

A experiência estética nas redes sociais digitais: possibilidades de fuga do bios virtual

The aesthetic experience in digital social networks: possibilities of escape from the virtual bios

Juana Ribeiro Diniz

*Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM) e
Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
(PUC-SP) e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (UFBA).
E-mail: juanardiniz@gmail.com*

Resumo

Os avanços tecnológicos da comunicação/informação nos colocam questões que entrelaçam a comunicação e o consumo em uma esfera de vida simulada, cujo tempo é afinado aos fluxos telemáticos e o imaginário alimentado por uma realidade aumentada por algoritmos. Esse artigo vai propor reflexões sobre a possibilidade de uma experiência estética nas redes sociais digitais e sobre sua atuação como uma espécie de interface preliminar do consumo na era da midiatização. A proposta é não sucumbir ao pressuposto possível, porém talvez simplificado e precipitado, que na contemporaneidade não há mais lugar para a experiência estética, mas apenas para paixões exacerbadas e afetos mobilizados para o mercado.

Palavras-Chave

Comunicação, Consumo, Estética, Experiência estética, Midiatização.

Abstract

Technological advances in communication/information bring us questions that intertwine communication and consumption in a simulated sphere of life, whose time is tuned to telematic flows and the imaginary fomented by an augmented reality by algorithms. This article will propose reflections about the possibility of an aesthetic experience in digital social networks and its performance as a kind of preliminary interface of consumption in the mediatization era. The proposal is not to succumb to the possible assumption, but perhaps simplified and hasty, that in contemporary times there is no longer a place for aesthetic experience, but only for exacerbated passions and affects mobilized for the market.

Keywords

Communication, Consumption, Aesthetics, Aesthetic experience, Mediatization.

Introdução

Nos meios de comunicação, principalmente na comunicação digital e em rede, é notório que todo conteúdo circulante está em uma disputa constante pela atenção do receptor/público consumidor, que convive diariamente com uma profusão crescente de mensagens, em um ecossistema semiótico cada vez mais complexo.

Nesse vasto ambiente comunicacional, do surgimento da cultura de massa aos dias de hoje, podemos verificar uma relação que se estreita, aparentemente de forma crescente, entre o consumo e estética. As práticas de consumo, cada vez mais, só podem ser analisadas levando-se em consideração os novos sensores que se estabelecem da modernidade à

contemporaneidade. Segundo Muniz Sodré:

Hoje não se trata mais de ideias nem de opiniões (“materiais” semióticos característicos da democracia representativa), e sim de emoções e sensações adequadas às imagens velozes do trânsito eletrônico e aos imperativos do comércio de todos os tipos de bens postos em circulação no mercado (2021, p. 128)

Partimos do pressuposto que os novos sensórios não podem ser concebidos sem uma reflexão sobre as novas configurações nas quais se encontram as percepções e os afetos corporais da sociedade contemporânea, cujo “o ordenamento sociotecnológico [está] orientado pela velocidade da circulação de fluxos de natureza diversa, desde financeiros até os informacionais, com potencial para afetação ecológica das formas de vida” (SODRÉ, 2021, p. 130). Se na modernidade os novos sensórios estavam atrelados a um *ethos* burguês e a uma lógica da produção industrial, na contemporaneidade, concebida como pós-modernidade para alguns, hipermodernidade para outros, mas idubitavelmente uma era de intensificação tecnológica atrelada à produção, recepção e circulação de dados em escala planetária, os sensórios vão estar marcados e permeados por um *ethos* que tende a “submergir numa ‘estética telecomandada’; isto é, dirigida à distância pelas máquinas inteligentes da quarta revolução tecnológica, associadas à financeirização, centro gravitacional das diferentes órbitas econômicas” (SODRÉ, 2021, p. 138). Para Sodré, essa estética “é o mecanismo semiótico de legitimação do sujeito por seu valor de mercado” (2021, p.138). No mesmo momento, ele também afirma que o que está no âmbito da experiência “aponta para a ideterminação e a surpresa; logo, para a criatividade” (*ibid.*, p. 138). Podemos deduzir desse argumento que a estética produtora e produzida pelos sensórios contemporâneos se contraporia, portanto, à experiência concebida como “constituente do agir humano” (*ibid.* P. 138) e que essa experiência estaria fadada ao desaparecimento, imersa no que o autor chama de “*bios virtual*”.

