

DOI: <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2026v52id6000>

A PERCEPÇÃO EM COLAPSO: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, INTERNET MORTA E O REENCANTAMENTO DO MUNDO NA GERAÇÃO Z

Perception in Collapse: Artificial Intelligence, the Dead Internet, and the Reenchantment of the World Among Generation Z

La percepción en colapso: inteligencia artificial, internet muerta y el reencantamiento del mundo en la generación Z

Fernando Sarmento¹

Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-8400-7252>

E-mail: sarmentofernando@gmail.com

Geraldo Pieroni²

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1896-8373>

E-mail: geraldopieroni@yahoo.com

Resumo: Propomos analisar os efeitos do avanço da IAG (Inteligência Artificial Generativa) sobre as formas de percepção, linguagem e vínculo simbólico nas sociedades contemporâneas. Com base em uma abordagem interdisciplinar, que integra referências da filosofia, da semiótica e da sociologia, a investigação se debruça sobre o colapso da percepção crítica e sensível diante da saturação informacional das mídias digitais, especialmente no contexto da chamada “internet morta”. Tomando a geração Z como expressão paradigmática de uma nova sensibilidade cultural, discute-se a transformação dos regimes de autoria, a dissolução da figura do público e os limites entre humano e maquínico na produção de sentido. O estudo propõe uma leitura das inflexões entre os modelos clássicos de razão e os atuais modos de experiência estética mediados por tecnologia. Em meio ao esvaziamento simbólico, o reencantamento do mundo é abordado como possibilidade de restauração do vínculo, da presença e da linguagem partilhada. A análise busca contribuir para uma reflexão crítica sobre o papel da cultura, da ética e da comunicação na mediação dos impactos da inteligência artificial, apontando para a urgência de uma reconfiguração simbólica das relações humanas em tempos de colapso perceptivo.

Palavras-chave: percepção; IA-Inteligência Artificial; reencantamento; geração Z; linguagem.

¹ Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, Paraná, Brasil.

² Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, Paraná, Brasil.

Abstract: This article analyzes the effects of GAI- Generative Artificial Intelligence- on contemporary forms of perception, language, and symbolic connection. Based on an interdisciplinary approach, drawing from philosophy, semiotics, and sociology, the study explores the collapse of critical and sensitive perception amidst the informational saturation of digital media, particularly in the context of the so-called “dead internet.” Using Generation Z as a paradigmatic expression of a new cultural sensibility, the paper discusses the transformation of authorship regimes, the dissolution of the public sphere, and the blurred boundaries between human and machine in meaning-making processes. This research investigates inflection points between classical models of reason and emerging aesthetic experiences shaped by technology. In the midst of symbolic emptiness, the concept of re-enchantment of the world is presented as a potential response, restoring presence, shared language, and affective bonds. The analysis seeks to foster a critical reflection on the role of culture, ethics, and communication in mediating the impacts of artificial intelligence, and emphasizes the urgency of symbolic reconfiguration in an era of perceptual collapse.

Keywords: perception; artificial intelligence; re-enchantment; Generation Z; language.

Resumen: Proponemos analizar los efectos del avance de la IAG (inteligencia artificial generativa) sobre las formas de percepción, lenguaje y vínculo simbólico en las sociedades contemporáneas. Desde un enfoque interdisciplinario que integra referencias de la filosofía, la semiótica y la sociología, la investigación examina el colapso de la percepción crítica y sensible ante la saturación informativa de los medios digitales, especialmente en el contexto de la llamada «internet muerta». Con la generación Z como expresión paradigmática de una nueva sensibilidad cultural, se discuten la transformación de los regímenes de autoría, la disolución de la figura del público y los límites entre lo humano y lo maquínico en la producción de sentido. El estudio propone una lectura de las inflexiones entre los modelos clásicos de razón y los modos actuales de experiencia estética mediados por la tecnología. En medio del vaciamiento simbólico, el reencantamiento del mundo se aborda como una posibilidad de restauración del vínculo, de la presencia y del lenguaje compartido. El análisis busca contribuir a una reflexión crítica sobre el papel de la cultura, la ética y la comunicación en la mediación de los impactos de la inteligencia artificial y señala la urgencia de una reconfiguración simbólica de las relaciones humanas en tiempos de colapso perceptivo.

Palabras clave: percepción; IA-inteligencia artificial; reencantamiento; generación Z; lenguaje.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo analisa os efeitos do avanço da IAG- Inteligência Artificial Generativa- sobre as formas de percepção, linguagem e vínculo simbólico nas sociedades contemporâneas. Com base em uma abordagem interdisciplinar, que integra referências da filosofia, da semiótica e da sociologia, a investigação se debruça sobre o colapso da percepção crítica e sensível diante da saturação informacional das mídias digitais, especialmente no contexto da chamada “internet morta”. Tomando a geração Z como expressão paradigmática de uma nova sensibilidade cultural, discute-se a transformação dos regimes de autoria, a dissolução da figura do público e os limites entre humano e máquina na produção de sentido. O estudo propõe uma leitura das inflexões entre os modelos clássicos de razão e os atuais modos de experiência estética mediados por tecnologia.

