

Fantasma digitais e relações *Swipe*: a cultura infocomunicacional na era das proximidades automatizadas

Vania Baldi

Doutor em Ética e Antropologia. História e Fundação pela Universidade de Salento - Itália. Membro do Digital Media (CIC.Digital). Professor da Universidade de Aveiro (UA) – Aveiro, Portugal.

<http://lattes.cnpq.br/6456570417336957>

https://www.fic.ufg.br/up/74/o/Vania_Baldi_curriculo.pdf

E-mail: vbaldi@ua.pt

Rui Pedro Costa Rodrigues

Doutor em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais pela Universidade de Aveiro, Portugal (UA) – Aveiro, Portugal. Professor do Instituto Superior Miguel Torga (ISMT) – Coimbra, Portugal.

Membro do DigiMedia (CIC.Digital) - Aveiro, Portugal.

<http://www.degois.pt/visualizador/curriculum.jsp?key=6536608354152783>

E-mail: ruipcrodrigues@gmail.com

Submetido em: 16/03/2017. Aprovado em: 17/04/2017. Publicado em: 10/11/2017.

RESUMO

Entre plataformas *web* e aplicações para *smartphone* encontramos propostas tecnológicas que pretendem aliviar-nos dos tabus mais enraizados na nossa condição humana. De um lado temos propostas para eternizar a nossa existência, para contornar a angústia do nosso inelutável desaparecimento (e do sentimento de ausência que provoca a recordação dos que já faleceram), de outro lado deparamo-nos com solicitações de gratificação instantânea proporcionada pelas buscas de parceiros digitalmente empacotados em perfis sedutores e potencialmente ao nosso alcance. Comparando *sites* como *boxego.com*, *thedigitalbeyond.com* ou *eternal9*, serviços movidos pela filosofia que promete que “o coração que parar de bater não deixará de twittar”, com outros serviços móveis como *Tinder* ou *Happn*, que promovem combinações amorosas entre desconhecidos, tentar-se-á uma análise dos paradoxos culturais contemporâneos refletidos pelas transformações sociotécnicas. Trata-se, nesse artigo, de refletir sobre alguns novos cenários dos comportamentos infocomunicacionais, questionando a emergência de novos desafios éticos que não remetem estritamente para uma lógica de competências operacionais e informacionais, mas para ambientes digitais que estruturam expectativas e hábitos específicos de interação, sendo essas novas “relações” algorítmicamente mediadas o efeito de uma busca de interatividade camuflada por interação. Temos assim duas dimensões contemporâneas da experiência psicossocial que emergem através das potencialidades facultadas pelas tecnologias digitais, e que nos permitem entender e revelar aspetos ambivalentes e profundos de uma ética e estética “*onlife*” em constante “*mediamorfose*”.

Palavras-chave: Proximidades automatizadas. Hábitos infocomunicacionais. Intimidades digitais. Ética interativa.

Digital ghosts and Swipe relationships: infocommunication culture in the era of automated proximity

ABSTRACT

Between web platforms and smartphone applications we find technological proposals that seek to relieve us of the most deeply rooted taboos in our human condition. On the one hand we have proposals to perpetuate our existence, to overcome the anguish of our ineluctable disappearance (and the feeling of absence that causes the memory of those who have passed away), on the other hand we are faced with requests for instant gratification provided by the searches of packaged digitally partners in seductive profiles and potentially within our reach. Comparing sites such as boxego.com, thedigitalbeyond.com or eternal9, services that promise that “when the heart stops beating, it will keep tweeting”, with other mobile services like Tinder or Happn, which promote love combinations between strangers, it will attempt an analysis of the cultural paradoxes reflected by sociotechnical transformations. This article aims to reflect on some new scenarios of info-communicational behaviors, questioning the emergence of new ethical challenges that do not refer strictly to a logic of operational and informational competences, but on digital environments that structure specific expectations and habits of interaction, being these new “relationship” algorithmically mediated the effect of a search for interactivity camouflaged by interaction. Thus we have two contemporary dimensions of psychosocial experience, which emerge through the potentialities offered by digital technologies, and which allow us to understand and reveal ambivalent and profound aspects of an ethic and aesthetic “onlife” in constant “mediamorphosis”.

Keywords: Automated proximities. Infocommunication habits. Digital intimacies. Interactive ethics.