Mediante a progressiva aceleração tecnorretórica dos processos de registro e recuperação, tudo agora incita a consciência fascinada, emocionada, afetivamente mobilizada, a entrar no jogo da produção e consumo dos efeitos energéticos do real, a imergir no bios virtual, onde se aprofunda o desaparecimento da experiência. (...) A experiência, que se faz visível na vontade do homem de singularizar-se, em suas escolhas e no seu potencial de transformação e passagem, é o espaço ainda aberto às revoltas silenciosas ou ao “querer” ruído, senão violento, das massas anônimas. (SODRÉ, 2021, p. 137 e 138)

Por outro lado, o autor também sinaliza para o fato de que uma espécie de totalitarismo, diferente do nazifascista, emerge em uma biopolítica atual, que não apenas exerce um controle em todos os aspectos da vida do indivíduo, mas requer algo além, o que Sodré vai chamar de “alma”. Para isso, ele explica: “tenta-se garantir a captação da energia psíquica ou do afeto, apelando-se para a diversão e a qualidade de gozo do lazer por parte das massas, disponibilizadas pelos dispositivos da nova ordem produtiva para o consumo” (*ibid.* p. 135). Ora, “a diversão, o gozo e o lazer para as massas” não é um apelo que se distancia exatamente do *ethos* moderno e burguês. E também é provável que consigamos reconhecer mais facilmente esses apelos nas interfaces do consumo na comunicação digital em rede. Sendo assim, parece admissível que, contrapondo ao pensamento do autor, possamos pensar que é possível, sim, falar de experiência, se dilatarmos o seu conceito. Cada vez mais virtualizadas, as experiências, ainda que capitaneadas pelos “automatismos sensoriais das mídias” (*ibid.* p.138), podem não estar exatamente desaparecendo, mas encontrando novos espaços e características para estarem presentes, ainda que na lógica do consumo, nos moldes do capitalismo financeiro e tecnológico. A hipótese desse artigo é que, na experiência estética

das interfaces do consumo, há espaço tanto para a manutenção de uma ordenação vigente, ou nos termos do pensamento ranciereano, para uma ordenação policial, quanto para uma ordenação política. Se na economia das atenções, ou melhor, das energias psíquicas de corpos, a nossa produção simbólica ainda apela para o entretenimento e o lazer e se o que temos em vigência, para tanto, é um aumento exponencial do mundo-imagem, da superfície, podemos admitir que a experiência estética, mesmo em um espaço paradigmático como a Internet, ao contrário de subsumir em um “mar eletrônico” e no “bios virtual”, ela parece vigorar, como uma espécie de interface que nos permite compreender como podem emergir singularidades, crises, cenas de dissenso, que apontam para linhas de fuga criativas, ainda que operando dentro da lógica do capitalismo financeiro, da vigilância de dados, da economia da atenção na ordem do consumo.

Nesse artigo, partimos do pressuposto do pensamento ranciereano que a estética é política e vice-versa. É no âmbito da estética, seja nas artes, na comunicação, ou na vida cotidiana, que podemos vislumbrar rupturas com qualquer “contorno”, qualquer ordem, regras, padrões impostos ou internalizados. É no campo evanescente das investigações estéticas que apostamos em descobertas que não apenas sugiram saídas, mas que realmente abram as portas para indicar caminhos e encontrar respostas de caráter mais generalistas para qualquer tipo de opressão. Por isso, a proposta desse artigo está em um recorte que busque contribuir, ainda que em uma parcela bem pequena, para estudos que investiguem possibilidades de distinção para as experiências estéticas na comunicação, principalmente as que ocorrem no ciberespaço (uma terminologia talvez obsoleta, visto que, hoje, as delimitações entre o espaço online e offline já se encontram embaralhadas).

