IA – INTELIGÊNCIA ARTÍSTICA. A NEUROESTÉTICA EM FUNÇÃO DA PERCEPÇÃO DE MUNDO POR MEIO DAS ARTES

Luciano TASSO, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, luciano.tasso@edu.ufes.br

Stela Maris SANMARTIN, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, stelasanmartin@yahoo.com.br

1. Introdução

No livro The Language of New Media (2001), Manovich afirma que o surgimento da internet, o mais material e visível sinal da globalização, em conjunto com a gradual informatização das culturas, redefiniriam o conceito de espiritualidade em nossa visão de mundo, particularmente, no campo das artes. Referia-se não apenas à espiritualidade presente nas culturas de um povo e de uma época, mas também daquela enlevação do espírito propalada por Walter Benjamin, que somente as artes podem proporcionar. Mas a que se devem essas mudanças? Devem-se, sobretudo, a "um triunfo do consumismo, da cultura comercial (baseada em estereótipos e clichês limitados), de megacorporações que reivindicavam categorias básicas como espaço, tempo e futuro [...]" (Manovich, 2001, p. 5); um consumismo que aumenta nossas posses materiais, mas que desvia nossa atenção de categorias básicas para a vida.

Esta preocupação já havia sido expressa pelo geógrafo brasileiro Milton Santos, que na obra *Técnica espaço tempo* (1998), identificou uma aceleração contemporânea, uma aceleração capaz de provocar "grandes perturbações aparentemente sem sentido" (Santos, 1998, p. 12), causar "admiração ou medo diante do inusitado e da dificuldade para entender os novos esquemas e para encontrar um novo sistema de conceitos que expressem a nova ordem de gestação" (Santos, 1998, p. 12). Haveria, portanto, um baralhamento dos símbolos que, até então, estavam sedimentados nas culturas, permitindo o surgimento de algo diferente que irá substituir "[...] o lugar das coisas verdadeiras" (Santos, 1998, p. 12). Na mesma linha de raciocínio, o estilo de vida capitalista configura uma nova estética da existência sob o "signo moderno da mercadoria" (Lipovetsky & Serroy, 2014, p. 94), que reduz a experiência extática do Absoluto às urgências de lazeres e satisfações imediatas. Isso se reflete diretamente no campo das artes, influenciando instituições comerciais e, consequentemente, toda a estética da produção artística.

Manovich (2001) nos lembra que, a cada avanço tecnológico surgem novas formas de expressão que absorvem diferentes linguagens e variáveis estéticas; uma vez estabilizadas, sucedem ininterruptamente as expressões recém-criadas. E o mercado de artes responde a esse imediatismo frenético. Paralelamente, redes sociais se tornam grandes catalizadores do comércio das artes. Ferramentas como a Inteligência Artificial Generativa (IAg) ditam

novas estéticas na produção artística e se vulgarizam por meio de programas e aplicativos de fácil manipulação e ao alcance da mão. Uma das mais representativas dessas expressões são os *memes*[1] cada vez mais sofisticados, feitos ou não por IAg, invadem as redes, baralhando humor, política, entretenimento e arte; forjando novas visões simbólicas do mundo e ocupando o lugar das coisas verdadeiras.

Insurge-se contra isso um movimento político que se expressa no campo das artes, o artivismo, definido enquanto "ações do indivíduo ou do coletivo [que] propiciam construções políticas com tal qualidade que a melhor comparação é encontrada na arte, originando assim a ideia da política como arte" (Chaia, 2024, p. 9). Ou ainda, da arte politizada em oposição à estetização da política, na qual o Estado (e, portanto, o poder institucional) centraliza as relações, domina a produção e a disseminação da arte em função de seu aparato ideológico. A conceituação de artivismo não é moderna. Entretanto, com a tecnologia ubíqua favorecida pela internet, oportuniza que quaisquer pessoas conectadas à rede possam manifestar suas opiniões e produções pessoais ou coletivas, seja nas artes quer no ativismo político; além de oportunizarem interação com o público. Ubiquidade que, por outro lado, também permite a impessoalidade, a incógnita da *persona*[2], estabelecendo uma sensação de não punição pelos próprios atos. Novamente a máquina entra em cena. Por meio de algoritmos, programas especializados aumentam ou reprimem a circulação de conteúdos favorecendo e direcionando o engajamento e a manifestação de usuários em suas áreas de interesse.

