

## **O HOMO DIGITALISE A (IM)POSSIBILIDADE DA EXPERIÊNCIA DO BELO**

*HOMO DIGITALIS AND THE (IM) POSSIBILITY BY EXPERIENCE OF BEAUTY*

Luiz Cláudio Batista de Oliveira<sup>1</sup>

### **RESUMO**

O artigo propõe reflexões a respeito do *homo digitalis* e das correlações existentes entre o seu modo de ser e alguns dos principais aspectos que sustentam a sociedade digital. Discute sobre os sentidos do *locus* e do *habitus* consagrados pela lógica do consumo e da utilização de dispositivos típicos do contexto emergente nessas duas décadas iniciais do século XXI. Procura identificar algumas das particularidades da sociedade digital expressas no seu forte componente ideológico, especialmente em relação aos modos de o indivíduo se fazer solitário e voltado tão somente para suas satisfações pessoais. Trata de argumentar sobre o aparato de controle exercido sobre aquele cujas ações se reduzem ao consumo do maior número possível de objetos. Tais mecanismos sugerem um sentido de liberdade quando, na verdade, quase não dão chance de escolha àquele que vive inserido na sociedade digital. Busca também salientar as peculiaridades do belo digital cujo apelo principal está em fomentar o individualismo e a positividade, diferenciando-se assim do espírito contemplativo e crítico próprios àqueles que optam pela fruição estética. Por último, a discussão argumenta sobre a (im)possibilidade da experiência do belo como contribuição a um modo de ser que promova o florescimento de atitudes autônomas, livres, criativas e por isso plenas de significados que transgridam os imperativos da sociedade digital.

Palavras-chave: Experiência. Estética. *Homo digitalis*. Belo.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Educação pela Universidade Católica de Brasília (UCB). Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professor do Curso de Filosofia da Universidade Católica de Brasília (UCB). *E-mail*: luiz.claudiobo@gmail.com

## ABSTRACT

The article proposes reflections about homo digitalis and the correlations between its way of being and some of the main aspects that support the digital society. It discusses the meanings of the locus and habitus enshrined in the logic of consumption and the use of devices typical of the emerging context in the two decades of the 21st century. It seeks to identify some of the particularities of the digital society expressed in its strong ideological component, especially in relation to the individual's ways of making himself lonely and focused only on his personal satisfactions. It tries to argue about the control apparatus exercised over the one whose actions are reduced to the consumption of the largest possible number of objects. Such mechanisms suggest a sense of freedom when, in fact, they hardly give a choice to those who live in the digital society. It also seeks to highlight the peculiarities of the beautiful digital whose main appeal is to foster individualism and positivity, thus differentiating itself from the contemplative and critical spirit proper to those who choose aesthetic enjoyment. Finally, the discussion argues about the (im)possibility of the experience of beauty as a contribution to a way of being that promotes the flourishing of autonomous, free, creative attitudes and therefore full of meanings that violate the imperatives of the digital society.

Keywords: Experience. Aesthetics. Homo digitalis. Beautiful.

## INTRODUÇÃO

O presente artigo objetiva compreender algumas das principais características do *homo digitalis*, sua maneira de ser e de se relacionar numa sociedade tornada acentuadamente positiva porque controladora das suas ações, sentimentos e desejos.

As argumentações presentes ao longo do artigo se baseiam em reflexões apresentadas por Han (2017, 2018 e 2019) em diálogo com López Quintás (1992 e 2016), Gadamer (2010 e 2011) e Zuboff (2020). Esses autores aparecem como aporte teórico e suas abordagens podem contribuir para tornar mais amplo o estudo pretendido.

A discussão intenta compreender inicialmente o *locus* e o *habitus* do *homo digitalis*. Trata-se de discutir os sentidos que orientam suas ações, bem como os valores nos quais e a partir dos quais ele procura afirmar-se em sociedade. As indagações se referem especialmente às maneiras de ser da sociedade digital, especificamente como esta age de modo a exercer um controle cada vez mais acentuado sobre as ações do indivíduo.

A proposta se debruça também sobre as noções que norteiam a vida no enxame e como ela se institui de modo positivo porque define uma existência programática e programada a fazer o que já se espera que seja feito. A vida no enxame descarta a presença do “nós”. O *homo digitalis* não carece de interlocutores visto que o diálogo é algo desnecessário para ele. Também não lhe é familiar viver na presença do espaço público, pois sua vida fica voltada somente para o mundo exibido pelas telas dos smartphones e demais dispositivos ofertados alegre e solidariamente a ele pelo mercado consumidor.

Trata-se de reconhecer que o único e exclusivo espaço que interessa ao *homo digitalis* é o espaço virtual. Nele ele pode transitar livremente em busca dos produtos que lhe trarão felicidade e satisfação. O ato de consumir torna a vida na sociedade digital mais feliz. A ação da compra legitima uma “quase presença” do *homo digitalis* no mundo.

Essa inclinação constante por consumir torna sua vida controlada por sofisticados sistemas que o acompanham a cada vez que ele frequenta a rede. Como ele não sabe viver sem frequentá-la, seus passos são cuidadosa e constantemente vigiados a fim de que sejam ofertados cada vez mais produtos para sua satisfação.

Trata-se então de um fenômeno que anuncia a condição de cidadão sendo substituída pela categoria de consumidor. Tratá-lo como consumidor é mais agradável do que tê-lo como cidadão. Categorizá-lo dessa maneira garante o funcionamento

perfeito das estruturas que compõem a sociedade digital. Esta se sustenta em de modo eficiente porque todas as suas diretrizes já estão previamente determinadas.