Nesse trabalho, propomos uma reflexão sobre a experiência estética, no âmbito da comunicação, quando ela está inserida nessas interfaces contemporâneas do consumo que surgem com as redes sociais digitais. Nas linhas argumentativas que vamos desenvolver aqui, pretendemos tentar identificar se uma das mudanças, que podemos perceber na experiência estética da comunicação das redes sociais digitais, pode ser analisada a partir de um movimento pendular entre uma ordenação política e/ou policial, tal qual concebida por Rancière (2014), que tanto pode favorecer uma ruptura na ordem vigente, na partilha do sensível, quanto uma manutenção dessa ordem, que, como vimos, está bem alinhada com a lógica do capitalismo financeiro e dos ideais neoliberais, na chave do consumo.

Utilizaremos como base para nossos estudos a estética peirceana, não como uma proposta analítica, mas como uma ferramenta epistemológica. A estética peirceana pode ser bastante receptiva a propostas que admitam suas reentrâncias na ética e na lógica. Peirce vai conceber a estética como uma ciência normativa inserida na filosofia (que Peirce também concebe como ciência), Segundo Santaella:

A estética, a ética e a lógica são chamadas normativas porque elas têm por função estudar ideais, valores e normas. Que ideias guiam nossos sentimentos? Responder a essa questão é tarefa da estética. Que ideias orientam nossa conduta? Essa é a tarefa da ética. A lógica, por fim, estuda os ideais e normas que conduzem o pensamento. (2004, p. 2)

Para as considerações que irão refletir sobre a experiência estética na comunicação, mais especificamente, como uma experiência que se dá na interface do consumo nas redes sociais digitais, recorreremos a uma pesquisa bibliográfica que nos permita estabelecer um breve panorama conceitual sobre experiência, sensórios e estética na era telemática. Para tanto, Muniz Sodré, Edgar Morin, Hans Ulrich Gumbrecht e Lúcia Santaella serão os principais autores a ser consultados. Para fazer uma reflexão sobre a experiência estética entrelaçada com subjetividades e singularidades, usaremos Peter Pål Pelbart e para sensssibilização e dessensibilização Franco Berardi. Já para construir a ponte entre a estética e política, utilizaremos Jaques Rancière.

A experiência estética e o bios virtual

Na modernidade, segundo Morin (1997), a produção de sentido se efetuava no modo estético, através de trocas entre o real e o imaginário, como está explicitado na citação a seguir:

O mundo imaginário não é mais consumido sob forma de ritos, de cultos, de mitos religiosos, de festas sagradas nas quais os espíritos se encarnam, mas também sob forma de espetáculos, de relações estéticas. Às vezes até as significações imaginárias desaparecem; assim, as danças modernas ressuscitam as danças arcaicas de possessão, mas os espíritos não estão nelas. Todo um setor das trocas entre o real e o imaginário, nas sociedades modernas, se efetua no modo estético, através das artes, dos espetáculos, dos romances, das obras ditas de imaginação. A cultura de massa é, sem dúvida, a primeira cultura da história mundial a ser também plenamente estética. (Ibid., p.79)

Se “a cultura de massa é (...) plenamente estética”, o que hoje entendemos por cultura pós-massiva, ou cultura digital, não declinou dessa proposição. O que vemos prosperar nas malhas dos avanços tecnológicos para a comunicação, segundo Sodré,  : “uma nova ecologia e um novo bios, implusionados por dispositivos de mercado e de inteligência artificial, em que a realidade da vida ‘nua’ é aumentada por algoritmos e temporalmente acelerada por máquinas” (2021, p. 90). Ou seja, as trocas entre o imaginário e o real, como pensadas por Morin, que se realizavam esteticamente a partir das “obras ditas de imagina o”, que estavam encarnadas nos produtos próprios da indústria cultural, passam a ser efetuadas, de forma preliminar, através dos algoritmos e dos fluxos característicos das redes planetárias. Enquanto Morin fala que “  porque a cultura de massa se torna o grande fornecedor dos mitos condutores do lazer, da felicidade, do amor, que nós podemos compreender o movimento que a impulsiona, não só do real para o imaginário, mas também do imaginário para o real.” (1997, p. 90), Sodré explica que, na era da midiaticiza o atual, temos um imaginário constituído por uma espécie de lente de aumento algorítmica sobre o real que, por sua vez, vai “constituir uma nova esfera existencial plenamente afinada com o capital, onde o desejo se imponha preferencialmente como desejo de mercado” (2021, p. 137).