Diante dessas mudanças radicais nas formas como percebemos e interagimos com o mundo, avanços no campo da neurociência apontam para um mapeamento cada vez mais preciso das reações do cérebro quando exposto a estímulos. Novas formas de compreender a estética comunicacional e artística estão sendo desenvolvidas no campo da neuroestética e é neste sentido que o trabalho de Rosangela Leote (2015) formula teorias e práticas sobre a percepção e fruição diante das obras de arte. Seria esta uma possibilidade de desenvolvermos uma Inteligência Artística que se contraponha a um mundo manipulado por máquinas? Dominando esses recursos, poderíamos combater poeticamente os interesses capitalistas e globalizantes que reduzem nossas vidas a mercadorias?



[1] No artigo de Ton Torres, para a revista Ciência e Cultura, de 2016, a definição da Professora Janaína França sobre memes: "Os memes são apropriações temáticas que vão desde o humor sobre amenidades até assuntos como política e economia, e que têm, na maioria das vezes, mensagens de compreensão fácil e rápida. Some a isso a facilidade de publicação e o compartilhamento, sobretudo pelas redes sociais, e teremos a viralização do conteúdo" (Torres, 2016, p. 60).

[2] Um algoritmo é uma sequência finita de ações executáveis que visam obter uma solução para um determinado tipo de problema. No ambiente de informações digitais, eles exercem a função de "...sistemas de recomendação que selecionam o conteúdo que vemos ao acessar uma rede social ou plataforma. Eles fazem uma curadoria do que vemos a partir de padrões de consumo de perfis semelhantes ao nosso. A lógica por trás disso vem da identificação de comunidades de gosto, uma ideia que a sociologia já conhecia e que a computação traduziu em códigos e previsões algorítmicas" (Santini, 2025).

2. Como chegamos a isso? Um resumo da evolução da informatização até a IAg

O termo *cibernético* tem sua origem etimológica no grego antigo *kybernētikós* (κυβερνητικός), e significa aquele que governa, que pilota ou conduz a nave – uma espécie de timoneiro. Em tempos modernos, o conceito de "cibernética" ressurge na década de 1940, em referência a projetos militares responsáveis pelo desenvolvimento de sistemas de controle e protocolos de comunicação que facilitassem a interação entre *máquinas e operadores humanos*. Esses mecanismos separavam blocos de informações (texto, imagem e sons) gravados em fitas magnéticas que permitiam consultas rápidas a partir de uma base de dados indexados. Esses mecanismos abriram o caminho para que Vannevar Bush desenvolvesse o *Hypertext* (hipertexto). Logo em seguida, e de acordo com Lins (2013), a revolução tecnológica promovida pela *World Wide Web* popularizou o que hoje conhecemos por Internet: a mais importante mídia que regeria as formas de comunicação, troca de dados e interação humana no mundo globalizado.

Pierre Lévy (1999) atribuiu às formas de relação desse novo mundo o nome de *cibercultura*. De suas primeiras publicações até hoje, muita coisa mudou e várias teorias foram formuladas sobre a cultura do mundo globalizado. Entretanto algumas inquietações apresentadas por Lévy prognosticavam a circulação de imensos volumes de informações sem valor, de bobagens recheadas de rumores e conformismos, que inundariam as informações acessadas cotidianamente pelo homem da era cibernética. Inquietações que, dezesseis anos depois, seriam confirmadas por Umberto Eco, tal como presente em Nicoletti (2015), numa contundente crítica à internet, ao afirmar que essa nova mídia estava dando voz a uma legião de imbecis.

