
A hegemonia dos algoritmos de engajamento na construção da estética dominante: uma análise crítica sob a perspectiva do capitalismo *big data*.¹

Henrique Moraes KOPKE²

Ricardo Matos de Araújo RIOS³

Universidade Presidente Antônio Carlos UNIPAC, Barbacena, MG

Resumo

Com o advento da era digital e das redes sociais, os cânones das convenções estéticas tradicionais parecem perder a capacidade de influenciar por seu aspecto político e ideológico. O impacto dos algoritmos de engajamento na predileção e dominância imagética pode ser significativo, levando a mudanças profundas na estética dominante. O que parece ser cada vez mais relevante é a capacidade de produzir determinado cânone viral a fim de atrair a atenção de um público. Como resultado, uma convenção estética local pode ter influência global, sendo copiada por usuários de plataformas, sem necessariamente vínculos culturais, religiosos ou ideológicos.

Palavras-Chave: Estética; comunicação; arte; dominância; algoritmo.

O objetivo deste estudo é analisar criticamente a influência dos algoritmos de engajamento na formação de possíveis estéticas dominantes na era digital, com foco na interação entre sociedade e cultura. Para relativizar a percepção deste fenômeno como uma ocorrência estritamente ligada à tecnologia, será preciso uma abertura de escopo do arcabouço referencial para uma abordagem polímata da pesquisa acadêmica, confinante de nosso contexto social pós-moderno.

Na antiguidade, a helenização se apresentou como uma prática etnocêntrica adaptada a um sistema de dominação restrita ao modelo de imperialismo helênico que visava aproximar estéticas inicialmente não-gregas (logo, bárbaras) dos processos notoriamente reconhecidos como gregos. No entanto, é imprescindível destacar que o termo Estética – proveniente da palavra grega *aisthesis* e que significa sensação - foi cunhado em 1750, por Alexander Gottlieb Baumgarten, a fim de compreender a natureza da beleza, da arte e do gosto, bem como a criação e apreciação do belo. Para fins de

¹ Trabalho apresentado no GP30 - Tecnologias e Culturas Digitais. XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC. E-mail: henriquekopke@unipac.br;

³ Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: ricardorios@unipac.br.

compreensão desta pesquisa, ao abordarmos a Estética, estamos analisando também, seu aspecto sociocultural nos referindo à um conjunto específico de características visuais ou estilísticas que definem uma tendência ou subcultura particular. Assim sendo, fazia parte da identidade cultural grega se perceber como detentora de um grau superior de civilização.

As regras da arte conservam modelos estéticos dominantes de um campo que se converte em habitus através da tradição cultural chamada *techné*. Essa transmissão de conhecimento técnica de ensino e aprendizado, a priori, compreendia uma arte genérica com “a” minúsculo, pois o trabalho do artista neste período não gozava de capital político ou social, sendo sua função atrelada ao ofício comum. A dominância estética, portanto, busca observar não apenas o produto resultante da virtuosidade técnica, mas de sua inserção nos rituais de consagração, na semiótica da representação cultural e na formação de novos artesãos através de leis e métodos de trabalho canônicos. Tanto a história da arte como da arquitetura percebe o Helenismo como um peculiar processo hegemônico de dominação cultural e estética da Macedônia, cujos respectivos cânones estabelecidos pelas regras de composição pictóricas e arquitetônicas se tornaram os registros históricos mais perenes que sobreviveram à passagem do tempo e possibilitaram a preservação da memória, bem como a reconstrução de relações de poderio militar, econômico e sociais na antiguidade.

