

Um olhar acerca da estrutura do *homo communicator* na era da comunicação em rede¹

José Antonio Martinuzzo²
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória (ES).

Resumo

Com um olhar multidisciplinar, fundamentalmente a partir da comunicação e da psicanálise, o artigo busca, de maneira ensaística, vislumbrar o que sustenta o comportamento devassante e devassado nas redes sociais, para além das facilidades e do apelo tecnológico. Na conjuntura da sociedade midiaticizada, no contexto de “uma nova economia psíquica”, num tempo que se mostra sem limites, haveria uma imposição da exibição nua e crua da experiência da vida, num processo existencial em que “seria suficiente deixar-se levar”, numa realidade em que “tudo seria possível”.

Palavras-chave: comunicação; redes sociais; psicanálise.

Introdução

O ser nasce; o ser humano se constitui. E o que dá à luz o Homem é a comunicação, são as trocas estabelecidas no campo da linguagem, no chão da História socioeconômica, política e cultural. Tornamo-nos humanos à medida que estabelecemos relação com quem nos cerca desde o princípio da vida, produzindo-se – assim se espera – um marco simbólico a nos referenciar para nós mesmos e a nos guiar na trajetória no mundo.

O processo de trocas significantes produtoras de sentido fundadores do humano se coloca culturalmente – anterior à e paulatinamente na constituição do sujeito. Essa sistemática que norteia a formação do sujeito de linguagem, do sujeito comunicante, fundamenta a história humana em todos os seus contextos.

Tal contingência torna peculiar o homem no reino animal e, em tempos de *gadgets* inteligentes, diferencia-o da máquina. Conforme ensinou Freud, segundo reporta Arnaud

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Doutor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), participante da Escola Lacaniana de Psicanálise de Vitória (ELPV), e-mail: martinuzzo@car.ufes.br, martinuzzo@hotmail.com.

(1996, p. 605), duas máquinas podem até se comunicar por meio de “símbolos discretos”, como as combinações numéricas, “mas só o homem conjuga a música e a fala, o imaginário e o simbólico”.

A bem da verdade, a subsunção do homem à linguagem o torna um sujeito condicionado à gramática da linguagem, estabelecendo-se, entre outras consequências, um campo inacessível à sua tradução por significantes, ou palavras. Mas, de toda sorte, não resta outra alternativa ao animal que nasce desprotegido e sem um código instintivo que lhe garanta a vida. A comunicação, no senso de troca de informações para produção de sentido, é impositiva ao homem (CASTELLS, 2009). Nesse sentido, Dufour estabelece que:

Com efeito, sabe-se quanto a transmissão de narrativas foi por todo sempre um meio utilizado pela geração dos pais para a formação da geração seguinte. Transmitir uma narrativa é, com efeito, transmitir conteúdos, crenças, nomes próprios, genealogias, ritos, obrigações, saberes, relações sociais... mas também é antes de tudo transmitir um dom de palavra. É fazer passar de uma geração à outra a aptidão humana para falar, de modo que o destinatário da narrativa possa, por sua vez, identificar-se como si e situar os outros a seu redor, antes dele e depois dele, a partir desse ponto (DUFOUR, 2005, p. 128).

Constituímo-nos como seres falantes na contingência e na dependência do outro (mãe, pai, irmãos, familiares, vizinhos, amigos, colegas de trabalho etc.) e essa relação dialógica para produção de sentido de realidade está na base das trocas que os seres humanos operam na totalidade de suas transações ao longo da vida, sejam elas sociais, econômicas, culturais, políticas, religiosas, entre outras.

Este que podemos chamar de *homo communicator* encontra na atualidade condições diferenciadas de elaborar e exercer sua condição de sujeito comunicante. De um ponto, temos uma nova cena socioeconômica e tecnológica, respectivamente, a “economia consumista” e a sociedade midiaticizada, com sua comunicação em rede, com a proeminência das tecnologias digitais da comunicação e informação (TICs). De outra ponta, temos uma “nova economia psíquica”, com a constituição de um “homem sem gravidade”.

