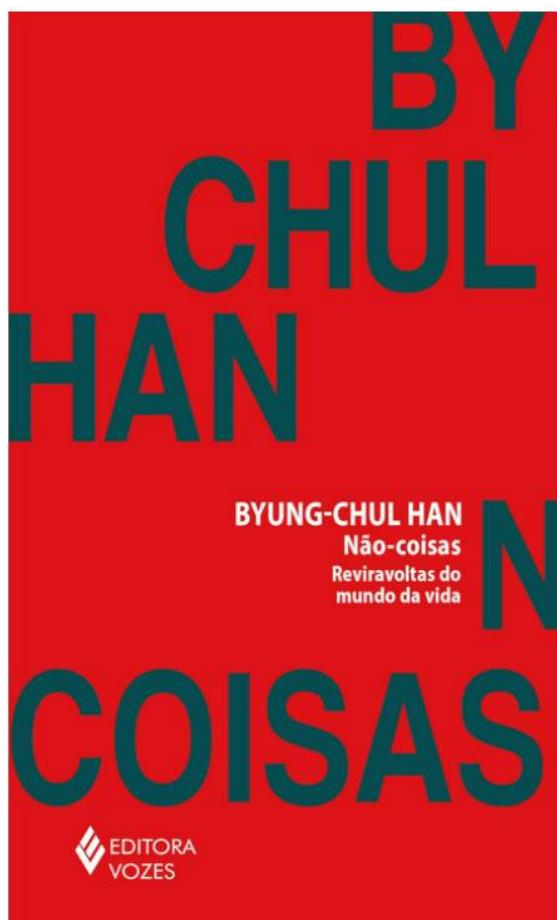




## Não-coisas: a crítica de Han à desmaterialização do mundo

**Antonio José de Souza** – Universidade de Sorocaba | Sorocaba | SP | Brasil. E-mail: [antonio.souza@prof.uniso.br](mailto:antonio.souza@prof.uniso.br); [berilio88@gmail.com](mailto:berilio88@gmail.com) | Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6777-4551>



HAN, Byung-Chul. **Não-coisas**: reviravoltas do mundo da vida. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

Em um dos mais recentes livros de Byung-Chul Han lançado no Brasil, “Não-coisas: reviravoltas no mundo da vida” (Vozes), o filósofo segue desenvolvendo ideias a partir dos temas que vem abordando ao longo de sua obra: a digitalização da vida, o imperativo dos algoritmos, a influência da tecnologia na comunicação, assim como o impacto dos *smartphones* e redes sociais para a subjetividade. Nesse livro, Han acrescenta mais um ponto a observar: o aumento do volume de informação que distancia da experiência concreta do mundo.



<https://doi.org/10.22484/2318-5694.2023v11id5261>



O livro divide-se em prefácio e oito capítulos. Assim como os livros precedentes, os capítulos curtos são bastante densos e as ideias apresentadas estabelecem diálogos com o pensamento de vários autores, entre eles Heidegger, Arendt, Flusser, Barthes.

Logo no prefácio, Han traz o romance *Hysoiaka na Kessho* da escritora Yoko Ogawa para pensar a vida contemporânea e sua relação com a comunicação e informação. Nessa distopia, as personagens vivem em um regime totalitário em que coisas e memórias desapareçam. Conforme as coisas vão desaparecendo, as pessoas vão desaprendendo para que elas servem e as memórias associadas a elas também vão desaparecendo.

Qual a relação que o filósofo vê entre o romance e nossa vida cercada por *gadgets* on-line? Para ele, as coisas também estão desaparecendo nessa sociedade em que as possibilidades de comunicação, consumo e a relevância da informação se expandem impulsionados pela tecnologia, a internet e as redes sociais.

As coisas concretas, materiais, servem para nos orientar no mundo. Os objetos (do latim, *obicere*), oferecem resistência; têm a negatividade da resistência. A materialidade concreta das coisas propicia um ambiente estável em que é possível fazer morada: essa é a ordem terrena. Esta, porém, gradativamente é substituída pela ordem digital, em que a facticidade das coisas é trocada pela leveza das informações.

Para ilustrar esse ponto, podemos pensar no dinheiro. Até certo momento do século passado, o dinheiro físico era fundamental. Durante certo tempo, “ter dinheiro” era tê-lo em mãos literalmente: o Tio Patinhas nadava em dinheiro nos quadrinhos enquanto o vilão Goldfinger do 007 tinha como plano diabólico contaminar com radioatividade o ouro do Fort Knox nas telas do cinema.

Agora o dinheiro é digital: “está” nos cartões de débito e crédito, que se tornaram digitais também. Circula nas transações do internet banking, nas compras on-line, no pix, na especulação das criptomoedas.

Mas o que é uma não-coisa? Em diálogo com Flusser, Han afirma que a não-coisa é a informação. Ter coisas, possuí-las, já não é mais desejável. As coisas impregnadas de memórias afetivas são um peso que não combina com a leveza e fluidez da contemporaneidade. O nômade digital tem pouco espaço para coisas e muita ânsia de vivenciar experiências.

Na lógica consumista, não faz sentido ter “laços” ou memórias afetivas com um iPhone, mas vivenciar a experiência de possuir o mais novo lançamento da linha. Han (p. 31) afirma que “vivenciar [...] é consumir informação”. Outro sinal da relevância da informação em detrimento ao objeto é o aumento do valor de marca em relação ao valor de uso: não basta ter um *smartphone*, é preciso ter um iPhone. Assim, mais importante do que os atributos intrínsecos e concretos do objeto, são as informações que o revestem transformadas em narrativas cuja promessa implícita é de uma vivência única a quem o possui.