Outra indagação presente no artigo é a dimensão estética vivenciada pelo *homo digitalis*. Argumenta-se sobre como ele age a fim de satisfazer seus anseios. A satisfação dos seus desejos passa necessariamente pela exposição constante de si mesmo, pela vida voltada para o consumo e para atitudes que reforçam um modo solitário porque anula toda e qualquer possibilidade de vivência social.

O desdobramento pretendido pela discussão é quanto a uma (im)possível afirmação do *homo digitalis* a partir da experiência com o belo. Por se constituir de uma trama inacabada de perguntas e respostas, a experiência com a arte é indutora de modos autônomos que podem revelar um desejo de originalidade e autenticidade daquele que se dispõe a efetivá-la.

Torna-se assim possível perguntar se a experiência com o belo pode se constituir em possibilidade de vida autêntica e desejosa de sentidos fundados a partir do próprio indivíduo e não pautada pelos ditames exteriores a ele. Assim, a discussão considera que a vivência com o belo talvez abra uma perspectiva de busca por aquilo que ainda não se tornou realidade, mas que a partir de atitudes cujos significados são instaurados pelo próprio indivíduo, ela pode se tornar efetiva.

## 1 O LOCUSE O HABITUS DO HOMO DIGITALIS

Será tratado inicialmente o contexto no qual e a partir do qual o *homo digitalis* se encontra. Busca-se compreender também algumas das suas principais características, bem como os sentidos que orientam seu modo de ser. As reflexões terão como ponto de partida a caracterização do enxame, espaço denominado por Han (2018) onde ocorrem as relações típicas do ambiente onde o *homo digitalis* ele se move de modo peculiar. Consideremos então a denominada sociedade da indignação como seu *locus* fundante.

O discurso e as ações acerca do que é de interesse público se dão com efetividade, constância e especialmente em espaços onde todos possam se manifestar. Não é exatamente assim que ocorre na sociedade da indignação. Nela prevalece a ênfase àquilo que nem sempre possui real relevância política e social. Isso porque a instância do diálogo desaparece e o discurso se torna insuficiente e até mesmo desnecessário. Resulta daí o aniquilamento da instância do “nós”, pois a própria noção de sociedade se esvai à medida que se acentua a predileção pelo “si mesmo”. Ocorre uma exacerbação do “eu” em detrimento do “nós”.

Em um contexto assim o máximo que pode acontecer é ficar indignado. Todavia, o só ficar indignado não se constitui algo duradouro, sólido e não sugere nenhuma perspectiva futura. O ficar indignado se torna então uma atitude que nada revela a não ser o vazio no qual e para o qual vive o *homo digitalis*.

Segundo Han,

As ondas de indignação são eficientes em mobilizar e compactar a atenção. Por causa de sua fluidez e volatilidade elas não são, porém, apropriadas para organizar o discurso público, a esfera pública. Elas são incontroláveis, incalculáveis, inconstantes, efêmeras e amorfas demais para isso (HAN, 2018, p. 21).

Tal fenômeno ocorre especialmente por conta do habitat do *homo digitalis*. Ele se sente muito à vontade porque não vive mais com as massas. Essas cumpriram papel relevante enquanto distribuidoras de culturas, de divulgadoras de modos de ser distintos, como também como propagadoras de valores, pensamentos e concepções de mundos distintos. Nas massas tivemos a experiência fecunda da pluralidade, diversidade e multiplicidade. Viver nas massas e com as massas nos ensinou o exercício do diálogo e o reconhecimento do diferente.

Nas massas e com elas aprendemos a vivência da individualidade como instância fundamental para que se realizasse a recepção ao outro. Nelas também estivemos preocupados com o outro. Essa preocupação pressupõe reconhecimento. Assim, nas massas nos abrimos para reconhecer aquele/a que se distingue de mim e por isso pode e deve ser por mim recepcionado/a.

Bem, assim foi nas sociedades das massas. No entanto, o *homo digitalis* não tem a experiência do viver com e nas massas. Sua vida se dá sem o outro. No máximo, essa instância tão significativa e cara para nossa existência concreta, aparece como um dado ou um fato registrado na lista de contatos. Não há o outro na sociedade digital e por isso o *homo digitalis* não se relaciona com as massas e em prol delas.

Para Han (2018), trata-se de reconhecer que no enxame digital a massa é ausente porque não há nele alma. Os habitantes do enxame são indivíduos singularizados e por isso não constituem um “nós”. Pode-se então considerar que “A massa é estruturada de um modo inteiramente diferente. Ela revela propriedades que não podem ser referidas aos indivíduos. Os indivíduos se fundem em uma nova unidade, na qual eles não têm mais nenhum *perfil próprio*” (HAN, 2018, p. 27).

A não constituição de um “nós” está diretamente relacionado ao fato de na sociedade digital não existir o diálogo. Presencia-se o barulho, o tagarelar, o falar por falar, no entanto isso não se desdobra em diálogo. Deparamos com a ausência da voz. Os indivíduos da sociedade digital se abdicam de ter voz.

Gadamer (2011) já nos alertara para nossa incapacidade de manter o diálogo. Segundo ele, o desaparecimento da arte do diálogo foi se fazendo gradualmente. Nos despreocupamos com a atitude dialógica tão natural ao humano. Isso porque vivemos da e para a linguagem e essa só se dá no diálogo.

