

O regime de informação na hipermassa

The information regime in the Hyper-Mass

José Isaías Venera¹
Univille/SC

RESUMO

Neste artigo teórico, articula-se autores que apresentam uma interpretação sobre os processos de subjetivação do nosso tempo, marcados pela captura e modulação algorítmica. O controle pela modulação da subjetividade depende dos extratores de dados que formam o substrato do regime de informação. As *big techs* concentram usuários em escala global, formando o fenômeno da hipermassa. Já não se fala mais em indústria cultural, mas em superindústria do imaginário. A fantasia de totalidade e completude é retroalimentada pelos próprios usuários, que se regulam a partir da exploração, sobretudo, de duas paixões: amor e ódio. A renúncia do “eu” em favor do amor ao “líder” depende de um terceiro, a quem se contra todo o ódio. Esse movimento das duas paixões – amor e ódio – está, também, na base das chamadas bolhas digitais.

84

PALAVRAS-CHAVE

Hipermassa; comunicação; subjetividade, algoritmos

ABSTRACT

This theoretical article brings together authors who present an interpretation of the processes of subjectivation of our time, marked by algorithmic capture and modulation. Control through the modulation of subjectivity depends on data extractors that form the substrate of the information regime. Big techs concentrate users on a global scale, creating the phenomenon of hypermass. We no longer speak of a cultural industry, but rather of a superindustry of the imaginary. The fantasy of totality and completeness is fed back by the users themselves, who regulate themselves based on the exploration, above all, of two passions: love and hate. The renunciation of the “self” in favor of love for the “leader” depends on a third party, to whom all hate is opposed. This movement of the two passions – love and hate – is also at the base of the so-called digital bubbles.

KEYWORDS

Hypermass; communication; subjectivity, algorithms

¹ E-mail: jose.venera@univillebr.onmicrosoft.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9220-446X>

1 DAS COISAS DO MUNDO À INFORMATIZAÇÃO DAS COISAS

Para Vilém Flusser, o design é resultado da convergência entre arte e tecnologia modelando a cultura a partir do século XIX. Dar forma às coisas é informar. As coisas do mundo têm uma forma que se ambientam ao mundo e criam ambientes. Mas, em uma escala crescente, desde os anos 90 do século passado, o mundo entrou em um regime digital, sobrepondo a relação com as não-coisas. Como observou o filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2022, p. 11), “a ordem digital *descodifica* o mundo ao *informatizá-la*”. Decodificar significa interpretar o que já foi codificado. Quando o mundo adquire uma forma cultural, passa-se do registro da natureza para codificação. A decodificação é uma operação de segunda ordem. Decodifica-se o que está codificado.

O mundo habitado por sujeitos e coisas mudou. Já tinha mudado para Flusser (2007), no século XX, mas, agora, poderemos dar um giro a mais na sua observação. A modernidade, marcada pelo desenvolvimento tecnológico e científico, tornou as coisas mensuráveis, calculáveis, manipuláveis. Codificou o mundo. Mas não somente as coisas – máquinas, veículos, roupas, objetos de toda ordem –, mas também os seres humanos. Esses últimos passaram a ser objetos da ciência – psiquiatria, psicologia, antropologia, sociologia etc. –, tornaram-se, portanto, “como as demais coisas” (FLUSSER, 2007, p. 60). As ciências humanas e sociais codificaram o sujeito na sua relação com a sociedade, com a linguagem, com a cultura, com a psiquê. Essa codificação dos seres humanos nas ciências modernas é o tema de *As palavras e as coisas*, de Foucault (1999).

Há dois ordenamentos para Flusser (2007): tudo aquilo que é manipulado pelo ser humano são coisas – “o mundo por ela [a mão] apreendido como um conjunto de coisas, como algo concreto”, da natureza; e o mundo cultural, das “coisas disponíveis, informadas” (FLUSSER, 2007, p. 60). A ordem cultural é um ordenamento simbólico sobre a vida. Quando o ser humano se tornou objeto de conhecimento, passou a ser mensurável, manipulável, entrou para as estatísticas e para as estratégias de produção (da subjetividade), dando forma à biopolítica (FOUCAULT, 2008).

