

---

## Like/dislike como metacódigo moral e acelerador social

## Like/dislike as a moral meta code and social accelerator

### **Antônio Luz Costa**

Professor titular do curso de Ciências Sociais, Departamento de Filosofia e Ciências Humanas (DFCH), da Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC; doutor em Sociologia pela Universidade de Hamburgo. E-mail: [aclcosta@uesc.br](mailto:aclcosta@uesc.br)

### **Resumo**

O tema deste artigo é a influência de orientações binárias produzidas por algoritmos no comportamento social. O objetivo é evidenciar os efeitos sociais amplos que a introdução e a estabilização de uma diferença podem produzir. A diferença aqui tomada como exemplo é entre gostar/não gostar, ou *like/dislike*. O procedimento metodológico é orientado pela análise de problemas sobre o tema evidenciados em outras pesquisas com o auxílio de conceitos de moral e tempo da teoria dos sistemas sociais de Niklas Luhmann. O resultado do trabalho conduz ao entendimento de que a diferenciação entre *like/dislike*, em suas diversas formas, tornou-se um metacódigo moral e provoca uma aceleração social.

**Palavras-chaves:** Algoritmos. Moral. Tempo. Teoria dos sistemas sociais. Luhmann.

### **Abstract**

The subject of this article is the influence of binary orientations produced by algorithms on social behavior. This study aims to highlight the broad social effects that introduction and stabilization of a difference can produce. The difference taken here as an example is between like/dislike. The methodological procedure is guided by the analysis of problems on the subject highlighted in distinct researches with the help of the concepts of morality and time from Niklas Luhmann's theory of social systems. The result leads to the understanding that the differentiation between like/dislike, in its various

forms, has become a moral meta code and a cause of social acceleration.

**Keywords:** Algorithms. Moral. Time. Social Systems Theory. Luhmann.

## Introdução

Algoritmos estimulam a orientação social pela seleção binária entre gostar ou não de pessoas, coisas e atividades em geral. A possibilidade de aprovações rápidas sobre temas e objetos diversos espalhou-se de modo veloz em vários países no mundo desde meados da primeira década deste século com a introdução do botão “like” ou semelhantes em aplicativos diversos na *web*. A sustentação dessas afirmações acima e os seus efeitos sociais são o tema deste artigo. O argumento principal é de que a diferenciação entre *like/dislike*, em suas diversas formas, tornou-se um metacódigo moral e provoca uma aceleração social.

Essa questão mais específica insere-se em um contexto maior de influência de “algoritmos” ou da “inteligência artificial” no comportamento social. Em si, são termos por vezes muito gerais e imprecisos. Há inúmeras definições para algoritmos e elas frequentemente se assemelham. Vejamos duas que sintetizam de modo geral as definições mais usadas. Gillespie (2018, p. 97) define algoritmos como “procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados. Os procedimentos dão nome tanto ao problema quanto aos passos pelos quais ele precisa passar para ser resolvido.” Para Cormen e outros (2022, p. 40), um algoritmo “é uma sequência de etapas computacionais que transforma *input* em *output*” ou, mais especificamente, “é qualquer procedimento computacional bem definido que parte de alguns valores, ou conjunto de valores, como *input*, e produz algum valor, ou conjunto de valores, como *output*, dentro de uma quantidade finita de tempo”.

Pretendemos fazer um uso conceitual que possa evidenciar a estrutura operativa básica inicial, que resulta em programas usados cotidianamente por diferentes agentes. Com base nesse objetivo e em definições como as duas acima apresentadas, projetamos a nossa própria, de modo mais simplificado: algoritmos são uma série limitada de instruções operativas que objetivam solucionar tarefas e problemas dentro de um espaço de tempo limitado. Essas séries são em forma de números, códigos e fórmulas.

Esses conjuntos constituem as operações básicas dos programas usados na *web* em geral.

Importante, inicialmente, como resultado do que se define como algoritmo, é observarmos que boa parte dos recursos comunicativos que usamos com base nesses programas é composta por caminhos estruturados para se atingir determinados objetivos, os quais são determinados por terceiros, humanos ou não.

Quanto ao termo “inteligência artificial”, entendemos neste artigo que aquilo que se está chamando de inteligência não deve ser comparado às características humanas. Assim, este termo não será usado na construção do argumento.

Quando, neste texto, nos referimos à influência de algoritmos, queremos indicar a influência dos produtos que resultam do uso de algoritmos em suas constituições, como aplicativos em geral, redes sociais, páginas da internet e máquinas de busca, como o Google. Nosso entendimento próprio de “redes sociais” é o de um conjunto de conexões de descrições, imagens e avaliações (curtidas) desses elementos que conduzem a um processo de reconhecimento social, positivo ou negativo, e a formação de seguidores que contribuem para esse processo. Esses modelos prestam os mais variados serviços sociais, ao mesmo tempo que nos tornam dependentes deles e, muitas vezes, adictos. Essa influência dos algoritmos em momentos decisivos da nossa organização social e no modo como pensamos, assim em como fazemos as nossas escolhas tem aumentado de modo veloz e descontrolado. Essa afirmação e o contexto maior de influência dos algoritmos na sociedade mencionado acima serão tratados na seção 1.

O objetivo deste artigo é evidenciar os efeitos sociais amplos que a introdução e a estabilização de uma diferença podem produzir. A diferença aqui tomada como exemplo é a entre gostar/não gostar, ou *like/dislike*.

Jaron Lanier (2012), um dos precursores da engenharia de produção de realidade virtual, pioneiro da internet e figura fundamental das ideias do Vale do Silício, afirma que a lógica inicial de desenvolvimento da programação de um aplicativo pode afetar todo o desenvolvimento tecnológico a seguir e, assim também, o comportamento humano, pois detalhes podem ter profundos e imprevistos efeitos sobre as experiências dos seres humanos e dos seus padrões de comportamento (LANIER, 2012, p. 18-19). Facilitar e estimular a utilização de um botão, por exemplo, pode provocar alterações intensas de padrões de comportamento.

Devemos refletir sobre os efeitos do botão *like* e, eventualmente, do *dislike*, quando disponível, seja qual for a forma que ele assuma. A ideia de “*like*” surgiu com o Vimeo, em 2005, depois foi usada também pelo FriendFeed (2007) e em 2009 ela ganhou forma mais definida e uso mais intenso com o Facebook. Em março de 2022, o Twitter apresentou também a opção de *dislike*, em forma de uma seta para baixo. A preocupação de Lanier foi reconhecida pelo próprio inventor do mecanismo de seleção *like/dislike* do Facebook, Justin Rosenstein, importante programador e *designer* daquela empresa, do Google e, por último, da empresa de software Asana. Conforme podemos ver e ouvir claramente em um dos seus depoimentos no documentário *The social dilemma* (O DILEMA, 2020), ele reconhece que foi um erro e não previa os resultados de vários mecanismos e estratégias do Facebook para prender mais a atenção dos seus usuários e ganhar mais adeptos.

