TRIVIIS
Anais de **Conferências** e **Mesas** de **Debates** do
**Seminário** Internacional de Pesquisas
em **Midiatização** e Processos Sociais

# SEMIÓTICA DOS AFETOS E O CINISMO DOS ALGORITMOS PLATAFORMIZADOS: POR UMA GOVERNANÇA ALGORÍTMICA EM PROL DA NOSSA SANIDADE[1]

## SEMIOTICS OF AFFECTS AND THE CYNICISM OF PLATFORMIZED ALGORITHMS: TOWARD ALGORITHMIC GOVERNANCE IN SUPPORT OF OUR MENTAL WELL-BEING

**Clotilde Perez[2]**

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A partir das reflexões apresentadas no VI Midiaticom, em 2024, sob o título "O homem, um signo: considerações semióticas sobre mediação e midiatização", texto centrado na compreensão da mediação como signo não apenas antropocêntrico (Peirce, 1988; Carlón, 2016) e na midiatização como um tipo de semiose – existência e ação do signo nas mídias hoje plataformizadas (Fernandéz, 2021) - em articulação com o artigo "Semiótica dos afetos nos rituais de consumo: sensações, sentimentos e emoções", publicado na edição especial Semiótica de Matrizes, dezembro de 2024, onde são exploradas as perspectivas de Peirce ao entendimento das sensações (primeiridade), dos sentimentos (primeiridade-secundidade) e das emoções (terceiridade), a presente reflexão se direciona à compreensão das semioses midiáticas e seus potenciais efeitos, focadas no

[1] Conferência apresentada no VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP na "MESA 3 — Semioses, emoções e vínculos na era dos algoritmos".

[2] Professora titular de Publicidade e Semiótica da ECA - USP (desde 2017). Livre-docente em Ciências da Comunicação pela ECA - USP (desde 2007). Doutora em Comunicação e Semiótica (2001). LATTES: http://lattes.cnpq.br/3579570829993136; ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3062-4087; e-mail: cloperez@usp.br.

domínio dos signos algorítmicos plataformizados. Apoiando-se no entendimento de Sloterdijk (2003) de que o cinismo – discurso que usa a verdade como cortina de fumaça para ocultar intenções contrárias – é parte constitutiva da superestrutura do Ocidente - os algorítmos plataformizados parecem ser o signo prototípico do cinismo contemporâneo, sendo desenvolvidos, publicizados e manejados em busca de interesses crepusculares que guiam sentimentos, ações e crenças. Assim, o objetivo desta reflexão é propor caminhos que sustentem a proposição de uma governança algorítmica a favor da proteção de nossos afetos e da nossa sanidade. Está dividido em 3 partes, sendo a primeira destinada às reflexões de Peirce, a segunda à compreensão sobre o cinismo contemporâneo e a terceira dedicada aos algoritmos plataformizados.

## PARTE 1 – SENSAÇÕES, SENTIMENTOS E EMOÇÕES NA SEMIÓTICA DE PEIRCE

Partiremos do arcabouço teórico da semiótica de Charles Sanders Peirce para a compreensão das sensações, sentimentos e emoções humanas e seus desdobramentos na linguagem e, posteriormente, na ambiência algorítmica. Na Fenomenologia peirciana encontramos o entendimento das classes universais que fundamentam toda a experiência humana, materializada nas três categorias Primeiridade, Secundidade e Terceiridade (Ibri, 2015, p. 23); a sensação é um fenômeno intuitivo e introvertido. Trata-se, prioritariamente, de um acontecimento nos planos físico e/ou psíquico. Essa compreensão está evidenciada no entendimento da sensação como Primeiridade, pois pode ser considerada uma qualidade imediata que é uma impressão invisível, não tangível, portanto totalmente frágil em poder descritivo, sendo tão somente, sentida. A sensação como qualidade é assim aquilo que dá sabor, aroma, tom e matiz à nossa consciência imediata, aquilo que se oculta ao nosso pensamento, mas está atuando. A qualidade da consciência, na sua imediaticidade, é tão tenra que mal podemos tocá-la sem estragá-la (Peirce, 1988). A Primeiridade tem a natureza de uma interioridade que não se reduz ao mundo subjetivo, mas envolve também a dimensão física. O conceito de Primeiridade surge como uma categoria filosófica, um modo de aparecer fenomênico livre que é caracterizado “pela experiência de unidade entre sujeito e objeto” (Ibri, 2008, p. 229), e mais, é a experiência da qualidade exatamente como se apresenta: “Requer-se um modo