Bios midiático ou *bios virtual* são expressões adequadas para o novo tipo de forma de vida caracterizado por uma realidade ‘imaginarizada’; isto é, feita de fluxos de imagens e dígitos, que reinterpreta continuamente com novos suportes tecnológicos as representa es do real. Nesse *bios*, os velhos fen menos de sociedade tornam-se objeto de uma satura o conceitual afim a essa imaginariiedade virtual. Trata-se geralmente de um imaginário controlado e sistemático, sem potência criativa e metafórica, mas com uma notável capacidade *ilocutória* (portanto, um imaginário adaptável   produ o) que não deixa de evocar a dinâmica dos espelhamentos elementares ou primais” (*ibid.* p. 136)

É a partir dessa rela o do desejo com desejo de mercado, marcada por um imaginário “sem potência criativa e metafórica”, que Sodré vai prever o desaparecimento da experiência como uma propulsora de singularidades, transforma es e escolhas, e o surgimento de um novo *ethos* que “tende a submergir numa estética ‘telecomandada’; isto é, dirigida a distância pelas máquinas inteligentes da quarta revolu o tecnológica, associada   financeiriza o, centro gravitacional das diferentes órbitas econ micas” (*ibid.* p. 138). Nessa estética que ele chama de “mecanismo semiótico de legitima o do sujeito por seu valor de mercado” (*ibid.* p. 138) não há espaço para a experiência e o singular, pois estas estariam tomadas pelos “automatismos sensoriais das m dias” (*ibid.* p. 138). Isso não

significa, no entanto, que a mediação promova um esvaziamento de afetos. Para Sodré o que podemos observar nessa “estética telecomandada” são afetos mobilizados pela economia das atenções, nos moldes de um espaço desenhado por uma arquitetura algorítmica financeirizada e sob o imperativo dos fluxos acelerados do trânsito eletrônico. Nesse contexto, o autor sugere a vigência de uma espécie de *mindspace*, cujo foco sensível operaria como catalizador de energias psíquicas mobilizadas justamente por essas cargas afetivas. Segundo Sodré: “Esse foco pode desdobrar-se em *bolhas* perceptivas, vazias de ideias ou de conteúdos cognitivamente articulados (assim como uma *bolha* financeira se isenta de reais cauções econômicas), porém plenas de *carga afetiva*” (2021, p. 128).

Em contraponto à Sodré, vamos tentar defender aqui que uma experiência estética não só é possível em uma era mediada, como também ela está presente inclusive nas redes sociais digitais, como uma espécie de interface do consumo. Não obstante, não é nossa intenção defender uma visão das redes telemáticas e da mediação como uma tecnologia “inocente”, meramente distributiva, ou tentar compreender a experiência estética nesse cenário, sem levar em consideração questionamentos sobre as mudanças nas formas de vida que surgem com a mediação, ou como diz Sodré, com a bio virtualização, abarcando as subjetividades, modos de sentir, percepções e sensibilidades em uma espécie de cartografia elaborada pelos interesses comerciais e econômicos de uma vida financeirizada. O que propomos aqui é um pensamento sobre a estética mais abrangente. Não apenas a estética relacionada à produção de sentido, à expressão das linguagens, mas a que se relaciona também a uma produção de presença, como algo que vai questionar a preponderância da interpretação e de uma produção de sentido na experiência estética, sem, necessariamente, se opor a ela. Como explica Gumbrecht sobre sua obra “Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir”:

No entanto, ao desafiar o estatuto de exclusividade que a interpretação goza nas Humanidades, esse livro não constitui uma obra “contra a interpretação”. Ele está interessado no que sugere que pensemos e, na medida do possível, possamos descrever como “presença”, mas de nenhum modo pretende ser anti-hermenêutico. Sugere, por exemplo, que concebamos a experiência estética como uma oscilação(às vezes, uma interferência) entre “efeitos de presença” e “efeitos de sentido”. (2010, p. 22)