É importante entender que não se refere somente às palavras *like/dislike* ou gostar/não gostar quando essas expressões forem usadas neste texto. A referência pretendida é ao sentido desta diferenciação. De modo que o que deve ficar evidenciado aqui é o efeito social de se empregar intensamente e de maneira radicalmente generalizada uma distinção entre o que se gosta e o que não se gosta e, assim, também entre o que agrada e não agrada, ou formas semelhantes. Observa-se que um ponto fundamental é perceber os limites dessas diferenciações com outra, a entre o certo e o errado. Em si são diferentes, mas tomadas, refletidas e usadas no turbilhão de avaliações e comentários em redes sociais e aplicativos em geral, elas acabam se confundindo.

Consideramos que essa diferenciação acima mencionada conduz a uma codificação binária que se emprega em nossa comunicação como orientação geral em vários momentos de nossos relacionamentos: a binaridade entre o que se aprecia e o que não se aprecia, o que se gosta e o que não se gosta, o que se considera como válido ou não. Essa distinção sempre existiu, de certo modo, desde que se conhece um mecanismo social que chamamos de “moral”. A questão nova é que essa codificação está cada vez mais servindo de base para outras distinções. Ou seja, uma distinção moral que antecede e perpassa distinções de caráter político, econômico, artístico, de saúde, além de aprovações importantes no nível íntimo e de amizade. Por ser, então, um código

que vem antes e serve de orientação geral para outros, aplicamos aqui o prefixo “meta” e o chamamos de metacódigo da moral.

Niklas Luhmann analisou a moral como um recurso de avaliação de um ser humano como uma “pessoa” que se torna, então, uma referência comunicativa para ser ou não estimada ou considerada positivamente. Como esse recurso tende a avaliar o conjunto da pessoa e conduzir as comunicações a polêmicas e desprezos, ele deveria ser evitado e, principalmente, não se tornar um metacódigo. A avaliação moral entre desprezo e estima avalia de modo perigosamente simplificador o conjunto de características complexas e singulares das pessoas. Essa abordagem de Luhmann nos permite refletir que com o advento de avaliações do tipo *like/dislike* em redes sociais e aplicativos, vemos essa diferença com uma tendência a se tornar cada vez mais um metacódigo, que serve de orientação e de gerência para outros tipos de codificações binárias que decidem sobre áreas diversas. Na política, por exemplo, ter ou não um número “x” de votos em diferentes tipos de votações depende, muitas vezes, da avaliação sobre gostar ou não de um candidato, avaliação essa que inicia em redes sociais populares comuns, mas que se estende ou se fortalece de modo mais decisivo em plataformas partidárias ou, até mesmo, em votações diretas para cargos políticos. O destino e o sucesso de um ator ou um cantor pode ser definido por suas avaliações em redes sociais, interferindo diretamente no modo de avaliação de seu talento, ou seja, a diferença *like/dislike* atuando como fator decisivo na diferenciação entre ter ou não capacidade de atuar/cantar/desempenhar.

Essa afirmação da existência de um metacódigo não é possível de ser testada empiricamente. Portanto, este artigo limita-se a emitir reflexões teóricas sobre essa possibilidade. A moral como metacódigo será desenvolvido na seção 3.

### **Notas sobre a metodologia e a escolha teórica**

A teoria de Luhmann é escolhida para fundamentar os conceitos de moral e tempo empregados neste texto. O motivo principal é por ela oferecer conceitos e concatenações adequadas para se tratar de comunicações que podem ou não ser desempenhadas por humanos. No mundo *web* temos humanos, *bots*, *bots* humanos, fazendas de *likes* entre vários outros meios e agentes que se comunicam naquele espaço.

Assim, para analisar interações com essas formas, opta-se aqui por não depender de teorias de comunicação presas, fundamentalmente, a resultados de processos psíquicos humanos. Sobre fundamentos gerais da teoria dos sistemas sociais de Luhmann ver a seção 2. Sobre moral ver a seção 3 e sobre tempo ver a seção 4, na qual também é desenvolvido o argumento sobre a aceleração social.

Este artigo é resultado de duas linhas de trabalho desenvolvidas nos últimos anos. Por um lado, temos tentado explorar os limites da teoria dos sistemas sociais de Luhmann para analisar problemas atuais. Até então, em nossos projetos anteriores, a empregamos para análise de criminalidade e noções de lícito e ilícito. Esses trabalhos haviam sido feitos, em sua maioria, com base em material empírico, como entrevistas, observações e análises de documentos. Agora tenta-se refletir sobre as possibilidades de uso daquela teoria para analisar as influências de algoritmos no comportamento social. Este artigo é um resultado inicial desta tentativa. Na segunda linha de trabalho desenvolvemos um projeto de análise de influência das diferentes formas virtuais que usam algoritmos (redes sociais, aplicativos, jogos...) em sociedades modernas industrializadas, como a maioria que temos no Brasil. Nele analisamos também a relação dessa problemática com o direito e com um novo tipo de animismo, o neoanimismo digital. De modo que os problemas aqui apresentados resultam de diversos levantamentos realizados, até então, de pesquisas na área. Na seção 1 são apresentadas apenas aquelas explicações mais gerais sobre o tema.

## **1 Influência de algoritmos na sociedade**

Para entendermos a influência de comandos binários de apreciação rápida de pessoas e atividades, convém termos primeiro uma visão mais geral do problema. Até essa fase de exploração da pesquisa mencionada no parágrafo anterior, podemos sintetizar a ideia principal das abordagens que seguem desta maneira: algoritmos estão invadindo as nossas atividades privadas e orientando os nossos comportamentos de modo cada vez mais geral e intenso. Essa operação é conduzida, principalmente, por algumas empresas de tecnologia. Nosso comportamento está sendo manipulado e se tornando uma mercadoria. E não recebemos nada em troca.

Isso é um resumo do que várias pesquisas e reflexões sobre o tema vêm demonstrando. Seguem abaixo as sínteses de algumas abordagens gerais importantes e a explicação da problemática do *like/dislike*.

Há uma falta de controle da desregulação social provocada pelos novos produtos tecnológicos baseados em algoritmos. Franklin Foer (2018) argumenta que essa invasão das nossas atividades privadas por operações algorítmicas ocorre por empresas e que seu ativo mais importante é a nossa atenção. Os princípios que nos protegem enquanto indivíduos estão sendo alterados, provocando alteração do nosso poder de foco e concentração, tornando-nos homogêneos em grupos e bolhas de redes sociais e, nelas, vulneráveis a um estado de coisas que proporciona as condições necessárias para a disseminação de informações falsas. E não há formas de controles dessas novas mídias, nem editores ou qualquer outro meio político. Essa falta de controle externo em proveito das pessoas e de suas vidas privadas também é evidenciado por Cathy O'Neil (2020) mediante análise da falta de contestabilidade social dos modelos algorítmicos. Além disso, observa O'Neil, esses modelos, muitas vezes, carregam e reforçam preconceitos sociais, intensificando-os.

