



**Hiperconexão em xeque:
o paradoxo do laço digital a partir do documentário *O dilema das redes* (2020)**

**Hyperconnection at stake:
digital loop paradox on *The Social Dilemma* (2020) documentary**

Vinícius Corrêa Araújo¹
Gustavo Souza Santos²

Resumo: Em um cenário onde as relações sociais estão cada vez mais subordinadas a mecanismos digitais, discussões a respeito das problemáticas resultantes desses hábitos excessivos ganham força, voz através de narrativas como a do documentário *Este estudo* objetiva analisar a narrativa do documentário, considerando a temática da hiperconexão e as problemáticas que isso tem causado no meio social. Por meio de pesquisa documental, a peça foi decupagem de cenas e exame de sua narrativa, a partir de sua temática central articulada nas dinâmicas socioculturais no uso das redes sociais e seu residual. Observou-se que o documentário assume, por meio da dramatização do cotidiano, uma visão crítica sobre os impactos subjetivos e políticos que as operações da lógica algorítmica e do interesse mercadológico de grandes empresas de mídia digital exercem sobre indivíduos, sociedades e a democracia.

Palavras-chave: Cibercultura; Mídia; Comportamento; Internet; Redes sociais.

Abstract: In a scenario where social relations are increasingly subordinated to digital mechanisms, discussions about the problems resulting from these excessive habits gain strength, voiced through narratives such as the documentary *This study* aims to analyze the narrative of the documentary, considering the theme of hyperconnection and the problems that this has caused in the social environment. Through documentary research, the play was decoupage of scenes and examination of its narrative, from its central theme articulated in the sociocultural dynamics in the use of social networks and their residual. It was observed that the documentary assumes, through the dramatization of everyday life, a critical view of the subjective and political impacts that the operations of algorithmic logic and the marketing interest of large digital media companies have on individuals, societies and democracy.

Keywords: Cyberculture; Media; Behavior; Internet; Social network.

¹ Recém-graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda e em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc). Publicitário e artista visual.

² Orientador do trabalho. Doutor em Desenvolvimento Social com estágio pós-doutoral pelo Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Social (PPGDS) da Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes). Professor das faculdades de Comunicação Social e de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc). Pesquisador associado do Cidadino (Núcleo Interdisciplinar de Temáticas Urbanas da Unimontes). E-mail: gustavo.ccpv@gmail.com



Introdução

As redes sociais surgem na extensão do pensamento messiânico e salvífico da internet como ponto de inflexão da informação difusa, das relações sociais postas em uma aldeia global e em sistemas de inteligência coletiva. A promessa de democratização da palavra e da informação sob uma utopia do lastro social como transformação social nas vias da tecnologia pavimentou um cenário em que plataformas de sociabilidade assumiram centralidade na produção do cotidiano.

Na medida em que cresceu o número de usuários, o conjunto de acessos e a potencialidade de seus conteúdos, redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* - para ficar em poucos exemplos - se consolidaram como plataformas de sociabilidade, mas atrelada a sistemas publicitários e de experimentação da informação, oferecendo dados e engajamento a partir de lógicas algorítmicas a marcas e agentes mercadológicos interessados.

Plasmando o cotidiano a partir da década de 2010 de forma mais expressiva, as redes sociais construíram uma teia complexa de sentidos e passou a representar desafios característicos aos indivíduos que fazem seu uso, às instituições e à sociedade de forma geral: ondas de consumo, tramas de discursos de ódio, modulação de gostos, indução de comportamentos em dissonância cognitiva, ampliação de plataforma para grupos e ideologias radicais, dilemas ético-morais sobre políticas de dados, bem como dramas do bem estar atrelados à cultura dataficada e platformizada.

Desse modo, em um cenário no qual as relações sociais estão cada vez mais subordinadas aos mecanismos digitais, discussões a respeito das problemáticas resultantes do uso social e as raias sociotécnicas desses novos sistemas de sociabilidade e exercício de vida ganham força por meio de contra-narrativas em produtores de conteúdo independentes, pesquisadores, escritores e produções audiovisuais, como o documentário *O Dilema das Redes* (2020), que propõe reflexões e caminhos para se pensar encaixes e desencaixes sociais.

O diretor da obra, Jeff Orlowski, reuniu em sua obra os principais ativistas sobre as transformações sociopolíticas das lógicas algorítmicas e dos interesses das *big techs* que vêm tentando aplicar novas maneiras de lidar ou questionar as mídias, as redes e as empresas de



tecnologia em geral. Muitos desses nomes possuem carreiras reconhecidas em empresas de tecnologia como *Google*, *Facebook* e *Instagram* e num determinado momento de suas vidas perceberam que o rumo que as companhias aplicam para a sociedade seguir resultam em danos sérios ao bem estar.

Nomes como Tristan Harris (ex-Google), Jeff Seibert (ex-Twitter) e Sandy Parakilas (ex-Facebook) participam da produção e, a partir de sua trajetória, começaram a se articular e se movimentar a deflagrar supostos esquemas sociotécnicos perpetrados pela gestão das *big techs*, bem como alertar sobre políticas de controle de dados, mecanismos de captura de sociabilidade e subjetividade por meio das redes sociais e suas métricas, com consequências à saúde, ao tecido social e alertas democráticos.

Patologias do social - como o *fear of missing out*, a homogeneização do gosto, as estruturas de dissonância cognitiva e vieses de confirmação, a radicalização de discursos de ódio e a massificação de comportamentos sociais nocivos à saúde e ao bem estar humano - como as apresentadas no documentário por vezes passam imperceptíveis. Isto se atribui à integração e aculturação dos mecanismos e métricas sociais das plataformas ao cotidiano, como um dispositivo de mediação totalizante (BAUDRILLARD, 1991; 2001; LANIER, 2018), o que resulta em estados de naturalização dos processos ora debatidos.