Complementando esse percurso, propõe-se uma análise da saturação de conteúdos audiovisuais curtos e fragmentados, como aqueles presentes no TikTok, Instagram e YouTube, e de como esses formatos impactam a percepção confiável do público contemporâneo. A partir de uma leitura ampliada da semiótica, especialmente das noções de percepção indicial e validação estética do sensível, argumenta-se que os algoritmos, *bots*, *slops*, *memes* e *deepfakes* compõem um novo regime simbólico que intensifica o colapso perceptivo. Tais elementos apontam para um esvaziamento da experiência estética autêntica, conforme descrito por Maffesoli (2007), ao mesmo tempo em que exigem um olhar atento às novas formas de vínculo simbólico.

Revisitar teorias clássicas da linguagem audiovisual: Metz, Eco, Xavier e Abruzzese (D’Abreu, 2020), se faz necessário para compreender os limites dessas abordagens diante da nova gramática sensível moldada pelas IAs generativas. A hipótese que sustenta esta análise é a de que tal colapso não se apresenta de modo homogêneo: as gerações pós-boomer reagem de formas distintas à automatização da linguagem, sendo a geração Z (e parte da Alpha) especialmente marcada por um consumo fluido e indiferente à autoria ou à origem do conteúdo.

A introdução desses novos regimes simbólicos evidencia não apenas o impacto técnico da inteligência artificial, mas sobretudo um deslocamento ético, estético e geracional. Ao fim, insinua-se uma pergunta que orientará todo o artigo: o reencantamento do mundo tal como descrito por Maffesoli (1988), poderá emergir como uma resposta simbólica à desumanização da linguagem automatizada?

1.1 Pontos de inflexão entre gerações e modelos de razão: limites e admissibilidade frente à IA

Questões de inflexão relevantes do ponto de vista perceptivo e simbólico podem ser comparados às grandes mutações ocorridas nos modelos de razão ao longo do século XX. As formas clássicas de racionalidade sejam iluminista, moderna e pós-moderna, buscavam coerência interna, argumentação lógica e um vínculo sólido entre sujeito e mundo. Esses regimes de razão estavam alicerçados em estruturas epistemológicas bem definidas, que serviam de base para a crítica, a ciência e a política.

Entretanto, a geração Z parece operar com uma racionalidade de outra ordem: imagética, performativa, hipermidiática e emocional. A verdade, nesse novo regime, não é validada por procedimentos verificáveis ou pelo debate público argumentativo, mas é sentida, experiência como afetação. Essa mutação de base se intensifica com a difusão da inteligência artificial generativa, que introduz formas não humanas de produção simbólica e de organização da linguagem, retirando o humano do centro da experiência de significação.

Tais deslocamentos ganham força no consumo intensivo de conteúdos curtos e verticais em plataformas como TikTok, Instagram e YouTube, formatos nos quais a autoria, o tempo de fruição e o processo narrativo se dissolvem em favor da estética da aceleração. Nesse contexto, revisitar as contribuições de autores como Metz (2013) e Xavier (2003), no campo do cinema, ou Eco (2010) e Abruzzese (2002), no campo da televisão, permite compreender a ruptura entre os modos clássicos de significação e a nova gramática audiovisual das redes.

Na gramática sensível da IA, onde *slops*, solos digitais, memes e bots criam formas híbridas de expressão, o gesto autoral deixa de ser central. A autoria se fragmenta ou mesmo se apaga, substituída por sistemas automatizados de edição, narração e performance. A emergência dessas formas não apenas impacta o campo estético, mas também redefine a própria ideia de verdade, identidade e legitimidade simbólica, tornando as estruturas críticas herdadas, em muitos casos, obsoletas.

Esse descompasso provoca uma fratura entre as ferramentas interpretativas que herdamos e os fenômenos emergentes. Até onde os paradigmas éticos e filosóficos do século XX ainda nos permitem compreender e regular os impactos sociais e subjetivos das tecnologias contemporâneas? Estaríamos preparados, teoricamente e politicamente, para lidar com os efeitos da IA sobre a linguagem, o trabalho, a autoria e os vínculos humanos?

A pergunta central não está apenas no colapso da percepção, isto é, da capacidade de distinguir, interpretar e reagir, mas também no colapso das estruturas críticas que poderiam oferecer uma leitura lúcida desses processos. A crítica performática, o juízo simbólico e os parâmetros do discurso público tornam-se frágeis diante da fluidez estética promovida pela automação da linguagem.

Por isso, localizar os pontos de inflexão entre as gerações e os regimes de razão não é apenas um exercício histórico, mas uma necessidade crítica. Reconstituir, ainda que precariamente, um solo comum de análise e juízo torna-se condição para enfrentar o novo. Sem esse esforço, a IA não apenas automatiza a linguagem, mas enfraquece os próprios fundamentos da cultura crítica, transformando a percepção em ruído e a crítica em obsolescência simbólica

1.2 Conceito de geração e caracterização da geração Z

O conceito de geração, no campo da filosofia da história e da teoria social, foi aprofundado por Ortega y Gasset (1923) em sua obra *El tema de nuestro tiempo*, e refinado por Heller (1996) no âmbito político e jurídico. Para esses autores, uma geração não se limita a um intervalo cronológico de nascimentos, mas constitui um agrupamento de indivíduos que compartilham uma sensibilidade histórica comum determinada por eventos, rupturas e experiências formativas que estruturam sua entrada no mundo adulto.