A pergunta essencial aqui, cuja resposta se buscará ensaísticamente no diálogo com a psicanálise, a sociologia e filosofia, é: em meio a um cenário de complexas e novas condicionantes, por que o *homo communicator* está constituindo um perfil de comunicador

devassante e devassado³ nas chamadas redes sociais da internet? Que subjetividade vive a navegar de maneira tão inusitada?

Para amparar a análise acerca de um sujeito que narra a si, ao outro e ao mundo de modo bastante peculiar, tomaram-se aleatoriamente nos domínios do Facebook (10 perfis) alguns exemplos de “falas”. Com esses *posts*, montou-se uma colagem multiautoral, preservando-se a escrita original, que daria conta de um dia inteiro da subjetividade que se quer aqui vislumbrar por meios de suas emissões. É, a um só tempo, uma “associação livre” ficcional e factual, uma vez que nunca ocorreu dessa forma, mas se formou a partir de *posts* verdadeiros:

- Hoje eu acordei com pé direito, eu vou de novo vou fazer mto bem feito.
- A coisa mais deliciosa que tem é quando seu chuveiro queima no inverno. Ninguém me perguntou mais eu quis falar mesmo assim. #caneca
- Mulher vive reclamando que sofre para ficar bonita, vou te dar uma barba cheia de cabelo encravado que nem a minha para vocês verem. Odeio.
- Bom dia face ^^
acabei de tomar aquele cafézinho , e agora vo dar aquela geral na casa :x
. . . . bj até mais tarde faces .. :]
- Véi na boa andar de coletivo urbano é mto antropológico. Experimente vc tb.
- As pessoas não esquecem quando são ignoradas. É algo que a gente se lembra por muito muito tempo. Concorda?
- Desilusões são necessárias, você aprende a confiar menos nos outros e mais em você mesmo.
- To com muita fome !
- Simbora rangar galera,fui.. T+
- cara o que é isso entre o arroz e a couve??
- Filézinho de Tilápia top do verão zizou KAOSKOASK
- Bj Bj *-----*
aquele banho agr . . e partindo ://
Boom começo de tarde pra voçês :]
- Senhor dai-me sabedoria e paciência porque se me der forças eu mato.
- me conter !

³ Segundo o Houaiss (2009, p. 679), “devassante: que devassa, inquiridor”; “devassado: que se devassou, aberto ou franqueado à vista e acessível a todos”.

- Se faz tempo que não chamam vc de louco, o sintoma é grave. Procure um médico imediatamente. Eu to de boa então rs
- Hummm que vontade de tomar um milk shake do bob's..
- Me dá suuuu me dá fiaaaa ...pirilampo...milkshake. Só os lokos entendem. Neh admcc
- minha mae ta que ta ela pode nao deixar eu ir pra todos lugares mais se ela nao deixar eu sair dia 31 eu fujo de casaa
- Um foda-se pra tudo aquilo que um dia já me fez mal e ainda tenta fazer, porém não consegue pois os motivos pra eu ser feliz são muito maiores.
- Não tenho tempo de odiar quem me odeia... Tô ocupada demais amando quem me ama.
- As pessoas fazem as coisa e só vão pensar nas consequências depois que estragaram tudo e acabam com a felicidade da pessoa que elas diziam que nunca iam magoar .. mais acho que tudo um dia passa !
- não pense no passado e chore, pense no presente porque esse sim é o que importa .
- A melhor maneira de prever o futuro é inventar
- agora so falta passar a limpo todo dever e depois vou dormir !
- Vou dormir e nesse momento queria apenas você aqui comigo, queria seu calor, seu carinhno, talvez só a presença. Te amo.
- Boa noite! Até amanhã, hibernarei horrores =] zzzzzzzzzZZZZZZZZzzzzzz

O que nos move no inquérito acerca da subjetividade que emite nas redes sociais, sem a intenção de julgar ou mesmo de contestar o valor da comunicação democratizada, livre e dialógica, vem alinhavado na reflexão de Agamben (2009) sobre o que é ser contemporâneo.

Primeiramente, é importante destacar que ser contemporâneo não equivale a ser moderno ou atual. Para o autor, em linhas gerais, ser contemporâneo é um determinado posicionamento ético diante do tempo, das épocas, dos constructos, dos preceitos e também das subjetividades (a própria e a dos outros) que se constituem historicamente.