Evgeny Morozov (2018) apresenta, pelo menos, dois motivos principais para essa falta de controle. Por um lado, os governos são clientes dessas empresas, pois compram seus dados, ao passo que, de acordo com a avaliação do autor, as empresas é que deveriam comprar esses dados dos governos. Outro ponto que ajuda a tornar a situação pouco evidente é que muitas metáforas produzem uma informação errada da estrutura dessas mídias. Por exemplo, não existe ciberespaço, como se fosse um lugar colaborativo em algum espaço não concreto em que todos teriam acesso. Existem empresas que controlam algoritmos em lugares concretos, com pessoas de verdade, com interesses empresariais. Essa reflexão se conecta com a desmistificação que James Bridle empreende sobre o conceito de “nuvens”:

A nuvem não é um lugar distante e mágico, feito de vapor d'água e ondas de rádio, onde tudo funciona. É uma infraestrutura física que consiste em linhas telefônicas, fibra ótica, satélites, cabos no leito oceânico e vastos depósitos cheios de computadores, que consomem imensas quantidades de água e energia, e que habitam jurisdições nacionais e legais. (BRIDLE, 2019, p.16)

Bridle assinala ainda que toda uma complexidade de informação está sendo personalizada para grupos e, assim, se tornando cada vez mais desinformação. E isso, por sua vez, deteriora as tentativas de controle das operações dessas empresas. David Sumpter (2019) também reforça a ideia de que algoritmos estariam controlando a nossa sociedade sem que saibamos o que eles estão fazendo.

Outro aspecto do problema em termos mais gerais é a questão da hipervigilância. Shoshana Zuboff (2020) desenvolve o conceito de capitalismo de vigilância para explicar uma nova forma de poder com uma extrema concentração de conhecimento e que não passa pela supervisão da democracia. Trata-se de um mercado subordinado a novas formas de modificação de comportamento, um mercado de comportamento futuro. Nele, a experiência humana se torna uma mercadoria gratuita para práticas comerciais. Este estado de coisas estaria provocando a substituição da exploração do trabalho pela exploração mais geral de qualquer coisa que envolva a experiência humana. A empresa pioneira deste tipo foi o Google.

Há várias abordagens que tratam do problema da modificação comportamental. A grande questão sob essa perspectiva é que essas novas tecnologias baseadas em algoritmos e empregadas por empresas como Facebook, Instagram, Twitter, Google e outras foram criadas para serem viciantes – argumento principal de Adam Alter (2018). Essas empresas também facilitariam a criação de grupos em redes sociais que cultivam o ódio e a cólera de cada um, produzindo nas associações de suas ideias fundamentos baseados em dicotomias simplistas como “o povo” e “as elites”, provocando, entre outros efeitos, o aumento de extremismos políticos (EMPOLI, 2019).

Uma extensa pesquisa, com dados de 11 milhões de norte-americanos, foi feita por Jean Twenge (2018), para entender a radical mudança de comportamento da, por ela chamada, “Geração iGen”, também conhecida como os “*centennials*”, ou “Geração Z”. Esses jovens, nascidos a partir de 1995, acostumaram-se a usar *smartphones* e seus inúmeros recursos, como redes sociais, desde o início de sua adolescência, pelo menos. O Facebook foi liberado para maiores de 13 anos em 2006. Boa parte deles, nascidos a partir de 2000 já usava alguns recursos desde criança – o iPhone foi lançado em 2007. Algumas tendências identificadas pela autora no comportamento desta geração foram: extensão da fase da infância até a adolescência, uso intenso da internet mediante seus

*smartphones*, declínio da interação social ao vivo e aumento agudo de transtornos mentais.

Com o aumento do uso da internet, um dos efeitos principais no comportamento para Nicholas Carr (2011) é a distração. Apesar de todo o desenvolvimento tecnológico, nosso cérebro ainda não estaria devidamente preparado para assimilar tudo sem perdas significativas das suas qualidades humanas. Nós ainda estamos preparados para viver no mato (situação antes do início das civilizações), no entanto, usando *smartphones*. Com o cérebro preparado para ficar atento aos perigos e às possibilidades de sobrevivência das matas, ele não consegue evitar de ter sua atenção desviada para dispositivos que são preparados para chamar sua atenção, como o conjunto *smartphone-internet*, cujos efeito e intensidade são bem diferentes de outras tecnologias anteriores, como a TV, o rádio e até mesmo computadores com baixo nível de resolução de imagem e pouca capacidade de conectividade on-line, as quais não ofereciam possibilidades de interação tão intensa e simultânea com outros usuários e programas. Observamos, aqui, que esse tipo de argumento de que o problema é nosso cérebro ainda estar preparado para “viver no mato” tem sido refutado, recentemente, por exemplo, por Pinker (2021).

É interessante lembrar que o Vale do Silício (região que abriga boa parte dos centros das maiores empresas de tecnologia do mundo) resulta do espírito da contracultura dos anos 60, que foi reinventado em direção à tecnologia, principalmente por Stewart Brand (FOER, 2018, p. 22-23). É sob espírito semelhante que o Facebook nasce, com a ideia de transparência radical ou transparência máxima:

a teoria sustenta que ao compartilharmos os nossos detalhes íntimos, desinfetamos a confusão moral da nossa vida. Mesmo sem a intenção de que nossos segredos se tornem conhecimento público, a exposição deles é capaz de melhorar a sociedade. Com a imanescente ameaça de que nossas informações constrangedoras sejam divulgadas, acabamos nos comportando melhor. (FOER, 2018, p. 63)

O Facebook é um agente importante para o início histórico da propagação da opção de *like*. O botão de curtir é um aspecto viciante de uma nova tecnologia, inicialmente projetado para acompanhar a vida de amigos. Um detalhe técnico inicial resultará em um “aprisionamento tecnológico” (LANIER, 2012) que afetará determinadamente a psicologia de uso do Facebook (ALTER, 2018, p. 105). Alter

evidencia a questão de que a introdução do “curtir” (*like*) gerou o problema de sua ausência, que acabou se tornando um problema de etiqueta social. Pois o que poderia significar se alguém não “curtisse” algo? (ALTER, 2018, p. 106). Mas mesmo com um “não gostei” (de um vídeo, por exemplo), o que conta, muitas vezes, é a atenção obtida.

Com base somente nos *likes*, o Facebook obtém informações sobre “a raça, a orientação sexual, o *status* de relacionamento e o uso de drogas de seus usuários” (FOER, 2018, p. 75). “Estamos clicando nossa personalidade para dentro do Facebook, hora após hora (...), nos revelando para uma rede em um nível que, normalmente, reservariamos a amigos mais próximos, mas o Facebook não é nosso amigo” (SUMPTER, 2019, p. 41).