Para Ortega y Gasset (1992), a geração representa uma unidade vital de tempo histórico, um recorte simbólico que não depende de datas fixas, mas de um estilo de vida, uma maneira própria de ver, sentir e atuar no mundo. Essa ideia desloca o foco da cronologia objetiva para a subjetividade coletiva, concebendo a história como uma sobreposição de camadas sensíveis que se sucedem e, por vezes, se confrontam. Heller (1996), por sua vez, introduz a dimensão institucional e jurídica da geração, considerando sua participação na conformação das estruturas normativas e políticas de sua época.

Com o advento das ciências sociais no pós-guerra, o estudo das gerações ganhou maior precisão metodológica. Passou-se a considerar traumas coletivos (como guerras e crises econômicas), transformações tecnológicas (rádio, televisão, internet), mudanças nos padrões de consumo, na linguagem e nas formas de organização afetiva como elementos estruturantes de cada geração. Assim, as gerações são compreendidas como sínteses simbólicas e operativas de seu tempo e, simultaneamente, como agentes da transformação histórica.

A chamada geração Z que, segundo a maior parte dos estudos, é composta por indivíduos nascidos entre 1995 e 2010, representa um caso paradigmático dessa mutação estrutural. Trata-se da primeira geração a nascer em um ambiente integralmente digital, sob o domínio da internet, da banda larga, das redes sociais e da conectividade móvel. Diferentemente dos *millennials* (geração Y), que viveram a transição entre o analógico e o digital, os Z são nativos de um mundo dominado por notificações, telas sensíveis ao toque e comunicação imagética.

Entre as características estruturantes dessa geração, sobressaem-se uma fluidez identitária marcada por subjetividades móveis, pouco aderentes a categorias fixas de gênero, profissão ou pertencimento, e uma relação ambígua com a tecnologia, vivida ao mesmo tempo com naturalidade, dada a convivência cotidiana com algoritmos e inteligências artificiais, e com a ausência de uma crítica mais consistente acerca de seus

efeitos. Soma-se a isso uma predileção por conteúdos imagéticos, efêmeros e performativos, como vídeos curtos, memes e *reels*, consumidos em ritmo acelerado, o que contribui para um estado de saturação perceptiva decorrente da exposição contínua a estímulos sensoriais e informacionais. Nesse ponto, a reflexão de Merleau-Ponty (2018) em “Fenomenologia da percepção” se mostra elucidativa ao compreender a percepção como experiência encarnada e pré-reflexiva, na qual corpo e mundo se entrelaçam. Se, como afirma o autor: ver é já habitar o visível (Merleau-Ponty, 2018), então a hiperexposição imagética contemporânea modifica essa habitação perceptiva, privilegiando o impacto imediato em detrimento do espessamento simbólico. A saturação torna-se, assim, não apenas cognitiva, mas uma transformação ontológica do modo de estar-no-mundo. Tal saturação, por sua vez, tensiona a capacidade de produzir vínculos simbólicos mais duradouros. Nesse cenário, a ética tende a assumir um caráter situacional, enquanto o pertencimento se organiza sobretudo por afinidades afetivas e por linguagens híbridas, em vez de se ancorar em estruturas estáveis de autoridade ou verdade.

A saturação perceptiva, intensificada pelos estímulos incessantes das plataformas digitais, contribui para uma crescente “indiferença à origem simbólica dos conteúdos”. Enquanto as gerações X e Y ainda demonstram preocupação com autoria e veracidade, a geração Z (e parte da Alpha) opera em um consumo “fluido e indiferenciado”, no qual “a autoria se dissolve” e o vínculo com a realidade torna-se volátil. O conteúdo é absorvido não pela razão crítica, mas pelo apelo emocional e estético, ainda que este seja construído artificialmente por IA generativas.

Esse movimento produz, como destaca Maffesoli (2012), uma transformação nas formas de vínculo: a experiência simbólica cede lugar à experiência sensível e fragmentada, pautada mais pela presença emocional do que pela lógica discursiva. Os critérios de verdade e legitimidade se reconfiguram. O que importa, nesse novo horizonte, não é a origem do conteúdo, mas o seu impacto imediato.

A geração Z se diferencia das anteriores e também tensiona as bases do que se entende por verdade, autoria, presença e até mesmo subjetividade. Sua atuação nas redes sociais não apenas transforma os meios, mas reconfigura os próprios critérios do simbólico e da comunicação. Nesse sentido, trata-se de uma geração cuja experiência sensível e simbólica desafia os modelos herdados e exige novas ferramentas interpretativas.