2.1. (2003)

Numa das principais avenidas da maior metrópole da América Latina (São Paulo, Brasil), cerca de 50 pessoas, se encontram na esquina da av. Paulista com a rua Augusta; esperam o sinal de pedestres abrir, avançam para o meio da pista, deitam-se no chão e, assim que o semáforo abre para os carros, levantam-se e dispersam, como se nada tivesse acontecido[3]. O movimento fazia parte de uma iniciativa conhecida como *Flash Mob* – ou mobilização instantânea. Surgiu em junho, do mesmo ano, nos Estados Unidos e espalhou-se pelas principais capitais do mundo. Sua dinâmica consistia em programar encontros, via correio eletrônico e mensagens de telefones móveis para, em horários previamente estipulados, se reunissem em espaços públicos para realizar ações totalmente aleatórias, com a finalidade única de chamar a atenção. Algumas análises explicam o *Flash Mob* como um mero entretenimento, sátira contra a sociedade, ou ainda, expressão artística.



[3] As fontes divergem sobre o que, de fato, aconteceu. Algumas afirmam que o evento contou com mais de cem pessoas, enquanto outras relatam que os participantes apenas se deitaram ao chão. Para este texto, nos baseamos na nota jornalística de Diego Assis, intitulada SP realiza primeiro "flash mob", do jornal Folha de São Paulo, Ilustrada de 14 de agosto de 2023.

Para entendermos suas características, é preciso contextualizar que no início dos anos 2000, os celulares mais populares no Brasil eram muito diferentes dos atuais (2025). A velocidade de transmissão de dados era cerca de 315 vezes mais lenta[4] e a primeira rede social, acessível via computador, era um aplicativo que não permitia publicação direta de vídeos (o *Orkut*). Dessa forma, as manifestações *Flash Mob* ficaram registradas apenas pela memória das pessoas presentes, reverberada como narrativa nos *chats*, rodas de conversa, ou quando muito, em pequenas notas nos jornais. De acordo com Berry (2004), Howard Rheingold havia antevisto esse fenômeno oportunizado pela conexão entre celulares e, um ano antes do primeiro *Flash Mob* escreveu o livro *Smart Mobs, The Next Social* Revolution (2002). Sua expectativa era a de que as recém-criadas redes sociais promoveriam movimentos independentes, arregimentariam massas insurgentes capazes de revolucionar o *status quo*, mudar as estruturas e estabelecer melhoras e benefícios para todos. Mas, perguntava-se ele, estaríamos preparados para comandar essas mudanças? Desenvolveríamos um domínio cognitivo entre indivíduos, comunidade e na sociedade em geral, para lidar com os efeitos emergentes dessa revolução capaz de remodelar todo o *zeitgeist*?[5] Não seríamos, antes, dominadas pelas corporações e instituições de poder que as controlariam em favor de seus interesses?

> Será que redes auto-organizadas e ad hoc de usuários de computadores, mediadas por agentes de proteção da privacidade, florescerão em um renascimento de nova riqueza, conhecimento e sociedade civil revitalizada, ou o mesmo regime tecnológico-social não fornecerá nada mais do que mais uma fonte de receita para o Desinfotainment? (Rheingold, citado por Berry, 2004, p. 652, tradução nossa).

Os temores de Rheingold faziam referência ao clássico 1984, de George Orwell (1949), e prenunciava que o espírito revolucionário sucumbiria a formas de entretenimento que, na verdade desinformam e causariam confusão: o *Desinfotainment*. Como precaução, sugeria uma regulamentação da internet de forma a não prejudicar as sociedades democráticas, e para que estas não sucumbissem a meios de comunicação de massa controlados centralmente. Para Rheingold, era fundamental perceber e difundir os benefícios sociais que uma "nova forma de conectividade e ação cooperativa" (Berry, 2004, p. 652, tradução nossa) poderia proporcionar.

Aparentemente, o primeiro *Flash Mob* configurou um teste global para fomentar mobilizações, demonstrando a força avassaladora da internet, das redes sociais e seu domínio sobre os novos modos de socialização interpessoais e impessoais. Podemos caracterizá-lo da seguinte maneira: 1) o fascínio das pessoas por transitarem entre territórios reais e virtuais; 2) a diferenciação pelo vanguardismo tecnológico; 3) a não obediência a um líder formalmente identificado; 4) o protagonismo em uma contravenção anônima, artística(?), frívola e impune; 5) a crença na falsa e inelutável passionalidade de que estão fazendo História.