Ainda segundo a compreensão gadameriana, não podemos chamar de atitude dialógica onde e quando só prevalece o ruído. Torna-se necessário considerar que o diálogo é algo mais exigente, ou seja, pede atenção desinteressada, solicita a presença efetiva do outro. Torna-se assim apelo decisivo de um em presença do outro. Pode-se considerar a existência de um certo princípio de reciprocidade, ou seja, a atenção dedicada ao outro é também dele solicitada. Trata-se então de estar disposto a aberturas significativas, pois é preciso reconhecer que

O diálogo com o outro, suas objeções ou sua aprovação, sua compreensão ou também seus mal-entendidos significam um modo de ampliação de nossa singularidade e um experimentar da possível comunhão à qual a razão nos encoraja (GADAMER, 2011, p. 246).

Em relação ao *homo digitalis* e o seu *locus*, trata-se de reconhecer que lhe é estranha a noção de espacialidade. Ele não deseja se reunir, pois entende ser desnecessária tal ação. Não se torna capaz de pensar no significado de estar-com-o-outro e, por conseguinte, escapa-lhe toda e qualquer possibilidade de inaugurar novos espaços de significação onde possa se expressar de maneira própria. A opção assim é pelo fechamento em si mesmo e não pela abertura à alteridade.

Em decorrência disso, não é desenvolvido um certo senso político ou a concepção de política instaurada por ele diz respeito somente a sua forma de atuar nas redes sociais. Participação política se transformou em um mero digitar mensagens de apoio ou de oposição a isso ou aquilo. Notadamente voltado só para si mesmo, o *homo digitalis* se limita a dar simples opiniões, pois não se faz necessário um tratamento mais cuidadoso acerca daquilo que diz respeito a todos, pois o “todos” não faz parte daquele que habita a sociedade digital. Opta-se pelo isolamento e esse tem aparência de proporcionar participação, afinal, muitos *likes* dão a impressão de que

se está articulado ao todo quando, na verdade, aprofunda-se um modo de vida que é solitário e não social.

As pessoas da sociedade digital se tornam singularizadas ao invés de reunidas em prol de uma determinada ideia, de um certo objetivo. Daí a condição de seguirem sozinhas ao invés de reunidas. Qualquer possibilidade de reunião em torno de um objetivo comum é logo dissolvida pela força da ideia de singularização. Trata-se de um modo de ser onde prevalece o efêmero. Toda e qualquer atitude, quando tomada, tem em vista a pessoa sozinha, individualizada.

O indivíduo da sociedade digital, como dito anteriormente, não se volta para o nós, pois há uma “Egotização crescente e a atomização da sociedade leva a que os espaços para o agir conjunto encolham radicalmente e impede, assim, a formação de um contrapoder que pudesse efetivamente colocar em questão a ordem capitalista” (HAN, 2018, p. 33).

A característica fundamental dessa sociedade habitada pelo *homo digitalis* é a opção pelo modo de vida solitário. Esse toma o lugar do social ou da ideia de se viver com o outro, unido à multidão que busca algum tipo de realização conjunta. O sentido de comunidade se apaga e lança-se os holofotes para um movimento intenso de privatização da vida. Trata-se de tornar quase que impossível um agir comunitário, ou seja, “O *socius* (“social”) dá lugar ao *solus* (“sozinho”) (HAN, 2018, p. 33).

Duas outras características do *homo digitalis* podem ser aqui consideradas: ele é produtor e consumidor de informações. Ele vive das informações. Assim, seu modo de agir é desmediatizado, ou seja, lhe é imposta uma presença constante, maciça e imediata em relação a tudo que acontece. Não há tempo para um processo de mediação que se dá a partir da leitura e interpretação dos acontecimentos. Enquanto processo, trata-se de um movimento gradual de pensar e repensar os sentidos dos acontecimentos.

Na sociedade digital a concepção de mediação é inexistente. É necessário tudo ser visto de modo imediato e por isso a exigência de se mostrar tudo o tempo todo é permanente. Estrutura-se assim um modo de vida em que não há a ponderação e sim o imperativo da transparência, uma vez que “A transparência total força a comunicação política a uma temporalidade que torna impossível um planejamento lento e de longo prazo” (HAN, 2018, p. 39),

As relações instauradas pelo *homo digitalis* no âmbito da sociedade digital evidenciam excesso de tudo. Cabe aqui salientar a quantidade impressionante de informações buscadas e recebidas por ele. Esse fenômeno característico de tal

momento traz como consequência o cansaço que se expressa das mais variadas maneiras. A excessiva quantidade de informações contribui para que não seja dada atenção a nada. Sempre ocupado com as informações recebidas, o *homo digitalis* não demonstra interesse em pensar. Não se trata de buscar a verdade, pois não há também nenhum interesse por ela. O que interessa é manter-se informado e isso por si só já basta, pois dá uma aparência de controle sobre a realidade quando, na verdade, confirma e reafirma uma total submissão aos ditames daquilo que é informado.

A ânsia por informações faz com que o *homo digitalis* se submeta à lógica do consumo, ou seja, quanto mais tudo, melhor. Trata-se então de valorizar o quantitativo e não o aspecto qualitativo do que chega como informação, pois

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 comunicativa, mas sim cumulativa (HAN, 2018, p. 106).