2 A ENTRADA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NAS MÍDIAS SOCIAIS E SEUS IMPACTOS

A incorporação da inteligência artificial generativa (IAG) nas mídias sociais marca um novo ciclo de transformação na linguagem, na percepção e na construção simbólica das interações digitais. Se antes as redes sociais já operavam como ambientes de performatividade, curadoria de si e mediação afetiva, a entrada da IAG radicaliza esses processos ao automatizar a produção de conteúdo, a escrita e, sobretudo, a estética da presença.

Plataformas como *TikTok*, Instagram, YouTube e Twitter/X já utilizam mecanismos baseados em inteligência artificial para recomendar, hierarquizar e distribuir conteúdos. Com a inserção da IAG, essa estrutura se expande para a própria origem do conteúdo: avatares gerados por IA, *deepfakes*, influenciadores sintéticos e posts inteiramente criados por máquinas passam a integrar o fluxo comunicacional cotidiano, muitas vezes de forma imperceptível para o usuário comum.

Esse movimento altera as coordenadas da autenticidade, da autoria e da referência. A mediação humana, que já era fragmentada pela lógica do algoritmo, agora é substituída por simulações altamente sofisticadas, capazes de imitar estilos, emoções e formatos narrativos com precisão assustadora. A estética algorítmica que se impõe é marcada por uma otimização constante da atenção: o conteúdo deve capturar, reter e ativar o engajamento, não importando sua origem humana ou maquínica.

Do ponto de vista da geração Z, esses impactos são particularmente agudos. Acostumados a interagir com interfaces, não com autores, os Z tendem a reagir mais ao design da informação do que à sua procedência. A distinção entre o que é “real” e o que é “sintético” torna-se irrelevante diante da primazia da experiência. O importante não é quem disse, mas como aquilo nos faz sentir. A verdade é substituída por verossimilhança afetiva.

A isso acrescenta-se a linguagem fragmentada e emocional dos conteúdos gerados por IA, principalmente em vídeos verticais curtos tais como os *reels* e *TikToks* motivacionais com narração sintética que têm como objetivo causar impacto imediato, e não construir significado duradouro. É nesse contexto que surgem os fenômenos como *slops*, memes, “solos” digitais e colagens híbridas, cujas estéticas precárias e hipersensoriais acabam sendo consumidas sem qualquer validação simbólica ou questionamento de origem. Tais elementos são analisados como sintomas da chamada internet morta, uma teoria segundo a qual grande parte do conteúdo online já seria produzido, distribuído e impulsionado por máquinas, e não por seres humanos reais (UFSM, 2025).

O vínculo simbólico é trocado pela estética da presença. O que importa é a performance emocional automatizada e não a autoria. E isso desestabiliza os parâmetros clássicos da linguagem como relação humana. Como propõe Floridi (2020), a ética da inteligência artificial ultrapassa o problema da substituição da mão de obra: ela implica, sobretudo, uma reflexão profunda sobre a autoria e a confiabilidade simbólica. Afinal, o conteúdo foi mesmo criado por quem o assina ou pela máquina?

Essa paisagem mediada por simulações automatizadas encontra eco na crítica de Debord (1997), para quem a sociedade moderna não vive mais a experiência direta, mas sua encenação. A “sociedade do espetáculo”, expressão central do autor, é aquela em que a representação se sobrepõe à realidade e passa a substituí-la. No contexto atual, esse espetáculo é não apenas visual, mas algorítmico: ele não apenas nos mostra imagens, mas calcula quais devem ser mostradas, para quem e em que ordem. Se para Debord (1997) o espetáculo era a ideologia feita imagem, no regime da IAG ele se transforma na ideologia automatizada, operada por inteligências que moldam não só o que vemos, mas o que sentimos, e até o que pensamos ser espontâneo.

Estamos, portanto, diante de uma mutação estrutural: a percepção passa a ser moldada por inteligências que não compartilham da nossa sensibilidade, e a linguagem, em sua função poética, crítica e relacional, cede lugar à performance tecnicamente calibrada. A entrada da IAG nas mídias sociais é mais que uma inovação tecnológica — é um divisor simbólico de época, cujo impacto sobre a experiência humana ainda está longe de ser compreendido em sua totalidade.

3 A FUNÇÃO-AUTOR NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

A noção de “função-autor”, conforme problematizada por Foucault (2003), desloca o foco da autoria como identidade empírica para sua função discursiva. Em seu ensaio “O que é um autor?”, ele argumenta que o autor não é apenas um sujeito que escreve, mas uma função que regula o sentido, a circulação e a legitimidade dos discursos. Essa função está historicamente condicionada e cumpre papéis sociais, jurídicos e epistemológicos: delimita o campo de saber, define a responsabilidade pelo enunciado e institui regimes de verdade.

Na era da Inteligência Artificial Generativa (IAG), essa função-autor sofre um abalo estrutural. A possibilidade de gerar textos, imagens, vozes e vídeos por meio de algoritmos treinados sobre corpora massivos de dados desafia os pressupostos clássicos de autoria. O texto deixa de ser expressão de um sujeito e passa a ser produto de uma combinatória estatística de linguagem. A assinatura perde seu vínculo com a intenção, a experiência e o contexto. Surge, assim, o espectro de uma “autoridade maquínica”, cuja legitimidade não está no *ethos*, mas na performance algorítmica.

