

**O Facebook não é o Jardim:
uma reflexão epicurista sobre a rede social¹**

*Facebook is not the Garden:
an epicurean reflection about the social network*

Leandro Ramires COMASSETTO²

Resumo

Este artigo procura pensar o Facebook dentro de uma perspectiva epicurista. Tomando por base a proposta do “Jardim”, idealizado pelo filósofo grego Epicuro, aprofunda aspectos comportamentais observados na rede social à luz da crítica da cibercultura e sob um viés psicossocial. Discorre sobre o ideal de felicidade e discute se, nas interações propiciadas pelas redes sociais, mais especificamente pelo Facebook, essa dimensão poderia ser alcançada, vista a infinidade de postagens e atualizações que sugerem esse estado de espírito.

Palavras-chave: Facebook. Epicuro. Felicidade. Narcisismo.

Abstract

This article tries to think the Facebook inside an epicurean perspective. Based on the proposal of “The Garden”, designed by the greek philosopher Epicuro, deepens behavioral aspects observed in the social network in the light of critical cyberculture and under a psychosocial bias. It also discuss the ideal of happiness and wheter the interactions afforded by social networks, specially by Facebook, this dimension could be achieved, given the multitude of posts and updates that suggest that mood.

Key-words: Facebook. Epicurus. Happiness. Narcissism.

¹ Trabalho apresentando no XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação, no DT5 - Multimídia, GP Cibercultura, realizado em setembro de 2014, em Foz do Iguaçu - Brasil.

² Doutor em Comunicação Social pela Pontífica Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS. Professor do Curso de Jornalismo da Unipampa - Universidade Federal do Pampa/RS. E-mail: leandrocomas@hotmail.com

Introdução

A busca da felicidade permeia os anseios do homem desde os primórdios, ou pelo menos desde o tempo em que esse tem consciência de sua condição humana. Razoável, portanto, que a filosofia tenha se ocupado dessa questão por sucessivas vezes ao longo da história, apresentando mais indagações que certezas para uma vida plenamente feliz. Não obstante as dificuldades pelas vias da razão, outras formas menos credíveis de literatura encontraram no tema terreno fértil para suas incursões, arriscando inclusive fórmulas precisas para a felicidade, com ressonância nos ambientes mais populares de interação humana, dos quais se destacam, hoje, as redes sociais, especialmente o Facebook, transformado não apenas num infinito repositório de divagações e receituários para uma vida feliz, mas apresentado também como promessa da própria morada da felicidade.

A julgar pelas adesões sempre crescentes, não parece haver dúvidas de que o presente e o futuro da humanidade passam pelas redes sociais, o que, todavia, não significa dizer, como pregam ideólogos e entusiastas das redes, que estaríamos próximos de concretizar o ideal tão almejado da celebração humana ou comunhão planetária, da vida cooperativa, da inteligência coletiva e, quiçá, da felicidade pelo outro. Entre os tantos princípios do Facebook, sobressaem-se, no dizer de seu criador, as relações pessoais. “É através das relações que descobrimos novas ideias, entendemos o nosso mundo e em último caso obtemos a felicidade a longo prazo”, escreveu Zuckerberg, em 2012, sobre a missão de sua rede social³. Numa explicação bem otimista dos ideais da rede, resumiu o jornalista de uma grande revista: “O Facebook quer habitar o deserto, domar a malta que uiva e transformar o solitário mundo antissocial do acaso aleatório num mundo amistoso, um universo de felizes acasos.” Na rede, concluiu ele, você nunca vai precisar ficar sozinho, “todo mundo parecerá uma família ou um escritório onde seus colegas são também seus melhores amigos” (LEV GROSSMAN *apud* KEEN, 2012, p. 36).

³ Carta de Mark Zuckerberg ao mercado sobre os princípios do Facebook, disponível em <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm#toc287954_10>. Acesso em 14 jun. 2014.

Concebido sob esta ótica, até poderíamos aventar que o Facebook estaria a surgir como a promessa de um novo “Jardim”, a comunhão fraternal idealizada pelo filósofo grego Epicuro de Samos no século terceiro antes de Cristo. Formador de uma filosofia que tinha por propósito atingir a felicidade, Epicuro almejou no intercâmbio fraternal de ideias a busca da sabedoria que levaria a esse ideal. A receita para uma vida feliz passaria, sobretudo, pelo esclarecimento alcançado nas trocas, nos colóquios, nas conversas com os amigos.