Mas de qual informação o sujeito contemporâneo tornou-se objeto? Se o mundo atual entrou em um regime digital a partir das coisas – como a internet das coisas em que informa a partir dos dispositivos de conexão –, esse regime tem se automatizado e criado ou interferido no mundo. Para Han (2022), “nós não habitamos mais a terra e o céu, mas o Google Earth e Cloud”. Habitamos nas “nuvens” e existimos nos grandes bancos de dados (big data).

O regime digital – de informatização do mundo – é também um regime de informação. Não é propriamente informar o que os usuários acessam, mas, sobretudo, construir bancos de dados dos usuários; informar um perfil. O regime de informação opera por extração. Extrai informações dos usuários para controlá-los. O controle se dá pela modulação – fluxos do que entram no campo de visibilidade dos usuários – formando a economia da atenção.

2 SOCIEDADE DE CONTROLE

No centro de seu conciso texto “*Post-scriptum* sobre as sociedades de controle”, Deleuze (1995b) mostra, nos processos históricos, o jogo da diferença e da repetição no desenvolvimento do capitalismo: “São *sociedades de controle* que estão substituindo as sociedades disciplinares. ‘Controle’ é o nome que Burroughs propõe para designar o novo monstro, e que Foucault reconhece como o nosso futuro próximo” (DELEUZE, 1995b, p. 220).

A sociedade disciplinar, descrita por Michel Foucault, alcançou seu ápice no século XIX e parte do XX e, depois da segunda guerra mundial, entrou em crise generalizada. As instituições – prisões, escolas, fábricas, hospitais, quartéis – se tornaram ineficientes. Crise generalizada. A disciplina, tanto das áreas de conhecimento quanto dos corpos, dependia de um *modus operandi*, do sujeito sequestrado nas instituições e por meio das quais sua alma e seu corpo seriam adestrados. Mas, no nosso tempo, o poder das instituições disciplinares perde centralidade.

Na leitura de Lazzarato (2006, p. 62) sobre texto de Deleuze:

O processo constitutivo das instituições capitalistas e da multiplicidade só poderão ser compreendidos se apelarmos para a noção de virtual e suas modalidades de atualização e efetuação. A passagem das sociedades disciplinares às sociedades de controle não pode ser simplesmente deduzida das transformações do capitalismo, mas deve sim ser compreendida a partir da potência da multiplicidade.

86

O ponto chave para a mudança da sociedade disciplinar para a de controle é o desenvolvimento das tecnologias de ação a distância, que são as máquinas de modulação. Essas modulações a distância acontecem por dois modelos cujas estruturas se diferem: os meios de comunicação de massa, no século XX, na relação de um (meio) com a maioria (audiência); e os meios de convergência no século XXI, na relação de todos com todos em um espaço privado, as plataformas digitais. A modulação é da subjetividade.

Para Lazzarato:

A sociedade de controle exerce seu poder graças às tecnologias de ação a distância da imagem, do som e das informações, que funcionam como máquinas de modular e cristalizar as ondas, as vibrações eletromagnéticas (rádio, televisão), ou máquinas de modular e cristalizar os pacotes de bits (os computadores e as escalas numéricas). Essas ondas inorgânicas duplicam as ondas através das quais as mônadas agem umas sobre as outras.

Os processos de subjetivação, sobretudo a partir do século XX, desterritorializam os dispositivos. A TV e o rádio podem ser consumidos de diferentes lugares. São

aparelhos que captam o sinal, cuja programação se atualiza diariamente a partir de um centro produtor com destruição descentralizada. A atualização diária de programações, como o telejornalismo, permite o agendamento de temas que tentem a ser pauta da opinião pública – a chamada hipótese da *agenda setting*. É também o que levou o linguista Noam Chomsky (1988) a chamar de fabricação do consenso. É o mundo que foi codificado pelo jornalismo até modular a opinião da maioria. Mas esse é um fenômeno dominante no século XX.