[4] https://datarepportal.com/
[5] Zeitgeist ou "espírito da época".

2.2. (2010)

Oito anos depois do advento do Flash Mob, o mundo conheceria as primeiras revoluções impulsionadas pelas mobilizações instantâneas divulgadas pelas redes sociais: a Primavera Árabe. Nessa ocasião, um tipo de artivismo insurgia nas ruas carregando um código; um ícone quase desconhecido e de pouco uso que passava a figurar ao lado das pinturas e textos que cobriam os muros das cidades: o hashtag (também conhecido como cerquilha ou jogo da velha). Os *hashtags* indicavam endereços virtuais que trariam informações sobre datas e locais onde aconteceriam as manifestações. Neste momento, redes sociais como *Facebook* ou *Twitter* já eram acessados pelos celulares, e as informações transitavam de forma bastante clandestina no ambiente digital, fora do controle governamental. Mas à diferença da espontaneidade dos *Flash Mobs*, as da *Primavera Árabe* eram pautadas por um difuso posicionamento político e, apesar de não seguirem lideranças ou pautas reivindicatórias, alguns dos autores de páginas nas redes sociais, intimavam seus seguidores a não permanecerem passivos, instando narrativas de heroísmo que, cada vez mais, contaminavam suas interlocuções.

> Este chamado ao heroísmo usou habilmente o machismo prevalente na sociedade egípcia como um expediente para mobilizar jovens, que temeriam ser ridicularizados por terem sido superados em bravura por uma jovem (Gerbaudo, 2012, p. 63, tradução nossa)[6].

Inúmeras são as causas que levaram esses países a destituir seus líderes, mas é preciso contextualizar que, naquele momento, o mundo globalizado passava por crises que atingiam em cheio o mundo globalizado. Iniciada em 2008, a Grande Recessão (Bresser-Pereira, 2009) foi um primeiro sintoma a fazer surgir um sentimento anti-globalizante provocando uma série de insurgências que se instauravam pelo mundo. Em paralelo e, de certa forma, em sentido contrário ao ativismo político, um fórum de imagens, o *4chan* – berço da comunicação por meio de *memes* –, dedicava seu espaço para manifestar as insatisfações geracionais de uma forma diferente. Incógnitos, seus usuários moviam-se pela rede causando danos a pessoas e empresas por pura diversão ou demonstração de habilidade para invadir e derrubar sistemas do ciberespaço. Dali surgiria um dos grupos ativistas *hackers* mais radicais e controversos da história recente: os *Anonymous* (Machado, 2015).

Começava-se a perceber que as previsões de Rheingold (2002) faziam algum sentido, uma vez que, ao invés de um mundo reorganizado, com o objetivo de lutar pela melhoria e distribuição dos benefícios da globalização, a nova mídia incentivava o hedonismo e ambição de uma geração despolitizada, que dominava a tecnologia, mas esquecia-se de sua própria evolução cognitiva social. Em pouco tempo o efêmero ciberativismo do *Anonymous* deu origem a outro grupo totalmente efêmero, o *QAnon*, que, segundo Coleman (2023), por meio de teorias conspiratórias, colaborou para o restauro de políticas ultra-direitistas em muitos países pelo mundo, dentre eles, os Estados Unidos.

[6] Referência a Asmaa Mafhouz.

2.3. (2016)

Neste ano foi anunciada a morte da internet. Na verdade, uma teoria, também considerada conspiratória, por prever que a totalidade de conteúdos disponíveis no ciberespaço seria produzida apenas por máquinas. Trata-se da "teoria da internet morta". Para entendermos esse fenômeno, intimamente relacionado com o surgimento dos *memes*, é preciso voltar alguns anos e falar do nascimento de um tipo de expressão linguística que, em brevíssimo tempo, invadiria as conversas nos *chats* (até então, predominantemente textuais): os *emojis* ou *emoticons*. Elaborados por volta de 1999 no Japão, e semelhantes aos pictogramas, logogramas ou ideogramas – unidades linguísticas que transmitem informações por imagens –, os *emojis,* de acordo com Miyake (2020), surgem como ícones universais que sintetizam, nos meios digitais, pensamentos ou sentimentos periféricos que poderiam ser observados em conversações pessoais.