Esse cenário acentua a crise simbólica que emerge da dissociação entre autoria e origem criativa. A autoria não humana, mesmo quando registrada sob a assinatura de um criador humano, põe em xeque a origem simbólica da linguagem. Afinal, a obra é criação de quem? Do humano que acionou o *prompt* ou da máquina que gerou o resultado? Tal indistinção afeta profundamente o campo da ética, da arte e da comunicação, desestabilizando o que se entendia como intencionalidade discursiva. A dúvida que paira não é apenas sobre a autenticidade do conteúdo, mas sobre sua própria “realidade simbólica”.

Barthes (2004) em “A morte do autor”, já antecipava essa crise ao propor que o sentido de um texto não depende da intenção do autor, mas da sua leitura plural por parte do leitor. Na lógica da IAG, no entanto, não é apenas o autor que morre, mas também o leitor é transformado: sua experiência é mediada por algoritmos de recomendação, bolhas de filtro e estéticas programadas para capturar atenção. A obra não é lida, é consumida e, muitas vezes, nem mesmo foi escrita por um humano.

Além disso, essa dissolução da autoria ocorre em um ambiente no qual a geração Z já não demanda, necessariamente, a comprovação da origem. O vínculo entre conteúdo e criador é substituído por uma estética da fluidez e da verossimilhança emocional. A verdade, nesse contexto, é sentida, não verificada. Isso intensifica a diluição da função-autor, sobretudo quando se considera que avatares digitais, personas sintéticas e identidades ficcionais são capazes de operar com alta eficiência simbólica, mas sem corresponder a sujeitos reais.

Nesse novo regime, a função-autor se hibridiza: ela pode ser compartilhada entre humano e máquina, ou até mesmo substituída por identidades fictícias, avatares e personas sintéticas. Isso afeta diretamente o campo da educação, da pesquisa, do jornalismo e das artes, onde a autoria está ligada à responsabilidade epistêmica, à criatividade e à legitimidade ética.

Portanto, a crise da função-autor não é apenas um problema técnico ou jurídico, é um problema simbólico e político. Quem fala? Quem responde pelo dito? Quem interpreta? E o que significa interpretar um texto gerado por uma máquina? Essas questões recolocam no centro do debate a necessidade de reconfigurar os critérios de leitura, autoria e verdade no mundo digital automatizado. A geração Z, imersa nesse ecossistema, pode se tornar tanto agente de reinvenção crítica quanto vítima de uma neutralização simbólica da linguagem.

4 PERCEPÇÃO E REPRESENTAÇÃO DO PÚBLICO: O COLAPSO DA PRESENÇA

A percepção contemporânea do público, especialmente da geração Z, sofre um deslocamento estrutural em relação às formas clássicas de representação simbólica. Importa aqui distinguir: não se trata da representação do público enquanto coletivo, mas da representação como operação semiótica, como mediação de sentido e construção da realidade. Nesse processo, a percepção é apenas um dos componentes, o ponto de partida sensível que será transformado, interpretado e simbolizado.

A geração Z, como já discutido, opera majoritariamente em um regime perceptivo baseado na estética da presença, da reação imediata e da performatividade visual. No entanto, essa percepção não se converte automaticamente em representação simbólica, pois falta-lhe o tempo e o repertório da mediação reflexiva. O que se observa é uma prevalência do estímulo em detrimento do significado; da estética sobre a narrativa; da sensorialidade sobre a elaboração.

A partir da semiótica de Peirce (2000), nota-se que essa geração tende a operar no nível da primeiridade (a qualidade sentida do signo) e da indicialidade mínima (o estímulo que aponta diretamente para algo), mas sem alcançar com frequência a terceiridade, ou seja, a mediação interpretativa sustentada por regras, repertórios, narrativas e contextos. O signo, nesses casos, não constrói relações de sentido complexas, mas se fecha sobre si mesmo como afetação visual, emocional ou sonora. A representação, nesse modelo, colapsa como processo de elaboração simbólica e se reduz a um circuito fechado de impacto e engajamento.

Essa transformação também se manifesta no plano da linguagem audiovisual. Influenciada por novas plataformas (*TikTok*, *Reels*, *Shorts*) e novos dispositivos de acesso (smartphones), a geração Z é educada visualmente a partir de uma estética de cortes rápidos, legendas animadas, trilhas sonoras sobrepostas e enquadramentos verticais. A linguagem tradicional do cinema com sua montagem espacial, temporal e simbólica, cede lugar a uma estética hiperfragmentada e verticalizada, mais próxima da performance do que da narrativa. Sai o 4:3 e o 16:9, entra o 9:16: não apenas uma mudança técnica de formato, mas uma mudança ontológica na maneira de ver, sentir e lembrar.

Como apontam Metz e Chion (1972 *apud* D'Abreu, 2020), o cinema clássico organizava a percepção por meio de códigos narrativos e sonoros que orientavam o espectador na construção de sentido. Já a televisão se assentava sobre um fluxo contínuo, com âncoras de reconhecimento e familiaridade. A nova estética digital, porém, quebra esses códigos: é pensada para o toque, para a distração, para a viralização. A imagem torna-se superfície de consumo e não mais janela de mundo.