O adestramento da alma já não dependeria mais, ou ao mesmo na mesma intensidade, dos espaços físicos das instituições – os dispositivos de projeção do imaginário passaram, desde a invenção das mídias de massa, a entrar nas casas com os jornais e as revistas. Posteriormente, no século XX, são as mídias de transmissão como o rádio e a TV, as mídias, que atualizam diariamente a programação. São modulações por agendamento. Para Cassino (2018, p. 15), “a modulação, portanto, tem por poder modular, cristalizar, uma determinada subjetividade desejada na memória, no cérebro das pessoas”. Podemos dizer que o sujeito deseja o que é mostrado na mídia.

Se Deleuze (1995) indicou a mudança da disciplina – memória corporal e saber disciplinar – para o controle – modulação do cérebro –, essa alteração tem relação com os dispositivos e a partir dos quais os sujeitos estão implicados. “O homem da disciplina era um produtor descontínuo de energia, mas o homem do controle é antes ondulatório, funciona em órbita, num feixe contínuo” (DELEUZE, 1995, p. 223).

Passamos a conviver com os dispositivos de captura que seguem as ondulações (ou modulação) do fluxo contínuo, o que faz do controle um novo monstro ainda mais perverso do que o do tempo das disciplinas. Os dispositivos de poder na *sociedade de controle* visam reter os fluxos, ou melhor, controlar a distribuição do fluxo. Melhor dizer: controlar a multiplicidade, aprisionar o que está fora, enclausurar as potencialidades, impedir as virtualidades. Não à toa, o buscador do google funciona análogo a um oráculo em que tudo se pode consultar – um deus digital. Controlar a multiplicidade é a abertura para todos de expressarem em um espaço cujo controle é exercido por plataformas privadas. Podemos, na articulação com Han, dizer que o “todo” forma o regime de informação e o *big data* é seu substrato.

3 O REGIME DE INFORMAÇÃO

Han (2022, p. 7) chama de regime de informação “a forma de dominação na qual informações e seu processamento por algoritmos e inteligência artificial determinam decisivamente processos sociais, econômicos e políticos”. A determinação não se dá pela suposta verdade que circula na rede, mas pelas informações extraídas dos usuários.

A passagem que aponta Han (2022) é semelhante a proposta por Deleuze, sendo que ambos têm a noção de sociedade disciplinar como referência para marcar a descontinuidade histórica. No regime disciplinar, a dominação se dava pelos processos industriais, era a forma maquinal. “Todos e cada um são uma roldana no

interior da maquinaria disciplinar do poder” (HAN, 2022, p. 8). Já, no capitalismo da informação, a comunicação e a conexão ganham centralidade.

No regime de informação, a verdade do conteúdo não tem importância, o que se destaca é capturar o desejo do usuário. A principal experiência midiática para esta afirmação, da captura do desejo, se deu a partir de 2016, com a campanha de Donald Trump pautada em *fake news*, assim como a propaganda enganosa que levou a vitória do “Brexit” no Reino Unido (BUCCI, 2019). Ambos os eventos foram marcados, por um lado, pela desinformação, mas, por outro, pela informação obtidas dos usuários, de que, pelo perfil elaborado a partir de seus dados, eles seriam sensíveis ao conteúdo. Pouco depois dos desfechos no EUA e no Reino Unido, várias pesquisas já davam conta de que as chamadas *fake news* circulavam 70% mais do que as notícias produzidas pelos jornais que gozam de mais credibilidade (Agência Brasil, 2018).

Eugênio Bucci entende que:

nas redes sociais, diferentemente do que acontecia nos tempos da TV e do cinema, a programação das mensagens depende diretamente da ação das audiências e, aí, o desejo sobrepuja o pensamento. Uma notícia (falsificada, fraudulenta ou mesmo verdadeira, pouco importa) ganha repercussão à medida que corresponda a emoções. Sobre o factual predomina o sensacional – daí o sensacionalismo.