A estética peirceana, portanto, ainda que pertencente a uma mesma categoria de ciências normativas que inclui a ética e a lógica, vai nos possibilitar pensar em algo que poderia sintetizar a contento essa proposição de Gumbrecht, quando nos permite pensar em um signo estético como um “quase signo”. Segundo Santaella:

Realmente, a originalidade peirceana foi radical ao introduzir um tipo de signo ou quase-signo cuja natureza oscila entre ser signo e ser coisa, quer dizer, um signo que nunca deixa de ser coisa, ou uma coisa que fica na iminência nunca consumada de ser signo (1994, p. 177)

É na produção de presença que acreditamos que a experiência estética conserva, ainda que nas configurações de vida mais adversas, algo de um potencial de transformação que não podemos perder de vista: o que concerne ao terreno das possibilidades.

Subjetividades, singularidades: sensibilização e dessensibilização na estética

Para esse artigo, interessa refletir sobre as possibilidades da experiência estética, despertada pelo consumo de conteúdos comunicacionais que, no recorte desse artigo, estarão nas redes sociais digitais. Visto que partimos do pressuposto que “... para além desse campo empírico de manifestações de obras, produtos, eventos e situações estéticas, a comunicação está na base da experiência sensível, naquilo que nela há de partilhável.” (LEAL; GUIMARÃES; MENDONÇA, 2010, p. 14), trabalhamos nesse artigo admitindo que ainda que a mediação opere em uma modulação de afetos que contemplam o sujeito do consumo, é através da experiência estética no consumo dos conteúdos comunicacionais que ainda encontramos uma possibilidade de ver emergir o sujeito da escolha, da vontade e suas singularidades.

Os efeitos de uma experiência estética, em geral, nos é percebido de formas variadas e misturadas com nossas subjetividades. São eles os capazes de nos arrebatam a uma espécie de estado de suspensão da realidade, um parêntese no cotidiano. Esse estado pode ser, algumas vezes, percebido como uma fuga da realidade, outras como uma conexão com o que existe de mais verdadeiro em nós mesmos. Segundo Morin:

[...] o sentimento estético nos coloca em estado alterado, que denominarei poético em oposição ao prosaico que, como já vimos, caracteriza o que é feito sem prazer, nem maravilhamento. Podemos encontrar o estado poético na comunhão, no amor, no jogo, na festa, mas essas situações ultrapassam o sentimento estético e o englobam; daí se originam as palavras de amor ou do amor: “Como você é bela!” No esporte: “Oh, que belo passe, que lindo gol!” Na comunhão: “Que belo momento vivemos!”. (2017, p. 21)

A experiência estética pode ser pensada também como uma forma de conhecer e de atuar no mundo. Novas formas de sentir vão possibilitar novas condutas, assim como novos pensamentos. Na concepção da estética peirceana, o ideal estético guiaria o ético que, em uma abordagem fenomenológica de primeiridade, secundidade e terceiridade, por sua vez, guiaria a lógica (ou semiótica) . No entanto, para Peirce não há uma exata separação entre essas ciências, assim como não há um signo puro, assim como toda a lógica triádica de Peirce admite uma pregnância própria de um todo em suas divisões. A estética peirceana não fala apenas do sensível, mas de uma razoabilidade e de mudanças de hábitos. De acordo com Santaella:

Se o efeito estético nos envolve num sentimento à primeira vista não-cognitivo, a inseparabilidade das categorias [dos signos] nos faz ver que longe de se tratar aí de uma exclusividade do sentimento, trata-se, isto sim, de uma espécie muito peculiar de mistura inextricável entre o sentir e pensar que dá ao estético seu matiz característico (1994, p. 184)

Para Peirce a estética dá à ética e à lógica as ideias que vão norteá-las. Ele também admite que a ética e a lógica vão ser os vetores de mudanças no que a estética vai apontar como um ideal. Da mesma forma, não podemos pensar em sensibilidades e subjetividades independentes da cultura e da história que lhe servem como cartografia. Segundo Suely Rolnik: “Não há subjetividade sem uma cartografia cultural que lhe sirva de guia; e, reciprocamente, não há cultura sem um certo modo de subjetivação que funcione segundo seu perfil. A rigor, é impossível dissociar estas paisagens” (1997, p.4).