Essa dissolução da linguagem simbólica está diretamente relacionada à hipótese da chamada internet morta, como discutido pela UFSM (2025). A teoria sugere que boa parte do conteúdo digital já é gerado por inteligências artificiais e *bots*, não por sujeitos humanos. Isso reforça o esvaziamento da representação como campo de alteridade. Quando tudo pode ser simulado, editado e reproduzido automaticamente, a presença simbólica do outro desaparece. O signo deixa de apontar para o real e passa a girar sobre si mesmo, como estética autorreferente.

Esse cenário se agrava com o conceito de *Unreliable Memories*, de Manovich (2019), que identifica como a inteligência artificial pode criar imagens e narrativas que evocam um passado fictício, emocionalmente verossímil, mas ontologicamente falso. Memórias visuais são geradas sem lastro na experiência vivida, apenas como estética de pertencimento. A geração Z consome essas memórias como se fossem suas, dissolvendo ainda mais os limites entre verdade, lembrança e performance.

A representação, que deveria reconstituir o real, é substituída por um simulacro performativo de presença. O público, não como conjunto de pessoas, mas como função algorítmica, torna-se uma massa estatística, moldada por dados, cliques e padrões de consumo. Likes e visualizações passam a representar "respostas", ainda que desprovidas de alteridade simbólica. A interação se transforma em cálculo; o vínculo, em estética.

O colapso da presença é, portanto, duplo: da presença real (corpo, voz, olhar) e da presença simbólica (repertório, alteridade, narrativa). A geração Z, ainda que hiperconectada, experimenta uma solidão simbólica profunda. Está cercada de imagens, mas desprovida de referência; exposta ao mundo, mas sem vinculação com ele. Como assinalado por Maffesoli (2012), esse esvaziamento simbólico gera uma nostalgia de vínculos: o desejo por experiências com "textura", por memórias com densidade, por estéticas que pareçam mais verdadeiras justamente por sua imperfeição. Daí o retorno ao vinil, às câmeras analógicas, à lente desfocada, à imprecisão afetiva. É o desejo de um mundo onde o signo volte a significar.

Na geração Z essa nova linguagem atua como agente de reeducação perceptiva e representacional. São as próprias formas audiovisuais reformuladas pelas plataformas digitais que passam a reconfigurar os modos de sentir, ver e simbolizar. A passagem dos formatos horizontais clássicos do cinema e da televisão (como 4:3 e o 16:9) para a verticalidade dominante do 9:16 nas telas dos smartphones não é apenas uma escolha técnica ou estética: é uma mutação perceptiva. Essa verticalização, aliada à lógica do toque, do scroll e da distração contínua, estabelece novos códigos visuais e narrativos que reconfiguram o cérebro espectador. A geração Z, assim, não interpreta mais o mundo a partir das linguagens audiovisuais herdadas, mas sim a partir de um novo regime sensório-estético, moldado pela hiperfragmentação, pela instantaneidade e pela estética da performatividade. Trata-se, portanto, de uma reeducação da própria representação, uma mutação simbólica conduzida pelos dispositivos e plataformas que mediam o olhar contemporâneo.

Como já antecipado, a busca por signos com textura, duração e presença como os vinis, câmeras analógicas e direção purista, pode ser lida como resistência simbólica frente à estetização técnica da experiência. Mas o desafio permanece: como restaurar a experiência do público como encontro, e não como performance? Como reinscrever a linguagem como território de alteridade, e não apenas de interação artificial? São essas perguntas que marcam o dilema ético e estético de nosso tempo.

5 A TEORIA DA INTERNET MORTA E O COLAPSO INFORMACIONAL

A chamada “teoria da internet morta” que defende a hipótese de que boa parte do conteúdo circulante nas redes é produzido por *bots* e não por humanos, traz uma provocação que extrapola o âmbito técnico para se inscrever como sintoma cultural. Mais do que uma denúncia de manipulação, ela explicita uma sensação difusa de artificialidade, redundância e saturação informacional. Nesse ambiente de superexposição, o conteúdo deixa de ser um veículo de comunicação e passa a funcionar como ruído, estético ou emocional.

Essa teoria dialoga com o conceito de colapso da percepção: se tudo é conteúdo, nada é verdadeiramente percebido. A profusão de informações, opiniões, textos e imagens gera um ruído que inibe o discernimento. A dúvida não recai sobre o que é certo ou errado, mas sobre o que é real ou falso, humano ou maquínico, relevante ou ruído. O mundo digital se torna uma floresta simbólica escura, onde já não há clareza sobre onde se pisa.