É importante notar que a lógica de se gostar ou não tem aplicação direta, por exemplo, também na política e na economia. Grupos políticos, como aqueles próximos do ex-presidente Jair Bolsonaro dependem de apoiadores de *likes*, como explicou a própria estrela bolsonarista da eleição de 2018, deputada estadual pelo estado de São Paulo, Janaína Paschoal, em entrevista para o UOL:

Alguns políticos que chegaram ao poder nas últimas eleições são políticos criados, alavancados, muito dependentes das redes sociais, ficam medindo *likes*. Isso para o deputado não é tão ruim, porque o deputado pode ser temático, mas alguém que exerça um cargo executivo não pode ser temático. Então, o presidente vai precisar se desconectar dessa dependência de apoiadores de *likes*, precisa dar uma afastada da interferência dos filhos. (BOLSONARO, 2021, s/p)

Em relação à economia, temos, por exemplo, no Brasil, inúmeros trabalhadores em fazendas de cliques, comércio de *bots* e perfis falsos. Braz (2021) tabelou 54 plataformas de microtrabalhos no país (criadas de 1995 a 2020), cujas atividades são: produção e treinamento de dados, pesquisa de mercado, microtarefas localizadas, microsserviços *de freelancing*, impulsionamento de engajamento nas redes Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Twitter, Telegram, V Kontakte, testes de usabilidade remota, geração de tráfego e engajamento em sites, jogos e redes sociais, testes de usabilidade remota, geração de tráfego via *streaming*, geração de tráfego via leitura de texto.

O *like/dislike* é um simplificador que lida (mediante diversão e lucro) com humanos e *bots* (que criam, assistem e comentam) em meio a trâmites bem complexos

e opacos, como criptografias, falta de transparência dos objetivos e procedimentos das empresas de tecnologia, *fake news*, hipervigilância, enorme quantidade de informações e perda de orientações (BRIDLE, 2019, p. 192-193, 205-208, 253; FOER, 2018, p. 119). O *like/dislike* e sistemas semelhantes de avaliação binária também são partes de uma cultura de extração de dados, que nos prende em canais, nós e vias de redes, a qual é estruturada com base em um poder e em uma lógica criados e pensados em um mundo anterior imperialista e colonialista (BRIDLE, 2019, p. 279).

Esse estado de coisas transforma boa parte do tráfego de informações e comunicações em geral nas redes sociais em um espaço que pode ser inseguro e, muitas vezes, perigoso. O problema principal aqui para os fins deste artigo é que tudo isso produz um novo tipo de comunicação e uma nova forma de se lidar com o outro, com o interlocutor, no espaço *web*.

## **2 Teoria dos sistemas sociais de Luhmann**

Não convém, neste artigo, apresentar uma descrição mais detalhada da teoria de Luhmann. Já empreendemos isso em outros textos (como em COSTA, 2011; 2021). Tentaremos, nesta seção, resumir o suficiente para o entendimento geral da teoria e, então, nas próximas duas seções, serão explicadas suas noções de moral e tempo. De modo que se o leitor já possui uma noção básica da teoria, esta seção eventualmente pode ser dispensada.

Para Luhmann, a sociedade constitui-se de comunicações. Sua concepção de comunicação é bem diferente de outras mais tradicionais. Nada sai de um emissor e vai para um receptor. Da perspectiva do autor, essa seria uma metáfora que mais atrapalha do que auxilia, pois não explica como e onde a transmissão se daria. Por exemplo, ela se daria pelo ar? Para isso deveria haver algo de concreto na operação comunicativa. No entanto, só há abstrações e sons. Deveria haver também uma codificação suficientemente fechada e bem conhecida entre os interlocutores para um mínimo de sucesso comunicativo. Na prática nada sai de um para outro e não há constantemente um controle de codificação para um entendimento mínimo. Os mais variados tipos de falas, gestos, movimentos e sinais acontecem em sociedade a todo momento e o processo comunicativo só inicia com aquele (um agente qualquer, humano

ou não) que percebe que algo foi comunicado (na visão tradicional seria o “recedor”), que na teoria de Luhmann é o ego. É ele que presta ou não atenção no que lhe foi dito/escrito/gesticulado e que inicia ou não uma cadeia de entendimento. Pois a comunicação só passa a se desenvolver quando alguém/um agente qualquer (ego, ou “recedor”) percebe que outro (alter, ou o “emissor”) disse/escreveu/gesticulou algo (LUHMANN, 1987, p. 193-195). Se o que você disse, gesticulou, escreveu, gravou ou postou não for percebido por outra pessoa ou agente qualquer, não se inicia nenhum processo comunicativo. Não precisa haver um entendimento correto do que foi dito. Basta haver uma compreensão de que algo lhe foi dito, ou lhe foi por alguma forma de comunicação dirigido. Por isso, a comunicação em Luhmann se forma pela unidade entre informação, compartilhamento de algo a alguém (ou a um programa, por exemplo) e compreensão (LUHMANN, 1987, p. 196).

A sociedade constitui-se de intensas e constantes seleções comunicativas, que tendem a reduzir toda a complexidade presente no ambiente. Uma das bases da teoria de Luhmann são os processos de diferenciações. A diferença guia principal inicial é a entre sistema e ambiente. Trata-se de um desenvolvimento de uma forma na qual há alta sensibilidade para determinadas questões temáticas e uma alta indiferença em relação a outras questões (LUHMANN, 1987, p. 252-253).

Por que, fundamentalmente, a sociedade não se constitui de ações e sim de comunicações? Porque para Luhmann ações são resultados de atribuições (LUHMANN, 1981, p. 68-74). Uma ação em si não existe e não tem limites determinados de duração (início e fim), além de ser impossível saber os seus motivos. E como não há limites, em si (sem processos geradores) não há também conexões que façam sentido. Procuramos orientações por atribuições a semânticas que produzam sentido. Algumas observações, por exemplo, atribuímos como sendo erro de alguém, como virtude de alguém ou de uma instituição, como produto de grupos de pesquisas científicas ou como produto de milagres. Outras atribuímos não a ação (!) de algo específico, mas a algo qualquer fora dessa área de classificação: como ao azar ou à sorte, à força da natureza ou até mesmo ao inexplicável.

Por que a sociedade não se constitui de “pessoas”? Luhmann diferencia o ser humano, formado por sistema psíquico e sistema orgânico-biológico e “pessoa”, que é um endereçamento referencial para fins de comunicação, ou: “[...] condensações de

expectativas (*Erwartungskollagen*) que atuam no sistema como pontos de referência para seleções seguintes” (LUHMANN, 1987, p. 178). Os sistemas sociais precisam de pontos referenciais para produzir o encadeamento das comunicações. Estes pontos podem ser indivíduos que no papel de “pessoas” são alvos de atribuições e de simplificações de personalidades e sistemas psíquicos, os quais “desmembrados” seriam muito mais complexos que a forma “pessoa”.

Voltando às comunicações. Explicou-se acima que são seleções, pois não podemos dizer, pensar, selecionar, decidir se vamos prestar atenção ou não, se vamos dizer ou não tudo o que está disponível para ser dito ou para ser compreendido. Então empregamos, constantemente, seleções comunicativas. Isso reduz a hipercomplexidade sempre presente no ambiente. Essas seleções, ou seja, as comunicações, são feitas por observadores. Observar significa o resultado simultâneo de diferenciar algo e dar um nome para este algo: distinguir e designar. As observações são orientadas por sentido.