88

Tudo indica que a partir dos dados extraídos dos usuários, desenvolve-se um controle invisível, algorítmico, para movimentar a economia da atenção. Como isso se dá? Identificando a partir dos dados extraídos, quais conteúdos vão ao encontro do desejo dos usuários, ao mesmo tempo em que remodela o desejo formando o que ficou conhecido como bolhas virtuais.

O regime de informação é também um regime de dados. O que alimenta os usuários, ou seja, sujeitos digitalizados, codificados e cujo perfil que se cria a partir dos acessos forma a decodificados do usuário. A partir da decodificação (o perfil) se processa o gerenciamento dos conteúdos que, em sua maioria, exploram emoções em excesso. São internautas mobilizados pelas paixões, como amor ou raiva.

4 COMUNICAÇÃO NA HIPERMASSA²

As redes sociais passaram, em 2023, dos 5 bilhões de usuários (O GLOBO, 2024). Esse número equivale a 62,3% da população mundial. Entre as redes com mais audiência estão: Facebook, do grupo Meta, com 2,19 bilhões de usuários; Instagram, com 1,65 bilhões; e TikTok, com 1,56 bilhões. Audiência inimaginável no contexto dos meios de comunicação de massa – jornal, revista, rádio e TV. Diferentemente do paradigma dos meios de massa, a maior parte da produção de conteúdo nas redes digitais, pós-massiva, é feita por seus usuários, assim como as interações que a mídia

² A expressão hipermassa foi usada inicialmente no ensaio *Da rede à crueldade: “aqui é Bolsonaro!”*, publicado no *Le Monde Diplomatique*, em 2 de agosto de 2022. Posteriormente, nos anais do congresso da Intercom (VENERA, 2023).

possibilita, mas isso não desimplica a relação mídia e massa indiferenciada que se relaciona no Facebook, Instagram ou no TikTok. São mídias privadas em que parte de seu capital vem da extração e comercialização dos dados dos usuários.

Nesse sentido, a economia da atenção ganha centralidade. Como ampliar e manter os usuários por mais tempo na mídia? Para se integrar à rede, pouco importam o gênero, a etnia, a classe social etc.; a conexão é para todos. Ao se integrar à rede, inicia-se a diferenciação. A partir do momento em que os dados dos usuários passam a ser lidos pelos algoritmos, uma seleção silenciosa passa a funcionar com a finalidade de captar e colonizar o desejo para manter o usuário por mais tempo na rede.

A hipermassa aponta para a concentração de usuários na rede e por meio da qual o engajamento é mobilizado por dois afetos – o amor e o ódio. Essa perspectiva, por sua vez, se liga ao que Eugênio Bucci (2022) chama de superindústria do imaginário; um processo de exploração do olhar por dispositivos que operam como extratores consumindo a energia dos usuários, fazendo-os trabalhar sem remuneração. É uma economia do olhar em um nível de exploração jamais vista na história. Para Bucci (2022, p. 25-26):

Quando as *big techs* desfilam no grupo das empresas mais valorizadas do mundo, não cabe mais nenhuma dúvida a respeito disso. As tais “gigantes da internet” não fazem outra coisa que não seja capturar o olhar mediante anzóis libidinais (que interpelam o desejo), comercializar esse olhar (e a atenção que supostamente o olhar carrega) e retroalimentar o circuito de sedução e comércio indefinidamente. Tudo o que se vê é uma fabricação da Superindústria do Imaginário.

89

A superindústria do imaginário produz o fenômeno da hipermassa constituindo a estrutura a partir da qual se concentra todo olhar. A incessante repetição dos usuários à tela³ dos dispositivos de conexão à internet aponta para o gozo (que se manifesta na repetição) e para a pulsão escópica, ou seja, a busca sem fim pela satisfação através do olhar.