O *locus* do *homo digitalis* determina uma maneira de ser que lhe define como consumidor. Da condição de cidadão ele se transforma naquele que tudo pode comprar sem que isso se transforme em um problema para ele. A concepção de cidadania implica na dimensão política. Como sabemos, esta foi suplantada na sociedade digital. Interessa a ela que sejamos consumidores e por isso não precisamos daquilo que constitui a política. Se esta não se torna necessária para nos vincularmos ao mundo, pois esse se reduz ao aparato digital, também se esvazia a necessidade do político.

A sociedade digital necessita muito mais do administrador do que do político. Esse foi substituído por aquele em virtude de um processo contínuo e sistemático de ideologização que assegura ser muito mais útil termos alguém que administra do que aquele que tradicionalmente domina a arte da política.

Segundo a lógica da sociedade digital, a política já não se faz mais necessária, uma vez que precisamos nos empenhar em realizar o que já fora determinado pelos ditames do capital. Trata-se então de aprimorar nossa capacidade enquanto consumidores. É isso que passa a interessar, pois não nos voltamos para o coletivo e a atitude de consumir é uma das mais egocêntricas que podemos tomar. Ela interessa tão somente àquele que consome. Não há nela ou a partir dela nenhum interesse pelo outro, pois o consumidor visa tão somente satisfazer seu desejo de consumir.

Trata-se então de uma ação que prescinde de espírito político, uma vez que

O fazer compras não pressupõe nenhum discurso. O consumidor compra aquilo que lhe apraz. Ele segue suas inclinações individuais. O curtir é o seu lema. Ele não é um cidadão. A responsabilidade pela comunidade caracteriza o cidadão. Ela falta, porém, ao consumidor (HAN, 2018, p. 118).

Tais designações sobre a condição de consumidor a qual o *homo digitalis* está relacionado levam-nos a considerar também a existência de uma sociedade onde o controle total sobre o sujeito é algo por demais fomentado e executado. Percebe-se de modo cada vez mais explícito a sofisticação dos mecanismos de controle da vida do indivíduo. Considerando que

Na sociedade expositiva cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu valor expositivo. A sociedade exposta é uma sociedade pornográfica; tudo está voltado para fora, desvelado, despido, desnudo, exposto. O excesso de exposição transforma tudo em mercadoria (HAN, 2017, p. 32).

Nessa maneira de ser da sociedade digital é exercido um severo controle sobre a vida do indivíduo. Esse controle torna-se severo justamente porque ele tem aparentemente não existe. Todavia, quanto mais a exposição acontece, mais o controle é reforçado, pois a cada acesso à rede os passos do usuário são registrados e guardados. Trata-se de uma sofisticada maneira de controlar a partir do discurso que nega a existência do controle.

Observemos que toda a lógica da sociedade de consumidores reforça a condição de controlado do indivíduo. Quanto mais ele permanece na rede, mais se sabe a respeito do que ele está fazendo. Há então uma liberdade que é só ilusória, pois sobre o *homo digitalis* se fixam os mais sofisticados controles, especialmente nos reclames que asseveram a necessidade que ele deve ter de consumir.

Trata-se então de um controle total sobre o sujeito possibilitado por mecanismos que vendem a ideia de uma liberdade total. Na verdade, quanto mais ligado às estruturas de consumo, mais se torna possível saber das opções e predileções do indivíduo. Ocorre uma constante e eficaz vigilância de todos sobre todos.

Desse modo, cabe destacar também que as corporações passam a exercer sobre o *homo digitalis* um controle tradicionalmente realizado pelos órgãos de espionagem

cujas estruturas serviam a interesses estatais. Na sociedade digital o controle passa a ser feito por instituições privadas cujo interesse é manter o consumidor sob sua mira para que ele pense estar gozando de liberdade quando consome produtos de toda ordem.

Vale lembrar aqui a contribuição trazida por Zuboff (2020) quando afirma que

O capitalismo de vigilância reivindica de maneira unilateral a experiência humana como matéria-prima gratuita para a tradução em dados comportamentais. Embora alguns desses dados sejam aplicados para o aprimoramento de produtos e serviços, o restante é declarado como *superávit comportamental* do proprietário, alimentando avançados processos de fabricação conhecidos como “inteligência de máquina” e manufaturado em *produtos de predição* que antecipam o que um determinado indivíduo faria agora, daqui a pouco e mais tarde. Esses produtos de predição são comercializados num novo tipo de mercado para predições comportamentais que chamo de mercado de comportamentos futuros. Os capitalistas de vigilância têm acumulado uma riqueza enorme a partir dessas operações comerciais, uma vez que muitas companhias estão ávidas para apostar em nosso comportamento futuro (ZUBOFF, 2020, p. 19).

Assim, o poder que se exerce sobre o *homo digitalis* sem que ele mesmo perceba é o poder de controle, de vigilância. Trata-se do psicopoder que, segundo Han (2018), toma o lugar do biopoder. Sua particularidade reside no fato de intervir nos processos psicológicos, pois se efetiva numa sociedade da transparência psicopolítica. É sempre oportuno lembrar que “A psicopolítica está em posição para, com ajuda da vigilância digital, ler e controlar pensamentos” (HAN, 2018, p. 130).

O começo da psicopolítica está relacionado ao advento da decifração de modos de comportamento expressos pelo *Big Data*. Torna-se eficiente esse controle pelo fato de dispor de dados e quando isso se torna possível tem-se a total vigilância e controle do indivíduo. Tem-se acesso até mesmo aos sentimentos desse indivíduo, pois ele os expressa nas redes sociais, nas plataformas digitais e em todos os contextos criados e fomentados pela sociedade digital. Ter acesso aos dados do Big Data permite o controle a partir de dentro do indivíduo e não mais de fora como os mecanismos anteriores.