A busca da felicidade é um direito do homem e, mais que isso, uma possibilidade. É, aliás, para isso, no entendimento de Epicuro, que o homem está destinado. Cabe, pois, a ele, buscá-la. Mas será que dentro das redes sociais e, mais propriamente, pelo Facebook, essa dimensão poderia ser atingida, vista a infinidade de postagens e atualizações que sugerem esse estado de espírito?

Essa é a discussão a que este artigo se propõe, ao tomar por base a filosofia de Epicuro, mais especificamente a proposta do Jardim. Não se trata exatamente de um paralelo entre o espaço proposto pelo filósofo grego e a ágora virtual de nossos dias, mas do aprofundamento de alguns aspectos comportamentais observados na rede social à luz da crítica da cibercultura pensada sob um viés psicossocial.

Fuga da realidade

A evidente expansão das redes sociais denota, entre outras motivações, um desejo de substituição do real, uma ilusão de encontrar um lugar melhor que o da vida real pelo recurso da tecnologia. Ao analisar o impacto de ambientes virtuais como o Second Life e o Facebook, a socióloga Sherry Turkle concluiu, em “Alone together” (2011), que a tecnologia acaba funcionando como um lugar de conforto para pessoas emocionalmente vulneráveis. A tecnologia remodela a paisagem de nossa vida emocional. Nos ambientes virtuais, embora estejamos sozinhos, criamos a ilusão da companhia, da intimidade, sem demandar reais amizades. Sentimentos dessa natureza são acentuados pela própria publicidade dos produtos oferecidos, como o Second Life, que vende a ideia de que finalmente encontramos um lugar onde é possível “amar o seu corpo, amar seus amigos e a sua vida” (TURKLE, 2011, p. 13).

Turkle considera que, nas redes sociais, as pessoas se sentem, ou tem a ilusão de se sentirem constituídas, percebendo-se integradas, mais sociáveis e até melhor preparadas. Ela toma o Facebook como um ambiente encorajador para que as pessoas se mostrem de maneira mais reveladora, apresentando-se não exatamente como são, mas como gostariam de ser. Se, sem a tecnologia, as pessoas se sentem nuas ou sozinhas, em ambientes como Second Life e Facebook funcionamos como um avatar, e a vida digital se constitui como um lugar de esperança, onde é mais fácil compartilhar nossas angústias e ansiedades e ao mesmo tempo almejar algo novo, na ânsia de felicidade.

É como se, pela tecnologia, vivêssemos uma vida paralela, que, dependendo do tempo que passamos nela e do modo como a incorporamos, com mais significado que a própria vida real. E então tanto a forma de se manifestar quanto as relações humanas são estruturadas em torno dessa vida editada no ciberespaço, onde é possível criar a pessoa ideal, bem como eleger e direcionar os contatos em função da autoafirmação de nosso ego.

A rede funciona como um lugar em que podemos nos constituir, para aqueles que queremos que nos vejam, da forma que julgamos útil ou reconfortante para nós. Para a autora, fazemos do outro, dos “amigos”, objeto útil para as nossas finalidades ou pretensões e, por conta disso, nas redes sociais as pessoas se descrevem como na melhor das vidas.

A projeção do nosso ser além da vida real tem sido uma temática recorrente nas investigações de Turkle, que reconhece as potencialidades do ciberespaço como lugar que torna possível a flexibilização libertária de nossa personalidade e a exploração de outros eus. Mas a questão que estamos a problematizar aqui é se a vida online pode funcionar como uma alternativa de existência mais feliz ou, ao menos, mais reconfortante, tal qual um jardim epicurista.

Para Turkle, o grande problema está justamente no risco de se encarar o ciberespaço ou a vida online como uma alternativa de substituição à vida real, ao invés de se buscar nele, pelas experiências ali permitidas, a exploração de potencialidades que contribuam para o crescimento integral de nossa personalidade. Muitas vezes acabamos por adentrar em um mundo idealizado, que momentaneamente nos conforta, pelo mascaramento da vida real, mas que resultará em frustração e desgosto com nosso eu cotidiano.

A proposta epicurista

Epicuro, em seu ideal de felicidade, propõe não o isolamento do homem ou a fuga para outra realidade, mas a renúncia consciente à competição, às preocupações sociais e políticas e aos antagonismos e contradições da pólis. Para o filósofo, o grande problema está em não sabermos identificar ou escolher o que nos traz felicidade, razão principal da existência, e, por conta disso, tornamo-nos prisioneiros de desejos substitutos ou de vidas ilusórias. Não é a vida luxuosa, de excessos ou consumo, nem o desvio para outras esferas coletivas, em busca de autoafirmação, o que resulta num modo de viver mais feliz, mas a libertação interior, a capacidade de renunciar às distrações mundanas, e o tempo para refletir e analisar junto a amigos verdadeiros que compartilham do mesmo propósito.