Fantasma digitales y relaciones Swipe: la cultura infocomunicacional en la era de las proximidades automatizadas

RESUMEN

Entre plataformas web y apps para smartphone, nos encontramos a propuestas tecnológicas cuyo objetivo es liberarnos de los tabúes más enraizados en nuestra condición humana. Por un lado, tenemos propuestas para perpetuar nuestra existencia para superar la angustia de nuestra desaparición ineluctable (y del sentimiento de ausencia que provoca el recuerdo de los que ya han fallecido), y por el otro nos encontramos con anuncios de placer instantáneo proporcionados por las búsquedas de partners camuflados en perfiles seductores y de fácil acceso. Comparando estas páginas web como boxego.com, thedigitalbeyond.com o eternal9, los servicios impulsados por una filosofía que promete que “un corazón que deje de batir no dejará de tuitear”, con otros servicios móviles como Tinder o Happn, que promueven las combinaciones amorosas entre desconocidos, se intentará hacer un análisis de las paradojas culturales contemporáneas reflejadas por las transformaciones socio-técnicas. Se trata de reflexionar sobre algunos nuevos escenarios de los comportamientos infocomunicacionales, a través del cuestionamiento del surgimiento de nuevos retos éticos que no se remiten en exclusivo a una lógica de competencias operacionales e informacionales, pero para entornos digitales que estructuran expectativas y costumbres específicos de interacción. Así, tenemos dos dimensiones contemporáneas de experiencia profesional, las cuales surgen a través de las posibilidades ofertadas por las tecnologías digitales, que nos permiten predecir y revelar aspectos ambivalentes y profundas de ética y estética “onlife” constante “mediamorfosis”.

Palavras-chave: Proximidades automatizadas. Hábitos infocomunicacionais. Intimidades digitais. Ética interativa.

INTRODUÇÃO

Os desafios impostos pelas rápidas transformações sociais e tecnológicas são, simultaneamente, de natureza ética e epistemológica, assim como de natureza estética e política. Tais transformações, que também correspondem a uma aventura na qual somos chamados a participar, implicam a necessidade de reorientar os saberes e os interesses que direcionam os nossos comportamentos. Nesse sentido, também as infocompetências que andamos a cultivar, treinar e exercer representam o reflexo de um conjunto de valores, atitudes e capacidades mais abrangentes.

De que tipo de competências precisamos para apreciarmos, valorizarmos e enriquecermos a nossa experiência “*onlife*” (FLORIDI, 2015)? Enquanto emergem novos contextos comunicacionais, também emergem novas sensibilidades e culturas que nesse contexto atuam e são solicitadas a atuar. Nesse jogo dialético revelam-se limites e oportunidades, infantilismos e boas práticas que tornam o cenário dos desafios infocomunicacionais estritamente entrelaçados com o sociocultural no seu complexo.

Não existem âmbitos de produção cultural que não corram o risco da autorreferencialidade, mesmo os que são destinados à transmissão do conhecimento correm o risco de fragmentar o seu próprio olhar se se limitarem a uma ideia de *saber-fazer* que não seja também *saber-pensar* e *questionar* o próprio *saber-fazer*. Por exemplo, e ficando por um momento ao lado daquele que será a seguir o objeto da nossa análise, se pensarmos na transmissão dos saberes propostos pelas universidades contemporâneas, deparamo-nos com um conjunto de fatores que determinam a maneira de conceitualizar a didática. Nesse âmbito, também grandemente afetado pelas inovações tecnológicas, refletir sobre o processo de ensino-aprendizagem das competências (também as infocomunicacionais) significa interrogar-se sobre qual o estatuto da pesquisa científica e do ensino superior. Assim, por exemplo, refere sinteticamente Richard Grusin numa entrevista à revista *Matrizes*:

Externamente, essa mesma transformação sociotécnica nos conduziu àquilo denominado como universidade neoliberal, na qual as formações tradicionais por disciplinas são claramente dispensadas ou ignoradas em busca de objetivos econômicos. Essa nova interdisciplinaridade tecnocrática organiza uma retórica de inovação, uma reforma radical e de vanguarda que dispensa qualquer instituição ou prática acadêmica tradicional que não sejam economicamente eficientes, que não resultem numa imediata e definitiva lucratividade. Paradoxalmente, a mesma retórica utilizada ao final do século XX, argumentando que as novas mídias digitais possibilitariam a liberdade, a liberação e a radicalização de novas formas de pensamento, foi utilizada no século XXI para que o ensino profissionalizante tivesse o menor custo social possível. Não vejo isso acontecendo no Brasil de forma tão intensa como a que ocorre nos Estados Unidos ou na Grã-Bretanha, onde os empreendedores do Vale do Silício estão promovendo a revolução dos MOOCs (Massive Open Online Courses), embora não demore muito para que algo similar também ocorra no Brasil. A solução para este problema não é retornar aos tempos anteriores à interdisciplinaridade ou anteriores à introdução das tecnologias digitais no ensino e na pesquisa das Universidades. A solução é buscar formas de usar as novas tecnologias ao serviço de alguns valores cruciais da pesquisa acadêmica, especialmente a liberdade de investigação mesmo que esta não gere resultados financeiros imediatos (ou mesmo a longo prazo). (GRUSIN, 2013, pp. 170-171)