A hipótese da internet morta, conforme apresentada na análise da UFSM (2025), amplia a possibilidade de uma experiência digital baseada em simulações circulares. Memes sem autoria, *slops* (conteúdos vazios, automatizados ou híbridos), *reels* com vozes sintéticas, vídeos motivacionais com imagens de IA e frases genéricas, tudo isso compõe um fluxo em que o sentido já não importa: o que importa é performar presença. A estética algorítmica, mais do que seduzir, anestesia. Nesse cenário, surgem dois eixos éticos fundamentais. O primeiro é o da substituição do humano: a inteligência artificial entra como agente de produção simbólica, deslocando autores reais em áreas como arte,

escrita, voz e imagem. O segundo, ainda mais sensível, é o da autoria enquanto critério de vínculo e confiança: afinal, quem criou o que estou consumindo? Foi alguém como eu? Ou um sistema? A experiência estética torna-se desvinculada de qualquer enraizamento ético ou biográfico.

O impacto sobre a geração Z é ambivalente: por um lado, há fluência e naturalidade em lidar com esse ambiente; por outro, emerge um cansaço difuso, uma desconfiança estrutural, uma nostalgia de vínculos mais concretos e confiáveis. A internet, que prometia conexão e liberdade, se converte em um teatro de simulações e, talvez por isso, a busca pelo reencantamento encontre eco mesmo entre os nativos digitais.

Como vimos, esse reencantamento se manifesta em pequenos gestos de resistência simbólica: a revalorização de objetos analógicos, experiências presenciais, práticas comunitárias e códigos sensíveis. Mas mesmo essas práticas podem ser absorvidas pela estética da simulação. O desafio, portanto, não é apenas restaurar a presença, é reaprender a perceber, a filtrar e a confiar. Trata-se de reinscrever o vínculo humano na linguagem, contra a indiferenciação do conteúdo automatizado.

6 O FUTURO DA PERCEPÇÃO E O REENCANTAMENTO POSSÍVEL

O reencantamento do mundo, conforme proposto por Maffesoli (2008), não é uma volta nostálgica ao passado nem uma reafirmação da razão iluminista. Trata-se de uma reinvenção sensível da vida coletiva, uma revalorização da presença, do simbólico, da estética encarnada e dos vínculos interpessoais. Em um cenário saturado por conteúdos automatizados, *deepfakes* sentimentais, vozes geradas por IA e performances algorítmicas, essa proposta ressurgue como horizonte crítico de reconstrução do humano.

A geração Z, imersa na estética do instantâneo e da performatividade digital, talvez experimente esse colapso não como ruptura, mas como estado naturalizado. No entanto, os sintomas do esgotamento simbólico já se manifestam: a busca por experiências presenciais, o retorno ao analógico, a valorização da imperfeição, do artesanal e das estéticas com "textura" emocional. Esse movimento pode ser interpretado como resposta ao apagamento do vínculo simbólico e ao enfraquecimento da presença nas mídias.

Nesse ponto, é essencial recuperar a noção de "partilha do sensível", conforme desenvolvida por Rancière (2005). Para o filósofo francês, a estética diz respeito à organização simbólica e política do que pode ser visto, dito e sentido em determinada época. No caso da Geração Z, essa partilha se manifesta por meio da linguagem das redes sociais: filtros, cortes abruptos, sobreposição de sons, legendas animadas, memes e narrativas fragmentadas. A estética torna-se remixada, performativa e fugaz e, é justamente nesse hibridismo que ela reconstrói, ainda que de forma efêmera, seu vínculo tribal com os semelhantes, como propõe Maffesoli (1988).

Esse novo regime estético não busca representar o mundo, mas reencantá-lo por meio da identificação simbólica e afetiva. O pertencimento torna-se mais importante que a compreensão; a sensação, mais relevante que a interpretação. É essa mudança de eixo:

do cognitivo para o sensível, que indica uma transição perceptiva com implicações profundas para o futuro da linguagem, da presença e da convivência simbólica.

O reencantamento, nesse contexto, não é uma recusa da tecnologia, mas uma tentativa de reinscrever o humano em sua mediação. Significa afirmar a linguagem como espaço de vínculo e não de neutralização. Significa entender a atenção como prática ética, e não apenas um recurso a ser capturado. E significa, sobretudo, defender a estética como experiência partilhada, que carrega a potência de criar mundos comuns e não apenas de acumular visualizações.

A hipótese final que este artigo propõe não é a de um retorno à percepção estável, mas a de uma transição sensível. Um deslocamento onde o simbólico possa ser recuperado não como verdade absoluta, mas como território ético, narrativo e afetivo de reconstrução do real.

Fica, assim, a pergunta que talvez sintetize o impasse de nossa era: as próximas gerações continuarão a se perguntar se aquilo que veem foi criado por um humano ou por uma inteligência artificial? Essa distinção ainda importará? Ou será absorvida como parte de uma nova estética indiferente à origem?

Investigar essa transição perceptiva é também lançar luz sobre o tipo de vínculo sensível que o futuro desejará, ou não, restaurar.

7 CONCLUSÃO

O percurso desenvolvido ao longo deste artigo buscou articular os efeitos do avanço da inteligência artificial generativa com as transformações perceptivas, simbólicas e estéticas vividas pela geração Z, à luz das categorias de reencantamento do mundo (Maffesoli, 2008), função-autor (Foucault, 2003), colapso da presença e percepção (Peirce, 2000), e o colapso informacional refletido na teoria da internet morta. Ao longo da análise, observamos que a geração Z não apenas habita um ecossistema mediado por máquinas, mas performam nesse ambiente com fluência e desconexão simultâneas. A percepção se torna uma superfície sensível moldada por algoritmos; a autoria, um ponto flutuante entre a intenção humana e a produção automatizada; o público, uma métrica; e a linguagem, um vetor de atenção, não necessariamente de sentido.