O ser contemporâneo é aquele que se propõe, não sem dificuldades, examinar o seu tempo sem a ele aderir totalmente. Nas palavras do filósofo:

É verdadeiramente contemporâneo a seu tempo aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado a suas pretensões e é, portanto, nesse sentido inatural; mas, exatamente por isso, exatamente através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz, mais do que os outros, de perceber e apreender o seu tempo (AGAMBEN, 2009, p. 58).

Ser contemporâneo é, fixando o olhar no seu tempo, ir além do que reluz, para perceber na área de sombra o que move o ser na ribalta do palco:

Contemporâneo é aquele que mantém fixo o olhar no seu tempo, para nele perceber não as luzes, mas o escuro. Todos os tempos são, para quem deles experimenta contemporaneidade, obscuros. Contemporâneo é, justamente, aquele que sabe ver essa obscuridade, que é capaz de escrever mergulhando a pena nas trevas do presente (AGAMBEN, 2009, p. 62).

Evidentemente, o exercício da contemporaneidade, que deveria ser mesmo o fundamento da ciência, constitui-se como um desafio e um posicionamento crítico à construção da história. Como tal, não se trata de algo simples ou de banal consecução, apesar de dever ser comum e corriqueiro. É nessa direção que aqui se caminha, na busca de se desvelar o porquê, pelo menos ensaísticamente, do devassamento comunicacional tão marcante nas redes.

1 – A nova cena

À atualidade atravessada por fluxos e processos comunicacionais, Sodré (1996, p. 27) confere a legenda de “sociedade midiaticizada”, tendo em vista que “as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social de sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais”.

Conforme registra Türcke (2010, p. 39), na corrente “sociedade excitada”, “ser é ser percebido (*esse est percipi*)”. Ou seja, existir é produzir-se midiaticamente e lançar-se na imensa tela comunicadora em busca de atenção. “Emitir quer dizer tornar-se percebido: ser”. Na outra direção, “ser é perceber (*esse est percipere*)” (p. 67). Na cultura da comunicação veiculadora daquilo que merece ser notado, a existência está condicionada à percepção midiática, a estar-se conectado à tela que informa sobre o que “existe”.

Na atualidade, está-se enredado no emitir e no perceber sustentados/formatados midiaticamente, num regime de compulsão à emissão/percepção comunicacional. E o termo “enredado” não foi utilizado à-toa. Para Cardoso (2010, p. 24), num ambiente de mudanças

tecnológicas, econômicas e culturais, “ultrapassamos o modelo de comunicação baseado em comunicação em massa e encontramos-nos num modelo baseado na comunicação em rede”.

Acerca do modelo comunicacional em operação, o autor resume:

As práticas dos agentes sociais na sociedade em rede combinam as mídias nas tentativas de obter resultados. Não são usos isolados de um meio específico. Devemos olhar para as mídias não como tecnologias isoladas, mas como objetos de apropriação social que são diversificados e combinados consoante os objetivos a atingir pelo utilizador. [...] Não nos limitamos a ouvir rádio, ou ler jornais, ou navegar na internet. A prática é uma articulação, ou, se preferimos, uma ligação em rede de várias mídias diariamente, em casa, no trabalho, na escola ou em deslocações (CARDOSO, 2010, p. 36).

Nesse paradigma, o autor destaca o papel dos “utilizadores como inovadores” e as “novas dinâmicas de acessibilidade da informação”, entre outros (CARDOSO, 2010, p. 24). São mudanças que alcançam todo o espectro da comunicação, dos vários processos da produção até as mais variadas formas de mediação, recepção e interação. Na internet, atualmente, destacam-se as chamadas redes sociais, lugar para onde se direciona o olhar neste artigo.

De acordo com Recuero (2009, p. 24), uma rede social “é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)”. Sendo que “redes sociais na internet possuem elementos característicos que servem de base para que a rede seja percebida e as informações a respeito delas sejam apreendidas”.

Em linhas gerais, redes sociais digitais são “lugares” que se destinam a “reunir” pessoas para compartilhamento, entre amigos e comunidades, de mensagens diversas, com narrativas feitas com fotos, textos, vídeos, animações, entre outros. Exemplos dessas redes podem ser o Orkut, o Youtube, o Twitter e o Facebook, que oferece os exemplos de observação neste artigo⁴.