Portanto, esse estudo busca apresentar o paradoxo da hiperconexão. Isto é, na medida em que plataformas, dispositivos e seus recursos promovem circuitos de difusão e acesso à informação, estimula o lastro social por intercâmbio, há um revés de que as mecânicas de sociabilidade e suposto caráter comunitário é induzido por meio de sínteses algorítmicas, isto é, programações deliberadas e ajustáveis que tornam as ambiências digitais mais promissoras a engajamentos de interesse mercadológico, em detrimento de efeitos secundários como radicalização e fragmentação social (LOPES, 2015; OLIVEIRA, 2017; LANIER, 2018).

A conexão, valor e atributo de uma sociedade em rede aberta e disruptiva, marca o anelo pelo laço global e hipercultural, mas é - no argumento da obra e deste texto - subterfúgio para conveniências de interesses comerciais, criando comunas ou enxameamentos de usuários que transformam conectividade de laço em conectividade de desintegração social ou erosão de bases democráticas, insuflando imagens do real por meio dos signos e promessas produzidas por algoritmos personalizados (OLIVEIRA, 2017; HAN, 2018).



O documentário funcionará como objeto principal de estudo, uma vez que possui uma narrativa que explora o contexto da conexão excessiva, com conhecimento teórico embasado por especialistas, mas sem perder a linguagem que cativa e esclarece devido aos recursos audiovisuais que possuem essa característica de transmitir a mensagem de uma forma mais lúdica, propondo discussões sobre os novos laços sociais e como isso pode ser modificado para que o bem estar coletivo seja encontrado.

Por fim, essa discussão se mostra relevante tendo em vista que o contexto onde estamos inseridos caminha cada vez mais rápido para relações totalmente mediadas por conexões e aparelhos móveis. Reflexões como essa precisam ser colocadas em pauta para que no futuro próximas políticas de saúde pública, novos hábitos e leis resguardem ao meio social o mínimo de bem estar e privacidade.

O objetivo deste estudo foi analisar o documentário *O dilema das redes* (2020), considerando sua narrativa sobre os paradoxos da hiperconexão na contemporaneidade. Inicialmente, refletem-se os pressupostos da cibercultura na vida social e, a seguir, discute-se a narrativa do documentário.

O percurso metodológico se caracteriza como uma pesquisa de base documental, tendo por exemplar de análise, o documentário *O Dilema das Redes* (2020). Por meio de uma decupagem de cenas e análise descritiva de seus objetos e roteiro, procede-se o exame de sua textualidade e enfoque, fundamentando-se nas teorias e conceitos apresentados pelos autores presentes na revisão bibliográfica tais como como Recuero (2006; 2012; 2013), Lanier (2018), Han (2018) e Lévy (2000).

Estabelece-se, portanto, um paralelo entre o que foi apresentado na bibliografia e como esses fatores técnicos foram apresentados com uma roupagem mais acessível pelo documentarista a fim de haver uma melhor compreensão do público a respeito de um assunto tão importante. Inicialmente, o texto explora os caminhos da conexão e da hiperconexão nos brios da cultura digital contemporânea e, a seguir, desenvolve-se um exame da narrativa do documentário e seu comentário social em perspectiva.

1. Explorando o dilema das redes e a hiperconexão



A cibercultura e sua autenticidade aplicada ao meio social resultaram em novos hábitos e formas de relacionamentos interpessoais. Para Levy (2000), se considera uma revolução, um novo espaço que diferentemente de tudo aquilo que já havia sido construído possui potencial imensurável. Ainda segundo o autor, os anos 1970 e 1980 foram fundamentais para esse processo, pois nesse período a tecnologia, que antes era restrita às forças armadas e tinha um caráter técnico e dificultoso, ganhou uma nova roupagem e portabilidade permitindo, assim, a sua inserção em ambientes como cinema, televisão, dentre outros (LÉVY, 2000).

Essa democratização - ou ideário utópico de ampliação do acesso à informação e sua gestão cultural por parte de múltiplos sujeitos e territórios - foi o primórdio de tudo que se conhece hoje como redes sociais, teletrabalho, interações via smartphone. Segundo Motta (2009), o desenvolvimento da tecnologia alterou completamente a maneira como as relações são levadas no cotidiano, pois a presença é intercalada com o auxílio de dispositivos móveis e tudo isso gera as cidades digitais.

As interações passaram a ser modificadas de acordo com o que dita os novos modos de relações vigentes na cibercultura, segundo a psicanalista Hebe Tizio, predominando as conexões descompromissadas. Isto é, permeia-se as operações cotidianas e as fabricações sociossimbólicas do eu, do outro e da realidade a partir das métricas, recursos e manufaturas das mediações sociotécnicas das redes e plataformas, de tal modo que estas são naturalizadas. O real passa a ser confundido com o virtual, há uma linha tênue daquilo que é considerado essencial ou inválido, tudo se torna mais volátil (TIZIO, 2006). Nesse contexto onde os vínculos se tornaram mais frenéticos, as redes sociais entraram como protagonistas e reforçaram o cenário que vinha sendo desenvolvido desde os anos 1970.

Recuero (2005, p. 11) explica que “esses sistemas funcionam com o primado fundamental da interação social, ou seja, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizadas para forjar laços sociais”. Isso porque esses espaços dão aos usuários uma falsa liberdade que está associada às características que permitem a disseminação de ideias em larga escala - indexação de assuntos, métricas como curtidas e compartilhamentos, grupos, mensagens privadas e viralizações -, quase sempre com filtros limitados em relação ao tipo de conteúdo criado, originando histórias que distorcem o dia a dia.