Ter em consideração o cenário aqui representado deveria interferir, por exemplo, nas qualidades das competências que se pretendem cultivar num ambiente acadêmico, competências que não deveriam ser apenas técnicas e operacionais, mas sempre autorreflexivas sobre o contexto que as proporciona mais ou menos diretamente (BORGES; OLIVEIRA, 2011).

Uma experiência cultural rica remete, sempre mais na contemporaneidade, para capacidades e competências infocomunicacionais culturalmente plurais e inconformistas.

Focando-nos mais no âmbito das novas tecnologias da comunicação, este artigo pretende desafiar uma reflexão sobre os novos intermediários sociotécnicos que são as plataformas digitais, nomeadamente aquelas que estimulam um novo modo de lidar com aspetos específicos da afetividade e intimidade (dois aspetos, em particular, que nos remetem para dois mitos clássicos e simbólicos do mistério da vida humana: *eros* e *thanatos*).

Apresentaremos assim uma análise sobre o que representa hoje buscar proximidades atravessando pelas plataformas, estabelecendo como premissa base que o elemento chave para alcançar tal proximidade é uma interface gráfica suportada por uma linguagem hipermédia.

Ao enquadrar o problema das novas competências digitais precisamos, então, ter em conta as duas dimensões dessa *black box* que permite o funcionamento das plataformas: o *front-end* (o lado do utilizador «comum», devendo por sua vez diferenciar-se entre as ações do utilizador, i. e., o modo como este alimenta a plataforma, e aquilo a que este acede, i. e., o resultado do algoritmo), e o *back-end* (o lado da plataforma e respetivos algoritmos, variáveis, etc., mas também o que esta permite aos utilizadores que com ela interagem através das API) (OMENA, ROSA, BALDI, 2017).

Tais novos intermediários sociotécnicos deixam emergir sentimentos e tabus latentes, mas ao mesmo tempo, desempenhando uma espécie de *affordance* psicomotora, dão-lhes uma nova configuração ética e estética, criando ambientes digitais que estruturam expectativas e hábitos específicos de interação.

BUSCANDO PROXIMIDADES

Nada é mais aliciante e reconfortante do que sermos reconhecidos, de termos alguém que manifeste interesse para nós, contactando-nos e requerendo a nossa atenção. O termo “interesse”, de fato, vem do latim *inter esse*, que remete para o *estar entre*, como

um elo constantemente passivo e ativo dentro dum vasto sistema de relações. Podemos nos considerar retroativos por defeito e, portanto, é expectável que dar e receber *feedbacks* seja relevante para nós e para os outros.

Acontece, todavia, que nem sempre estamos interessados no que nos envolve (isto é, no que nos *interessa*), e nem sempre o que nos rodeia está interessado em saber de nós. As relações sociais com a proximidade podem ser vivenciadas dum forma que acabamos por preferir filtrar as nossas interações e os nossos interlocutores, pulando o que nos rodeia objetivamente (que é na mesma uma forma de retroagir ao circunstante), e substituindo-o com os representantes do que consideramos (o desejamos crer) nos envolver mais diretamente.

Nesse sentido, os novos serviços de informação e comunicação digital desafiam e revelam algo sociologicamente previsível, ou seja, a tendência para selecionar os perfis e gostos culturalmente mais relevantes e distintivos para a valorização do nosso próprio *habitus* (BOURDIEU, 1997). Os automatismos digitais que governam muitos dispositivos e plataformas contemporâneas, na maioria dos casos, têm o intuito de gerar atalhos e correspondências entre pessoas (ou entre pessoas e conteúdos) pressupostamente afins. Como veremos logo a seguir, a busca de tal afinidade responde a critérios sempre mais individualizados e fragmentados, a uma triagem de dados que a técnica computacional tenta sistematizar e enquadrar proporcionando de forma automatizada um contexto significativo para o seu utilizador. A distinção cultural assegurada e almejada anteriormente através de uma gestão cuidadosa das combinações entre o *capital social, económico e simbólico* (BOURDIEU, 1981) encontra-se com melhor desempenho a partir de uma mescla de fatores alfanuméricos (a linguagem dos *softwares* e dos *big data*).