Fundado em 4 de fevereiro de 2004, o Facebook é a maior rede social em atividade no mundo, agregando quase 1 bilhão de “curtidores”, com capital negociado na bolsa de valores das empresas de tecnologia, Nasdaq, avaliado em cerca de US\$ 100 bilhões. O

⁴À guisa de esclarecimento conceitual, as redes sociais são uma possibilidade das mídias sociais, ou categorias destas. As mídias sociais oferecem suporte tecnológico para que se faça a produção, a circulação e o compartilhamento de conteúdos de maneira dialógica, inclusive por meio de redes sociais (RECUERO, 2009).

“Face” se coloca – e faz investimentos intermitentes nessa direção – como um lugar de experiência totalizante. Emitindo, comentando, curtindo, cutucando, enfim, conectando-se, pode-se percorrer um circuito existencial.

Da recuperação de laços afetivos perdidos no passado analógico, passando pelo conhecimento de novos amigos, até a constituição de uma memória da vida digital no universo Facebook, tudo leva a uma imersão cada vez mais densa e satisfatória em termos de trocas informacionais, sejam elas por meio de som, imagem e texto, sejam elas com objetivos afetivos, profissionais, econômicos etc. No tempo em que viver é estar conectado e emitindo, a vida cabe no Facebook, pelo menos a experiência de uma vivência áptica, vicária, no senso apontado por Sodré (2002).

Como não se pode passar ao largo do marco econômico na análise da formação das sociabilidades/subjetividades, é preciso que se entenda o paradigma produtivo atual. Nesse sentido, a vida que o “Face” sugere, propõe e viabiliza dialoga perfeitamente, quase iconicamente, com o paradigma capitalístico atual, no qual o negócio da comunicação e a indústria da telecomunicação são fatores decisivos, seja pela questão ideológica, seja pela importância econômica. Até o lançamento da rede social no mercado especulativo financeiro, o grande motor do modo de produção atual, já se deu no dia 18 de maio de 2012.

Trata-se do capitalismo do tempo real; do privilégio e da dependência da máquina digital em rede planetária; do imperativo do novo fundado na obsolescência decretada antes do nascimento de produtos e também de relações e afetos; do consumismo que devora a tudo e também a todos, sempre expostos nas vitrines comunicacionais em busca de confirmação à sua precária e mutante identificação.

Um capitalismo em que tudo é mercadoria, no qual o valor é fixado pela utilidade, e não por significado ou representação. Nesse sentido, até os gestos do viver, pelo menos no âmbito do Facebook, já rendem na bolsa. Isso porque os vestígios bem rastreados do comportamento midiaticizado viram estatística a ser negociada com a publicidade, que compra os dados da performance digital para continuar vendendo comportamentos *prêt-à-porter*.

De acordo com Bauman (2008), chegamos à economia consumista, em que as próprias pessoas são transformadas em mercadorias, numa realidade de promessa de felicidade aqui e agora de um capitalismo que a tudo pode oferecer respostas. “Entrar na web para escolher/comprar um parceiro segue a mesma tendência mais ampla das compras pela internet” (BAUMAN, 2008, p. 27).

“Para oferecer novos mecanismos de motivação, orientação e monitoramento da conduta humana”, se baseia no excesso, no desperdício, no descartar, na remoção, no substituir, numa lógica ajustada à capacidade do capital de produzir novidades sem parar. “A maior atração de uma vida de compras é a oferta abundante de novos começos e ressurreições” (BAUMAN, 2008, p. 66).

O autor sugere “completar a versão popular e revista do *cogito* de Descartes, ‘Compro, logo sou...’”, com o acréscimo de “...‘um sujeito’” (BAUMAN, 2008, p. 26). Também nessa direção, proporíamos um ajuste na inversão psicanalítica do *cogito* – “sou onde não penso” –, lançada em função do estabelecimento do sujeito do inconsciente, para: “sou a consumir”.

A ordem do dia é consumir, sempre com o olhar em perspectiva, não por projeto, mas por indução ávida em busca do novo tamponador. Afinal, pode-se tudo, tudo se justifica e é pertinente em função do gozo sem limitações, fora de limites. Nada de lidar com perdas e buracos existenciais. Tudo se pode completar com objeto – o congênere ou os gêneros à venda nas vitrines.