(...) o conhecimento seguro dos desejos leva a direcionar toda escolha e toda recusa para a saúde do corpo e para a serenidade do espírito, visto que esta é a finalidade da vida feliz: em razão desse fim praticamos todas as nossas ações, para nos afastarmos da dor e do medo. Uma vez que tenhamos atingido esse estado, toda a tempestade da alma se aplaca, e o ser vivo, não tendo que ir em busca de algo que lhe falta, nem procurar outra coisa a não ser o bem da alma e do corpo, estará satisfeito (EPICURO, 2007, p. 2).

O que o filósofo defende é a construção de um campo próprio de autarcia, que vise à busca do conhecimento aclarador objetivando a saúde da alma. Epicuro não nega a realidade, mas entende que o homem, com sua inteligência e racionalidade, pode dar conta dela, estabelecendo o seu itinerário e a sua meta. Nas dimensões do real, existe espaço para a felicidade do homem, desde que este saiba compreender sua própria dimensão, seu próprio papel, direcionando sua vida para onde ele quer e de fato deseja. O que não se pode é mascarar a felicidade com desejos introjetados e querer que não são seus, visto que nem todo desejo é próprio, natural ou necessário (PESSANHA, 1992).

No entender de Epicuro, o homem não foi dado para o sofrimento, logo, desviar-se da dor e da perturbação é não só um direito como um ideal a ser perseguido. Esta, todavia, é uma conquista que não vem fácil, mas que resulta de um exercício trabalhoso, pois há um imenso interior a ser alcançado, a partir do conhecimento da natureza das

coisas e do próprio desejo do ser. Só o conhecimento esclarecedor pode levar à independência interior e proporcionar a autogestão de si mesmo, em direção a uma dimensão pessoal de felicidade, de prazer e serenidade. E esta é uma tarefa exclusivamente subjetiva, que só pode ser feita por cada um e junto dos que se aproximam do mesmo ideal e se propõem ao mesmo tipo de existência.

A vida pelos outros

Uma das críticas comumente dirigidas ao Facebook e às demais redes sociais é que ambientes dessa natureza funcionam mais como lugar de distração e fuga da realidade que de debate e reflexão. Ao contrário do proposto por Epicuro, que pregava a sabedoria e descoberta interior, ou seja, o homem em busca de sua essência e libertação pessoal, o que se observa nas redes sociais é uma preocupação e práticas mais focadas na autoexibição e especulação sobre a vida alheia. Ao invés de pensarem e se voltarem para a descoberta de si, as pessoas estão mais interessadas na vida dos outros, tanto quando especulam sobre seus semelhantes como quando buscam a afirmação ou estima focados no próximo. Em suma, vive-se para o outro e vive-se a vida dos outros.

Não por acaso, estudiosos da cibercultura como Turkle, que viam nas redes um enorme potencial para a experimentação e simulação de novas manifestações existenciais, como é visível em “Life on the screen” (1995), manifestam, em trabalhos mais recentes, certo desapontamento com a forma como as pessoas estão dando significado às suas vidas e às relações humanas. Em “Alone together” (2011), a autora traz dezenas de depoimentos, principalmente de jovens, ansiosos por alguma razão existencial em meio a uma infinidade de contatos que, no mais das vezes, não passam de relacionamentos frágeis ou simulacros de amizade, em que o que só existe de fato é uma ilusão de intimidade, quando não um diálogo que se dá única e exclusivamente com a máquina, como deixam transparecer as inúmeras mensagens postadas a esmo na esperança de que façam algum sentido.

Uma jovem, por exemplo, expressa que, se está chateada ou triste, contacta seus amigos no Facebook, que, ela sabe, vão estar lá para confortá-la. “Se algo emocionante acontece, vão vibrar comigo”. Diz que está sempre à procura de uma expressão que diga: “oh, eu sinto muito” ou “oh, isso é ótimo”, e conclui que é doloroso quando não

obtem respostas (TURKLE, 2011, p. 160-1). Outra revela que, se tem algum sentimento feliz, tem que ligar para alguém ou postar alguma mensagem, para compartilhar sua felicidade com os outros. Um rapaz confessa que toma cuidado ao informar a banda ou rádio preferidas no perfil, preocupado com o julgamento que os outros vão fazer dele. Uma menina gaba-se por ter mais álbuns e fotos no *Face* que seus amigos: “gosto de me sentir, de mostrar que a minha vida está lá em cima” (p. 175).