A partir das considerações sobre o *locus* e o *habitus* do *homo digitalis*, torna-se possível indagar a respeito do âmbito estético no qual e a partir do qual ele se

estrutura. Na verdade, a sequência da discussão procura compreender como o modo as relações instauradas na sociedade digital concebem a dimensão estética. Pensemos então na constituição do *homo aestheticus* típico da sociedade digital.

## 1.1 A ESTÉTICA DO LISO VIVENCIADA PELO *HOMO DIGITALIS*

Tratemos agora da concepção estética do *homo digitalis* que, segundo Han (2019), enfatiza o liso. Vale salientar que a marca do presente contexto é o liso, pois reforça a tendência de positividade da sociedade atual. Como a arte, em virtude da sua maneira de ser, sempre solicitou a presença do outro como contraposição, indagação e possibilidade de interpretação, o que presenciamos nesse momento é o contrário disso, isto é, a estética do liso como negação do outro e eliminação dos contrários.

Presencia-se assim a perda do sentimento de mundo que sempre caracterizou o fazer artístico. Esse sentimento contribui para a afirmação da arte como jogo livre da imaginação, como possibilidade de reinstalação do indivíduo no mundo. Essa atitude remete à concepção de Gadamer (2010) que afirma ser a arte umbilicalmente ligada à ideia de jogo. Para ele, o fato e o ato de jogar está diretamente relacionado à natureza humana. O jogar e o brincar se manifestam como algo essencialmente humano.

Nesse sentido, ainda segundo a compreensão de Gadamer (2010), a arte “é uma obra por ser como algo que se joga. Assim como um gesto simbólico não é apenas ele mesmo, mas expressa algo diverso, a obra de arte também não é apenas ela mesma enquanto aquilo que é feito” (GADAMER, 2010, p. 52). Com relação à concepção gadameriana acerca do jogo livre da arte, o filósofo assevera que poderia até mesmo não a denominar como “obra”. Segundo ele, trata-se de um construto<sup>2</sup>, uma vez que no construto salienta-se o indeterminado e não aquilo que é.

Considerando as designações acima, é possível compreender que a presença e a afirmação do liso contrariam de modo radical o que se fundamenta como expressividade, criatividade e imaginário. Na utilização desenfreada e acrítica dos dispositivos próprios da sociedade digital salienta-se a repetição de ações carentes de interioridade. Han (2019) define o indivíduo que reproduz essa maneira de ser como “sujeito selfie”.

---

<sup>2</sup> Trata-se assim de compreender que “o construto que a obra de arte exige ser construído pelo observador ante o qual ele se oferece. Ele não é efetivamente aquilo que é. Ele é algo que ele não é: ele não é nada definido segundo fins que possamos utilizar ou mesmo uma coisa material a partir da qual podemos fazer algo diverso. Ao contrário, ele é algo que só se estabelece como aquilo que aparece e se mostra naquele que o considera” (GADAMER, 2010, p. 52).

Esse sujeito preocupa-se cotidianamente em se produzir para atender aos padrões estéticos da sociedade digital. Nessa preocupação exacerbada há uma constante reprodução do vazio. Nega-se assim a contemplação, pois há crença confiante e cega na medição e no quantitativo. Não importa contemplar e sim expor. Tal ato, de expor continuamente a si mesmo, deve ser seguido da métrica em relação a quantos o perceberam, deram o “like”.

Assim, impõe-se uma estética do liso. Ela se efetiva como fenômeno contemporâneo porque tem lugar na vida digital. É o *homo digitalis* que adota a estética do liso. Não há a preocupação com o belo e nem com o sublime. Como apelo à interpretação, à subjetividade e a modos distintos de ser e de sentir, a arte sugere sempre o diálogo constante entre modos de perceber. Na estética do liso o belo fica circunscrito a uma positividade que o elimina. O liso “é uma superfície otimizada sem negatividade. Provoca uma sensação completamente sem dor e resistência” (HAN, 2019, p. 29).

Recorremos novamente a Gadamer (2010) para destacar como a estética contemporânea, essa que é típica da sociedade digital, se distancia daquilo que tradicionalmente sustentaram as relações com a obra de arte. Para o filósofo alemão, “A pergunta ‘O que é arte?’ merece ter como resposta ‘a beleza livre’ que significa ‘beleza livre de conceitos e de significância” (GADAMER, 2010, p. 161).

A negatividade, aspecto tão relevante para toda a estética, torna-se ausente na maneira de ser do *homo digitalis*. Trata-se então de afirmar o belo e o liso e assim reafirmar a positividade típica do contexto contemporâneo. Ambos, belo e liso se esgotam em apenas uma curtida. Nesse modo característico de conceber o estético no contexto da sociedade digital, o sujeito fica somente em si mesmo. Não se abre para o outro. Não há princípio de alteridade e nem princípio de intersubjetividade. Só se volta para si mesmo.

Considerando as reflexões empreendidas até aqui, procura-se conceber o sentido de belo no âmbito da sociedade digital. Parte-se da afirmação que “O ‘belo natural’ não é algo que a gente curte de modo imediato” (HAN, 2019, p. 39). Isso significa dizer que o belo natural é simplesmente o oposto do belo digital. O primeiro se funda de modo inconsciente, como algo que ainda não se deu, não se constitui, mas que aparece sempre como possibilidade.