A fundamentação do conceito de sentido baseia-se naquilo que Luhmann toma como ponto de partida principal em sua perspectiva de análise teórica da sociedade: a base funcional operacional (o que segue sobre sentido é baseado na seção sobre o conceito em LUHMANN, 1999, p. 44-59). É funcional porque, considerando que não temos mais pontos essenciais primordiais, como Deus, natureza, mercado, valores, que sejam considerados como fundamentadores da organização da sociedade, diferentes esferas sociais (os subsistemas sociais em Luhmann) solucionam, constantemente, problemas produzidos pela sociedade moderna e, assim, permitem que a sua complexidade seja reduzida e gerenciada. Esses subsistemas assumem, assim, funções determinadas. E é operacional porque a teoria de Luhmann não recorre a uma base transcendental ou a um elemento social que se destaque e ao qual sempre se possa recorrer para se sustentar explicações. Ela analisa a sociedade com base na análise e no entendimento de operações que se remetem a outras operações, sempre em processo. A validade e a legitimação resultam de processos (LUHMANN, 1983).

Operações societais de distinção e seleção necessitam de um meio que permita que elas se conectem. Porque se elas não se conectarem não haverá prosseguimento na cadeia comunicativa, que resulta de observações. De modo que o sentido é um meio para que os sistemas observadores possam enxergar todas as distinções que eles mesmos produzem. “Enxergar” (termo, *sehen*, que Luhmann usa, às vezes, e que pode soar

estranho), neste caso, significa que eles detectam o que foi distinguido com algum nível de interesse. Ou seja, o sentido é um meio para que os sistemas possam enxergar as formas. É só por meio do sentido que os sistemas percebem as diferenças que reentram no sistema após o sistema ter se diferenciado. Quer dizer, após ter sido produzida a diferença primordial entre sistema e ambiente.

Isso deve bastar para seguirmos com o uso da teoria dos sistemas de Luhmann nesse artigo e entendermos melhor os fundamentos teóricos mais gerais dos seus conceitos de moral e tempo.

### **3 Um metacódigo moral**

Como podemos entender inicialmente, do ponto de vista de interesse sociológico, o que é a moral? Não será aprofundada aqui a questão do conceito e seus significados. Trataremos de limitar a definição ao que pode ser diretamente útil ao argumento deste artigo.

De modo geral, a moral é entendido como uma mentalidade ou consciência coletiva sobre valores que podem ser válidos para grupos sociais em determinadas circunstâncias sociais. Esta ênfase no coletivo é interessante, mas oculta a importância das percepções individuais, que é relevante aqui.

Durkheim (1970, p. 5-64) explica que há dois tipos de moral, uma coletiva e uma individual. Esta última se altera conforme a percepção da moral coletiva pelo indivíduo. Por isso, nenhum indivíduo se adapta exatamente à moral do seu tempo, pois cada um percebe as regras morais de modo diferente. Estas regras morais têm duas diferentes qualidades, contrastantes e universais: um caráter de dever (*la notion du devoir*) e uma desiderabilidade (*désirabilité*), que seria o que se assume como melhor para o indivíduo. O mais importante para a sociedade seria a moral coletiva, pois as individuais são muito instáveis.

Importante notar nessa abordagem uma preocupação tipicamente durkheimiana com a coesão social. Não se quer aqui defender uma tese de integração. A ideia é inicialmente provocar a reflexão sobre o que ocorre quando morais individuais se impõem ao coletivo, o que Durkheim gostava de pensar como algo a ser evitado se

quiséssemos escapar de frequências e intensidades excessivas de estados sociais anômicos.

Avancemos nesta evidência de morais individuais presentes em nossos cotidianos. Em “A era do vazio”, livro publicado originalmente em 1983, Gilles Lipovetsky observa as transformações e os efeitos do individualismo contemporâneo, seguindo as preocupações de Weber e diversos autores da Escola de Frankfurt, ainda que com um estilo diferente de abordagem. O autor analisa criticamente efeitos da fratura da sociedade disciplinar e uma nova forma de organização social baseada no processo de uma excessiva personalização, com um mínimo possível de coação e o máximo de oferta de opções. Resulta o acirramento de um narcisismo que prioriza o ato de comunicação sobre o que é comunicado.

Esse “narcisismo” tem sido cada vez mais explorado por serviços e comércios. Recentemente podemos observar o aumento acelerado do uso da expressão “Você merece...”, tanto para vender internet de alta velocidade quanto para ofertas de viagens, por exemplo – busque no Google por você+merece+velocidade ou você+merece+viagem, entre outras combinações com “você merece” e confira o resultado. Poderíamos dar inúmeros outros exemplos de valorização de um “eu” em primeiro lugar, sem consideração por um coletivo (até pouco antes desse quadro atual de recessão econômica, você podia adquirir planos de contas de telefonia móvel vinculados a trocas anuais grátis de *smartphones* por um modelo atual, sem pensar no bem coletivo de proteção ao meio ambiente, dado o intenso descarte ou a falta de reciclagem adequada dos dispositivos antigos, mas apenas em suas vantagens pessoais).

Há, atualmente, um campo fértil de estimulação de avaliações individuais em relação ao comportamento do outro, não voltado a uma mentalidade coletiva de valores, mas aos valores desenvolvidos individualmente a critério de aplicação de cada um. Não significa, claro, que não haja valores coletivos que seguimos. Significa que o que você avalia como um valor certo e como expectativa correta de comportamento do outro está supervalorizado.

A forma da qual partimos para definir moral se aproxima da concepção de moral de Luhmann (1987, p. 320): uma generalização simbólica que reduz toda a complexidade de relações contingentes (entre ego e alter, que, como vimos na seção

anterior, significam mais ou menos alguém ou algo e o seu interlocutor) a expressões em torno de “estima” e “desprezo” ou de consideração ou falta de consideração (*Achtung/Missachtung*). Por meio dessa generalização, o uso da moral abre espaço para condicionamentos e para a possibilidade da reconstrução da complexidade, mediante o esquematismo binário estima/desprezo. Esse código da moral tem como alvo a avaliação da pessoa “inteira”, simplificando-se a escolha conforme o parâmetro binário estima/desprezo. O especial aqui (em relação a outras codificações em sistemas) é que se tratam de qualificações atribuídas a pessoas como um todo, e não a determinado desempenho ou atividade. Quando se emprega identificação moral, se está pronto para estimar ou desprezar um todo. A moral exige muito das pessoas em sociedades modernas, pois, em sua diversidade, não se pode satisfazer as exigências morais de um grande grupo funcionalmente diferenciado. Os códigos (lícito/ilícito, ter poder/não ter poder, verdade/não verdade etc.) dos diferentes subsistemas da sociedade não são congruentes com o código da moral (LUHMANN, 1987, p. 344).