Segundo Rezende, a veracidade ou a lógica dos fatos já não são considerados mais, estando os indivíduos cada vez mais preocupados em apenas alimentar a rede. Independentemente da narrativa e seus detalhes, o engajamento de outros espectadores e as ligações que são construídas a partir desse panorama suprem os lados ocultos das redes sociais (REZENDE, 2012).

Desde o *boom* das redes sociais a partir dos anos 2000, companhias que exploram essas ferramentas começaram a crescer desenfreadamente, tornando-se os maiores modelos de negócios do planeta com faturamentos mensais que passam de bilhões de dólares. Empreendimentos como Meta (*Facebook, Instagram e WhatsApp*), *Twitter* e *TikTok* conseguiram desenvolver mecanismos de controles de dados precisas de sistemas de recompensa e visibilidade, fazendo com que usuários e produtores de conteúdo se integrem de forma intensificada aos quadros de consumo, disseminação, avaliação e viralização da informação, ampliando o lastro mercadológico de base publicitária dos produtos.

Isso demonstra um novo estado sistêmico e mercadológico das redes, plataformas e dispositivos. Os atributos de sociabilidade e de disseminação da informação se imiscuem de um programa cultural e parassocial de ações, reações e disposição da dados informativos e dados-comportamento, tornando-se capitais econômicos e culturais para formatos publicitários e experimentos mercadológicos (OLIVEIRA, 2017; HAN, 2018). Desse modo, os laços se desenvolvem como se fossem organismos independentes, trilhando caminhos novos de acordo com as análises de dados feitas instantaneamente (ORLOWSKI, 2020).

Para Sandy Parakilas Orłowski (2020), ex-gerente de operações do *Facebook* e da *Uber*, a grande questão é como essas redes e a cultura do ciberespaço têm tratado esses números obtidos através dos algoritmos. Os dispositivos andam próximos à excelência e disparam diariamente uma quantidade enorme de informações dos cidadãos, estando mais do que nunca independentes, e em breve suas métricas não vão depender em nenhuma etapa do ser humano.

A conexão como forma mais ampla das grandes empresas que comandam as mídias sociais - algo além da internet - são via de regra essenciais para o sucesso das companhias e da adesão do público. É *zoon politikon* aristotélico³ reificado e requalificado como métrica para

³Atributo humano de animal social e político cunhado por Aristóteles em sua obra *Retórica* (ARISTÓTELES, 2015).



adensar novos meios de entender e processar o real, a partir dos regimes sociotécnicos das telas e das redes. As redes sociais não vendem apenas fotos e mensagens trocadas, a socialização é o recurso mínimo. O valor agregado ultrapassa os protocolos daquilo que é descrito como função das mídias no geral.

O estilo de vida transmitido no dia a dia é capaz de influenciar milhares de seguidores. Por trás disso, as métricas e algoritmos são os grandes responsáveis por levar ideias àqueles cujos perfis traçados condizem com um percentual grande de assertividade, isso significa que provavelmente a influência conseguirá manipular o sujeito em questão (LANIER, 2018).

Desde a criação dos métodos de vigilância via dados, era previsível o declínio e adoecimento da população. Entende-se aqui por adoecimento, os comportamentos sistemáticos e taxativos de submissão da produção da subjetividade e de validação social pelas lógicas de sociabilidade das redes sociais, bem como os efeitos das tramas e conteúdos que intensificam discursos e imagens do real.⁴ Há deslocamentos dos sistemas de recompensa e de marcadores emocionais para a gestão de idealizações e ideários sobre perspectivas socioculturais e de aspectos intra e intersubjetivos.

Em entrevista, o ex-presidente do *Facebook*, Sean Parker, reforçou essa teoria e deixou aceso o alerta sobre como a cibercultura e as redes sociais podem afetar as pessoas: “estamos explorando uma vulnerabilidade da psicologia humana. E acho que nós, os criadores e inventores... Eu, o Mark, o Kevin Systrom do *Instagram*, todas essas pessoas, nós tínhamos consciência dessas questões e fizemos isso mesmo assim” (ORLOWSKI, 2020).

As plataformas possuem um modelo baseado nas inovações da tecnologia que se caracterizam por ambientes virtuais onde empresas conseguem fortalecer seu branding, um ambiente que pode ser desvinculado do site propriamente dito dando portabilidade aos usuários. Os *apps* são exemplos de plataformas que tendem a deter maior atenção e sucesso do público. Há um enorme leque de possibilidades nos *apps*, que vão desde interações sociais que utilizam a fotografia como suporte, a modelos de serviços aos quais prestadores e consumidores são conectados com apenas um clique.

⁴Nesse plano, pode-se citar fenômenos como a avidez do acontecimento do *fear of missing out*, o consumo irrefletido e mediado, bem como novos espectros de comportamentos ansiosos ou depressivos, distúrbios de imagem e outras distorções cognitivas.



Além desse viés comercial, as plataformas conseguem captar o público e reter sua atenção, sugerindo um produto supostamente gratuito, dando a falsa impressão de liberdade e controle daquilo que se consome nesses ambientes. Entretanto, a maioria é sustentada pela propaganda que faz inserções massivas nas plataformas. Um bom exemplo disso são os *games*, ou vídeos do *YouTube* os quais internautas baixam da plataforma sem custos, mas durante seus acessos são interrompidos por comerciais estrategicamente inseridos (LANIER, 2018).

Para Lanier (2018), essa nova modalidade de publicidade foge daquilo que um dia poderia ser considerado comercial e alcança patamares que modificam comportamentos de forma massiva com aplicações que levam em conta os mínimos detalhes, tudo a partir de um toque no dispositivo móvel. A cibercultura é a célula que agrega todos esses mecanismos (análises de dados, mídias sociais, interações mediadas por dispositivos móveis). Através dela novas mentalidades surgiram a fim de desenvolver os ciberespaços, mesmo que custasse a saúde e as interações do presente.