A influência estética canônica do ensino e aprendizado de ornamentos das ordens dórica, jônica e coríntia na construção de templos, por exemplo, está presente em muitas cidades de Roma, Síria, Índia, Egito e Pérsia, também podendo ser observada em processos de aprendizagem em outros lugares do mundo como, por exemplo, na “arte greco-budista resultante do sincretismo ocorrido nas regiões do antigo Império Gandara” (GOMBRICH, 1995, p. 23) - hoje norte do Paquistão e Índia - afetando as representações das artes Chinesa e Coreana. Como exemplo, podemos observar as proporções canônicas gregas das escalas humanas dos Guerreiros de Xian - Exército de Terracota – bem como na aplicação matemática da distribuição simétrica destas esculturas pelo espaço. Quando a influência da hegemonia Ateniense perdeu forças com o declínio do poderio macedônio, novos métodos de ensino conseguiram espaço para estabelecer novas influências nas escolas de tradições do oriente. Em Pérgamo se propagou um novo viés dominante de saberes teóricos e práticos que passou a atuar em polarização e contraposição ao cânone Ateniense.

Em Roma, os conhecimentos teóricos e técnicos *De Architectura Libri Decem* apresenta dez tratados de Marcus Vitruvius Pollio organizados de modo a ensinar princípios filosóficos e técnicos de simetria, geometria, tanto dos métodos áticos como asiáticos (BEARD, 2017, p.223). Essa dualidade representará o arcabouço referencial estético que reverberará pela história da arte ocidental remodelada através dos registros de dominação hegemônica representados pelos movimentos de vertente Ática, como o Renascimento, Neoclássico e as Vanguardas; ou Asiática, como o Barroco, Rococó, Romantismo e mais recentemente o Pós-modernismo. Se historicamente a alternância em relação às estéticas esteve relacionada aos interesses de uma classe sobre outra, de uma cultura sobre outra, de um estado sobre outro, segundo Gombrich (1995, p. 47) há também uma “aceitação passiva dos valores estéticos e morais vigentes como hábitos naturais” por parte das classes sociais que executam estes ofícios, de modo que a não problematizar tal hegemonia na linguagem e na educação.

A flutuação constante nos modos estéticos de pensar e criar, deve-se em primeira instância ao capital político e simbólico que determinados grupos estabeleceram ao longo de décadas ou séculos, em grande maioria, partindo de processos particulares de dominação cultural. Isso levanta questões sobre a contemporânea possibilidade de novos padrões estéticos dominantes não serem estabelecidos por relações sociais, mas condicionados à contínua análise de dados gerados por algoritmos de engajamento plataformizados. Uma vez que as implicações desses novos padrões estão relacionadas à capacidade de viralização dos conteúdos de maior engajamento, a diversidade de produção de capital simbólico na cibercultura, tendem à “apropriação por atores do campo que possuem legitimidade em circuitos sociais de consagração cada vez mais restritos” (BOURDIEU, 1996 p. 207). Tomemos como exemplo empírico a estética de *podcast* para *Youtube*. O formato estabelecido pelo influencer estadunidense Joe Rogan, foi citado como inspiração para o conglomerado de pequenas produções audiovisuais brasileira *Flow*. O modelo estético da mesa extensa com comidas de *fastfood*, braços articulado de microfone e atmosfera descontraída não é algo raro de ser encontrado, tampouco refere-se à uma estética exclusiva. Pelo contrário, é possível encontrar um vasta lista de *podcast* muito similares entre si, desde o *copywriting* utilizado na divulgação das atrações nas plataformas de redes sociais, nos *thumbnails* dos vídeos no *Youtube*, no tráfego pago do *Google*. O se propõe aqui não é simplesmente um apontamento para um movimento de

manada explicada, por exemplo, pelo conceito de mimese de Aristóteles, que situava a produção da arte como um processo de “imitação do cosmo presente na natureza” (GOMBRICH, 1995, p. 17); mas de um signo de inteligência social capaz de perceber, no sentido mais pós-moderno possível, o acordo estabelecido entre quem produz e quem consome. Se houver um algoritmo que forneça dados que sugerem ou comprovem a eficácia de uma estética como aquela que conserva mais capacidade de engajamento, logo esta estética tenderá a se comportar como dominante. De dancinhas do *Tiktok* às poses de fotos no *Instagram*, são fartos os exemplos miméticos que corroboram com a perspectiva de dominação estética algorítmica.