Assim, o belo natural não se dá em concordância com aquilo que existe literal e efetivamente. Ele não pode ser consumido e nem levado a termo tal qual ele aparece.

Não combina com a lógica da mercadoria que deseja afirmar tudo como aquilo que aparece concretamente. Não, o belo natural não se faz da mesma maneira como é feito algo produzido e reproduzido a fim de atender a apelos mercantis.

O belo digital, adotado pelo *homo digitalis*, é algo que se dá sem estranheza, intersubjetividade e alteridade. Não faz apelo à pluralidade de interpretações. Na verdade, quanto mais reduzida a possibilidade de interpretação, mais se aproximação do ideal do belo digital. Ele não se dá no universo plural do belo natural. Ele não se constitui como trabalho incessante de interpretação que leva ao infinito. Não, o belo digital dá primazia indiscutível à digitalização total do ser. Nele e a partir dele o indivíduo só se depara consigo mesmo. Não há o outro.

Outro aspecto que contribui para a caracterização do belo digital é o da temporalidade. Trata-se de reafirmar de modo categórico o “já dado”, ou seja, aquilo que já se constituiu como verdade e que o belo digital vê como necessidade de ressaltar. Assim, sua temporalidade é o presente imediato sem ventilar a possibilidade de prospecção de futuro. Ele faz menção e reforça exclusivamente o presente. É só o presente que lhe interessa.

Torna-se assim uma atitude que somente reforça, reafirma e determina o que já está legitimado. Não se trata, como no belo natural, de atitude transgressora porque se faz como instauradora de sentidos que estão por se refazer sempre. No belo digital o que se deseja é coincidir com o que já fora dado anteriormente por alguma instância determinista.

Enquanto no belo natural há um jogo livre das interpretações, conforme afirma López Quintás (1992), que se constitui de uma interminável busca pela beleza que não se dá total e categoricamente, no belo digital afirma-se uma beleza transparente, visível, indiscutível e revelada, o que acaba por contrariar sua própria natureza. A revelação total não é constitutiva da beleza.

Trata-se de, assim como no belo natural, considerar a beleza como possuidora de um enigma, pois sua presença não é total, mantém-se como um enigma já que

La belleza, al igual que todo gran valor, es más una *f fuente de realidad y de vida* que una realidad bien delimitada, situable en un lugar o em otro, manejable a discrecion. Por eso, más que intentar definirla, delimitarla, marcar sus contornos, hemos de estar atentos a los diversos modos como se nos revela cuando adoptamos una actitud acogedora de escucha y colaboración (LÓPEZ-QUINTÁS, 2016, p. 37).

Todavia, no belo digital tais designações não são consideradas, pois há o desejo de fazer aparecer tudo, sem rodeios, sem o exercício prazeroso de busca por sentidos ainda não inaugurados. Assim, o belo digital quer se fazer e se faz sem rodeios, de modo direto e indiscutível, o que torna ainda mais positiva a vida do *homo digitalis*. Ele deseja tudo ver, ser visto por todos e nada ocultar. Interessa-lhe o afeto cujas características principais são a imediatez e a efemeridade e não o sentimento que se efetiva por conta de ser duradouro e exigir processo de reconstrução.

Torna-se relevante tratar da maneira de ser do *homo digitalis* considerando especialmente os modos a partir dos quais se dá sua percepção<sup>3</sup> de mundo. A percepção estética se faz como ação contemplativa e não consumidora. Por outro lado, a concepção estética da sociedade digital é o do consumo e não o do contemplativo. O belo, nesse caso, está submetido ao consumo. Não há a exigência pelo exercício da percepção duradoura. Se é para o consumo deve ser aligeirado e não demorado. Trata-se de consumir o mais rápido possível especialmente porque outro objeto aparecerá para ser também consumido.

Considerando que para o consumo não se faz necessário a relação duradoura e calma, mas sim algo imediato e voraz, a afirmação do *homo digitalis* da sociedade digital se dá pelo ato de consumir. Essa estrutura de mundo atual é bem propícia para ele se afirmar, pois não lhe exigido nenhum questionamento acerca dos valores que pautam suas ações. Ao contrário, quanto menos ele se pergunta e se pergunta pelas demandas consumistas, mais se torna ávido por consumir.

Nesse sentido, não há nenhum incômodo moral em suas ações. O *homo digitalis* assegura cada vez mais solidamente seu lugar na sociedade digital. Para garantir esse espaço ele não deve perguntar por nada, apenas agir em prol de manter a lógica consumista e positiva. Pretende assim manter-se como um consumidor ideal, ou seja, aquele que aguarda fielmente sua hora de adquirir um produto mesmo sem ter realmente necessidade de adquiri-lo. O mais importante é consumir. É esse ato que vai legitimá-lo socialmente. Para tanto, é dispensável todo e qualquer questionamento de caráter moral. Torna-se preferível ele não perguntar pelos sentidos dos seus atos, pois o que mais importa é tão somente o ato de consumir.

---

<sup>3</sup> O termo percepção em sua origem indica recolhimento como ação ou efeito de recolher algo — que se reclama. Trata-se assim de tomar posse de alguma coisa a partir de uma representação compreensiva ou apreensiva (FERRATER MORA, 2001, p. 2237).

Considerando os aspectos até aqui estudados, pode-se buscar uma compreensão sobre como a arte e a experiência estética se fundam como possibilidade de afirmação de uma maneira de ser que ultrapasse aquela que constitui o *homo digitalis*. Evoca-se então o sentido de beleza anterior à ideia firmada pela sociedade digital. Trata-se da possibilidade do belo antes mesmo de toda e qualquer legitimação dele.