A vigilância de dados, manipulações sutis sustentam a comunicação há muito tempo e hoje tudo que envolva a transmissão de uma mensagem de um ponto ao outro necessariamente cairá na rede de um desses fatores, sendo planejado ou não. É possível conectar esse fenômeno ao que a psicanalista Tizio (2006) diz em que “hoje se encontram em primeiro plano os efeitos que o discurso capitalista introduz com o apagamento da dimensão subjetiva e a desregulação do gozo, extravio e aceleração”.

Cabe agora, portanto, como no início, desenvolver novas métricas que redirecionem esse processo, domar o potencial imensurável dos números e transformá-los em algo que pode ser contido. Em outras palavras, humanizar, transformar a doença em mecanismos de interações saudáveis e não apenas permitir que as pessoas cedam de forma irreversível à manipulação e dados em excesso que visam apenas lucros e engajamento.

2.1 Hiperconexão e consumo de mídia: afetos e políticas da cultura digital

O excesso de plataformas, a crescente socialização intermediada via softwares e redes sociais, alterou também o fluxo das informações (RECUERO, 2011; 2013). A mesma notícia é dada por diversos veículos da mídia de maneiras distintas. Ao abrir o celular o público é bombardeado por informações. Essa guerra de ideias faz com que muitas vezes as narrativas



sejam alteradas conforme os interesses das empresas. Esse ciclo exige pesquisas diárias por parte de quem realmente busca a verdade, o constante conflito torna-se exaustivo já que a confiança é quebrada por *fakes news* cada vez mais complexas e articuladas.

Jaron Lanier exemplifica esse cenário: para o autor, a rivalidade oriunda da incessante busca pela atenção fez com que ao longo dos anos os artifícios para vencer fossem cada vez mais atrelados a métodos antiéticos resultando em gerações inteiras que associam diretamente esses artifícios a comunicação ética (ORLOWSKI, 2020).

Para Recuero, esse esforço mínimo para alcançar tudo aquilo que provém das mídias resulta cada vez mais em cidadãos com perspectivas distorcidas daquilo que é um benefício em relação às falsas ideias da mesma (RECUERO, 2012). A percepção dos benefícios é envolto em falsas sensações de recompensa causada pelo excesso de consumo. Pequenas doses de dopamina são experimentadas quando se encontra aquilo que se busca de maneira rápida.

Oliveira, por sua vez, aborda a hiperconexão resultante do consumo diário, a todo instante, das mídias como inimigo do tempo. De acordo com a autora, se trata de um fator que modifica e exclui toda e qualquer individualidade em razão da pressão e da busca de estar sempre compartilhando e se atualizando a respeito de tudo, o que comprime a existência e reduz as vivências em cliques e acessos a sites (OLIVEIRA, 2017).

Não distante dessa questão, um grande fator para o fortalecimento da quebra das individualidades é a vigilância, termo este presente nas discussões sociais mais latentes. A vigilância é peça para moldar os interesses e estruturas comunitárias, a conexão é artifício que colabora para o monitoramento e compreensão do que cada sociedade pensa a respeito de determinado tempo. Ligado a esse fato, o consumo para além das mídias é sempre registrado; registros que possuem a capacidade de instigar ainda mais consumo devido os padrões criados para encorajar esses hábitos.

Um exemplo efetivo disso: o anúncio disparado nos canais de comunicação tradicionais possui variabilidade, a fim de se apresentar da melhor maneira possível, em outras plataformas. O cidadão que passa o dia recebendo esses estímulos em determinado momento cede e adquire o produto. A necessidade de compartilhar essa conquista fala mais alto e aquele que foi instigado, instigará todos os outros usuários com quem tem contato nas mídias (ORLOWSKI, 2020).



Recuero (2013) exemplifica o cenário citando uma das redes onde o discurso é facilmente dissipado, o *Facebook*. Segundo a autora, o mecanismo no qual comentários e publicações ficam disponíveis para quem quiser acessar, facilita e reforça essa propagação quase que viral das ideias, falas, produtos, seja para um uso benéfico ou maléfico, uma vez que a rede possui abordagens falhas para conter esse ato.

De acordo com Lanier (2018, p. 68) “quando estamos conectados, com frequência temos pouca ou nenhuma condição de saber influenciar o contexto em que nossa manifestação será entendida”. O autor, ainda sobre a compreensão dos discursos e os impactos que isso causa, levanta um ponto a respeito dos conteúdos individualizados típicos dos novos modelos de mídias: os arquétipos que essa referência gera, além de estimular a hiperconexão, abrangem a definição do conceito de “entendido”.

A população sofre com a falta de empatia, uma vez que tudo o que ela consome são apenas modelos pensados estrategicamente no gosto individual. Essa falta de percepção gera reações em cadeia, pois o indivíduo, na sua ignorância causada pelos acessos feitos em conteúdo com um único olhar do mundo, tende a seguir aqueles que consomem apenas o mesmo tipo de ideia (LANIER, 2018).

Os vínculos resultantes dessas ambiências são frágeis, pois não há mais respeito em relação a opiniões divergentes. O que é aplicado na rede é reproduzido em uma escala muito maior no mundo presencial. Há um movimento gradativo em direção à banalização do ódio, todos estão sob olhares 24 horas e qualquer má interpretação gera revolta e ataques além dos ambientes virtuais.