Eis um momento propício para nos debruçarmos então sobre a influência das máquinas em relação à Arte: já no final do século XIX, a *techné* acadêmica tornou-se objeto das problematizações acerca do impacto criado pelas máquinas que poderiam fazer arte como a câmera fotográfica, o projetor cinematográfico ou o rádio. O ensaio “A obra de Arte na era de sua reprodutibilidade técnica” escrito por Walter Benjamin (1980) não apenas falará sobre arte, mas apresentará pressupostos para uma nova divisão na obtenção e produção do conhecimento que reconfiguraria uma nova dualidade entre a cultura erudita e popular; ou, segundo os termos propostos por Theodor Adorno (2002): alta cultura e baixa cultura. O padrão aqui sublinhado, é semelhante às artes pois muitos são os dados oferecidos pela história em que as sistematizações e catalogações a organizam sob uma perspectiva binária: ático e asiático; dominantes e dominados; intelectuais e ignorantes; alta cultura e baixa cultura; teoria e prática, formação básica e formação superior, aula síncrona e aula assíncrona, por exemplo.

A fragmentação vivenciada pelo contexto social da pós-modernidade favorece o ideal neoliberal a partir do momento que sua estrutura rizomática transforma grupos identitários e culturais em nichos de consumo, num contexto em que pessoas são percebidas pelas empresas como pertencentes a um ou outro arquétipo, portanto possuem necessidade diferente daquelas do senso comum, criando assim o discurso da necessidade da personalização da experiência do mundo (HALL, 2004, p. 4). André Lemos (2003) citou Deleuze para explicar que a relação paradigmática da estética será filtrada, permeada, aglutinada ao paradigma do consumo da cultura de massa, que se inicia com a passagem da mídia de massa para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação: "aquí a circulação de informações não obedece a hierarquia da árvore

(um-todos), e sim a multiplicidade dos rizomas (todos-todos)" (LEMOS, 2003, p.27). O autor ressalta que a partir do advento da Internet, cada computador pessoal ganhou uma nova função se estabelecendo como um ponto de conexão pessoal a uma rede mundial de dados e informação, criando assim um corpo coletivo de relações telemáticas potencialmente capazes de criar novos formatos, processos e técnicas sem precedentes na história. O discurso no início do século XXI é de que a antiga dominação pela concentração de poder capital simbólico vai dando lugar à uma variante desta mesma dominação que agora seria caracterizada pela sua capacidade de dispersão. A dispersão do espaço está presente, por exemplo, na conceituação da palavra ciberespaço, que surge pela primeira vez na década de 1980 com romance *Neuromancer* de William Gibson (1984) e será resgatada por Pierre Lévy (1999) para descreve-lo como “o universo de informações que ele abriga, assim como seres humanos que navegam e alimentam esse mesmo universo” (LÉVY, 1999, p.92).

Segundo Edmond Couchot (2003), a chamada era digital privilegiaria e estimularia o livre trânsito entre diferentes campos do saber que, graças aos “recursos advindos dos novos meios digitais e aos conceitos trazidos com a hipermídia” (COUCHOT, 2003, p.11), possibilitariam o hibridismo entre o conhecimento permitindo processos de aprendizado diferentes manifestados em suportes variados. A visão romântica da cibercultura, para o autor, seria justamente essa transposição de variadas culturas para um mesmo espaço de compartilhamento. Na outra ponta desta linha de pensamento, Lúcia Santaella (2003, p.17) irá comentar que, em meio à dispersão social, cultural e política, é possível perceber uma relação de dominação criada a partir de uma característica de convergência dos próprios meios de comunicação. Para a autora, a distinção entre a cultura das mídias e a recente cultura digital, se dá ao fato de que a primeira trataria de uma convivência e disputa entre estas diferentes mídias (televisão, vídeo cassete, rádio), enquanto a segunda possibilitaria a convergência de todos os meios de comunicação. Tal qual o helenismo da antiguidade atuava de forma “hegemônica dominando o *nómos*⁴ através de uma convergência materializada pelos cânones helênicos” (POHLENZ, 1953, p.53), a hegemonia do *logos*⁵ na era da tecnologia digital

⁴ *Nómos* representa a materialização das normas na vida humana para os gregos (POHLENZ, 1953, p.17)

⁵ *Lógos* é a lógica presente na argumentação da oratória. normalmente atrelado a capacidade de cognição de emissor e receptor na oratória (POHLENZ, 1953, p.09)

pretende um domínio divergente/convergente de todas as informações, técnicas, saberes, formatos, textos, sons, imagens e vídeos no ciberespaço.