Nesse tempo de “ilimitações”, as emissões midiaticizadas sem limite são uma marca nas redes sociais. Fala-se, diz-se, mostra-se de tudo. Dos temas e questões e fatos mais complexos às ocorrências mais comezinhas e privadas e particulares, tudo circula por livre e espontânea vontade de emissão⁵.

Se a base tecnológica da comunicação se mostra apta a essa vida exibida; se é preciso ser visto para existir, numa espécie de vida que se nutre do olhar do outrem; se o modo de produção forma e publiciza e preconiza um padrão de excesso, de consumismo ilimitado, já

⁵ Com outro referencial teórico-conceitual, Sibilia (2008) também se aproxima dessa problemática.

se pode antever os fundamentos da subjetividade devassante e devassada das redes. Mas a complexidade do existir requer um aprofundamento às sombras da subjetividade que vive de exposição despudorada. Sendo contemporâneo, pergunta-se: o que está por trás da cena?

2 – A “nova economia psíquica”

Melman (2003, p. 182) aponta que estamos vivendo sob a égide de uma “nova economia psíquica”, insidiosamente articulada ao “desenvolvimento da economia de mercado”, “numa comunidade organizada pelo individualismo exacerbado e pela concorrência de um contra todos”.

Em linhas gerais, esse novo paradigma subjetivo se organiza a partir de uma relação diferenciada dos sujeitos com os limites, as interdições, comparativamente àquela estabelecida nos séculos XIX e XX.

O homem “moderno” se constituiu pela perda irrecuperável do objeto de desejo, numa contingência de interditos e limitações impostos pelo Pai, pela Lei, por Deus etc. Instituiu-se movido pela falta, compondo um sujeito contido, envergonhado até. “Um sujeito neurótico preso numa culpabilidade compulsiva”, descreve Dufour (2005, p. 21). “O pai, o Nome-do-Pai, sustenta a estrutura do desejo com a da lei”, identificou Lacan (2008, p. 41)⁶.

Na atualidade, “nessa sociedade permissiva, todas as figuras de autoridade parecem abusivas, é como se não ocupassem mais o seu lugar. É a mesma coisa com o pai na família”, observa Melman (2004, p. 10).

Numa contingência de generalizada queda, enfraquecimento e/ou amputação das funções de limite/interdição, e em face da pertinência de todo o querer, tem-se o “homem sem gravidade”, que desliza vida afora, para o qual “seria suficiente deixar se levar”. No entanto, apesar de libertado da Lei, tal sujeito se escraviza pelo objeto sempre acessível, colocando e mantendo-se mesmo como um tal.

⁶ Melman afirma que “se há, pois, descoberta de Freud é a seguinte: nossa relação com o mundo e com nós mesmos não é instalada por um objeto, mas pela falta de um objeto, e de um objeto de eleição, essencial, de um objeto querido, já que na figuração edipiana, por exemplo, é da mãe que se trata. [...] Evidentemente, vê-se de que maneira essa perda instala um limite e como esse limite tem a propriedade de manter o desejo e a vitalidade do sujeito” (2003, p. 21).

Acerca das consequências da supressão/esmaecimento das interdições que fundavam o sujeito moderno, Melman considera:

Como saber que se está na realidade? Quando despertamos, pela manhã, como sabemos que o sonho parou? Sem dúvida, é porque tomamos contato com uma forma de decepção que organiza nossa realidade. Ora, se esse tipo de decepção vem a faltar, se não é mais o suporte da realidade que é a nossa, de sua validade, então evidentemente surge a pergunta: será que não estamos sempre sonhando, será que não estamos sempre no campo em que tudo é possível? (MELMAN, 2003, p. 28).

“A grande filosofia moral dos dias de hoje é que cada ser humano deveria encontrar um meio com o que satisfazer, plenamente. Se não for assim, é um escândalo, um déficit, um dolo, um dano”, ressalta Melman (2003, p. 31).