No documentário *O Dilema das Redes* (2020), Chamath Palihapitiya, ex-gerente de crescimento do *Facebook*, nomeia essa tese como “frágil popularidade”. Os indivíduos, diante do senso de perfeição que conduz a sociedade, se vê na obrigação de encaixar e reproduzir tudo aquilo que lhe dará um certo prestígio. Entretanto, os supostos benefícios de suas atitudes são temporários, e em um curto prazo já vão estar sozinhos e carentes de atenção novamente. (ORLOWSKI, 2020)

Segundo Motta (2009), a hiperconexão se tornou a grande aliada da sociedade do controle. Através dela os reforços diante à cadeia de quem rege e quem é regido é reforçada e,



portanto, quanto maior o consumo de mídias e materiais relacionados, mais fácil será de manter os laços de comando que conduzem a muito tempo.

A mídia, como um todo, virou sinônimo de controle no sentido mais amplo da palavra. Seja o controle daquele público que uma empresa quer atingir para vender seus produtos, até a manipulação de um país inteiro em favor de determinado político em uma eleição. O controle e a desconexão de contatos verdadeiramente sociais têm adoecido a população na medida que esses novos regimes espaçotemporais fabricam sensibilidades ou hiperssensibilidades do consumo de si, da informação e do real (OLIVEIRA, 2017).

A hiperconexão inverte papéis, profissionais mudam de posição e passam a ofertar conhecimento e soluções, para um posicionamento onde aguardam do sujeito as respostas e a partir daí os direciona, uma vez que este tem acesso a todas as informações que precisaria, portanto, grande parte do processo do conhecimento é descartado. O que realmente interessa são tópicos específicos e que respondem questões individuais de fácil e irrestrito acesso, o que promove constante letargia e falta de memória em relação a assuntos relevantes (TIZIO, 2006).

Se por um lado o indivíduo passa a ter acesso a quase todas as informações que ele deseja, por outro, ele se vê aprisionado por conta das barreiras que a hiperconexão quebrou. Com a conectividade as empresas podem atribuir jornadas que extrapolam as regras trabalhistas, criando novos pontos de discussões sobre até onde as mídias podem ir.

Segundo Braga (2015), na sociedade técnica os dispositivos móveis propõem uma gama enorme de ambientes de trabalho, conseqüentemente, as horas que se passa trabalhando aumentaram inúmeras vezes. Além disso, o aumento pode ser checado por um click dos patrões, o faz com que funcionários integrem sua vida pessoal e íntima ao trabalho. Essa falta de limites e distinção acarreta uma constante sobrecarga.

Ao abordar temas como o da hiperconexão, a linguagem via produção audiovisual especialmente por meio do documentário, faz com que informações complexas sejam transmitidas de uma forma lúdica, onde o espectador independente do seu grau intelectual consiga absorver totalmente ou boa parte da temática tratada, Zandonade e Fagundes (2003) reforçam essa característica, segundo as autoras o documentário tem a capacidade de retratar a realidade mas ao mesmo tempo abrir perspectivas de interpretações variadas, dependendo de quem assiste a obra.



O objeto desse estudo reúne uma narrativa onde o documentarista Jeff Orlowski através de entrevistas com os maiores nomes que encabeçam a discussão proposta expõe o assunto em uma linguagem inclusiva e direta, o entrevistado é o centro da atenção, a abordagem da câmera estática onde o sujeito é o centro da atenção transmite a sensação de proximidade e evita interpretações errôneas daquilo que está sendo exposto.

Para Sato e Tezani (2014), esse recorte da realidade faz com que a experiência seja mais imersiva, na qual o espectador extrapola o campo de observador passivo e se torna ativo, interpretando-a e, conseqüentemente, transmitindo, de alguma maneira, no seu cotidiano.

O enredo com a participação de figuras conhecidas das grandes empresas de tecnologia traz credibilidade à obra, além disso, o recurso utilizado pelo diretor de criar uma história paralela através do cotidiano do personagem Ben, faz com que o conhecimento teórico exposto pelos especialistas seja representado, Sato e Tezani associam essa habilidade de conseguir criar laços de sentido entre falas técnicas e representações lúdicas a um poder social, onde o resultado em grande maioria são obras que transpassam as barreiras geográficas, disseminando conhecimento a sociedade (SATO; TEZANI, 2014).

Sendo assim, o objeto desse estudo por se utilizar de uma linguagem narrativa que em grande parte da obra valoriza a proximidade através dos recursos de gravações onde câmeras seguem um fluxo estático, cores são sempre voltadas para um lado mais natural sem excessos, tudo isso a fim de promover seriedade ao documentário e uma identificação maior do público.

Isto vai ao encontro da definição de Nogueira (2015), que caracteriza obras semelhantes como documentário interativo, que ao contrário dos tradicionais a sua trama se desenvolve por meio de diversas possibilidades, áreas do conhecimento e especialistas de temáticas diversas se reúnem e expõe problemas e soluções a respeito da discussão, tudo isso após captado e editado sob tutela do diretor resulta em uma obra que instiga o espectador a tirar suas conclusões ao invés de estabelecer um único ponto de vista.

2.2 Da conexão à hiperconexão: a narrativa do documentário

Segundo Rezende (2012), a veracidade ou a lógica dos fatos já não são considerados mais, estando os indivíduos cada vez mais preocupados em apenas alimentar a rede.



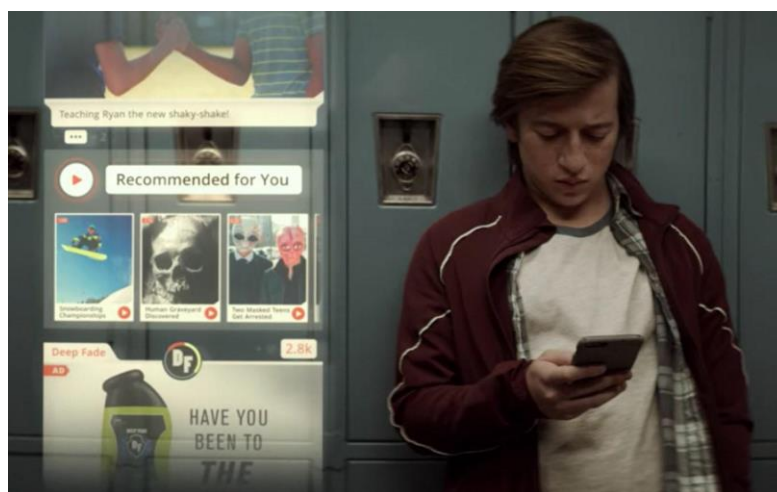
Independentemente da narrativa e seus detalhes, o engajamento de outros espectadores e as ligações que são construídas a partir desse panorama suprem os lados ocultos das redes sociais.