Nesse sentido, durante os últimos 20 anos, Zygmunt Bauman analisou, explicou e alertou-nos para a contemporânea tendência cultural em substituir as *relações* com as *conexões*, parecendo-nos aqui pertinente acrescentar, também, a *interação* com a *interatividade*.

Para o sociólogo, os laços sociais concretos e fundamentados na proximidade implicam um esforço cognitivo-afetivo que pode vir a ser alvo de desilusão ao longo do tempo, fazendo entrar em crise os nossos afetos e desmentindo as nossas projeções e expectativas. Qualquer tipo de relação encontra-se exposta ao risco de fracassar, pelo que a incerteza que tece os compromissos sociais e afetivos deve ser constantemente trabalhada e mediada para assegurar a sua manutenção no tempo. Quando o que é considerado valioso é o que dura no tempo, então as virtudes individuais e sociais correspondem à arte da mediação e do equilíbrio. Quando o que é valorizado é a novidade pela novidade e a autoafirmação individual, então os compromissos sociais e afetivos tornam-se descartáveis *a priori*, frágeis e instrumentais para fins pouco consistentes. O que pretendemos dos outros, nesse caso, é sempre mais baseado na lógica *fast food* dos prazeres curtos, das prestações *just in time* e, porque não, da lógica binária *swipe left or right*, lógica esta que remete para aquelas aplicações móveis que desafiam um modo compulsivo e instantâneo de interagir com o conteúdo (ou a imagem da pessoa) que se está a visualizar.

Segundo Bauman, “não há nada que estimule os desejos de forma tão infalível e imediata como a ‘nova’, ‘melhorada’, ou melhor ainda a ‘nova e melhorada fórmula’” (BAUMAN, 2010, p.69). Nesse sentido, a frustração psicológica que afeta o indivíduo/consumidor contemporâneo (formado ou não formado, adulto ou adolescente) fica reforçada por uma cultura da obsolescência programada que perpassa a economia política, o *design* das mercadorias, a produção das tecnologias, chegando a contagiar também as crenças e os sentimentos das pessoas. Na “sociedade líquida” e hipermoderna, tudo envelhece rapidamente, as coisas, os trabalhos, os desejos e os vínculos éticos e afetivos. Ao mesmo tempo, tudo o que envelhece é culturalmente intolerável e deve ser rejeitado.

Porém, apesar de emergirem historicamente identidades socioculturais sempre mais vulneráveis, não deixamos de procurar relações de proximidade.

Na verdade, aumentam os exemplos e as maneiras de cruzar contatos e desafiar encontros. Filtrar a nossa abertura aos outros, com os quais estamos (concreta e opacamente) interligados, não significa prescindir da necessidade de relações significativas (*interessantes*). O que está em jogo é a qualidade e lógica operacional do filtro que utilizamos, quando este deixa de ser “arquitetado” por nós e passa a sê-lo pelos algoritmos.

Hoje, a maioria das nossas relações debruçam-se nas múltiplas plataformas digitais, um conjunto de ambientes que se apresentam como facilitadores de relações interpessoais, por vezes proporcionadas e desempenhadas de forma muito criativa. Tais ambientes, todavia, são também redutores ou ilusórios, quando encarados como a maneira privilegiada de trocar experiências e aprofundar relações. O termo ilusório não se relaciona apenas com a rapidez com a qual se constroem, exploram ou excluem os perfis com os quais nos deparamos *on-line*, mas também com o modo como podem ser pautados pela presença de informações falsas ou desatualizadas. Segundo um estudo realizado pela plataforma *on-line* eHarmony em 2016, 53% das pessoas mentem no seu perfil *on-line* numa atitude de camuflagem (algo que, todavia, conhecemos também no mundo *off-line*): seja através de uma foto mais antiga, simulando uma idade ou peso que não é real, seja através de atributos sociais e profissionais que não correspondem à realidade (THOTTAM, 2016).

Contudo, assistimos ao constante desejo de presença também na esfera digital, um desejo «de ter as coisas do mundo perto da nossa pele» (GUMBRECHT, 2010), um anseio de presença que não deixa de requerer uma cultura e uma competência infocomunicacional para a sua realização satisfatória. O outro rosto da mediatização radical é, contrariamente ao afirmado por Sherry Turkle no seu livro *Alone Together*, a busca pelo efeito de realidade, embora este efeito possa ser causado muitas vezes por uma dimensão fictícia e virtual.