poético de olhar, sem mediações" (Ibri, 2015, p. 32). Assim, há uma fusão entre as qualidades que constituem os objetos com a interioridade de quem as experimenta. Por isso, constatamos uma espécie de resíduo do mundo fenomênico, algo não contemplado pela linguagem na sua expressão cotidiana, algo que é por ela desprezado porque estranho à sua própria estrutura e abrangência: a linguagem sempre busca o que pode receber um nome (Ibri, 2020, p. 108). Mas, como afirma Ibri (2008, p. 232), "os nomes requerem partilhamento e o que é primeiro de nada participa senão de si mesmo", pura qualidade.

No plano psíquico a sensação é do âmbito do imaginário, pois está associada a uma ação/reação produzida somente pela mente. No plano físico, está diretamente associada aos cinco sentidos: olfato, paladar, visão, tato e audição e suas sobreposições, receptores dos estímulos do mundo. Notamos que sensação é um conceito que carrega uma grande tradição semiótico-filosófica associada aos estados afetivos que tem a corporeidade como origem, o que nos leva à busca pela compreensão dos sentimentos, uma espécie de consequência responsiva ao que nos afetou.

O sentimento pode ser definido como um estado afetivo, ou tendência afetiva em geral, diferente do conhecimento, âmbito da Terceiridade. O sentimento, portanto, é uma verdadeira fonte de emoções, calcadas em dores, angústias ou prazeres que têm causas culturais e morais e não causas orgânicas imediatas, ainda que o corpo seja o veículo. No caso do sentimento, a grande tradição está associada à reflexão, às crenças e à vida moral. Em Peirce, o sentimento está nos níveis da Primeiridade e da Secundidade, pois o sentimento tanto está localizado no âmbito de uma imediaticidade, portanto, Primeiridade, ainda em um estágio no qual não refletimos sobre o que sentimos, mas já sentimos; e a partir do momento em que começamos a refletir sobre o que sentimos é que criamos uma compreensão introdutória do que está acontecendo – Secundidade –, uma vez que o fenômeno está na nossa mente e que podemos verificar os inícios dos efeitos físicos no corpo. Até por isso Peirce (1988, p. 165-166) se refere a reação, existência, acontecimento ou ainda a experiência de uma percepção. Peirce (CP 1.306 e CP 1.307) é preciso em seu entendimento:

Por um sentimento eu entendo um exemplo daquele tipo de consciência que não envolve qualquer análise. Um sentimento não é um evento. É um estado, que assim é em sua totalidade, em todo momento de tempo e na medida em que ele dure.

Esta dimensão de uma temporalidade totalmente presente é realçada por Ibri (2015, p. 31):

É o que Peirce chama de talidade (suchness), por ela, como qualidade, ser tal qual é e nada mais. Excluídos os aspectos de factualidade do passado e de intencionalidade para um futuro, a forma lógica deste estado de consciência é a mera possibilidade.

Se as sensações são primeiras e os sentimentos segundos, as emoções são da ordem da Terceiridade. Uma espécie de reação à Secundidade, mediação. Como nos oferece Peirce (1988, p. 168): "Leva a informação a mente, determina a ideia e lhe dá corpo". O signo primeiro, determinado pelo objeto dinâmico (segundo) é interpretado gerando um interpretante emocional (terceiro), que em nossas análises é um lugar lógico da emoção. A fenomenologia peirciana nos faz compreender que a Terceiridade faz uso do tempo alongado, apresentando-se como instância de mediação entre o passado vivido (encapsulamento da Primeiridade com a Secundidade) e uma ação futura.