Como vimos na seção anterior, a teoria dos sistemas sociais de Luhmann analisa, principalmente, a complexidade da sociedade moderna. Para ele, a sociedade é estruturada com base em conjuntos semânticos que desenvolveram uma lógica própria de diferenciar as coisas sociais em geral e se tornaram especializados em resolver determinados problemas comunicacionais, adquirindo funções específicas. Esses conjuntos são subsistemas funcionais (como o jurídico, o econômico, o político, o artístico...) que formam o sistema social. A moral teria sido uma força integradora até o advento da modernidade, mas com o desenvolvimento daqueles subsistemas, a sociedade tornou-se funcionalmente (e não moralmente) diferenciada. Para uma sociedade que fica complexa, torna-se cada vez mais inadequada uma programação geral da dimensão social na forma de moral, porque a zona de tolerância da moral teria que se expandir muito e porque tudo que for excluído da zona teria que ser moralmente desacreditado (LUHMANN, 1987, p. 121-122).

Dever-se-ia rejeitar uma integração moral da sociedade moderna (funcionalmente diferenciada), para não haver decisões com base em bom e ruim e, assim, tornar indisponíveis os respectivos valores binários para as operações dos subsistemas sociais funcionais (LUHMANN, 2008, p. 259-260). Mas, ao mesmo tempo, a sociedade mantém, de qualquer modo, a prática comunicativa de condicionar as

pessoas em estima ou desprezo. Portanto, há uma inclusão moral na sociedade, mas sem integração moral do sistema da sociedade.

A moral, porém, pode se tornar uma diferença relevante em sistemas sociais, na medida em que o uso da diferenciação estima/desprezo for usado cada vez mais de forma decisiva, para reconhecer ou não os comportamentos e as atividades em geral (LUHMANN, 1987, p. 319; HORSTER, 1997, p. 109).

Esse é o ponto mais importante para se concatenar ao argumento deste artigo. Parece haver cada vez mais uma propagação e estímulo para que se avalie pessoas, atividades e coisas complexas de modo simples e redutor, na forma de uma seleção entre estimar ou não, gostar ou não (*likes* dados ou não dados em aplicativos e redes sociais diversas). Por um lado, perde-se a capacidade de avaliação mais complexa de seres humanos em relação a características próprias vinculadas a situações e funções. Por outro, desenvolve-se uma forma de poder ao se adquirir cada vez mais a aprovação (o reconhecimento) dos outros.

Como vimos na seção 1, uma das questões é que hoje vale tudo para se adquirir *likes* e formas de aprovação: o importante é fazer as pessoas clicarem; mesmo que não gostem, a negatividade gerará reconhecimento, pois “foi visto”.

Esse tipo de avaliação se propaga em diversas esferas. Um político confere o seu nível de aprovação; uma loja confere o nível de aprovações dos seus serviços e produtos; pessoas sentem-se atraídas pelas que conseguem milhares de “seguidores”, os quais são obtidos seguindo-se a lógica de aprovação (ou até mesmo de reprovação). O importante não é tanto o conteúdo do que se aprova ou não, mas o número que se reflete nas respectivas plataformas e notícias que as repercutem.

#### **4 Aceleração social**

A ideia principal a ser desenvolvida nesta seção é a de que a orientação binária pela forma *like/dislike* provoca uma aceleração social. Aceleração social significa aqui que os caminhos comunicativos de interação e de busca de informações para uma tomada de decisão (seja ela importante ou não) são de alguma forma reduzidos e generalizados.

Avaliar um agente político, por exemplo, deveria ser algo bem mais complexo e longo do que marcar uma escolha entre gostar ou não de um comentário que ele fez no Twitter ou em qualquer rede. O ex-presidente Bolsonaro usava a reação dos seus comentários em redes para alterar orientações políticas, como mencionado acima. Claro que por haver este mecanismo de escolha binária simples, aquele que posta sabe disso e corre o risco, ou extrai vantagens disso (como é o caso do ex-presidente). Outro exemplo poderia ser a avaliação que se faz das pessoas, marcando com uma simples curtida o gosto sobre um comportamento complexo.

Ao argumento de que o *like/dislike* potencializa a moral como um metacódigo visto na seção anterior, acrescenta-se aqui que com isso ele aumenta a velocidade da percepção social do tempo, exercendo uma pressão seletiva temporal nas decisões.

O principal ponto nesta seção a ser conectado como auxílio e fundamentação do que foi afirmado acima é a ideia de que a aceleração social é resultado de modificações em nossas seleções comunicativas. Em vez de seguirmos nos conectando com perguntas, respostas, aprofundamentos, reflexões, escolhemos um trajeto mais simples e curto ao optarmos por seguirmos as ofertas de escolha entre, por exemplo, um gostei ou não. Isso altera as nossas expectativas em relação ao que esperamos ser comunicado e, assim, também ao tempo de resposta.

O tempo aqui será considerado como um resultado de expectativas e observações que traçam a diferença entre passado e futuro e, assim, projetam passado e futuro continuamente no presente. De modo que, a cada momento, passado e futuro são novamente projetados, sem que se possa voltar ao passado ou ir para o futuro. As avaliações entre gostar ou não gostar referem-se a extensões de presentes, as quais remetem em algum nível para o futuro e para o passado.

Exemplo: quando se avalia se a campanha de um candidato é boa ou não, está se avaliando a seguinte ideia temporalmente assim fixada: “A campanha do candidato x é boa”. Ou: “A campanha do candidato x não é boa”. Mas a campanha de um candidato, assim como a personalidade de uma pessoa, não é algo que se possa reduzir a um presente, um instante sem duração, até porque envolve um passado e uma expectativa de futuro no mínimo próximos. São estados justamente bem diferentes daquilo que se crê como “presente”, com duração, e no caso de uma personalidade, sem limites definidos de início e fim.

Antes de prosseguir será brevemente explicada a teoria de Luhmann sobre tempo, aplicada aos sistemas sociais. Ela é a base teórica do que se está considerando como “tempo” aqui no argumento.

Há dois pontos da teoria sistêmico-temporal de Luhmann que serão retidos para nossas reflexões: a) as expectativas conduzem à formação de um tempo interno ao sistema social (LUHMANN, 1987, p. 418-420), e b) como os elementos do sistema (comunicações) são ocorrências que aparecem e desaparecem imediatamente, eles não se encontram mais disponíveis para a reação; só é possível reverter o tempo com a formação de estruturas (LUHMANN, 1987, p. 607-610). Nos sistemas sociais, estruturas são estruturas de expectativas que temporalizam os seus elementos como ocorrências de ação (LUHMANN, 1987, p. 396-399). Ou seja, atribuem parte do que observam às ações.

Os dois pontos principais são expectativas e estruturas. Nossa percepção de tempo relaciona-se intimamente com as expectativas que desenvolvemos em relação às coisas. E só podemos reagir ao que ocorre com base em estruturas semânticas pré-formadas que nos possibilitam, no presente, as remissões ao passado e ao futuro.