Longe de constituir um sistema de escrita complexo, esses símbolos gráficos formalizam expressividades que seriam (ou deveriam ser) naturalmente perceptíveis na interação entre duas ou mais pessoas, tais como: sorriso, preocupação, anuência, discordância etc.; em outras palavras, representam a transmutação semiótica de sentimentos em imagens/ícones, na nova forma de comunicação impessoal mediada pela internet. De acordo com Michael (2025), *emojis* funcionam como sinais não verbais na comunicação baseada em texto, preenchendo a lacuna entre a linguagem escrita e a falada, oferecendo um contexto emocional que as palavras, por si só, podem não fornecer. Os *emojis* servem como uma forma de linguagem corporal digital, aumentando a clareza e reduzindo a ambiguidade em conversas online. "Os *memes*, por outro lado, encapsulam referências culturais e humor, facilitando a rápida disseminação de informações e reforçando a identidade coletiva entre as comunidades online" (Michael, 2025, p. 475, tradução nossa).

Evolução natural da dinâmica linguística desencadeada pelos *emojis,* os *memes* podem ser resumidos como cápsulas da simbologia, unidades replicadoras de cultura, que apelam para a imediaticidade e facilidade de compreensão do discurso social. Um conjunto de imagens, animações, acrescidas (ou não) de sons e/ou textos combinados, que transmitem informações, geralmente humorísticas, a partir de comportamentos ou conteúdos disponíveis na internet. Facilmente elaborados por aplicativos disponíveis nos celulares, os *memes* disputam a atenção dos usuários, proliferam-se pelas redes e sedimentam significados para temas do interesse comum. Mas é justamente devido à sua natureza informal que essas informações acabam promovendo distorções de significado e simplificações excessivas de ideias complexas que deveriam ser debatidas. Esse jovem produto da indústria cultural, nativo das mídias sociais, torna-se, assim, uma possante ferramenta do *Desinfotainment:* um perigo iminente para a cognição coletiva. Em seu livro *Orientalismo, o Oriente como invenção do Ocidente* (2003), o crítico literário Eduard Said esclarece como esquemas de informações simplificadas catalisam constantes estados de insatisfação e instabilidade social, política e econômica, tendendo a gerar respostas reacionárias:

> Em primeiro lugar, ninguém acha fácil viver, sem reclamar e sem temer, com a tese de que a realidade humana está constantemente sendo feita e desfeita, e de que qualquer coisa semelhante a uma essência estável está constantemente sob ameaça. O patriotismo, o nacionalismo xenófobo e o chauvinismo rematado são respostas comuns a esse temor (Said, 2003, p. 382).

A proliferação dos *memes* e seu consequente protagonismo na construção do discurso social raso e ordinário das redes sociais, conta com um invisível e poderoso aliado: os algoritmos. Algoritmos funcionam, em certa medida, como seletores de estímulos externos no indivíduo, uma repetição de informações capaz de sedimentar conhecimentos e construir consciência; soldados invisíveis que batalham numa guerra de informações, visando "cada vez mais os processos mentais de tomada de decisão, indo além da disseminação de informações para influenciar diretamente os resultados comportamentais" (Gombar, 2025, p. 9). Nossa mente se sente mais confortável com aquilo que conhecemos e estamos habituados, nesse sentido, o diferente, o desconhecido, segundo Said (2003) torna-se uma ameaça, um obstáculo a ser superado por desafiar o acomodamento do cérebro naquilo que se já se estabeleceu como padrão e gosto pessoal – o algoritmo sabe disso e oferece conteúdos que reforçam ou estimulam preconceitos sobre determinados temas. O professor Daniel Hora não hesita em afirmar que existe um mal-estar provocado pelo direcionamento de informações influenciada por algoritmos. De forma cada vez mais recorrente, e num recorte amplo, esse mecanismo tende a minar a "utopia civilizacional de interação cooperativa e irrestrita de comunidades virtuais" (Hora, 2018, p. 98).