A partir dessas considerações analíticas acerca das categorias universais de Peirce, seguimos com as aproximações aos estudos da Antropologia em sua dedicação a compreender as sensações, sentimentos e emoções. Entre os primeiros estudos empíricos das emoções de base antropológica podemos incluir diversas obras, com destaque para Marcel Mauss (2008), em Ensaio sobre a dádiva, no qual os sentimentos e as emoções foram compreendidos como estímulos aos comportamentos de troca e motivadores basilares dos ritos e seus significados culturais de incorporação e apartação nas comunidades estudadas. Não havia em Mauss uma preocupação em definições precisas sobre as possibilidades das emoções humanas, mas sim observá-las e compreendê-las. Mas, a principal referência para a antropologia das emoções ou a antropologia dos sentidos compreendida como uma linha teórico-metodológica que lida com a categoria analítica emoção como objeto de análise está em Le Breton (2007). Nessa tradição, os sentimentos são compreendidos como resultado de tradições culturais, que agem como um filtro (Le Breton, 2007, 2013, 2017). E essas tradições estão associadas às trocas simbólicas e sempre pressupõe o princípio da relação imaginária ou vivida com o outro, ou seja, medo, alegria, ódio, amor, angústia, tristeza etc., não ocorrem de forma "pura", mas são frutos do modo como fomos culturalmente criados e vivemos. Le Breton tensiona

Descartes ("Penso logo existo") ao afirmar "Sinto, logo sou" (2007, p. 11), revelando uma forma de admitir que a condição humana não é toda espiritual ou mental, mas primeiramente, corporal, sensível, experiencial, uma nítida convergência com a Primeiridade em Peirce, sem, evidentemente, mencioná-la. E continua "Entre a carne do homem e a carne do mundo, nenhuma ruptura, mas uma continuidade sensorial sempre presente" (Le Breton, 2007, p. 11) - outra convergência com o pensamento de Peirce sobre a continuidade existente entre a qualidade dos objetos e a interioridade de quem os experimenta. Só tomamos consciência de quem somos por intermédio do nosso sentir, pelos atravessamentos que experimentamos na vida cotidiana. Nosso corpo sensível se apropria dos fenômenos e das coisas do mundo e o faz sua pela mediação dos signos partilhados em um processo contínuo que é o próprio viver. Uma primeira síntese é que para a Antropologia das emoções os sentidos não dependem somente de uma fisiologia, mas de uma orientação cultural que deixa margem à sensibilidade individual (Le Breton, 2016, p. 14). O sentir não funciona sem a mediação das significações dadas na e pela linguagem, posição diferente da concepção peirciana, que localiza o sentir na Primeiridade em sua imediaticidade qualitativa e o sentimento na liminaridade – Primeiridade encapsulada na Secundidade – caracterizado pelo estado corporal afetado e pela compreensão inicial que nossa mente nos oferece.

Como vimos, enquanto na semiótica peirciana as sensações são primeiras, os sentimentos localizados no movimento entre a Primeiridade, qualidade de sensação e a Secundidade, estado físico e consciência inicial, as emoções são da ordem terceira, ou seja, intepretação, pensamento, generalização, portanto encaminhada à identificação das regularidades e ao crescimento. Já na Antropologia as sensações e os sentimentos são fruto da linguagem, decorrentes da nossa história pessoal, da nossa educação (daí falar-se em uma educação dos sentidos) e de nossa experiência no mundo, como Le Breton (2016, p. 11) afirma: "O indivíduo só toma consciência de si através do sentir, ele experimenta a sua existência pelas ressonâncias sensoriais e perceptivas que não cessam de atravessá-lo", ou ainda "Sentir é ao mesmo tempo desdobrar-se como sujeito e acolher a profusão exterior" (p. 25). Como é possível notar, considera-se o homem não como um corpo biológico que pode ser penetrado pelo mundo fenomênico, mas sim um ser do sentido "Ver, escutar, saborear, tocar ou sentir o mundo é permanentemente pensá-lo

através do prisma de um órgão sensorial e torná-lo comunicável" (p. 25). Mas, a compreensão acerca das percepções é convergente com Peirce, a saber: "A percepção não é coincidência com as coisas, mas interpretação" (Le Breton, 2016, p. 12), assim, intimamente ligada à linguagem ainda que não sendo totalmente subordinada a ela.