Ademais, imerso nas redes da sociedade midiaticizada, e também consumista, experimenta uma “polissubjetividade”. “Esse sujeito não é psicótico, mas participa dele, com efeito, atraído por essa perspectiva, essa promessa que essa nova economia faz brilhar: é possível, doravante, ter vidas múltiplas”, desvela Melman (2003, p. 95), identificando o delírio de fundo psicótico, reinante e banal.

Ao contrário da subjetividade antiga, em que a identidade era fixa e fixada – “Quando você se fizesse reconhecer por um certo número de qualidades, sua ‘passagem’ para um certo estatuto era admitida e definitiva” (MELMAN, 2003, p. 172) –, o que se tem hoje é “zapping subjetivo”, numa realidade com marcas de “psicose social”.

Para Melman (2003, p. 94), o “zapping não é só de imagens, mas também subjetivo”. Lida-se com “subjetividades móveis” que, liberadas das polarizadas ideologias políticas, das grandes narrativas⁷, se refere hoje a um sistema Outro que tem lugar na comunicação. Comunicação onde se buscam os referenciais e se exercem as múltiplas personalidades que estão à disposição do zapping identitário.

Referindo-se ao capitalismo de “redução das cabeças”, centrado na conversão de tudo a mercadorias comercializáveis e focado na troca destas, incluindo os sujeitos, Dufour (2005) notifica a ocorrência de uma sociabilidade produtora de um

⁷ “O novo sujeito não é mais sujeito de Deus, do Rei ou sujeito à República, mas sujeito dele mesmo” (DUFOUR, 2005, p. 71).

sujeito precário, acrítico e psicotizante que é doravante requerido – entendo por “psicotizante” um sujeito aberto a todas as flutuações identitárias e, conseqüentemente, pronto para todas as conexões mercadológicas. O cerne do sujeito progressivamente dá lugar ao vazio do sujeito, um vazio aberto a todos os ventos (DUFOUR, 2005, p. 21).

Ou seja, ao “zapping subjetivo” de Melman, Dufour relaciona o sujeito “*a-crítico*”, “*psicotizante*” ou “*esquizóide*”:

Isto é, um sujeito disponível para todas as conexões, um sujeito incerto, infinitamente aberto aos fluxos de mercado e comunicacionais, em carência permanente de mercadorias para consumir. Um sujeito precário em suma, cuja precariedade mesma é exposta à venda no Mercado, que aí pode encontrar outros escoadouros, tornando-se grande provedor de kits identitários e de imagens de identificação (DUFOUR, 2005, p. 118).

Para o autor, o “Mercado”, principalmente os publicitários, já entendeu como ocupar esse “espaço vacante” tendo as marcas como novas referências. “O Mercado (notadamente o mercado da imagem) assim se tornou o grande provedor desses novos ideais do eu voláteis, em constante remanejamento” (DUFOUR, 2005, p. 107).

Referenciado-se à imersão do sujeito no mundo da mediatização, Dufour (2005, p. 25) continua dialogando com Melman ao pontuar a “publicização do espaço privado (que se pense na onda de *webcams*) como uma das principais características da “pós-modernidade” relacionada ao “neoliberalismo”.

Melman (2003, p. 23) registra que “hoje a questão é se exibir”. O sujeito que “vive” de se comunicar, expondo até suas mais íntimas performances, em verdade apenas informa de um mundo particular, pouco importando as demandas do semelhante.

Informa de uma vida insulada sempre atualizável e atualizada, com referência ao que flui no sistema circulatório midiático, sem o peso da constância, mas com a fluidez do *zapping*, da atualização – atualização da identidade, da informação referente.

A comunicação sem limites, tão bem exemplificada no Facebook, como mostram os *posts* reunidos na Introdução, é sintoma desse sujeito sem limites, que tem o mundo para contemplá-lo, como sua audiência cativa, destinatário de suas emissões individualistas, sem limites e ilimitadas – simplesmente porque ele quer emitir – não sem outra razão.

Emite-se porque se deseja fazê-lo, sem que se preocupe, necessariamente, com o desejo de saber do outro. Vive-se de se comunicar, mas sempre isolado do mundo da alteridade, constituindo-se personas várias, como bem podem atestar as linhas do tempo – o simulacro da memória da existência midiaticizada emitida no limite das bordas do “Face”.