Se, então, por um lado a mediação, ou o bios virtual, nos apresenta uma relação entre sensibilidade e subjetividade modulada por um poder que não mais tem seus dispositivos disciplinares nas instituições clássicas, mas em um biopoder, por outro lado, novas sensibilidades e subjetividades podem encontrar, na experiência estética, ainda que no consumo, justamente sua rota de fuga, sua possibilidade de ruptura.

Como a mediação tem mobilizado nossos afetos, ela tem também modulado nossas sensibilidades. Segundo Berardi:

A digitalização dos processos comunicativos produz uma espécie de dessensibilização à curva, aos processos contínuos de um lento devir, e uma espécie de dessensibilização aos códigos, às rápidas mudanças de estado, às sequências de signos discretos. (2019, p. 167)

Nossa hipótese aqui é que as dessensibilizações, capitaneadas pela economia da atenção, podem também ser constituintes das nossas subjetividades (tanto quanto constituídas por elas). E, em alguma medida, podem ser tais dessensibilizações que nos dão a possibilidade de uma atuação como consumidor, porém que não exclua o cidadão. Assim como um cirurgião precisa de um certo distanciamento empático do paciente que será operado, assim como profissionais da saúde, em tempos de Covid, precisaram “se acostumar” com a morte, a dessensibilização pode nos fornecer suportes subjetivos para que a experiência estética no consumo não seja reduzida a uma “condição de estesia generalizada ou de sensorialidade exarcebada” (LEAL; GUIMARÃES; MENDONÇA, 2010, p. 13).

Ainda sobre a emergência de singularidades, recorreremos ao argumento trazido por Pelbart em seu artigo “Mutações contemporâneas”, no qual o autor vai citar a evocação de Agamben para defender “...uma resistência vinda, não como antes, de uma classe, um partido, um sindicato, um grupo, uma minoria, mas de uma singularidade qualquer, do qualquer um...” (2007, p. 9). Pelbart começa por aí para responder perguntas que ele mesmo se faz em seu texto: “Como desligar dessa comunicatividade totalitária e vacuizada?” (2007, p. 9). Nesse artigo, nossa pergunta poderia ser “de onde e como viria essa ‘singularidade qualquer’ nessa comunicatividade que se estabeleceu nas redes telemáticas?”. Para essa resposta, a nossa hipótese já foi mencionada aqui: através da experiência estética.

Ordenação política e policial na estética das redes sociais digitais

Para pensarmos nas redes sociais digitais e na experiência estética que identificamos no consumo dos seus conteúdos, vamos trazer outra abordagem sobre a estética. A dos regimes policiais e políticos, como trata Rancière. A proposta de pensar sobre a oscilação desses regimes, no consumo nas redes sociais digitais, é uma tentativa de explicar como podemos pensar em experiência estética ainda que em espaços onde os desejos circulantes são alinhados aos desejos de mercado e a vida, ali simulada, se não totalmente, é em muitos aspectos identificada com o que Sodré chamou de *bios* virtual.

A experiência de consumo de conteúdos de comunicação pode ser estética pois ela pode operar o que Rancière vai chamar de “cena de dissenso”, que retira “objetos e discursos do seu lugar habitual do cotidiano e dos quadros interpretativos convencionais e os desloca para o campo das invenções de formas diversas de linguagem, manifestação e argumentação” (2014, p.17). Basta pensarmos nos diversos perfis de Instagram, por exemplo, que usam suas contas tanto para ser o tal “empresário de si”, alinhado com a lógica do capitalismo financeiro, quanto para trazer conteúdos de causas de minorias e ainda questionar, incomodar, desorganizar os espaços previamente estabelecidos para serem ocupados. Esses exemplos são bem ilustrados pelo perfil da @mandycandy, mulher trans que usa seu status de influenciadora para falar da existência trans, fazer publicidade e questionar às críticas sobre essa junção. Ou o perfil do indígena @tukuma_pataxo que utiliza a tecnologia de comunicação e seus diversos recursos a seu favor, provocando um dissenso no estereótipo comum do “indígena atrasado, sem acesso às novas tecnologias”. Para melhor explicar o conceito de dissenso, de acordo com Rancière:

Dissenso quer dizer uma organização do sensível na qual não há realidade oculta sob as aparências, nem regime único de apresentação e interpretação do dado que imponha a todos a sua evidência. E que toda situação é passível de ser fendida no interior, reconfigurada sob outro regime de percepção e significação. Reconfigurar a paisagem do perceptível e do pensável é modificar o território do possível e a distribuição das capacidades e incapacidades (2014, p.48).