Hipermassa se forma a partir de *media* em rede que retroalimentam fantasias em comum. Rodrigues (2019, p. 27) ao explicar o que são afinal *media* mostra que:

a invenção dos mais recentes dispositivos técnicos a que nos acostumamos a dar o nome de mediáticos e a sua rápida assimilação nas sociedades atuais [...] não produz propriamente novas modalidades de experiência, mas artefactos que tornam possível a realização ou a reificação técnica de simulacros das modalidades da experiência que, desde sempre e em todas as sociedades, foram vivenciadas pelos seres humanos.

³ No artigo “Por uma teoria do sujeito intervalar na experiência com a tela escura” articula-se a constituição do sujeito na relação com a tela dos dispositivos de conexão à internet. Disponível em: <https://www.labeurb.unicamp.br/rua/artigo/capa?publicacao_id=240>. Acesso em: 29 out. 2022

Os *media* na hipermassa se caracterizam pela rápida assimilação na sociedade, em escala global, reificando representações sem compromisso com o referente. Fenômeno que caracteriza sobretudo com as redes sociais ao tornar possível que usuários deem corpo (simulacros) as suas demandas, ao mesmo tempo em que as *big techs* criam demandas com dados coletados por extratores.

A questão central agora é especular o que sustenta o vínculo entre os usuários de redes sociais na sociedade da hipermassa.

5 O VÍNCULO ENTRE A MASSA E O LÍDER

A psicanálise nasceu no fim do século XIX às voltas da histeria como principal sintoma à época. Os fenômenos de conversão histérica resultavam (e resultam) de desejos amordaçados que se manifestam no corpo – sem sintomas fisiológicos. Desejos sufocados que expressam também dinâmicas de vida pautadas em hierarquias, valores sociais cristalizados e formas de dominação crescentes. A histeria seria, assim, um sintoma social. Nas formas de governo que marcam a modernidade – com o projeto iluminista, o avanço da ciência, o desenvolvimento de técnicas e tecnologias, o florescimento de democracias –, não se limita somente ao aprimoramento de uma nova racionalidade, mas também na exploração dos afetos libidinais. A civilização caracterizada pelo avanço científico e tecnológico adquiriu nas formas de governo uma relação de dominação cuja barbárie não sai do horizonte (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Os séculos XIX e XX marcaram um projeto civilizatório pautado na renúncia à satisfação pulsional (FREUD, 2020a), ou ao que Foucault chamou de sociedade disciplinar constituindo uma gramática para a produção de determinadas subjetividades. Diferentemente, no século XXI as relações sociais têm sido inscritas no imperativo do gozo; é preciso gozar a qualquer custo.

Na literatura freudiana, o gozo não tem *status* de conceito; aparece em *Além do princípio do prazer* (2020a), de 1920, como o “prazer” na dor e aponta para “fenômenos repetitivos que podem ser remetidos à pulsão de morte” (VALAS, 2001, p. 7). Posteriormente, para outro psicanalista Jacques Lacan (1998), o gozo é articulado como um conceito, no qual a repetição vem como reinscrição de algo que se perdeu na busca de uma satisfação completa. Por trás da compulsão ao consumo, estaria, nessa via, a repetição à busca de um gozo a qualquer custo (e o curso para suprir uma falta existencial consome a vida toda). Não seria mais a renúncia pulsional (FREUD, 2020b) por meio de dispositivos disciplinares (FOUCAULT, 1987), mas a integração ininterrupta à lógica do consumo. Como podemos deslocar o debate do tempo de Freud para os nossos dias? Em que medida os afetos amor e ódio, mobilizados por Freud (2020b), marcam também os fluxos de conteúdos digitais? Como o amor e o ódio se integram à lógica das mídias digitais?