Diante disso, entra em questão aspectos de como as relações sociais vão se dar em um futuro próximo, as novas modalidades de convívio que vem sendo reforçadas constituem em dinâmicas excludentes, no aspecto mais amplo da palavra, há uma exclusão do contato, exclusão de grupos menos favorecidos e marginalizados. As mazelas sociais que no cotidiano já são impactantes e dolorosas, ao adentrar no ambiente virtual ganham força e maneiras para aumentar ainda mais essa dor.

A linha tênue entre os benefícios e problemas gerados pela hiperconexão são afastadas por muitas vezes dos debates amplos, não existem grandes medidas judiciais que possam proteger o consumidor dos danos por completo, com isso recursos como o documentário *O Dilema das Redes* vem para agregar nesse contexto.

A maneira como o diretor Jeff Orlowski cria o enredo apresentando a hiperconexão apoiada por conceitos e vivências práticas de grandes nomes da indústria da tecnologia, além disso, consegue criar uma representação paralela com uma família fictícia que vivência as falas dos especialistas com objetivo de demonstrar de forma lúdica o que de fato acontece com as pessoas ao adotar hábitos de consumo programados pela rede explicita muito bem a temática, e evidencia soluções que conseguem utilizar uma linguagem semelhante das mídias sociais, o que atrai e educa em forma de entretenimento.

Figura 1 - Cena de *O dilema das redes* (2020)





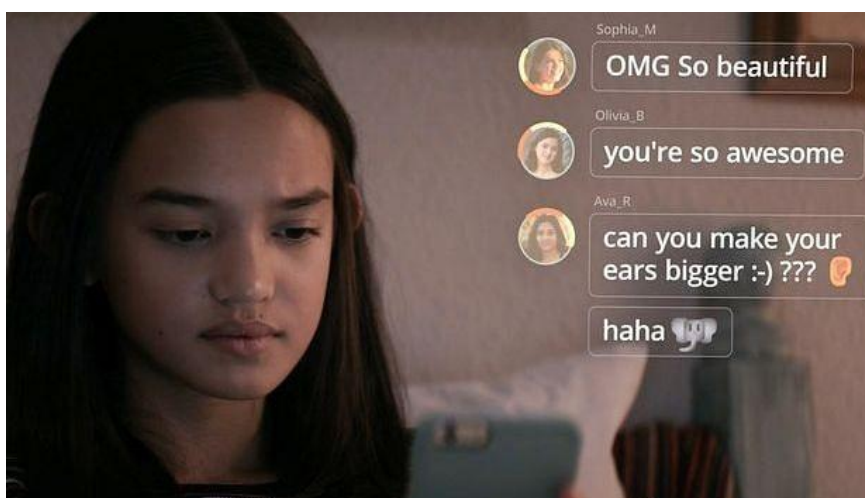
Considerando que o algoritmo criado pelas grandes empresas bombardeiam todos os dias as telas de maneira assertiva, sugerindo produtos e conteúdos para passar o tempo, a única forma de conseguir conscientizar a população sobre o quão prejudicial essa prática é, de fato é criando soluções que inicialmente consigam reproduzir essa linguagem dinâmica e atrativa, isso foi feito de maneira positiva com o documentário objeto deste estudo.

Na figura 1, o personagem Ben recebe uma série de indicações de vídeos de acordo com o que o algoritmo percebeu do seu comportamento, entre essas indicações possuem vídeos com linguagens que estimulam o comportamento violento e atitudes extremistas. Exemplificações como essa, o diretor conversa diretamente com o público que passa por essa vivência quase que diariamente, isso cria uma relação entre a obra e o espectador, aumentando as chances de quem assistir começar a se policiar e rever os hábitos no ambiente virtual.

A interação mediada por dispositivos tem por princípio explorar necessidades psicológicas humanas, desde o sucesso da primeira rede social a questão deixou de ser apenas virtual ou comercial, necessariamente os indivíduos passaram a ser manipulados massivamente, isso resulta em gerações inteiras com comportamentos afetados devido aos padrões aplicados.

Na figura 2, a personagem Isla sofre na prática com esse comportamento, após a publicação de uma foto, diversos comentários positivos foram feitos, mas nesse meio houve um que insultava uma característica física, isso mudou completamente o humor da garota, que passou a cobrir parte de seu corpo com vergonha do que seria falado nas mídias sociais.