A PROXIMIDADE IMPOSSÍVEL – O PASSADO QUE NUNCA PASSA

Um exemplo dessa ambivalência infocomunicacional (a busca de proximidade numa dimensão fictícia) encontra-se nas plataformas onde jazem defuntos 2.0. De fato, um aspecto paradoxal dessa busca de presenças é representado pela tentativa de não deixar desaparecer quem infelizmente deixa de existir. Assistimos à emergência de *sites* e *Apps* que desafiam uma nova maneira de encarar a finitude humana: *boxego.com*, *thedigitalbeyond.com* ou *eternal9*, entre outros, são serviços digitais onde os queridos falecidos podem ficar permanentemente “*onlife*”, interagindo com os familiares e amigos vivos através dum algoritmo que retraduz e representifica os conteúdos produzidos antigamente pelo defunto nos seus vários perfis digitais. Por exemplo, no site *LivesOn*, os velhos *tweets* do utilizador defunto são recombinações periodicamente para gerar novas intervenções na plataforma de *microblogging*: “o coração que parar de bater não deixará de twittar”. No mesmo sentido, o site *DeadSocial* tem uma funcionalidade mais avançada que pode ser conectada ao Twitter e ao Facebook. Essa rede social programa os *posts* do utilizador para o futuro e deixa mensagens de felicitação aos amigos aniversariantes. O cibernauta indica, quando do registro, outro administrador que deverá avisar da morte do utilizador para que as mensagens e os *posts* sejam ativados.

Esses são apenas alguns exemplos de uma cultura que tenta suavizar tecnologicamente o trauma da morte, mas que desafiam profundamente uma nova alfabetização que não é apenas infocomunicacional, como quando se investe em programas de inteligência artificial para educar *chabots* a terem conversas à medida do seu próprio utilizador: *replika.ai* (*Replika is your AI friend that you teach and grow through conversation*).

O nosso legado identitário digitalmente criado já não levanta questões ligadas com “o direito ao esquecimento”, mas, pelo contrário, com a construção de alucinatória imortalidade. A criação de fantasmas digitais levanta questões legais,

testamentárias, psicológicas e culturais que precisam de ser reconsideradas à luz das novas potencialidades tecnológicas e dos consequentes comportamentos infocomunicacionais, desafiando relações inexploradas (talvez de negação) com a caducidade e finitude da vida real.

Não é surpreendente termos hoje sepulcros digitais, mas será extraordinário (fora do nosso ordinário e fascinante ao mesmo tempo) estudar os rituais funerários (futuros comportamentos infoculturais) que esses inspirarão. Assim como será importante compreender como viabilizar a aceitação do luto numa cultura tecnologicamente visada ao *evergreen* (não podemos esquecer que a ciência psicanalítica, desde Sigmund Freud até Melanie Klein, nos ensinou como a saudável elaboração do luto é aquela que permite aceitar a realidade, isto é, quando o sentido de realidade prevalece ao fugir dela).

Temos assim a necessidade de pensar em competências infoculturais abrangentes para lidar de forma não ingênua com um ambiente hipermediático e interativo que pretende, rerepresentando o poder imortalizador alinhavado pela fotografia, eternizar um tempo passado.

A LÓGICA SWIPE – UMA INTIMIDADE PARADOXAL

Paralelamente ao ambiente hipermediático que aponta para nostálgico resgate do tempo passado, encontramos também, como anunciado, o uso crescente de aplicações móveis baseadas na georreferenciação e dedicadas ao *dating* (ABEELLE, 2016). Passamos assim da busca de proximidade pelo tempo à busca pelo espaço. Trata-se de corrente fenômeno sociotécnico normalmente associado ao estigma do sexo fácil e das relações desprendidas, cujo protótipo principal costuma ser o *Tinder* (McDonald do sexo, Twitter do namoro, *shopping* de parceiros etc.).

Nesse sentido, a utilização dos *smartphones* como dispositivos para “caçar” relacionamentos aparece como uma evolução natural dos tradicionais serviços *web* de *dating* (ZHANG; YASSERI, 2016).

Temos assim os designados *location-based real-time dating* (LBRTD), do qual é o exemplo do *Happn* ou *Tinder*, um dos pioneiros tanto nas aplicações LBRTD, como na lógica de interação baseada no uso do *swipe*. É importante destacar como existam aplicações que seguem a mesma lógica e funcionamento, mas aplicadas ao encontro entre donos de animais, *twindog.co* ou entre pessoas que têm em comum algo (ou alguém) que odeiam, *haterdater.com* (*the app that lets you find love based on what you hate*).

É por isso importante refletir como é que os novos dispositivos sociotécnicos poderão sobrepor-se com algumas tendências socioculturais. Considerando os serviços de *dating* 2.0 mais populares, o que é curioso é como a esmagadora maioria dos perfis criados nessas plataformas, apesar de serem objeto de curadoria embelezante e incansável, apelam ao amor, ao relacionamento duradouro, sério e romântico. Nesse sentido, explica-se como muitos relacionamentos nascem por essas intermediações, desmentindo-se a ideia que só se procure satisfação imediata.