O dissenso carrega o potencial para mudança de um regime de “percepção e significação” para outro, reconfigurando, portanto, essa distribuição de lugares e funções dentro de um todo. É no conflito entre a ordem policial e política que o dissenso vai reconfigurar, segundo Marques, “uma dada distribuição do sensível a partir da criação de um lugar polêmico, uma cena de ‘confrontação entre sentidos comuns opostos ou modos opostos de enquadrar o que é comum’ (RANCIÈRE, 2009, p. 277). O reenquadre reorganiza o tecido social a partir do encontro conflitivo entre a ordem policial e política” (2018, p.17).

Na emergência no sensível, de uma parte antes invisibilizada como não-parte, não temos apenas a ação de uma política, mas também a de um regime policial em um tensionamento. O que parece estar em jogo nas produções de cena de dissenso é justamente uma oscilação desses regimes. Recorreremos a uma citação do próprio Rancière, diferenciando os termos “política” e “polícia”:

No conflito primário que põe em litígio a dedução entre a capacidade do ser falante qualquer e a comunidade do justo e do injusto, deve-se então reconhecer duas lógicas do estar-junto humano que geralmente se confundem sob o nome de política, quando a atividade política nada mais é que as atividades que as divide. Chamamos geralmente pelo nome de política o conjunto dos processos pelos quais se operam a agregação e o consentimento das coletividades, a organização dos poderes, a distribuição dos lugares e funções e os sistemas de legitimação dessa distribuição. Proponho dar outro nome a essa distribuição e ao sistema dessas legitimações. Proponho chama-la de polícia. (RANCIÈRE, 1996, p.41)

A política, portanto, não é uma atividade que busca o consenso entre partes, mas o que dá a ver uma parte a ser contada que estava invisibilizada pela ordem policial. Por isso, a política é estética para o autor, ela é a exata medida entre a palavra e a palavra que é contada. A citação a seguir explica melhor esse pensamento:

Antes de qualquer medida dos interesses e dos títulos de tal ou qual parte, o litígio refere-se à existência das partes como partes, a existência de uma relação que as constituem como tais. E o duplo sentido do logos, como palavra e como contagem, é o lugar onde se trava o conflito. (...) A palavra por meio da qual existe política é a que mede o afastamento mesmo da palavra e de sua contagem. E a aesthesis que se manifesta nessa palavra é a própria querela em torno da constituição da aesthesis, sobre a divisão do sensível pela qual corpos se encontram em comunidade. (RANCIÈRE, 1996, p. 39)

Nos casos que usamos aqui como exemplo das redes sociais digitais, podemos perceber a oscilação entre os regimes policiais e políticos a cada cena de dissenso que é produzida pelos sujeitos dos perfis do Instagram citados. Quando Mandy (@mandycandy) fala sobre ter um noivo há muitos anos, contrariando a ideia que pessoas sexo-gênero dissidentes são promíscuas, ela opera mais claramente em uma ordenação policial, ela pertence a um comum: o que busca tirar a comunidade LGBTQIA+ dos estereótipos que geram preconceitos. Quando ela faz campanhas de publicidade, ela também atua

predominantemente no regime policial, em comunhão com a marca, com o produto e a prática de consumo ali acordada. No entanto, quando ela traz para sua comunicação as críticas, os cancelamentos, ou as violências que sofre por ser trans e fazer publicidade, ela traz para público o conflito, a cena de dissenso, que permite a ela deixar de ser um “não-parte” e reivindicar um lugar na partilha do sensível. O mesmo raciocínio podemos aplicar no caso do indígena @tukuma_pataxo.