Se as estéticas artísticas são conjuntos de instruções ou comandos realizáveis de maneira sistemática com o objetivo de resolver o problema da execução artesanal, o cânone da arte é um algoritmo. Paramétrico, por sua vez, provém da palavra parâmetro – e diz respeito a tudo aquilo que serve de base ou norma para que se proceda à avaliação de qualidade ou quantidade; seja critério ou medida com objetivo de se definir um padrão. Portanto o julgamento do belo e não-belo elencará ao longo da história parâmetros identificáveis para que um modelo se tornasse dominante perante os demais. A legitimidade que uma inteligência artificial tem de estabelecer um específico padrão estético como modelo atrelado às suas capacidades de interações digitais, traz como consequência a tendência dominante de que este modelo estético possua maior engajamento, possibilitando que parte da produção da cultura de massa esteja condicionada a imitar tal estética a fim de alcançar os mesmos padrões de engajamento que o modelo copiado.

O recorte temático proposto até o presente momento remonta os conteúdos estudados na disciplina de Estética para o curso de Publicidade e Propaganda. Em termos de metodologia, a pesquisa que complementa o processo construtivista do aprendizado parte de um processo de revisão bibliográfica que optou pela leitura das temáticas mais pós-modernas, caminhando ao passado à medida que padrões históricos e sociais fossem verificados. O instrumental teórico utilizado durante as aulas parte das proposições de Pierre Bourdieu sobre campo, habitus e legitimidade.

A reflexão à luz dos conceitos de Capitalismo de Plataforma elaborados por Srnicek (2017) ou Capitalismo Big Data de Chandler & Fuchs (2019) foram sugeridos pelos próprios discentes. Apesar do curto espaço de tempo disponível para a pesquisa, buscou-se aplicar dentre os perfis de redes sociais de escritórios de arquitetura de Juiz de Fora e Barbacena uma sistemática catalogação de imagens e vídeos no *feed*, músicas, fotos de perfil e direção de arte, especificamente nas plataformas *Instagram*, *Youtube* e *TikTok*. A amostra de participantes foi um aspecto crucial na metodologia de pesquisa em estética, seu processo de seleção buscou representar simbolicamente a população-alvo, ou seja, que os participantes fossem similares aos indivíduos da população geral em

relação às características relevantes para a pesquisa. A proposta de seleção de amostra por meio do método aleatório simples, no qual os participantes foram escolhidos de forma aleatória dentro dos profissionais de arquitetura da região supramencionada.

Para coletar os dados, utilizou-se o recurso de entrevistas, questionários, observações e estudos de caso. Seguindo as orientações de Gil (2002), as entrevistas foram realizadas com arquitetas e urbanistas, com o objetivo de obter informações sobre a estética adotada nas redes sociais para fins de engajamento e conversão de clientes. Para conduzir as entrevistas, foi utilizado um roteiro semiestruturado com um conjunto de questões pré-elaboradas que buscou captar a expressão particular das opiniões e ideias livremente. As entrevistas foram realizadas presencialmente e por meio de videoconferência. As entrevistas foram gravadas e transcritas para análise posterior que por motivos de fim de calendário letivo ainda não ocorreu. Os questionários, conforme proposto por Triviños (2007) pretenderam avaliar a percepção dos profissionais da arquitetura sobre a inclinação de reproduzir uma estética vigente, e se concordam que o algoritmo das redes sociais induz a uma modelo estético mais padronizado. Registros e observações foram debatidas em salas de aula e os estudos de caso realizados buscaram avaliar por maioria simples, se havia uma estética dominante na região adotada pelo público-alvo.