6 A MASSA MOBILIZADA POR DOIS AFETOS

Publicado em 1921, *Psicologia das massas e análise do eu*, de Sigmund Freud (2020b), ressoa ainda sobre nosso tempo como um clássico que nunca para de dizer algo novo. Para Calvino (1993, p. 11), “um clássico é um livro que nunca terminou de dizer aquilo que tinha para dizer”. O que Freud tem, ainda, a nos dizer?

À época, Freud estava sob os efeitos do fim da primeira grande guerra (1914-1918), do crescimento do antissemitismo na Europa, do fascismo que começava a se estruturar com o manifesto de Benito Mussolini, de 1919 – eventos que criavam laços sociais pautados no amor entre os membros do grupo e no ódio ao outro, este demarcado como inimigo. Nesse contexto, Freud se voltou à análise das massas. A obra integra-se a outras dedicadas à cultura: *Totem e tabu*, de 1913; posteriormente *O futuro de uma ilusão*, de 1927; *O mal-estar na cultura*, de 1930; e *Moisés e o monoteísmo*, de 1939. *Psicologia das massas e análise do eu* foi escrito praticamente junto com *Além do princípio do prazer*, de 1920, texto com base no qual Freud (2020a) desenvolve o conceito de pulsão de morte. Na análise sobre o vínculo nas massas, Freud remete-se a Le Bon (2018), autor de *Psicologia das multidões*, de 1895, para quem o indivíduo se anula em proveito das aspirações da massa.

A emergência dessa discussão se dá às voltas de insurgências no século XIX e do crescimento populacional nas grandes cidades, marcando uma “alma coletiva”. A renúncia de si na multidão, constituindo um instinto gregário, para Le Bon (2018) era um fato, enquanto para Freud, como observa Assoun (2012), era um problema.

A questão que se apresenta com base em Freud (2020b) pode ser formulada assim: o que demanda do sujeito esse movimento de anulação de si em favor das massas? Um dos caminhos é entender como as pulsões arcaicas são liberadas – pulsões sexuais (de amor) e agressivas (de ódio).

Freud (2020b) cita dois exemplos de grupos para falar da ligação libidinal: o exército e a Igreja. Não é o amor sexual envolvido, mas uma forma primitiva de amor manifestada pela identificação. Na teoria freudiana, a identificação começa na vida infantil. Pode ser observada quando o menino manifesta interesse pelo pai, tomando-o como ideal de seu modelo e, a partir daí, passa a apresentar atitudes similares às dele.

Pelos processos de identificação, pode-se entender o fenômeno que estrutura os vínculos na massa. A estrutura libidinal conduz para que o objeto (líder) passe a ocupar o lugar do ideal do eu, ou seja, a instância que regula a organização subjetiva.

Se para Freud a questão era colocada no sentido de entender os mecanismos subjetivos de identificação do “todo” com o “um”, ou seja, das massas com o líder, não precisaríamos de muito esforço para estabelecer a convergência com o modelo comunicacional que adquiriu seus contornos mais definidos a partir do século XIX, mas alcançou sua potência mesmo no século XX, primeiramente com a onipresença do rádio e, depois, da televisão na vida social. Os meios de comunicação de massa se estruturam na relação de um (o meio) com o todo (a audiência).

7 ADORNO COM FREUD

O filósofo Theodor Adorno entrou nesse debate em 1949, poucos anos após o fim da segunda grande guerra, em “A teoria freudiana e o padrão da propaganda fascista” para interpretar os vínculos entre a massa e o líder. A questão que se apresentava era: “Por que os seres humanos modernos retomam a padrões de comportamento que contradizem flagrantemente seu próprio nível racional e o presente estágio da civilização tecnológica esclarecida” (ADORNO, 2015, p. 159). A saída via Le Bon (2018) seria dizer que o indivíduo na massa cede lugar aos instintos primitivos, mas isso reduz a interpretação a um fato observável, sem explicar o processo.