## 1.2 A EXPERIÊNCIA DO BELO COMO POSSIBILIDADE DO SER CRIATIVO

Um primeiro aspecto a ser considerado é que a experiência do belo contribui para a superação da lógica produtivista e mercantilista. Esta se configura pela imediatez e pela ausência de contemplação. A experiência do belo propõe o espírito contemplativo. Esse que não coincide com a temporalidade do mundo da técnica e da produção. O belo sugere um tempo próprio para se manifestar, pois se dá na manifestação do eu que é único e pacientemente constituído.

Outro aspecto que se revela na experiência do belo é a consagração do outro. Trata-se de recepcioná-lo sempre que ele estiver à disposição. Se o outro está disponível, coloco-me também ao seu dispor. Isso contribui para encontros valiosos onde os sentidos estão sempre por se fazer, uma vez que a relação com a obra de arte não pretende tudo abarcar categoricamente.

Trata-se assim de considerar a experiência com o belo como instauradora de encontros entre âmbitos de realidade e não entre objetos separados. Tais encontros são possíveis em virtude de o indivíduo agir de modo a buscar sentidos plenos. Enquanto instaurador de sentidos ele alcança uma especial abertura de espírito. Isso significa afirmar que a experiência com o belo abre ao indivíduo um conceito mais amplo e compreensivo da verdade, da racionalidade, do saber e da realidade.

O fato de o homem não ser necessariamente guiado e nem definido de maneira segura e total, ele pode dirigir sua existência por meio de abertura responsável aos campos de infinitas possibilidades e estas são oferecidas por aqueles que o circundam, que fazem dele um jogador, que dão a ele o sublime sentimento de participação no todo. A obra de arte se constitui como um constante convite à participação plena no mundo porque insta a novas significações.

Percebe-se assim a possibilidade plena de o destino do indivíduo ser efetivado como procura pela configuração de si mesmo no intuito de tornar-se livre e

autônomo, regendo sua existência por critérios próprios, negando de maneira veemente qualquer indício e risco de tornar-se heterônomo ou alheio a si mesmo e indiferente ao outro.

Isso porque

A relação intérprete-obra implica num modo de participação ativo-receptiva. Ao interiorizar a obra, convertendo-a no impulso mesmo de sua ação artística, o intérprete entra com ela numa relação de vizinhança, de presença. E esta presencialidade funda o verdadeiro conhecimento. A forma de conhecer mais perfeita não é a que realizamos com atitude incomprometida, objetivante, como um sujeito que se defronta com um objeto, mas a que realizamos através de encontro, respondendo à apelação que a realidade conhecida nos dirige. Por se tratar de um gênero de interação criadora, a experiência estética, como todo tipo de jogo, se converte numa fonte de luz (LÓPEZ QUINTÁS, 1992, p. 17).

Um outro ponto relevante em relação à experiência com o belo é que nele nos distanciamos da tendência consumista. As tramas que se instauram na fruição estética não se sustentam numa lógica binária e nem naquela que rege os interesses comerciais. A percepção da arte pode ser duradoura e uma relação assim não se contenta com os princípios típicos do mundo do consumo.

Trata-se então de reconhecer que as imagens digitais são para o consumo, já as imagens inauguradas nas relações que intentam a fruição estética se escoam sempre em busca de novos sentidos. Tal atitude pode contribuir para a superação da lógica positivista reinante na sociedade digital em que

A crescente estetização do cotidiano torna impossível agora a experiência do belo como experiência da vinculação. Ela produz apenas objetos da curtição volátil. A crescente volatilidade não diz respeito apenas ao mercado financeiro. Abrange hoje toda a sociedade. Nada tem perenidade e duração (HAN, 2019, p. 113).

Observa-se assim que o belo adquire aspecto relacional, isto é, só se dá a partir do momento em que se instauram relações cujos apelos não são os do consumo e nem definidos pela simples positividade. O belo se efetiva a partir de relações que escapam a toda e qualquer ordem lógica, intelectual e formal.

Pode-se afirmar então que o apelo do belo é apelo à manutenção do diálogo. Mantendo-se assim como atividade dialógica o belo faz aparecer o ser. Esse aparecer não se dá por inteiro nem de modo imediato, mas se funda aos poucos e sempre em direção a algo ainda em processo de execução. Assim, a beleza possibilita vínculos afetivos que ultrapassam a pura verdade definida e mantida pela sociedade digital. Cabe sempre lembrar que a experiência com o belo pode tornar presente em nós aquilo que ainda não se realizou.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo tratou de considerar alguns dos vários aspectos referentes ao modo de ser do *homo digitalis*. Foram destacados inicialmente o *locus* e o *habitus* a partir dos quais sua vida é estruturada e suas ações são concretizadas tendo em vista os objetivos almejados por ele.

A discussão procurou acentuar a maneira de ser da sociedade na qual o *homo digitalis* está situado. Trata-se da sociedade da indignação. Ela se caracteriza pela presença constante de apelos que não se referem à política e nem a questões de caráter social. Suas narrativas destacam especialmente aquilo que não sugere a vida em comunidade, pois o que prevalece a negação da dimensão dialógica. Impera o vazio em relação a qualquer possibilidade de experiências de cunho social e político, pois o outro não se faz presente na sociedade da indignação.