Segundo estudo realizado por Finkel et al. (2012), entre 2007 e 2009 originaram-se mais relacionamentos através de serviços *on-line* do que por via de encontros entre amigos comuns. Acresce também o fato de a utilização desses serviços não estar apenas associada aos adolescentes e jovens adultos, sendo o segmento etário superior aos 50 anos aquele no qual existe maior crescimento de criação de perfis *on-line* (MELTZER, 2016). O que é sociologicamente relevante é a maneira com a qual se tenta de readaptar, em equilíbrio constantemente precário, uma necessidade de relação satisfatória num contexto que pressiona pelo *update* permanente.

Como referem Ranzini e Lutz (2016), o *Tinder* surge como um caso paradigmático das *affordances* implícitas na portabilidade, disponibilidade, localização e multimedialidade que os dispositivos móveis acarretam, colocando o sujeito-utilizador em novo espaço que os tradicionais serviços *web* de *dating* não permitiam: a sua utilização em espaços públicos, *anytime, anywhere*.

Associando a essas *affordances* comunicativas, e à lógica do *swipe*, a procura de intimidade (intimidades *swipe*), estamos perante um paradoxo cultural. Tradicionalmente, o conceito de íntimo remetia-nos para o de familiaridade, privacidade e proximidade. No entanto, a noção de íntimo pode ser reinterpretada através dos novos intermediários sociotécnicos, substituindo os valores de proximidade, mediação lenta e privada pelo imediato, a ubiquidade e a volatilidade, valores providenciados por esses novos dispositivos e serviços digitais.

Como questionam David e Cambre (2016), estará a intimidade, vista sempre como algo familiar e durável, a ser abraçada ironicamente por novos valores como o imediato e o volátil? Nesse sentido, é importante relembrar uma lição fundamental transmitida pela antropologia: os gestos habituais que repetimos durante o nosso quotidiano, ao designarem específicas práticas sociais, também influenciam e reforçam, ao mesmo tempo, hábitos de pensamento e critérios de avaliação.

É assim que essas intimidades *swipe* procuradas através de rápidos deslizes por *touch screen* (*swipe left, swipe right*) refletem um desejo paradoxal de calor presencial (georreferenciado).

AS INTERFACES DA CIBER-HUMANIDADE

O movimento através do qual desafiamos e alcançamos imediatismos passa sempre mais por interfaces atualizadas constantemente. A vida *on air*, com as suas sugestões e respostas computacionais *everyware* (GREENFIELD, 2006), sempre ao nosso alcance, permite o projeto dos conteúdos *self generated*, que tem como objetivo o de chegar ao algoritmo perfeito e *inteligente*, aquele que faculta a busca de informações automáticas e personalizadas, dispensando a nossa intervenção.

A ciber-humanidade está estritamente ligada com a hiper mobilidade digital. Nesse sentido, Gilles Lipovetsky assinalou como o aspeto positivo da “leveza” passou do paradigma estético das obras de arte para o do desempenho técnico, isto é, “dos objetos que miniaturizados e conectados

permitem a mobilidade, a fluidez, a facilidade das operações informacionais e quotidianas” (LIPOVETSKY, 2016, p. 133).

A hipermobilidade não corresponde apenas à circulação e distribuição das informações, mas também a uma transformação antropológica da nossa sensibilidade e capacidade de pensar. A velocidade extraordinária com a qual podemos desempenhar funções técnicas e quotidianas desafia o ritmo das nossas expectativas e exigências mais íntimas. Biddle (2013) destaca o processo de osmose e sobreposição constante entre o funcionamento dos dispositivos e dos serviços digitais (como no caso da lógica binária da tecnologia *swipe*) com as dependências e ansiedades induzidas pela “ordem” capitalista. Um *design* de interface que implica gestos rápidos e repetitivos, análises instantâneas e a ética decisional de um jogador de casino.

As interfaces são assim um sistema técnico e simbólico que filtram informações, facultam contatos e remodelam ativamente o tipo de comunicações interpessoais e o contexto onde estas ocorrem. Para de Souza e Silva & Frith (2012, p. 4), a leveza proporcionada pelas interfaces móveis desafia, para além de uma atitude pouco hermenêutica e muito iterativa, uma curadoria constante do que se representa. A curadoria do visível (sempre mais da esfera do privado exposto publicamente) é um novo código ético e estético da cultura digital, um cânone que desafia uma leitura competente das imagens dos perfis digitais e uma grande habilidade na sua constante recontextualização.