Em resumo, o histórico da evolução comunicacional provocada pela internet apresenta, até aqui, as seguintes características: 1) popularização do uso de celulares com aplicativos e conexão à rede; 2) difusão de redes sociais como ambiente ubíquo de interação; 3) elaboração de formas simplificadas de comunicação por meio de imagens manipuladas e; 4) difusão de informações controlada por algoritmos. Cria-se, assim, uma linguagem própria, de fácil compreensão e mediada por máquinas. Mas algo ainda mais poderoso haveria de surgir na guerra das comunicações: a inteligência artificial (e sua "menina dos olhos", a IA Generativa[7]).

A inteligência artificial começa a ser desenvolvida ainda na década de 1950. Tinha por intenção desenvolver programas com o intuito de solucionar problemas e dinamizar produções simulando alguns dos processos do raciocínio humano. Para Russell (2021), apesar das máquinas estarem distantes de conquistar uma amplitude equivalente à consciência, seus sistemas se baseiam na estrutura anatômica do cérebro e nas execuções neurais no nível cognitivo, tais como aprender, saber, lembrar, raciocinar, planejar, decidir. Em uma definição, inteligências artificiais são "sistemas computacionais baseados em fontes de dados não estruturadas e análises estatísticas, empregados para organizar e criar predições e estimativas acerca dos abundantes dados coletados na rede" (Moreira et al., 2024, p. 75). Da mesma forma, as IAgs são ferramentas que viabilizam a produção imagens estáticas ou em movimento, conjugada a sons e textos a partir dos conteúdos disponíveis na internet. Uma revolução na estética comunicacional inserida no ambiente digital que elevaria a produção de *memes* – politizados ou não – a níveis inimagináveis. Tal revolução tecnológica também atingiria o campo das artes, como veremos mais adiante.

[7] "Exemplos de IA generativa são o ChatGPT, o DALL-E, o Midjourney, o Gemini e, mais recentemente, o DeepSeek e o Grok 3." (Coli & Souza, 2025, p. 5)

Mas como termina o caso da teoria da internet morta? Segundo o relatório *#BadBotsReport*, fornecido pela empresa de segurança cibernética Imperva (2025, p. 2): "Pela primeira vez em uma década, o tráfego automatizado ultrapassou a atividade humana, respondendo por 51% de todo o tráfego da web em 2024". Isso significa que uma parte significativa do conteúdo oferecido pelas redes sociais está sendo produzido por máquinas (ou *bots* – abreviação de '*robots*' – são *softwares* automatizados que executam tarefas repetitivas na internet), ou seja, ante a crescente dinâmica para aprimorar as interações entre *máquinas e operadores humanos*, aparentemente as máquinas acabaram prevalecendo. Morta? Talvez ainda não. Todavia, o título atribuído a essa teoria escamoteia um erro de percepção sobre o que realmente está acontecendo: *bots* são programados por seres vivos.

3. Inteligência artística – À guisa de conclusão

Os recursos oferecidos pelas IAgs ampliam as formas do fazer artístico, desde processos criativos, possibilidades de interação, até suportes digitais nos quais se apresentam. Da mesma forma, ampliam os campos da percepção proporcionando experiências que vão muito além dos recursos até então disponíveis. É certo que há, ainda, uma sensação de afronta disseminada pela influência que a tecnologia digital imprime sobre o fazer artístico, considerado uma das maiores faculdades humanas. O que também põe à prova relações de percepção da estética às quais estávamos acostumados.

O fato de ser gerado por máquinas conectadas pela internet – o equivalente a dispor de todos os dados disponíveis na rede – nos obriga a rever uma série de conceitos cristalizados em relação ao que a obra representa, sua imanência aurática e de quem é sua verdadeira autoria. Em certo sentido, é na neuroestética que temos a oportunidade de trazer o corpo humano ao centro da discussão e propor esclarecimentos para alguns dos problemas relacionados à percepção da obra e dos mecanismos pelos quais sentimos prazer ao nos depararmos com um objeto artístico.