Estruturas semânticas orientam-nos sobre o “presente”, por exemplo. O presente é o mais importante a se considerar na teoria, pois tudo se dá no presente. Ocorre que é nele que se projeta passado e futuro e todo e qualquer resto. Em nossos usos de noção de presente temos dois presentes. Um marca a irreversibilidade das coisas: a partir daquele presente imaginado não há volta: a ideia de um objeto quebrado, de um acidente, de um corpo que cai. A outra noção evidencia uma duração. Algo fica lá onde havia sido deixado, como uma injustiça a ser reparada, pois ainda não se tornou irreversível (LUHMANN, 1987, p. 116-118). É, por exemplo, o que se percebe com o processo que está em andamento no tribunal ou engavetado temporariamente, ou qualquer coisa sendo analisada. Um presente que se estende, que dura: “Ele joga bem”, “A campanha toca”, “Ela está no escritório”, “O caso está em análise”. Este presente que se estende permite que em seu uso se remeta a um futuro ou a um passado durante a sua duração (pois ela envolve passado e futuro).

O presente oferece também a possibilidade de decisão com base no “momento certo”, ou do “tempo certo”. Nossa expectativa em relação às coisas se dá, principalmente, por uma preocupação pelo “momento certo”, que é uma percepção que

resulta de uma expectativa temporal. Essa é praticamente a função do tempo em qualquer período histórico: o tempo certo para decisões, para respostas, para pagamentos, para inícios, para fins, para rituais etc. Por um longo período, os “momentos certos” resultavam normalmente de orientações ou imposições da natureza ou da religião. Agora, temos preponderantemente questões de sincronização, de logística do próprio tempo (LUHMANN, 1987, p. 255-256). Quanto mais complexa a sociedade, mais cresce o interesse por acelerações e em dispositivos de economia do tempo. Os sistemas sociais desenvolvem-se com estratégias próprias para reagir ao que ocorre no ambiente, pois não há como reagir de modo sincronizado com o ambiente. O que ocorre no ambiente ocorre no mesmo presente do sistema (simultaneidade), mas não há sincronização (LUHMANN, 1995, p. 443) entre eles, pois o tratamento dado pelo sistema aos seus elementos (informações, diferenças que fazem diferenças), ocorrências (cada unidade comunicação que está sempre a aparecer e a desaparecer) e operações (a reprodução dos elementos) produz outra perspectiva temporal. Ou seja, a estrutura do sistema produz processos que não encontram paralelos temporais no ambiente (LUHMANN, 1993, p. 235-237). A introdução da escrita é determinante nesse sentido, pois produz um novo tipo de presença temporal: a ilusão de simultaneidade do que não é simultâneo (LUHMANN, 1999, p. 265).

Outra questão fundamental, que se relaciona diretamente ao que estamos refletindo neste artigo: o “novo” (LUHMANN, 1999, p. 1000-1004). Quando a sociedade passa à diferenciação funcional, o que se altera de forma decisiva na semântica do tempo é a experiência e a crescente valorização do “novo”. O novo começa a se impor, primeiro com provocações irritantes, para passar então a conceitos como gênio, criatividade, inovação. “Por que o novo se impõe na observação e na descrição do sistema societal?” (LUHMANN, 1999, p. 1000-1004) O surgimento da impressão e rápidos desenvolvimentos da arte e da ciência produziram novas informações que, por sua vez, serviram de base para as inovações. O novo se tornou desejável enquanto novo porque “apenas do novo se pode esperar informação e, assim, impulso para comunicação” (LUHMANN, 1999, p. 1000-1004).

Voltemos, então, aos nossos próprios argumentos. Algoritmos assim também projetam em suas séries vários presentes, alteram a nossa relação com o que deve ser “o tempo certo” e estimulam a produção de novidades. Ao vivermos séries de avaliações,

de amigos, serviços e produtos, estamos imprimindo a convergência de passados e futuros em operações binárias presentes. Isso conduz a uma pressão temporal. A oferta para se optar por gostei/não gostei e, assim, então, também as possibilidades de selecionar nesse sentido para contribuir com importantes dinâmicas e decisões sociais vai se tornando muito intensa, incontrolável e simplificada. Torna-se intensa, pois esta lógica de seleção e participação (ou, de “engajamento”, se preferir) é copiada, estimulada e se torna economicamente viável para a produção de diversas rendas. Torna-se incontrolável porque não há mais como rastrear de forma sistemática e organizada seus usos nas mais variadas esferas, muito menos um controle jurídico. E se torna cada vez mais simplificada, pois a estrutura lógica de atribuição permanece a mesma (binária entre gostar ou não gostar), enquanto objetos e temas-alvos da atribuição produzem cada vez mais complexidade.

O desenvolvimento e a imposição do *like/dislike* aumentam a velocidade das expectativas. Esperamos mais ansiosamente por respostas e avaliações, as quais podem produzir sensações de novidades e/ou reduzir ansiedades. O “tempo certo” para decisões é o tempo que os aplicativos permitem, com suas regras de operacionalidade, suas chamadas mediante notificações, suas demandas e seus prazos de comércio e validade. Nesse estado de expectativas, o caminho torna-se mais curto e mais geral, mediante a distinção *like/dislike* e, assim, mais rápido. Quer dizer: espera-se muito menos tempo (esta é a tensão de percepção da expectativa) por respostas e decisões. Assim, quando se distingue qualquer coisa em sociedade há uma expectativa, ora mais objetiva e manifesta, ora mais geral e latente, de que aquelas distinções irão solucionar problemas ou dar respostas em um prazo bem curto. O tempo acelera na expectativa de se passar do *dislike* para o *like* (ou manter o sentido positivo do *like*). Ele passa na duração da passagem de um lado para outro, da perspectiva do observador. É a tensão da passagem para o outro lado da diferença. Isso se agrupa e desenvolve a cada comunicação e, assim, forma a aceleração de tempo percebida socialmente.

Por fim, as nossas demandas de reação estão cada vez mais próximas do agora, percebido como presente. O vício gerado de ter de olhar o que está ocorrendo ou qualquer coisa conduz a reflexões sobre o agora, a expectativas sobre o agora. A alternativa de se comunicar por meio de escolhas entre gostar ou não serve

apropriadamente à dinâmica deste processo, pois resulta em potenciais de compensações e reconhecimentos, pelos quais almejamos.

## Considerações finais

É necessário ficar evidente aqui que as opções binárias de escolhas são quase que inerentes a qualquer desenvolvimento comunicativo em sociedade. Escolhas entre gostar ou não de certo modo sempre estiveram à disposição. E a predominância de seleções morais também sempre foram intensas. Além disso, pessoas não vivem totalmente em “bolhas” e nem acreditando cegamente em *fake news*, como às vezes parece ser considerado em alguns debates.

No entanto, a velocidade em que os mais variados tipos de avaliações do comportamento do outro, serviços e propostas são hoje executados é algo diferente. Se analisarmos mais de perto, vários fenômenos que hoje são debatidos como problema não seriam um problema ou novidade se não fosse a intensificação e a velocidade com que são executados, debatidos e noticiados; o que nos leva a um tipo singular de aceleração, conforme mostrado aqui.