Os novos códigos estéticos provocam novos comportamentos sociais, que ao mesmo tempo são reveladores de tendências anteriormente poucos exploradas. Procurar, e até encontrar com mais facilidade, um amor por via digital não significa ter mais possibilidades que a relação funcione, ou que a qualidade da comunicação no seu seio atinja um nível satisfatório. Uma ligação, assim como digitalmente pode “ativar-se”, também digitalmente pode “desativar-se”. Um desses exemplos é a tendência de terminar relacionamentos via *e-mail*.

Segundo o estudo da eHarmony, 48% dos relacionamentos começados *on-line* acabam via *e-mail*, e em que ambas as partes assumem que esse modo de término (um novo hábito filho duma nova literacia) lhes é conveniente (THOTTAM, 2016).

Todavia, também numa relação nascida *offline* pode-se começar a sentir alguma incompetência dialógica no momento em que um dos parceiros decide pôr um ponto final. Nada de mais fácil, então, que delegar tal competência a um serviço digital que quebra relações por nossa conta, como é o caso de *breakupshop.com* (*Let us help you end it*). Nesse sentido, o medo ou a incapacidade da confrontação aproveita-se das opções facilitistas facultadas pela intermediação digital, proporcionando assim atitudes que outrora se considerariam rudes e socialmente inaceitáveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O retrato sobre a emergência dessas novas facetas comerciais, éticas e culturais, desafiadas pela massificação das práticas digitais (o “enxame digital” diria provocatoriamente Byung-Chul Han), aponta para nova reaprendizagem e revalorização de hábitos comportamentais que no meio dessas transformações tão aceleradas ficaram desarticulados. Ao mesmo tempo, trata-se de compreender que tais hábitos serão necessariamente diferentes dos anteriores, uma vez que as circunstâncias históricas mudaram e que, de forma mais ou menos direta, desafiam uma mudança psicossocial e uma adaptação pragmática aos novos contextos sociotécnicos, dentro dos quais seria importante saber incentivar e criar projetos menos colados à lógica binária das opções *swipe* e automatizada da algoritmia.

Temos sempre mais, se considerarmos o protagonismo alcançado pelas plataformas digitais na vida quotidiana, uma sobreposição entre cultura e tecnologia, informática e ética, pretensões pessoais e automatismos sociotécnicos (PARISER, 2011; BALDI, 2013).

A ética interativa resulta da capacidade de saber descodificar a lógica subjacente às seleções que o filtro algorítmico operacionaliza por nossa conta,

quando de forma imediata e quase mágica nos aproxima da experiência que (talvez) procuramos. De fato, o imediatismo e a hiper mobilidade que permeiam a cultura contemporânea, associados à facilitação no processamento e na apresentação gráfica de qualquer dado, conduzem a uma deslocação intelectual do interesse pelas causas para o interesse pelos efeitos (ECO, 2012). Nesse sentido, uma competência infocomunicacional fundamental é a de saber se desencantar das performances da tecnologia digital, reapropriando-se criativamente dos mesmos dispositivos para finalidades alheias e imprevistas àquelas dos seus produtores.

Nesse sentido, para terminar, vale a pena mencionar um projeto realizado pelo Fondo de Cultura Económica no México, mirado a fomentar a leitura entre os mexicanos. A estratégia utilizada foi aquela de escolher um conjunto de clássicos da literatura mexicana e de retirar das suas histórias as personagens para a criação de perfis no Tinder. Uma vez criados os perfis com os nomes dos protagonistas dos romances, os utilizadores ativavam Tinder para criar correspondências (*matches*) com outros potenciais parceiros, mas com a diferença que a partir da correspondência gerava-se um *chat* onde o utilizador do projeto literário escrevia frases retiradas do livro. O objetivo era o de chegar a um encontro presencial, no qual o parceiro inconsciente do enredo literário deparava-se com a cópia do livro à espera dele, e a indicação que tinha sido seduzido pela literatura (FONDO DE CULTURA ECONÓMICA).