Numa conclusão distante de generalizações e também apartada de definições estigmatizadas pelo senso comum – ainda não somos todos perversos ou psicóticos, nem malvados ou loucos –, à medida que os limites diminuem ou se afrouxam, parece, cada vez mais, se impor marcas de estruturas pré-castração (psicose/despedaçamento; perversão/recusa).

Nesse sentido, na “nova economia psíquica”, tem-se gradativamente o declínio do sujeito eminentemente neurótico, limitadamente engessado. Conforme salientam os autores citados, sem interdições indelevelmente marcadas, constitui-se uma subjetividade atravessada por traços ora da perversão, ora da psicose. Não houve paraíso outrora, como agora também não há.

Esse sujeito se põe, perversamente, a viver sob o guia do seu gozo acima de tudo. Tendo o prazer como a única lei do seu desejo, navega, emitindo sem demanda, sem “noção” e sem limite. E segue, nessa vida, consumindo a tudo e a todos, de gêneros (produtos) a congêneres (sujeitos), ambos objetivos/objetos de sua satisfação.

Com uma subjetividade alcançada por marcas psicotizantes, experimenta uma inconsistência identitária e também uma alienação por meio da imersão individualista e alucinada no mundo midiático: iPods e assemelhados isolam do mundo e, com seus ruídos, constituem um lugar alheio; redes conformam lugares exóticos; emissões em tempo real importam e fazem sentido somente ao emissor etc.

Marcando a diferença entre o homem “moderno” e o atual, Melman estabelece que

estamos em duas lógicas completamente diferentes: uma é fundada na assunção do traço que assegura a identidade; a outra é organizada pela busca incessante das marcas de uma identidade que só vale no olhar do semelhante, que só pode ser validada por um efeito de massa – reconhecimento público, midiático – e que nunca é definitivamente adquirido (MELMAN, 2003, p. 172).

Fragilizado, sem grandes referências fundadoras da sua subjetividade, o sujeito está imerso numa “economia psíquica organizada pela exibição do prazer”. “Necessitando sempre da confirmação externa”, observa o autor (MELMAN, 2004, p. 10).

Sem interdições e limites que o insiram no campo do simbólico, o homem atual se mantém como objeto, retendo-se em dois percursos de busca concomitantes. Vagando como *hardware* a ser atualizado, busca identidades fugazes que lhe deem um lugar, a partir da confirmação do olhar alheio. Coagido ao gozo sem limites, vive a buscar objetos que lhe satisfaçam qualquer e todo desejo, inclusive seu semelhante-objeto.

Sendo que ambas as buscas, assentadas no discurso da liberdade ilimitada, encontram lugar privilegiado na rede comunicacional da sociedade midiaticizada, cada vez mais marcada por redes sociais de relacionamento.

Conclusão

Santos (2000) declamou que as TICs são tecnologias doces e dóceis, por serem as mais adaptáveis e flexíveis já construídas pelos homens em face dos diversos usos cotidianos. No entanto, as “dóceis” técnicas, subordinadas que estão à lógica e aos “interesses dos grandes capitais”, passam ao largo do projeto de emancipação, constatou.

Nesse contexto, pelo que se pôde perceber ao longo desta análise, os usos que se vêm fazendo dessas técnicas dão vazão a uma subjetividade atravessada por tons perversos e psicóticos, como bem salientam Melman e Dufour.

Banhada num discurso de metáforas da liberdade (fluxos, mobilidade, falta de limites, fluidez, escolha, autocomando, ausência de centro, anomia, etc.), a internet, notadamente as redes sociais, mostra-se também lugar de servidão a impulsos e pulsões.

Apesar das ilusões compartilhadas dentro e fora da rede, ninguém se liberta por meio de tecnologias. Como lembra Milan (2011, p. 148), “ninguém é livre porque quer, mas por ter se tornado livre dos imperativos inconscientes”. E liberdade de internet não cura ninguém.

Avança-se, mas não estamos em um presente idílico, assim como o passado neurotizante também não pode ser classificado como um paraíso perdido frente aos desafios atuais. Em qualquer tempo, constituir-se como ser humano é um processo inquietante e perturbador, para dizer o mínimo.