Para dar conta da questão, Adorno volta-se à “Psicologia das massas e análise do eu”. Ele busca interpretar a força psicológica que marca a mudança do indivíduo para a massa. O desafio é entender o que estrutura os vínculos na massa. Para Freud (2020b), esse vínculo teria natureza libidinal, ou seja, como a pulsão sexual se manifesta na vida psíquica. Pertencer a um grupo seria mais do que um desejo; vem como demanda que marca a constituição do sujeito para suportar a experiência do desamparo (marcada desde o nascimento com a separação em relação ao corpo da mãe).

O modo como Adorno articula Freud para pensar a propaganda fascista é colocado assim: “Uma rebelião contra a civilização, o fascismo não é simplesmente a reordenação do arcaico, mas sua reprodução na e pela própria civilização” (ADORNO, 2015, p. 162). Importa menos perceber que na massa os indivíduos operam mais no registro das pulsões primitivas, mas sim como a própria modernidade se desenvolve na gestão das pulsões primitivas: raiva, violência, cólera etc.

Sobre a cena estrutural da comunicação do século XX, Novaes (1991) fez uma observação que vai ao encontro desta articulação – de que a reordenação do arcaico não é oposta à civilização, mas se integra à própria civilidade. Em “O olhar melancólico”, o autor diz:

Não é difícil descrever os tipos de emoções e paixões trabalhadas pela televisão brasileira: ambição (emoção que nasce da cólera), delação, lisonja (que é um tipo de mentira), ódio, vingança, cólera, ciúme, covardia, medo e, por fim – o mais comum dos temas –, a violência, que é o gênero de “força apaixonada e que visa a quebrar a resistência pelo terror” (NOVAES, 1991, p. 89).

Podemos resumir essas emoções descritas por Novaes (1991) ao afeto de ódio, que adquire, na mídia, a condição de discurso de ódio e se remete, ao mesmo tempo, a ações agressivas e violentas no convívio com o outro.

Se o debate acadêmico no século XIX era demasiadamente moralizante, de condenar os movimentos de massa, com as rebeliões urbanas, na primeira metade do século XX, tanto via Freud quanto via Adorno, o mal-estar teria relação com as formas de controle das pulsões, culminando na experiência nazista como exemplo máximo de extermínio das diferenças. Podemos dizer que os séculos XIX e XX são marcados pelo governo das populações, o qual o filósofo Foucault (2008) chama de biopolítica, contendo nesse movimento a ambiguidade do racismo de Estado.

Na perspectiva de Adorno (2015), a rejeição do “eu” – ao se integrar às massas – faz parte do projeto moderno, o que resulta na recusa imediata da dicotomia entre barbárie e civilização. Essa tese já fazia parte de uma obra anterior, *Dialética do esclarecimento* (1985), de 1947, escrita em parceria com Horkheimer.

Em que medida o governo das pulsões primitivas faz parte de nossa contemporaneidade, naquilo que também marca a diferença do nosso tempo com épocas anteriores? As condições materiais que melhor caracterizam nosso tempo são as tecnologias digitais, que possibilitam fluxos assimétricos de conteúdos e interações.

A cena comunicacional atual, pós-massa, como vimos, difere-se radicalmente do século XX. Mesmo presentes, os meios de comunicação de massa – cuja origem remonta ao século XIX e sua genealogia no século XV com a prensa de Gutenberg – vêm perdendo força. As mídias pós-massivas, ao qual permitem vínculos de hipermassa, via dispositivos e plataformas de conexão à internet, são marcadas sobretudo pela participação dos usuários na produção de conteúdos. Esse modelo rompe com a passividade do receptor; passividade no sentido de que na mídia de massa a informação alcança um grande público sem que este possa se manifestar na própria mídia. No entanto, principalmente no campo político, observa-se a circulação desses dois afetos – amor e ódio – alimentando a polarização e o vínculo entre os líderes e a massa digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este ensaio teórico partiu da leitura de autores que constroem uma interpretação do tempo presente. Por mais de *démodé* que o termo comunicação de massa soa aos dias de hoje, o que se observa é uma via ainda mais totalizante, estruturante da cultura, mas não mais pela via de um controle do conteúdo do que é produzido, mas por um gerenciamento dos conteúdos produzidos por todos os usuários da rede. A essa estruturação totalizante – que congrega quase todos os usuários da rede em poucas plataformas digitais – chamamos de hipermassa.