Figura 2 - Cena de *O dilema das redes* (2020)



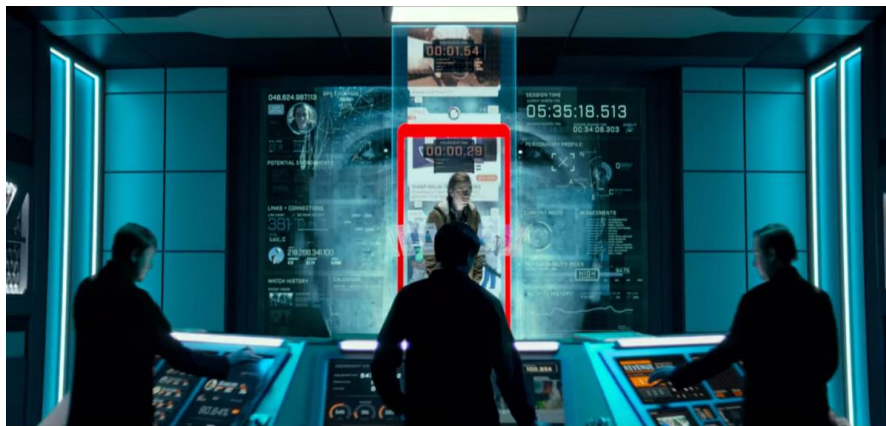


A personagem representa gerações inteiras de crianças, adolescentes, que buscam viver através das aprovações midiáticas, os comentários e engajamento das plataformas sociais ditam o seu humor, sua diversão, ou seja, a felicidade no cotidiano.

No documentário, Chamath Palihapitiya, ex-gerente de crescimento do *Facebook*, nomeia essa tese como “frágil popularidade”. Os indivíduos, diante do senso de perfeição que conduz a sociedade, se vê na obrigação de encaixar e reproduzir tudo aquilo que lhe dará um certo prestígio.

Entretanto, os supostos benefícios de suas atitudes são temporários, e em um curto prazo já vão estar sozinhos e carentes de atenção novamente (ORLOWSKI, 2020). As relações passaram a funcionar como jogos, doses pequenas de dopamina são conquistadas quando a foto recebe o *like*, no momento em que os vídeos publicados ganham repercussão, diversos perfis tornaram-se responsáveis em ensinar como manter o engajamento em alta com truques que desvendam as entrelinhas de um perfil de sucesso.

Figura 3 - Cena de *O dilema das redes* (2020)



Isso criou o hábito da repetição, as publicações são em grande maioria padronizadas, seguindo essas tendências que supostamente dão mais visualizações ao que está sendo divulgado, acima Ben é tido como centro das atenções dos “algoritmos” representado pelos três homens nos computadores, aqui se passa uma simulação de como os códigos “observam” suas práticas e somando a diversos fatores de controle assumem o que é consumido e publicado, tendo domínio até do tempo em que o jovem leva para reagir aos estímulos dados (figura 3).



Tendo essa interação superficial como referência, o que vem sendo divulgado não possui mais um rigor técnico e muito menos um compromisso com a verdade, os novos moldes da disseminação de informações são pautados na velocidade, quantidade. Isso abriu precedentes para realidades distorcidas que dominam e convence a viver uma rotina que exclui grupos e pregam condições de vida que desprezam as individualidades.

O interesse das marcas e empresas em estar presente no espaço digital para aproveitar as possibilidades do *big data* produz um efeito colateral antidemocrático no que diz respeito à manipulação dos desejos, da percepção e das emoções (AGNER; OFSTETTER, 2018).

A via contrária da democracia, sendo o sentido amplo da definição, para além da subjetividade, as práticas do big data respingam em assuntos como por exemplo: eleições de países emergentes, em que publicações ou estratégias em mídias sociais munidas de discursos irreais são capazes de definir o futuro da população.

A hiperconexão inverte papéis, profissionais mudam de posição e passam a ofertar conhecimento e soluções, para um posicionamento onde aguardam do sujeito as respostas e a partir daí os direciona, uma vez que o sujeito tem acesso a todas as informações que precisaria, portanto, grande parte do processo do conhecimento é descartado.

O que realmente interessa são tópicos específicos e que respondem questões individuais, sendo elas de fácil e irrestrito acesso, o que promove constante letargia e falta de memória em relação a assuntos relevantes (TIZIO, 2006). Essa alienação e a falsa sensação de dominar os assuntos, criaram ao longo dos anos indivíduos incapazes de manter discussões produtivas, grupos se fecham em bolhas em que quase todos pensamentos são semelhantes.

Esse processo pulveriza as particularidades que poderiam ser trabalhadas, causando ascensão de ideias discriminatórias, sendo esse ponto ligado diretamente ao que foi citado anteriormente sobre as eleições de países emergentes, onde grupos ultraconservadores conseguem por meio da hiperconexão da sua população vencer disputas eleitorais com argumentações pautadas em inverdades.

Portanto, para mantermos relações com o conteúdo digital é necessário uma reestruturação dessas práticas, o fluxo descontrolado que temos atualmente só contribui para o adoecimento da população. A visão do documentário é a nova vertente sobre a hiperconexão, e através desta podemos ver uma crescente dos hábitos mais saudáveis diante do cenário digital.



Intensifica-se o debate de que no futuro será indispensável leis regulamentando de forma mais rígida o poder desses algoritmos, um controle maior sobre os efeitos que essas grandes indústrias geram nas populações, debates mais constantes como os propostos pelo o objeto desse estudo, visando gerações mais saudáveis e informadas através de mecanismos que considerem as individualidades e que respeitem a privacidade.

Considerações finais

Por meio do presente estudo, conclui-se que o paradoxo do laço digital moldou e vem moldando as relações sociais como um todo, a forma de consumir ferramentas e mídias online deixou a muito tempo de ser um hábito sadio ou uma maneira de facilitar interações e tarefas do cotidiano, não são mais pessoas que utilizam dos mecanismos para ajudá-las mas sim os mecanismos e algoritmos ditando o que consumir, como comportar.

Tristan Harris, ex-ethic designer da *Google*, no documentário, aborda o fato de como o mecanismo das mídias deixou de ser uma opção de lazer. A questão não é mais apenas a maneira como as pessoas passam horas e horas diante das telas, mas o fato das mídias estarem cada vez mais no subconsciente mudando a percepção de identidade e destruindo a auto estima de quem consome o conteúdo digital (ORLOWSKI, 2020).