Outro aspecto salientado na abordagem proposta é a ausência do *homo digitalis* em qualquer espaço que reivindique a participação coletiva. Ele não se reconhece no espaço público. Na verdade, conclui-se que o próprio espaço público está desaparecendo da sua vida. Já não é nele que suas relações se instauram. Afinal, nem ser de relações faz parte mais do seu horizonte. Como afirmado anteriormente, trata-se de enfatizar o *solus* e não o *socius*.

Em decorrência dessas maneiras que ele tem de atuar no mundo, desaparece das suas relações a instância do “nós”. Trata-se de buscar tão somente referenciais pautados na mera informação de fatos banais e estes não implicam numa possível percepção quanto à relevância de se ter o espírito de grupo. O único grupo, quando consolidado, é aquele típico das redes sociais que não apelam para a noção de vínculo.

Trata-se assim de um acúmulo de informações e essas não exigem nenhum processo de reflexão. O apelo é sempre quantitativo. Quanto mais informação mais o indivíduo tem a sensação de participar naquilo que legitima sua existência.

O texto procurou salientar ainda que o viver de meras informações acaba exigindo que tudo seja mostrado. Esse “mostrar tudo”, por ser imperativo, acaba por resultar em um cansaço manifestado das mais variadas formas. O *homo digitalis* permanece assim numa sociedade que se caracteriza por produzir o cansaço da informação, conforme denominado por Han (2018).

Outra característica presente no modo de atuar dessa sociedade é ter instituído o consumidor. É essa condição que pauta e existência do *homo digitalis*. Ele precisa estar apto a consumir tudo aquilo que é apresentado como produto a lhe causar satisfação e prazer. Da condição de cidadão que em algum momento pode ter sido almejada pelo indivíduo, ele foi transformado em consumidor.

Essa condição — de ser consumidor — o afasta de modo gradual das questões que vislumbram o social e o político. Ao se preocupar em atender aos ditames do consumo, o *homo digitalis* não vislumbra a experiência comunitária. Trata-se de reconhecer que a atitude de consumir é essencialmente solitária, pois visa tão somente a satisfação individual. Nesse sentido, ao indivíduo da sociedade digital será muito mais relevante e útil a presença em sua vida do administrador do que político. É do primeiro que essa sociedade precisa para funcionar segundo seus ideais.

O artigo procurou destacar também que esse fator resulta na exigência por uma vida bem administrada. Para o *homo digitalis* não se constitui um problema se sua vida é regidamente controlada por instâncias externas a ele. O que importa verdadeiramente é criar as condições favoráveis a uma existência segura e que garante assim um ambiente organizado para a ação interminável e insaciável de consumir.

Desse modo, justifica-se a existência e a manutenção de sistemas de controle sobre as ações do *homo digitalis*. É ele quem reivindica a sofisticação cada vez maior de toda lógica operada a fim de lhe dar a sensação de segurança necessária para que continue levando a termo seus desejos de consumir. Nesse sentido, a reflexão que ora buscou-se realizar salienta como os mecanismos de controle sobre o indivíduo ampliam sua eficiência justamente para atender aos anseios de uma vida voltada exclusivamente para o consumo e para si mesmo.

A argumentação proposta tratou também de compreender a estética do *homo digitalis*. Coube destacar como este vive rodeado de dispositivos que lhe asseguram uma vida cujos sentimentos estão já previamente determinados. Suas relações se baseiam numa estética da positividade, ou seja, os sentimentos não são por ele promovidos, mas já estão prontos para serem adotados. Eles são ofertados como produtos a serem experimentados a toda hora e a qualquer custo.

A análise destacou assim que o belo digital é o da reafirmação daquilo que já existe e, portanto, tem um caráter conservador. Diferentemente da experiência com a arte no seu sentido original, o estético da sociedade digital se consolida como normatizador e não como transgressor. Não se trata então de buscar o que ainda não se alcançou, mas sim de reafirmar valores e sentimentos por uma mentalidade positiva.

Considerando a condição do ser que é indeterminado, inacabado e capaz de se reinventar enquanto vivente, cabe salientar uma das inúmeras respostas possíveis às discussões sobre a problematização proposta. A experiência estética, aquela que faz florescer o indivíduo em sua originalidade, autenticidade e maneira livre de ser, favorece uma existência disposta a romper com os ditames impostos pela sociedade digital.

Nesse sentido, fica uma indagação como conclusão às argumentações: As experiências com a beleza, aquelas que reivindicam antes de mais nada um espírito crítico, contemplativo e disposto a operar transgressões em relação aos discursos e modos de ser já legitimados, podem favorecer um espírito aberto a novas maneiras de ser que superem a tendência tecnicista e objetivista da sociedade digital? Nossa suspeita é que sim.

## REFERÊNCIAS

- FERRATER MORA, Jose. **Dicionário de Filosofia**. Tradução: Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2001. v. 3.
- GADAMER, Hans-Georg. **Hermenêutica da obra de arte**. Tradução: Marco Antônio Casanova. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e método II**. Tradução: Ênio Paulo Giachini. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo**. Tradução: Gabriel Salvi Philipson. Petrópolis: Vozes, 2019.
- HAN, Byung-Chul. **No exame: perspectivas do digital**. Tradução: Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Tradução: Ênio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2017.
- LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso. **Estética**. Tradução: Jaime A. Classen. Petrópolis: Vozes, 1992.
- LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso. **El Enigma de la belleza**. Ensayos estéticos. Bilbao: Desclée de Brouwer, 2016.
- ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução: George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.