Há uma hiperconcentração de usuários ao mesmo tempo que há um hiperbanco de dados (big data) no processo de codificação (digitalização dos usuários) e decodificação (montagem de perfil dos usuários). A hipermassa indica um regime de informação que forma a caverna de Platão do século XXI.

Para Han (2022, p. 14-15), “o paradoxo da sociedade de informação é: as pessoas estão aprisionadas nas informações. Afivelam elas mesmas os grilhões ao se comunicarem e ao produzirem informações. O presídio digital é transparente”. Diferentemente da leitura de Han, a comunicação não se resume aos fluxos de conteúdos e a sua decodificação. O regime de informação não é um regime de comunicação, mas de anulação do sujeito e da alteridade. A renúncia do “eu” em prol do “líder”, por exemplo, em um contexto político. O regime de informação é a operação da incomunicação.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1985.
- _____. A teoria freudiana e o padrão da propaganda fascista. In: ADORNO, Theodor. *Ensaio sobre psicologia social e psicanálise*. São Paulo: Unesp, 2015. p. 153-189.
- ASSOUN, P.-L. *Freud e as ciências sociais: psicanálise e teoria da cultura*. São Paulo: 2012.
- BUCCI, E. *A superindústria do imaginário*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.
- CALVINO, Í. *Por que ler os clássicos?* São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- CASSINO, J. F. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e modulação midiática. In: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu. *A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais*. São Paulo: Hedra, 2018.
- CHOMSKY, N.; Herman, Edward S. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988.
- DELEUZE, G. Post-Scriptum Sobre as Sociedades de Controle. In: DELEUZE, Gilles. *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- FLUSSER, V. *O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac & Naif, 2013.
- FOUCAULT, M. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins fontes, 2002.
- _____. *Nascimento da biopolítica: curso no Collège de France (1978-1979)*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- _____. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FREUD, Sigmund. *Além do princípio do prazer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2020a.
- _____. *Psicologia das massas e análise do Eu*. In: FREUD, Sigmund. *Cultura, sociedade e religião: o mal-estar na cultura e outros escritos*. Belo Horizonte: Autêntica, 2020b. p. 137-232.
- HAN, B.-C. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Petrópolis: Vozes, 2022.
- _____. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Ed. Vozes, 2022.
- _____. *Não coisas: Reviravoltas do mundo da vida*. Ed. Vozes, 2021.
- LACAN, Jacques. Seminário sobre “A carta roubada”. In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. p. 13-66.
- LAZZARATO, M. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 2006.
- LE BON, G. *Psicologia das multidões*. São Paulo: Martins Fontes, 2018.
- NOVAES, A. O olhar melancólico. In: NOVAES, Adauto (org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 85-90.
- VALAS, P. *As dimensões do gozo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- VENERA, J. I. Teoria da comunicação na hiper massa: entre o amor e o ódio. In: 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, PUCMinas, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0817202320140764dea9bf17a7f.pdf. Acesso: 13 de jul. 2024.
- _____. *Por uma teoria do sujeito intervalar na experiência com a tela escura*. RUA, Campinas, SP, v. 25, n. 2, p. 505–521, 2019. Disponível em: [file:///C:/Users/User/Downloads/jabrao,+6.+A383+-+Por+uma+teoria+do+sujeito+intervalar+na+experiencia+com+a+tela+escura%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/jabrao,+6.+A383+-+Por+uma+teoria+do+sujeito+intervalar+na+experiencia+com+a+tela+escura%20(3).pdf) Acesso em: 12 jul. 2024.

Submetido: 10 de julho de 2024

Aceito: 10 de agosto de 2024