Sob uma perspectiva dos afetos, as quais estão sendo desconsideradas e transformando as características e sentimentos das pessoas em algoritmos, as questões individuais que afetam diretamente a sanidade mental dos consumidores das mídias sociais são debatidas apenas em pequenos grupos, sem a notoriedade das apresentações ou dos júris que envolvem as empresas gigantes da internet.

Oliveira (2017) relaciona o contexto descrito com a percepção daquilo que é longo ou breve, a maneira de lidar com os problemas, entretenimento, descanso são análogas à hiperconexão. Isso gera um fluxo pequeno de doses de dopamina durante o dia o que deixa o indivíduo sempre na iminência de permanecer conectado e, apesar das horas ininterruptas na frente dos dispositivos, são sempre bem-vindos alguns minutos a mais (OLIVEIRA, 2017).

Posto isto, a análise da rede que compõem a cultura digital revela que o valor agregado sempre foi associado aos dados e informações em seu sentido mais técnico, logo, tudo aquilo



que por essência vai de encontro aos números e ao lucro tende a ser esquecido. Os afetos desenvolvidos nas mídias são pontuais e se de alguma forma comprometer o modelo de negócio terá como consequência o seu fim (LANIER, 2018).

Alguns exemplos mundialmente conhecidos que fundamentam a hipótese em discussão são os casos de vazamentos de dados em larga escala pelo *Facebook* também são fatores associados à imagem da cultura digital, Mark Zuckerberg, criador do *Facebook*, já esteve nos tribunais diversas vezes, grande parte delas em consequência de vazamentos de dados. O problema atingiu desde grandes empresas até figuras estatais gigantes. Mesmo com essas ocorrências, não houve grandes mudanças ou iniciativas visando soluções.

Um agravante dessa situação é o fato das crises ocorrerem com frequência e os protagonistas saírem sempre impunes. As leis ainda não são adequadas o suficiente para proteger e limitar o poder que esse modelo de negócio possui. Com isso, exemplos cada vez mais absurdos, como os vazamentos de dados nos Estados Unidos e o uso do *Facebook* e *Whatsapp* como fatores fundamentais na disputa presidencial do Brasil em 2018. Nesse último caso, as redes foram usadas como ferramentas decisivas e, mesmo com todas as denúncias a respeito, elas não sofreram quaisquer restrições (AGNER; HOFSTETTER, 2018).

O interesse das marcas e empresas em estar presente no espaço digital para aproveitar as possibilidades do *big data* produz um efeito colateral antidemocrático no que diz respeito à manipulação dos desejos, da percepção e das emoções. (AGNER; HOFSTETTER, 2018). Assim, as medidas que existem parecem não atender de forma justa os problemas relacionados às políticas e o bem estar social, as mídias permanecem reproduzindo práticas destrutivas e que se não trabalhadas, futuramente vão gerar mais caos.

Sendo assim, é urgente um olhar mais crítico e propostas extra acadêmicas, um olhar mais crítico e uma reestruturação dos hábitos precisam ser iniciadas a fim de garantir uma sociedade mais saudável e com um controle maior dos seus desejos e comportamentos.

REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz; HOFSTETTER, Juliana. O marketing digital como instrumento de controle nas redes sociais. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 10., 2018. **Anais [...]**. Juiz de Fora: ABCiber, 2018.



- ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Edipro, 2015.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BAUDRILLARD, J. **Tela total: mito-ironias do virtual**. 5. ed. São Paulo: Sulina, 2011.
- BRAGA, Eduardo Souza. **Direito à desconexão do trabalho como instrumento de proteção à saúde do trabalhador**. 2015. 163 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, 2015.
- HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Tradução de Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.
- LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar suas redes sociais agora**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2000.
- LOPES, Adriana. Parapsiquismo na Era da Hiperconectividade. **Conscientia**, v. 19, n. 2, p. 97-108, abr./jun. 2015
- MOTTA, Gustavo da Silva. A mobilidade e a hiperconexão como tecnologias de vigilância na sociedade de controle. **Communicare**, v. 9, n. 2, jul./dez. 2009.
- NOGUEIRA, Patrícia. Documentário e tecnologia duas realidades em desenvolvimento paralelo. **Doc On-line**, n. 18, p. 33-60, set. 2015.
- OLIVEIRA, Lígia. Hiperconexão: o pensamento na era da canibalização do tempo. In: PIRES, Helena *et al.* **Cibercultura**. Circum-navegações em redes transculturais de conhecimento, arquivos e pensamento. Ribeirão: Edições Húmus, 2017. p. 73-84.
- ORLOWSKI, J. **The Social Dilemma (O dilema das redes)**. Dirigido por Jeff Orlowski. Estados Unidos da América: Netflix, 2020. 89 min.
- RECUERO, Raquel. O capital social em rede: como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea**, Salvador, v. 3, n. 10, set./dez. 2012.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.
- RECUERO, R; SOARES, P. Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da fanpage “Diva Depressão”. **Galaxia**, São Paulo, n. 26, p. 239-254, dez. 2013.
- REZENDE, Renata. Dramas compartilhados: as redes sociais como espaços de catarse e a política dos afetos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012. **Anais** [...]. Fortaleza: Intercom, 2012.
- SATO, Milena Aparecida Vendramini; TEZANI, Thaís Cristina Rodrigues. Documentários e possibilidades de exploração no contexto da virtualidade. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2014. **Anais**. São Carlos: UFSCar, 2014.



TIZIO, Hebe. Novas modalidades do laço social. **Revista do Núcleo Sephora da UFRJ**, n. 4, maio/set. 2007.

ZANDONADE, Vanessa; FAGUNDES, Maria Cristina de Jesus. **O vídeo documentário como instrumento de mobilização social**. 2003. Monografia (Graduação) - Instituto Superior Municipal de Assis, Assis, 2003.