As coisas palpáveis, relegadas ao segundo plano, são cada vez mais investidas de informações (pensemos na internet das coisas e na automação dos objetos) e tornam-se infômatos: “atores do processamento de informações” (p. 15). Dessa forma, o mundo torna-se cada vez mais fantasmagórico, impalpável e incompreensível segundo a visão de Han, pois as informações – ou não-coisas – são fugazes, velozes, precípeis, não permitem que nos demoremos muito nelas, logo não “ancoram” nossa experiência no mundo.

Se a relação com as coisas assenta, estabiliza, logo, ela ajuda a constituir identidade. O acesso à informação e a comunicação digital permitem que a identidade, antes tão atrelada às coisas e lugares, possa ser produzida e encenada nas redes sociais, por exemplo. A existência torna-se uma performance no mundo de não-coisas.

Especialmente a partir do *smartphone* e a percepção do mundo em sua tela, há a tendência ao autocentramento. O deslizar dos dedos sobre a tela permite o controle do mundo a partir da manipulação de suas imagens, suas informações. O mundo reduzido ao tato – aqui Han se apoia nas ideias de Barthes – se desmistifica, a distância é destruída e tudo torna-se disponível (ao alcance dos dedos para ser devorado com os olhos).

Porém, ao mesmo tempo, a comunicação digital, que parece diminuir as distâncias e aproximar, afasta do outro. Este está ao alcance dos dedos, pode ser acessado ou descartado. “A comunicação via *smartphone* é uma comunicação desencarnada e sem visão” (p. 45). Como consequência, o senso de comunidade se desestabiliza, pois são necessários a presença física e o olhar para que haja a empatia.

Nessa predominância da informação, o capitalismo deixa de ser industrial para ser informacional e a posse dá lugar a acesso: melhor do que ter um apartamento na praia, é ter uma conta no Airbnb. O mundo disponível e objetivado como imagem, agora é mercadoria consumível, assim como o outro.

Quando prevalecem as não-coisas, tudo vira mercadoria; no capitalismo da informação, cultura e comércio misturam-se e a vida é objeto de consumo. A partir da tela e da câmera do *smartphone*, o mundo é convertido em imagem digital, ou informação para ser consumida; e produz o mundo a partir de imagens. O *smartphone*, portanto, é um infômato que transforma coisas em não-coisas (torna o mundo informação).

O *smartphone* é colocado entre a pessoa e o mundo. É comum ver em situações como espetáculos pessoas empunhando seus aparelhos e vivenciando aquele momento muito mais a partir da tela do que do contato com a experiência em si. Han aponta que o *smartphone*, com sua tela lisa e acesso às mais diferentes informações com o toque dos dedos, subtrai a resistência (a negatividade da experiência dá lugar à positividade do curtir) e empobrece a experiência. O mundo então tornado imagem digital perde a resistência, a negatividade que é constitutiva da experiência.



Seguindo na reflexão sobre a relação com o *smartphone*, Han evoca a teoria do objeto transicional do psicanalista inglês Donald Winnicott, segundo a qual o bebê tem uma experiência entre o self e o exterior com objetos como um cobertor ou um brinquedo (um ursinho de pelúcia de pelúcia, por exemplo). Esse objeto criado/encontrado, no limite do intrapsíquico e do intersubjetivo, do mundo interno e do externo, é o objeto transicional.

Han compara-o ao *smartphone*, no sentido de que, enquanto o objeto transicional marca essa relação com o exterior, com o outro, o *smartphone* é o oposto: um objeto narcisista, em que a pessoa se fecha em si e se retira do outro, do mundo; torna-se menos empático e sua relação com o outro é de uso, com um outro objetivado e tornado disponível a partir do aparelho e da comunicação digital. A alteridade se subtrai diante da expansão sem limites do eu.

É curioso observar o seguinte paradoxo: em uma época que produz tantas coisas, tantos produtos, como é que ainda assim elas são empurradas para as bordas pelas não-coisas? É que com todos esses produtos, não estabelecemos laço, vínculo. Não são aquilo que Han chama de coisas do coração.

Para ilustrar esse ponto, Han retoma o encontro entre a raposa e o Pequeno Príncipe na história de Saint-Exupéry. A relação entre os dois acontece com o tempo, é necessário que o garoto cativa a raposa. Para o filósofo, no tempo da informação e do consumo, não há mais tempo para se fazer laços, não há mais espaço para as coisas do coração, somente para as coisas descartáveis.

As coisas do coração têm investimento afetivo, de tempo, memórias. Elas tiram do ensimesmamento e levam o olhar para o outro. Muitas vezes, são até presentes recebidos dos outros. São coisas para serem usadas e não apenas consumidas. Han, já no final do livro, cita algumas de suas coisas do coração: um velho relógio de bolso comprado há 35 anos, um relógio Junghans – presente de um amigo – uma lupa de arte, um cinzeiro portátil com uma rosa de tricô, uma cigarreira estilo *art-decô* e um carimbo de madeira com os três caracteres chineses de seu nome.

As coisas são permanentes, as não-coisas são perecíveis. As coisas se chocam contra as pessoas, resistem, são exteriores às bordas do narcisismo; as não coisas são leves, *soft*, feitas para serem curtidas com o toque do indicador, fluem na correnteza ruidosa da comunicação digital. Já as coisas do coração falam conosco, mas só podem ser ouvidas longe do ruído da comunicação digital.