No objetivo da introdução foi evidenciada a análise dos efeitos sociais prolongados que um modo de diferenciar coisas (uma diferença, no sentido teórico aqui apresentado), quando disseminado intensamente e estabilizado, pode produzir. Não se pode afirmar aqui que esse objetivo foi “atingido”. Trata-se muito mais de um objetivo colocado como proposta de reflexão. Tentou-se argumentar sobre esta proposta. É importante que fique evidente ao leitor e pesquisador que o fenômeno já tão discutido dos efeitos sociais de usos dos vários recursos da *web* (ou, de modo mais popular e conhecido: os efeitos da “internet” ou das “redes sociais”) passa fundamentalmente por usos operacionais bem específicos, breves, simples e cotidianos que optamos, quase que inconscientemente, no dia a dia. E que isso não é algo que acontece por um acidente ou por uma emergência social que resulta de contextos inevitáveis, mas de objetivos comerciais e políticos que são colocados por empresas e grupos de interesse respectivos, mediante *designs* digitais.

Um dos pontos fundamentais do problema é que a forma gostar/não gostar e toda a demanda veloz de seu uso nos são impostas por esses agentes com seus interesses específicos. Acabamos por ter de utilizar esta forma no ritmo em que nos é imposto. Há inúmeras barreiras que impedem a resistência a esse estado de coisas, como: o vício em conferir aplicativos de *smartphones*, seja de redes sociais, e-mails ou de compras – um vício que foi conscientemente estimulado, como vimos na seção 1; o aprisionamento tecnológico que novos serviços fundamentais nos impõem: somos quase obrigados a baixar e usar inúmeros aplicativos para termos acesso a serviços básicos, como habilitação para dirigir, retirada do fundo de garantia, cartão de saúde, comprovantes diversos etc. – e esse aprisionamento nos leva a ter de usar cada vez mais dispositivos como *smartphones*, o que, por sua vez, reforça o ponto anterior sobre vício; o mesmo vale para o fato de cada vez mais instituições educacionais fazerem uso de recursos que estão disponíveis em *smartphones*, sem que se eduque as pessoas sobre como usar tais dispositivos ou até mesmo sobre qualquer uso da *web* em geral – como se todos nascessem sabendo como lidar com controle de uso de tecnologias e com controle emocional de reação a avaliações pessoais.

Um próximo passo no sentido das reflexões deste artigo seria, por exemplo, levantar pesquisas empíricas que evidenciem as acelerações sociais das quais se fala aqui. Este trabalho está sendo feito em nosso projeto atual, acima referido. Já sobre o metacódigo moral, como explicado no início, não é algo passível de levantamento empírico. É uma via de acesso a um entendimento, como qualquer tentativa teórica, que fica aqui como esboço de uma tentativa. Por fim, é necessário pensarmos em formas alternativas de resistência a este estado de coisas, mesmo com essas barreiras acima mencionadas.

Nossa posição é que não encontraremos essas alternativas no próprio mundo de redes sociais, como tentam alguns mediante grupos em Facebook e WhatsApp, que acabam também se submetendo a lógicas binárias de avaliação em tempos acelerados, promovendo as respectivas empresas e os seus respectivos *designs* que cada vez mais produzem aprisionamentos tecnológicos em seu benefício. Temos que diferenciar entre o uso desses aplicativos e programas como ferramentas complementares que podem tornar a nossa vida mais segura e confortável e o seu uso como nossas extensões físicas e mentais. O gerenciamento desse limite é um dos principais desafios sociais neste momento.

## Referências Bibliográficas

ALTER, Adam. Irresistível. *Por que você é viciado em tecnologia e como lidar com ela*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

BOLSONARO é dependente de likes e interferência dos filhos, diz Janaina. *UOL News*, São Paulo, 10 set. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/09/10/bolsonaro-e-dependente-de-likes-e-interferencia-dos-filhos-diz-janaina.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 15 jun. 2022.

BRAZ, Matheus Viana. Heteromação e microtrabalho no Brasil. *Sociologias*, ano 23, n. 57, p. 134-172, mai-ago 2021.

BRIDLE, James. *A nova idade das trevas*. A tecnologia e o fim do futuro. São Paulo: Todavia, 2019.

CARR, Nicholas. *A geração superficial: o que a internet está fazendo com nossos cérebros*. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

COSTA, Antônio Luz. Análise de redes de mercados ilegais sob uma perspectiva sistêmica: Estudo de um depoimento da CPI do Narcotráfico. *Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social*, v. 4, n. 4, p. 629-661, out/nov/dez 2011.

COSTA, Antônio Luz. Lados e jogadores. *RBSD – Revista Brasileira de Sociologia do Direito*, v. 8, n. 2, p. 32-64, maio/ago. 2021.

CORMEN, Thomas *et al.* *Introduction to Algorithms*. 4. ed. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2022.

DURKHEIM, Émile. *Sociologia e filosofia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1970.

EMPOLI, Giuliano da. *Os engenheiros do caos*. São Paulo: Vestígio, 2019.

FOER, Franklin. *O mundo que não pensa*. Rio de Janeiro: LeYa, 2018.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. *Parágrafo*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan-abr 2018.

HORSTER, Detlef. *Niklas Luhmann*. München: Beck, 1997.

LANIER, Jaron. *Bem-vindo ao futuro: uma visão humanista sobre o avanço da tecnologia*. São Paulo: Saraiva, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio*. Ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Relógio D'Água, 1989.

LUHMANN, Niklas. *Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1981.

LUHMANN, Niklas. *Legitimation durch Verfahren*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1983.

LUHMANN, Niklas. *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1987.

LUHMANN, Niklas. *Gesellschaftsstruktur und Semantik*. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft. Bd. 1. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1993.

LUHMANN, Niklas. *Das Recht der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1995.

LUHMANN, Niklas. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. 2. ed. Vols. 1 e 2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1999.

LUHMANN, Niklas. *Die Moral der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2008.

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

O DILEMA das redes. Direção: Jeff Orlowski. Documentário. *Netflix*, 2020.

O'NEIL, Cathy. *Algoritmos de destruição de massa*. Como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2020.

PINKER, Steven. *Rationality: What it is, why it seems scarce, why it matters*. London: Viking Penguin, 2021.

SUMPTER, David. *Dominados pelos números*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.

TWENGE, Jean M. *IGen*. Por que as crianças superconectadas de hoje estão crescendo menos rebeldes, mais tolerantes, menos felizes e completamente despreparadas para a idade adulta. São Paulo: nVersos, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância*. A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

**Recebido em:** 12 de junho de 2022.

**Aceito em:** 31 de dezembro de 2022.

## COMO REFERENCIAR

COSTA, Antônio Luz. Like/dislike como metacódigo moral e acelerador social. *Latitude*, Maceió, v. 16, n. 2, p. 29-52, 2022.