Há mais de um século, estudos no campo da neurociência desenvolveram conhecimentos acerca das capacidades de nosso cérebro se reorganizar ao longo da vida, criar conexões sinápticas e modificar suas estruturas e funções. Isso é o que conhecemos por neuroplasticidade. São processos que, de acordo com Mourão & Faria (2015), ocorrem por meio de ativações dos circuitos neurais a partir do encadeamento de estímulos recebidos do ambiente externo, armazenamento de experiências e vivências na memória, e a contínua evocação desses conhecimentos sedimentados em padrões ativados. Em outras palavras, a forma como interagimos com o mundo implica diretamente na modificação biológica de nosso corpo. Neste sentido, pensamentos e padrões repetidos fortalecem certas vias neurais e moldam nossa consciência. Portanto, nossa visão de mundo.

Apesar da complexidade do assunto e de muitas questões ainda a serem desvendadas no que se refere aos mecanismos neurais, trabalhos como os de Pulvermüller (2013), fornecem um mapeamento bastante preciso desses circuitos, identificando áreas integradas do cérebro que sustentam mecanicamente os significados simbólicos percebidos e constroem seus significados. No que concerne às artes, para a professora e artista multimídia Rosangella Leote (2015), há uma reafirmação do quanto a neurociência pode contribuir no aspecto da aferição dos problemas ligados à percepção da obra. Referindo-se às investigações sobre como reconhecemos o belo e o feio – prescindidas as contextualizações culturais e educacionais que envolvem essa questão –, a autora enfatiza os trabalhos de Kawabata e Zeki (2002) que identificam áreas ativadas no cérebro a partir de diferentes estímulos:

> Uma das ativações refere-se ao córtex motor, que sugere que a percepção visual de um estímulo, sobretudo de um estímulo emocionalmente carregado, mobiliza o sistema motor, conferindo algumas ações corporais referentes ao reconhecimento do "belo" e do "feio", o que acontece com muito mais força durante a percepção do "feio" (Leote, 2015, p. 89).

Desta forma, por meio de testes com ressonância magnética e eletroencefalografia, a neuroestética procura sistematizar processos pelos quais significados, identidades, projeções semânticas, características afetivas e perceptivas, interagem com o corpo alterando a neuroplasticidade de nossos circuitos neurais. Além de fornecer informações sobre elementos que ativam o prazer e o bem-estar, e que, segundo Leote (2015), revelam áreas cerebrais envolvidas nos processos de criação; princípios de organização do cérebro para perceber contraste, simetria, cores, formas e composições; possibilitar a criação de novas formas artísticas que conectem ciência e tecnologia às experiências humanas.

Mas há um relevante aspecto ético nessa discussão: até que ponto o conhecimento adquirido pela neurologia e neuroestética não estão sendo usados pelos mesmos mecanismos influenciadores que mediam as comunicações via internet com a finalidade de estabilizar (ou desestabilizar) emoções e determinar comportamentos? O quanto, a partir da capacidade de estimular o prazer no cérebro, obras de arte não serão criadas apenas para vender mais?

Não temos as respostas a essas perguntas, mas afirmamos que o conhecimento dos processos neuroestéticos, aliados à produção tecnológica das artes por meio de ferramentas como as IAgs, configuram uma Inteligência Artística capaz de confrontar a escalada da manipulação das emoções exercida pelas máquinas, pelo menos no sentido de recalibrar as formas como vemos o mundo globalizado. Dominar esses conhecimentos exige a tomada de políticas antagônicas às estruturas de poder, e nos capacita a trazer à discussão questões sobre o que somos enquanto humanos e o que pretendemos para o futuro.

Referências

Assis, D. (2023, 14 de novembro). *SP realiza primeiro "flash mob"*. Folha de S. Paulo. https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1408200327.html.

Imperva. (2025). *#BadBotReport*. https://www.imperva.com/resources/resource-library/reports/2025-bad-bot-report/.