Analisando a constituição da civilização – mas propriamente ao mal-estar na civilização –, Freud disserta sobre a relação do homem com as técnicas e tecnologias que lhe permitiram/permitem ser civilizados⁸. O criador da Psicanálise anota que o “homem recria seus próprios órgãos, motores ou sensoriais, ou amplia os limites de seu funcionamento” (FREUD, 1997, p. 43). No entanto, não há prótese que salve o homem de sua condição de homem, nesta ou em qualquer outra contingência tecnológica. A citação é longa, mas, escrita há exatos 82 anos, mantém-se crônica elucidativa do atual:

Essas coisas – que, através de sua ciência e tecnologia, o homem fez surgir na Terra, sobre a qual, no princípio, ele apareceu como um débil organismo animal e onde cada indivíduo de sua espécie deve, mais uma vez, fazer sua entrada como se fosse um recém-nascido desamparado – essas coisas não apenas soam como um conto de fadas, mas também constituem uma realização efetiva de todos – ou quase todos – os desejos de contos de fadas. Todas essas vantagens ele as pode reivindicar como aquisição cultural sua. Há muito tempo atrás, ele formou uma concepção ideal de onipotência e onisciência que corporificou em seus deuses. A estes atribuía tudo que parecia inatingível aos seus desejos ou lhe era proibido. Pode-se dizer, portanto, que esses deuses se constituíam ideais culturais. Hoje, ele se aproximou bastante da consecução desse ideal, ele próprio quase se tornou um deus. É verdade que isso só ocorreu segundo o modo como os ideais são geralmente atingidos, de acordo com o juízo geral da humanidade. Não completamente; sob certos aspectos, de algum modo; sob outros, apenas pela metade. O homem, por assim dizer, tornou-se uma espécie de “Deus de prótese”. Quando faz uso de todos os seus órgãos auxiliares, ele é verdadeiramente magnífico; esses órgãos, porém, não cresceram nele e, às vezes, ainda lhe causam muitas dificuldades. Não obstante, ele tem o direito de se consolar pensando que esse desenvolvimento não chegará ao fim exatamente no ano de 1930 A.D. As épocas futuras trarão com elas novos e provavelmente inimagináveis grandes avanços nesse campo da civilização e aumentarão ainda mais a semelhança do homem com Deus. No interesse de nossa investigação, contudo, não esqueceremos que atualmente o homem não se sente feliz em seu papel de semelhante a Deus (FREUD, 1997, p. 44).

E assim parece se manter. Em tempos como a atualidade, de comunicação em rede ubíqua, onisciente e onipresente, com sujeitos sem limite, pautados pelo gozo “a qualquer preço”,

⁸ “A palavra civilização descreve a soma integral das realizações e regulamentos que distinguem nossas vidas das de nossos antepassados animais, e que servem a dois intuitos básicos, a saber: o de proteger os homens contra a natureza e o de ajustar os seus relacionamentos mútuos” (FREUD, 1997, p. 42).

expostos até suas entranhas, as TICs, materializadas em redes, especialmente nas chamadas redes sociais, se colocam como o lugar revelador de um homem “magnífico”, sim, como nunca antes, mas sem “gravidade” – ainda infeliz “em seu papel de semelhante a Deus”.

Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. **O que é ser contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó (SC): Argos, 2009.

ARNAUD, J.-P. Psicanálise e comunicação. In: KAUFMANN, Pierre. **Dicionário Enciclopédico de Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CARDOSO, Gustavo. Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade da informação. In: MORAES, Denis. **Mutações do visível**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.

CASTELLS, Manuel. **Communication power**. New York: Oxford University Press, 2009.

DUFOUR, Dany-Robert. **A arte de reduzir cabeças**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2005.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

HOUAISS, Antônio, VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LACAN, Jacques. **Seminário, livro 11**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MELMAN, Charles. **O homem sem gravidade**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2003.

_____. A era do prazer. *Istoé*, São Paulo, n. 1824, p. 7-11, 22 set 2004. Entrevista concedida a Celina Côrtes pelo psicanalista.

MILAN, Betty. **Quem ama escuta**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal**. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SIBILIA, Paula. **O show do eu – A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Reinventando a cultura**. Petrópolis: Vozes, 1996.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.