O colapso da percepção não é ausência de estímulo, mas excesso de estímulos sem ancoragem simbólica. É nesse esvaziamento de profundidade que emerge, paradoxalmente, o desejo de reencantamento. A geração Z, por vezes acusada de alienada ou dispersa, talvez esteja expressando em sua busca por estética, experiências sensoriais, vínculos comunitários e práticas simbólicas uma forma nova (ainda que fragmentária) de religar-se ao mundo.

Se é verdade que a inteligência artificial desloca os limites da linguagem e da subjetividade, também é verdade que seu impacto depende da mediação crítica que a sociedade faz dessas transformações. Cabe, portanto, aos educadores, pesquisadores, artistas e líderes culturais não apenas descrever o que está em colapso, mas propor caminhos que reintegrem o sensível, o ético e o simbólico como modos de presença no mundo.

A era da IAG não marca o fim da experiência humana, mas o início de uma nova disputa sobre o que significa ser humano, perceber, criar e se vincular. É neste limiar que o reencantamento do mundo se torna não um retorno nostálgico, mas uma possibilidade de reinvenção estética, afetiva e política das formas de estar no mundo.

REFERÊNCIAS

ABRUZZESE, Alberto. **A comunicação imperfeita**: mass media e pós-modernidade. São Paulo: Loyola, 2002.

BARTHES, Roland. A morte do autor. *In*: BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 57-64.

CHION, Michel. **A audição cinematográfica**. Campinas: Papirus, 1993.

D'ABREU, Patrícia. Revisitar teorias clássicas da linguagem audiovisual: Metz, Eco, Xavier e Abruzzese. *In*: D'ABREU, Patrícia. **Linguagem audiovisual**. Belo Horizonte: Grupo Ânima, 2020. p. 9-27.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo? *In*: DUNKER, Christian Ingo Lenz; CASTRO, Edson (org.). **Micropolítica**: cartografias do desejo. São Paulo: Editora 34, 2010. p. 145-157.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2010.

FLORIDI, Luciano. **The ethics of Artificial Intelligence**. Oxford Handbook of Ethics of AI, 2020.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor? *In*: MACHADO, Roberto (org.). **Ditos e escritos II**: arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003. p. 264-298.

HELLER, Hermann. **Teoria do Estado**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

INSTAGRAM. *Reels com narração e imagens geradas por inteligência artificial*. Instagram, [s.d.]. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/audio/ai-generated>. Acesso em: 29 out. 2025.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**: introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1988.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

MANOVICH, Lev. **Estética da IA**. Moscou: Strelka Press, 2019. Disponível em: <https://manovich.net/index.php/projects/ai-aesthetics>. Acesso em: 28 out. 2025.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2018.

METZ, Christian. **A linguagem cinematográfica**: semiologia do cinema. São Paulo: Perspectiva, 2013. (Coleção Debates, 21).

ORTEGA y GASSET, José. **El tema de de nuestro tempo**. Madrid: Revista de Occidente, 1923.

ORTTEGA y GASSET, José. **A rebelião das massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**: escritos selecionados. São Paulo: Perspectiva, 2000.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2005.

TIKTOK. *Vídeos com a hashtag #deepfake*. TikTok, [s.d.]. Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/deepfake>. Acesso em: 29 out. 2025.

UFSM – UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. A teoria da internet morta: estamos cercados por bots? Santa Maria: UFSM, 2025. Disponível em: <https://www.ufsm.br/pet/sistemas-de-informacao/2025/03/07/a-teoria-da-internet-morta-estamos-cercados-por-bots?amp>. Acesso em: 28 out. 2025.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico**: a opacidade e a transparência. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

YOUTUBE. *Vídeos com narrativas emocionais geradas por IA (AI Emotional Story Voice Narration)*. YouTube, [s.d.]. Disponível em: https://www.youtube.com/results?search_query=ai+emotional+story+voice. Acesso em: 29 out. 2025.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Contribuição	Fernando Sarmiento	Geraldo Pieroni
1. Conceituação	X	
2. Curadoria de dados	X	
3. Análise formal		X
4. Obtenção de financiamento		
5. Investigação		
6. Metodologia	X	X
7. Administração do projeto		
8. Recursos		
9. Software		
10. Supervisão		X
11. Validação		
12. Visualização	X	X
13. Redação (rascunho/original)	X	X
14. Escrita (revisão e edição)	X	X

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE

Os autores declaram que não há conflito de interesse com o artigo "A percepção em colapso: inteligência artificial, internet morta e o reencantamento do mundo na geração Z".

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS

Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

DECLARAÇÃO DE USO DE IA

A ferramenta de inteligência artificial ChatGPT foi utilizada para auxiliar nas traduções.