Sem a pretensão de aprofundamentos, mas com o objetivo de analisar o vínculo da semiótica de Peirce com a Psicanálise, no caminho de uma semiótica psicanalítica, Cesarotto (2012, p. 141), afirma: "Somos seres simbólicos, sujeitos à lei da linguagem, porém, reféns das pulsões". Essa sintética e consequente afirmação evidencia a rentabilidade dos aportes psicanalíticos ao entendimento das emoções. Nessa direção reflexiva, o conceito de emoção está associado à noção de desejo, ou seja, uma energia inconsciente que busca a saciação de uma falta que é constitutiva de todos nós. A emoção seria uma espécie de agitação de sentimentos, um certo arrebatamento afetivo, portanto, é movimento expressivo dos afetos que, como bem problematiza o psicanalista-semioticista Montoto (2012), tem no amor a expressão mais significativa de toda a corrente de sentimento, mas também no ódio, que, segundo o autor e, em alinhamento à Freud, não é apenas uma das antíteses do amor, uma vez que admite os opostos "amar-se/ser amado" e "amor-ódio/indiferença" (Freud, 2017).

No interior dessas tradições antropológicas e psicanalíticas, a emoção pode tanto estar repleta de questões culturais quanto de questões inconscientes que se manifestam em linguagem e que foram compreendidas e sistematizadas por Freud (2011), com realce para a obra O mal-estar na civilização. Assim, compreendemos que as sensações são de ordem interna, uma convergência entre a interioridade dos objetos e a nossa própria interioridade (possível pela sensibilização de nossos sentidos), pura qualidade, Primeiridade em essência, que se manifesta em um sentimento – capacidade de sentir; um estado – que se localiza entre a Primeiridade e a Secundidade (quando o sentimento está no pensamento inicial), que é fonte da emoção, esta, sim, a convergência expressiva corpo-mente, interpretação, generalidade, mediação, Terceiridade. Peirce, como cientista inovador e um empirista radical (Ibri, 2020), dedicou muito de suas reflexões e escritos – Collect Papers (CPs) – ao método científico, as categorias universais, aos métodos do pensamento, portanto ao que conhecemos como razão e, por isso, não há em sua obra espaço destacado para o entendimento da emoção nas suas abordagens antropológicas ou

subjetivas, no entanto, há uma originalidade na compreensão da emoção como Terceiridade, vinculando-a aos processos interpretativos, cognitivos e a inteligência.

## PARTE 2 – O CINISMO COMO OCASO DA FALSA CONSCIÊNCIA

Um dos temas mais recorrentes e relevantes à sociedade contemporânea é sua relação com a verdade (pós-verdade, *fake news*, desinformação, etc.). Eleições, catástrofes, guerras, acontecimentos, passam a entrar num campo de disputa em que fica cada vez mais complexo diferenciar e separar as afirmações, as notícias, as imagens que nos chegam. O impacto dos discursos de verdade, amplificados pela comunicação digital, tem surpreendido na extensão e profundidade de seu alcance, pautando e sendo capazes de eleger e manter governos em cima de sistemas de "produção de verdade" – e razão – complexos, contraditórios, problemáticos e antidemocráticos. Um dos caminhos para essa "produção de verdade" e estabelecimento da crença (Perez, 2023) é o cinismo. O Cinismo não é simplesmente uma dissimulação, uma má intencionalidade em relação à verdade, mas uma postura capaz de manter dentro da razão sistemas contraditórios, paradoxais, que aspirem a verdade, mas que são opacos. Há uma prática, uma prática cínica de harmonizar e tornar suportável, quando não desejável, contextos, falas, intenções aparentemente contraditórias (Sloterdijk, 2003). Como, por exemplo, pagar para ganhar.