A análise dos dados das entrevistas semiestruturadas segundo Lakatos (2003) e Minayo (1992) não conseguiu ser realizada durante o calendário acadêmico e deverá ser retomada em continuidade quando a mesma disciplina de Estética for novamente ofertada. Embora a continuação desta pesquisa dependa de um novo cronograma, a metodologia proposta desde o início da pesquisa continua válida, descrita a seguir para fins didáticos em estabelecer uma melhor interlocução com o leitor. Quando possível a conclusão da pesquisa, a análise dos dados terá como opção utilizar a técnica de análise de conteúdo, que permitiria identificar padrões e tendências nas respostas dos profissionais da arquitetura e urbanismo. Isso pode incluir a identificação de temas comuns, como os desafios e benefícios da adoção de estéticas dominantes na criação de conteúdo e nos projetos de arquitetura. Outra proposta em relação aos questionários é utilizar a estatística descritiva, que permite descrever e resumir os dados obtidos. Isso pode incluir a análise de dados quantitativos, como as respostas a perguntas de escala, como "Em que medida você acha que imitar uma estética cujos dados apontam alto

engajamento tem ajudado na conversão de novos clientes? " ou "Em que medida você acha que os algoritmos tem prejudicado a inclusão de elementos da identidade regional na estética da sua marca e produção de conteúdo?". Serão calculadas medidas de tendência central (média, mediana, moda) e medidas de dispersão (desvio padrão, variância) para caracterizar a distribuição dos dados. Além disso, serão realizadas análises bivariadas para verificar a relação entre as variáveis, por exemplo, poderíamos querer saber se há uma relação entre o uso da IA na produção de conteúdo e o desempenho de engajamento. Dessa forma, a análise bivariada seria adotada para examinar se há uma relação entre essas duas variáveis. Além disso, serão feitas comparações entre os diferentes escritórios, regiões e níveis de ensino para identificar possíveis diferenças e particularidades no uso e impacto de modelos estéticos dominantes.

Em relação ao projeto, espera-se que a análise dos dados permita identificar as possíveis vantagens e desvantagens do controle dos algoritmos no processo de escolhas das estéticas dominante no mercado. Esperamos apresentar em momento oportuno conclusões e recomendações para aplicações práticas, incluindo orientações para futuras pesquisas. É importante destacar que ao longo de toda a primeira parte da pesquisa, foi garantido a privacidade e segurança dos participantes, bem como assegurado que todos os procedimentos estivessem de acordo com as normas éticas da pesquisa científica.

Referências

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

BEARD, Mary. **SPQR: uma história da Roma antiga**. São Paulo: Crítica, 2017.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 165-196.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2004.

_____. **A produção da crença**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. **As regras da Arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. **Espaço social e poder simbólico** in Coisas ditas. São Paulo: Brasiliense, 2004.

CASTELLS, Michell. **A Sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999 v1.

CHANDLER, D.; FUCHS, C. **Digital objects, digital subjects: Interdisciplinary perspectives on capitalism, labour and politics in the age of big data**. University of Westminster Press, 2019.

COUCHOT, Edmond. **A Tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2003.

GIBSON, William. **Neuromancer**. Londres: Harper Collins. 1984.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC Livros Técnicos e Científicos, 1995.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da História**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.

_____. **Maquiavel, a política e o Estado moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 8. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003a.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna - uma pesquisa sobre as Origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola - 1993.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2002.

KOBASHI, Nair Yumiko. **A Elaboração de informações documentárias: em busca de uma metodologia**. 1994, (Tese Doutorado em Ciência da Comunicação- ECA/USP, São Paulo). p. 12.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento. Pesquisa qualitativa em saúde**. 9ª edição revista e aprimorada. São Paulo: Hucitec; 1992.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy**. Broadway Books, 2016.

POHLENZ, Max. **Nomos und Physis**. Hermes, vol. 81, nº 4, 1953.

ROUVROY, Albert.; BERNS, Terence. **Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação?**. Revista ECO-Pós, v.18, n.2, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Londres: John Wiley & Sons, 2017.

TRIVIÑOS, Ana Maria M. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas. 2007.