A oscilação entre os regimes policias e políticos, ao contrário de esvaziarem a experiência estética, como vimos aqui, é justamente o que permite a produção das cenas de dissenso. Ou seja, nesse “entre”, emergem as singularidades dos não-parte. Na experiência estética do consumo de conteúdos de redes sociais digitais, o que podemos reconhecer como policial ou político, na verdade, é uma classificação à imagem de uma proposta pendular. Não existe um regime puramente policial ou político a ser tipificado em um ambiente de complexidades, sobre as quais já discorreremos no início do artigo, como o das redes telemáticas, submersas em um mundo midiaticado e em uma vida simulada no *bios* virtual. No entanto, é possível compreendermos, através dos exemplos, que ambos os regimes podem ser observados ali e que operam, através de um tensionamento, no agenciamento de rupturas, na produção de presenças, em uma “partilha do sensível” que requer estar “na conta”, antes mesmo de entrar nas disputas pelo sentido.

Considerações finais

Quando propomos que a experiência estética, no contexto do *bios* virtual, pode operar como uma espécie de interface preliminar do consumo, estamos propondo que isso ocorre e pode ser identificado no âmbito comunicacional, mas que ainda requer mais reflexões a respeito de como ou porquê ocorre. Algumas ideias sugeridas aqui, como a que se refere a sensibilização e dessensibilização do sujeito frente ao objeto estético, ainda são hipóteses que poderiam ser melhor discutidas em um trabalho específico. A estetização do mundo (LIPOVETSKY e SERROY, 2014) parece estar em uma ambivalência incontornável, que, talvez, não deva ser refutada, mas acolhida e administrada pela racionalidade contemporânea. Se de um lado ela amplia e democratiza a experiência estética, abrindo, assim, novas camadas de percepção e formas de sentir na sociedade, por outro ela também é capaz de banalizar essa experiência, de tirar dela a capacidade de nos conectar com o que existe de mais humano em nós. O que tentamos fazer nesse artigo foi refletir sobre como essa ambivalência pode ser útil às investigações sobre a experiência estética na comunicação, através da reflexão de aspectos relacionados à experiência estética nas redes telemáticas. Tentamos ampliar as discussões sobre a midiaticação, sem, no entanto, cair no niilismo e na visão de uma lógica e uma ética deterministas, mas de uma estética que está em constante devir, no reino das possibilidades.

Referências

BERARDI, Franco. **Depois do Futuro**. SP: Ubu Editora, 2019

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. RJ: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2010

LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargo; GUIMARÃES, Cesar (org.). **Entre o Sensível e o Comunicacional**. BH: Autêntica Editora, 2010.

- MARQUES, A.C.S.; PRADO, M.A.M. Diálogos entre Rancière e Foucault: poder e resistência na constituição imaginária do social. In: _____ **Diálogos e dissidências: Michel Foucault e Jacques Rancière**. Curitiba: Appris Editora, 2018.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Volume 1: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- MORIN, Edgar. **Sobre a estética**. RJ: Pró-Saber, 2017.
- PELBART, Peter Pál. **A vertigem por um fio: políticas da subjetividade contemporânea**. São Paulo: Iluminuras, 2000. Disponível em: https://www.academia.edu/25309518/A_vertigem_por_um_fio_pol%C3%ADticas_da_subjetividade_contempor%C3%A2nea. Acesso: 03 set. 2021.
- PELBART, Peter Pál. **Mutações contemporâneas**. Revista Cinética. Estéticas da Biopolítica, 2007. Disponível em http://www.revistacinetica.com.br/cep/peter_pal.htm
- RANCIÈRE, J. **O desentendimento – política e filosofia**. São Paulo, SP: Ed. 34, 1996
- RANCIÈRE, J. **O espectador emancipado**. São Paulo, SP: Editora WMF Martins Fostes, 2012
- ROLNIK, S. **Uma insólita viagem à subjetividade. Fronteiras com a ética e a cultura**. In: LINS, D. (Org.). Cultura e subjetividade. Saberes nômade. São Paulo: Papirus, 1997. Disponível em: <https://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/viagemsubjetic.pdf>.
- SANTAELLA, Lúcia. **Estética: de Platão à Peirce**. São Paulo: Experimento, 1994.
- SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil: mídia, liberalismo e finanças**. Petrópolis: Vozes, 2021.