Isso é importante principalmente ao compreendermos o que denominamos hoje por ética enquanto a força que mantém o sujeito vinculado à verdade que profere e acredita, ou seja, o dizer verdadeiro como forma de constituição do sujeito. Nesse contexto, a razão cínica moderna é marcada pela capacidade de abrigar sistemas duplos de pensamento, erodindo certa distância entre um cinismo originário bom (na tradição grega Kinikus, aquele que provoca radical ironização da ética e das convenções sociais", segundo Sloterdijk, 2003, p. 38) versus cinismo contemporâneo mau. A chave, nesse sentido, foi buscar não "revelar" as contradições do discurso, ou seja, apontar as aporias entre o discurso e as normatividades intersubjetivas quanto ao discurso ou apontar a diferença entre o real e verdadeiro, mas sim mostrar que uma postura cínica consiste na capacidade de manter em jogo os duplos, de manter sob um mesmo sistema de razão fatos díspares, declarações contraditórias, sistemas paradoxais e potencialmente nefastos.

O cínico agora aparece como um tipo das massas "um caráter social de tipo médio na superestrutura [...]"(Sloterdijk, 2003), como o individualista amargurado - conglomerados de pessoas que perderam a capacidade de criar uma perspectiva pública; o cínico deixou de ser um marginal. "De uma maneira instintiva não entende sua maneira de ser como algo que tenha que ver com ser malvado, se não como uma participação no modo de ser coletivo moderado pelo realismo (Sloterdijk, 2003, p. 39). "A necessidade de sobrevivência e desejo de autoafirmação têm humilhado a consciência ilustrada" (2003, p.42).

Sloterdijk define o cínico como "Cinza". Por cinza, podemos entender o caso de Eichmann, o homem responsável pelo transporte de judeus durante a segunda guerra, da deportação aos campos de extermínio. Em seu julgamento, coberto por Arendt (2018), sua justificativa: a maior parte dos nazistas capturados alegava estar cumprindo apenas ordens, na linha da coerção irresistível, e imputava responsabilidades a figuras hierárquicas superiores, ou mortas ou desaparecidas, assumindo a posição de vítima (Arendt, 2018, p. 269). A alegação de Eichmann de que qualquer um faria o mesmo em seu lugar, e que era impossível para ele fazer de maneira contrária, é a consolidação dos "massacres administrativos", ou seja, a maquinização do indivíduo... (Arendt, 2018, p. 312). Segundo a autora: "na realidade, a situação era tão simples quanto desesperada: a esmagadora maioria do povo alemão acreditava em Hitler" (Arendt, 2018, p. 114). A articulação de imputar a responsabilidade ao sistema só é possível, assim como as afirmações de Eichmann, pelo caráter irreflexivo do funcionário maquínico. Segundo Arendt, sobre o réu julgado em Jerusalém "Ele não era burro, foi pura irreflexão – de maneira alguma idêntica a burrice(...)", características que permitiram que certa banalidade do mal se alastrasse por toda Europa durante a segunda guerra (Arendt, 2018, p. 280-305).

## PARTE 3 – O CINISMO DOS ALGORITMOS PLATAFORMIZADOS

Embora o imperativo contemporâneo seja "Goze!", não há nada que determine como ou com o quê se deve gozar: a ordem é absolutamente vazia. Espaço fértil para o cinismo, manifestado pelos interesses do capital.

Na contemporaneidade, a promoção da emoção está no corpo dos processos midiáticos plataformizados que nos atravessam cotidianamente, suscitando imaginários, provendo gozos instantâneos, produzindo significados edificantes por meio de imersões sensíveis (Gobé, 2002; Lindstrom, 2005; Lipovetsky, 2020; Rocha, 1995), impulsionado pela linguagem promocional persuasiva dos produtos, serviços e marcas; talvez o melhor exemplo na atualidade sejam as Bets. Se ". . . só aquilo que faz sentido, de maneira ínfima ou essencial, penetra o campo da consciência, suscitando um instante de atenção" (Le Breton, 2006, p. 27), ou em termos semióticos "Só fica o que significa", concluímos que, tanto para nos protegermos da realidade, quanto para nos vincularmos aos significados que "importam", as respostas aos nossos anseios recônditos têm sido dadas pelo ecossistema publicitário por meio da linguagem persuasiva que lhe é própria (Carvalho, 1998; Perez, 2016, Pompeu 2024; Vestergaard & Schroder, 2000). O consumo se oferece como o significante da Falta, visando dar-lhe completude (Perez, 2003), provendo o gozo imediato, ou como bem tratado por Cesarotto e Perez (2023, p. 9), ". . . muitas satisfações são oferecidas ao alcance dos cartões de crédito e do pix. Curta agora, pague depois. Ou melhor ainda "Curta agora e ganhe uma fortuna"! (Ganhe até 2.500 x com o Tigrinho da Sorte). O princípio do prazer norteia o consumo e o consumo midiático, enquanto desejos são incentivados para realizarem-se aqui e agora. Assim, o paradoxo fundante da publicidade se apresenta: exibe a falta ao mesmo tempo que proporciona a completude. Mas, invariavelmente, não exibe a falta pelo reforço explícito da carência, ao contrário, é uma falta comunicada e experimentada sensivelmente pela possibilidade exuberante da completude proporcionada, pelas maravilhas do ter/acessar, e por isso, ser, pura sedução e encantamento, daí considerar-se o consumo de satisfações (Cesarotto; Perez, 2023).