Berry, B. (2004). Book Review: Smart Mobs. The Next Social Revolution. *Technological Forecasting & Social Change*, 71(6), 651-652.

Bresser-Pereira, L. (2009). A crise financeira de 2008: Crise e recuperação da confiança. *Revista de Economia Política*, 29(1), 133-149. https://doi.org/10.1590/S0101-31572009000100008.

Chaia, M. (2024). Artivismo: O entrecruzamento entre prática artística e ação política. In F. Cypriano & P. Arantes (Orgs.). *Artes e Práticas Culturais* (pp. 9-34). EDUC-PIPEq.

Coleman, E. G. (2023). From Busting Cults to Breeding Cults: ***Anonymous*** H/acktivism vs. the (A)nonymous Far Right and Qanon. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 13(2), 248-263. https://doi.org/10.1086/727758.

Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets Social Media and Contemporary Activism*. Pluto Press.

Gombar, M. (2025). Algorithmic Manipulation and Information Science: Media Theories and Cognitive Warfare in Strategic Communication. *European Journal of Communication and Media Studies*, 4(2), 1-11. https://doi.org/10.24018/ejmedia.2025.4.2.41.

Hora, D. (2018). *Mal-estar do algoritmo: Notas sobre o arte-ativismo digital*. 17º Encontro Internacional de Arte e Tecnologia, 97-101.

Leote, R. (2015). *ArteCiênciaArte*. Unesp. http://dspace.unisa.br/handle/123456789/2315.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura* (Trad. Carlos Irineu da Costa). Editora 34.

Lins, B. F. (2013). A evolução da Internet: Uma perspectiva histórica. *Cadernos Aslegis*, (48), 11-46.

Lipovetsky, G., Serroy, J. (2014). *A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista*. (Trad. Eduardo Brandão). Companhia das Letras.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press.

Machado, M. B. (2015). Entre o controle e o ativismo hacker: a ação política dos Anonymous Brasil. *História, Ciências, Saúde*, 202, 1531-1549.

Moreira, A. P., Oliveira, D. B. & Holanda, W. A. (2024). Inteligência artificial e letramentos críticos: o discurso tecnocêntrico em memes. *Linguagem em Foco*, 16(2), 70-88.

Mourão, C. A. & Faria, N. C. (2015). Memória. *Psicologia, Reflexão e Crítica*, 28(4), 780-788.

Michael, C. (2025). The Influence of Emojis, Memes, and Internet Slang on Contemporary Language and Interpersonal Communication. I*conic Research and Engineering Journals*, 8(8), 475-484.

Miyake, K. (2020). Evolution of Emoji and Beyond: A Diachronic Observation of Visual Representations in Japanese Mobile Media. *The Bulletin of the Institute of Human Sciences*, (22), 1-15.

Nicoletti, G. (2015, 11 de junho). *Umberto Eco: "Con i social parola a legioni di imbecilli"*. La Stampa. https://www.lastampa.it/cultura/2015/06/11/news/umberto-eco-con-i-social-parola-a-legioni-di-imbecilli-1.35250428/.

Orwell, G. (1949). *Nineteen Eighty-Four*. Secker and Warburg.

Pulvermüller, F. (2013). How Neurons Make Meaning: Brain Mechanisms for Embodied and Abstract-Symbolic Semantics. *Trends in Cognitive Sciences*, 17(9), 458-470.

Russell, S. (2021). I*nteligência Artificial a nosso favor: Como manter o controle sobre a tecnologia* (Trad. Berilo Vargas). Companhia das Letras.

Said, E. W. (2003). *Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente* (Trad. Rosaura Eichenberg). Companhia de Bolso.

Santini, R. (2025, Junho 30). *Como os algoritmos influenciam o acesso à informação nas redes sociais*. Veja: Tecnologia. https://veja.abril.com.br/tecnologia/como-os-algoritmos-influenciam-o-acesso-a-informacao-nas-redes-sociais/.

Santos, M. (1998). T*écnica espaço tempo, Globalização e meio técnico-científico informacional*. Hucitec.

Torres, T. (2016). O fenómeno dos memes. *Ciência e Cultura*, 68(3), 60-61.