REFERÊNCIAS

- ABEELE, M. Mobile lifestyles: Conceptualizing heterogeneity in mobile youth culture. *New Media & Society*, v. 18, n. 6, p. 908-926, 2016.
- BALDI, V. A retórica dos automatismos intuitivos: a lógica autoritária dos intermediários computacionais. In: SILVA, A. S. da; MARTINS, J. C.; MAGALHÃES, M. L. G. (Org.). *Comunicação política e económica dimensões cognitivas e discursivas*. Braga: Aletheia, 2013. P. 569-579.
- BAUMAN, Z. *A sociedade sitiada*. [S.l.]: Instituto Jean Piaget, 2010.
- BAXTER, H. Many matches but no spark. *New Statesman*, Nov. 2013. Disponível em: <<http://www.newstatesman.com/society/2013/11/many-matches-no-spark>>. Acesso em: 24 abr. 2017.
- BIDDLE, E. Info nymphs. *Media Tropes*, v. 4, p. 65-82, 2013.
- BORGES, J.; OLIVEIRA, L. Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. *Observatorio (OBS*)*, v. 5, n. 4, 2011. Disponível em: <<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/508>>. Acesso em: 24 abr. 2017.
- BOSKER, B. Why Tinder has us addicted: the dating app gives you mind reading powers. *Huffington Post*, 2015. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/2013/04/09/tinder-dating-app_n_3044472.html>. Acesso em: 24 abr. 2017.
- BOURDIEU, Pierre. *Le sens pratique*. Paris: Éditions du Seuil, 1981.
- _____. *Méditations pascaliennes*. Paris: Éditions du Seuil, 1997.
- DAVID, G; CAMBRE, C. Screened intimacies: Tinder and the swipe logic. *Social Media+ Society*, v. 2, n. 2, p. 1-11, 2016.
- ECO, U. *A passo de caranguejo: guerras quentes e populismo mediático*. Lisboa: Gradiva, 2012.
- FINKEL, E. et al. Online dating: a critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, v.13, n.1, p. 3-66, 2012.
- FLORIDI, L. *The onlife manifesto: being human in a hyperconnected Era*. London: Springer, 2015.
- FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. *Usando Tinder para fomentar la lectura*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-3wxh5tiTGE>>. Acesso em: 10 fev. 2017.
- GREENFIELD, A. *Everyware: the dawning age of ubiquitous computing*. Berkeley: New Riders, 2006.
- GUMBRECHT, H. U. *Produção de presenças: o que o sentido não consegue transmitir*. Rio de Janeiro: Contraponto-PUC-Rio, 2010.
- HAN, B. C. *O ensame: reflexões sobre o digital*. Lisboa: Relógio D'Água, 2016.
- LIPOVETSKY, G. *Da leveza: para uma civilização do ligeiro*. Lisboa: Edições70, 2016.

LITT, E. Knock, knock: who's there?: the imagined audience. *Journal of Broadcast & Electronic Media*, n. 56, p. 330-345, 2012.

_____. HARIGATTAI, E. The imagined audience on social network sites. *Social Media+Society*, 2016.

MELTZER, M. 10 online dating: match me if you can. *Consumer Reports*, 2016. Disponível em: <<http://www.consumerreports.org/dating-relationships/online-dating-guide-match-me-if-you-can/>>. Acesso em: 08 fev. 2017.

OMENA, J. J; ROSA, J. M; BALDI, V. Atravessando a economia da atenção e dos likes: a política das plataformas digitais. In: _____. *Circunavegações em redes transculturais de conhecimento, arquivos e pensamentos*. CECS, Braga, 2017. No prelo.

PARISER, E. *The filter bubble: what the internet is hiding from you*. Nova York: Penguin Books, 2011.

RANZINI, G., LUTZ, C. Love at first swipe?: explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, p.1-22, 2016.

SILVA, A. de Souza e; FRITH, J. *Mobile interfaces in public spaces: locational privacy, control, and urban sociability*. New York: Routledge, 2012.

SMITH, A.; ANDERSON, M. 5 facts about online dating. *PewResearchCenter*, 2016. Disponível em: <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>>. Acesso em: 08 fev. 2017.

THOTTAM, I. 10 online dating statistics you should know. *EHarmony*, 2016. Disponível em: <<http://www.eharmony.com/online-dating-statistics/>>. Acesso em: 08 fev. 2017.

TINDER. Urban Dictionary: Top definition, 2013. Disponível em: <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Tinder>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

TURKLE, S. *Alone together*. 2013.

USKI, S.; LAMPINEN, A. Social norms and self-presentation on social network sites: profile work in action. *New Media & Society*, v. 18, n. 3, p. 447-464, 2014.

WINNICOTT, D. W. *Ego distortion in terms of true and false self: the maturational process and the facilitating environment: studies in the theory of emotional development*. New York: International Universities Press, 1965.

WYGANT, D. The shocking truth about Tinder dating. *The Huffington Post*, Oct. 2014. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/david-wygant/the-shocking-truth-about-_3_b_4967472.html>. Acesso em: 24 abr. 2017.

ZHANG, J.; YASSERI, T. *What happens after you both swipe right: a statistical description of mobile dating communications*. 2016. ArXiv preprint arXiv:1607.03320.