As plataformas de e-commerce, programadas nas lógicas algorítmicas do capital oferecem um mundo de possibilidades com o esforço mínimo. A sedução pelo encapsulamento ter-ser na mediação da mercadoria sedutora – que sempre existiu – agora ganha reforços exponenciais no contexto das IAs. As mensagens como: "Talvez goste de [...]"; "Recomendado para você"; "Com o Disney+, você pode assistir a seus filmes e séries favoritos em qualquer lugar e a qualquer hora"; "Aqui você ganha até quando perde" (BR4Bet) ou o marketing de influência (da Shein e das Bets), o UGC – Conteúdo Gerado pelo Usuário (Shein, Temu, Mercado Livre, etc.) que busca legitimidade, os

descontos e as bonificações, bem como a otimização do catálogo e dos anúncios (colocar em destaque produtos de alta demanda) são algumas das estratégias e táticas possíveis usadas em larguíssima escala pelo aprimoramento dos algoritmos que revelam por um lado o aprisionamento dissimulado de escolha (falsa liberdade) e, por outro, o signo prototípico do cinismo contemporâneo, desenvolvido, publicizado e manejado em busca de interesses crepusculares das plataformas que guiam emoções, ações e crenças das massas.

A manipulação dos afetos nas lógicas algorítmicas plataformizadas promove sensações de acolhimento por meio das qualidades de que são feitas (primeiridade), estimulam sentimentos de prazer, gozo, satisfação, (secundidade) em busca de emoções (terceiridade) potentes que se valem da nossa condição faltante, como poder, conquista, felicidade, aceitação, amor.

Assim, o único caminho possível para que sigamos aproveitando as maravilhas das IAs em suas lógicas algorítmicas em tantas áreas (na pesquisa farmacológica e na medicina ou no aprendizado de línguas, por exemplo), sem sucumbirmos nas patologias mentais compulsivas, é o estabelecimento de uma governança algorítmica – criação de um sistema de regras, práticas e processos que orientam o uso - que estabeleça parâmetros de razoabilidade em prol da nossa sanidade e da humanidade.

## REFERÊNCIAS

ARENDT, Hanna. **A banalidade do mal**. São Paulo: Vozes, 2018

CARLÓN, Mario. **Después del fin**. Una perspectiva no antropocêntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube. Buenos Aires: Crujía, 2016

FERNÁNDEZ, José Luis. **Plataformas mediáticas**. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiências. Buenos Aires: Crujía, 2021

GOLDENBERG, Ricardo. **No Círculo Cínico ou Caro Lacan, Por que Negar a Psicanálise aos Canalhas?** São Paulo: Nova Fronteira, 2002

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**. A ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2018

PEIRCE, Charles S. **El hombre, un signo**: El pragmatismo de Peirce. Barcelona: Editorial Critica, 1988

PEREZ, Clotilde. **Semiótica dos afetos nos rituais de consumo**: sensações, sentimentos e emoções. São Paulo: Matrizes, v.18, n.3, 2024

PEREZ, Clotilde. **O homem, um signo**: considerações semióticas sobre mediação e midiatização. Anais VI Midiaticom. São Paulo: ECA USP, 2024

SLOTERDIJK, Peter. **Crítica da Razão Cínica**. 1 ed. Editora Estação Liberdade, 2003.