Se, por um lado, ao buscarem sempre a autoafirmação ou validarem suas ideias nos outros, as pessoas perdem a capacidade de terem pensamentos próprios e de refletirem sozinhas sobre suas próprias emoções, por outro, vivem numa espécie do que Turkle denomina “isolamento coletivo”, visto que os laços e interações nesses ambientes, que ela recusa a conceber como comunidades, são bastante frágeis, dificilmente estabelecendo-se relacionamentos concretos. No entendimento da autora, “comunidades são constituídas por proximidade física, preocupações semelhantes, consequências reais e responsabilidades comuns, e seus membros ajudam uns aos outros nas questões mais práticas” (p. 215). Nas redes sociais, por sua vez, usa-se do outro para confortar-se e sentir-se incluído.

Para algumas pessoas, tais atitudes podem até funcionar como terapia. Revelar inseguranças, medos e dividir momentos difíceis, assim como ocupar-se da intimidade dos outros, pode ser ao mesmo tempo uma distração como uma forma de amenizar uma carga emocional desfavorável e aliviar o peso de nossos problemas⁴. Contudo, a exposição de questões muito personalizadas pode suscitar reações diversas, por vezes com consequências desagradáveis. Além do que o simples ato de exteriorizar os problemas não significa que estejamos olhando para eles, em busca de soluções. Confessar-se online não necessariamente acarreta pensar sobre as situações que nos afligem.

Pensar, aliás, em meio ao bombardeio de estímulos informacionais que recebemos simultaneamente tornou-se tarefa que requer muito esforço e concentração, atitudes para as quais cada vez menos pessoas parecem estar dispostas, pelo menos quando se encontram conectadas às redes sociais. Para o crítico da Web 3.0, Andrew Keen (2012), o que tem se observado é que as pessoas estão reduzindo sua capacidade de ter ideias

⁴ Cf. reportagem em Revista Época (ed. Globo), “O Facebook é uma terapia”, publicada em 14/05/2010. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI140154-15230,00-O+FACEBOOK+E+UMA+TERAPIA.html>>. Acesso em 25 jun. 2014.

próprias. O que está sendo disseminado é um pensamento de grupo, em que nossas crenças são terceirizadas “para celebridades, sabichões e amigos do Facebook. Em vez de pensar por conta própria, simplesmente citamos o que já foi citado” (p. 60). Para Keen, a rede está criando conformismo social e um comportamento de rebanho, por conta de uma necessidade desesperada de “pertencer”.

Epidemia narcisista

A sensação de pertencimento proporcionada pelas redes sociais, sobretudo para as pessoas que levam vidas mais solitárias, não seria de todo ruim se a interação virtual não acabasse por desencorajar ainda mais as relações concretas e a perda de contato com amigos reais. Uma vida em que tudo pode ser editado de acordo com nossas expectativas, de amigos à própria identidade, aparenta ser mais cômoda e reconfortante, mas, na medida em que optamos por nos expor somente a situações que nos agradam ou que representam algum tipo de ganho, como sensação de conforto, acolhimento ou projeção, acabamos por minar experiências essenciais à vida comunitária e a estreitar nossa faixa de interesses. A impressão que vamos desenvolvendo de que tudo no mundo *online* tende a ser mais atraente, mais fácil e interessante chega a ponto de provocar a mudança da própria personalidade e a alteração do comportamento, concluiu o psiquiatra Elias Aboujaoude, que criou o conceito de *e-personality* (personalidade virtual). No estudo que deu origem ao livro “Virtually You: the dangerous powers of the e-personality” (2011), Aboujaoude diz que a internet está dando vazão a alguns de nossos piores instintos, como narcisismo, exibicionismo, inveja e impulsividade.

A facilidade com que a rede permite às pessoas se “recriarem como celebridades inventadas” (Keen, 2012, p. 31) está potencializando a “epidemia narcísica” já observada pelos psicólogos Jean Twenge e Keith Campbell (2009), para quem a cultura de nossa época permite perceber um foco cada vez maior na autoadmiração, uma regressão infantil, um desejo da glorificação experimentada pelas celebridades, a necessidade de chamar a atenção da mídia e a autopromoção e reconhecimento fácil na internet. As redes sociais, segundo os autores, têm levado as pessoas a se apaixonar cada vez mais por elas mesmas, a desenvolver uma busca frenética pelos fatos relacionados a elas, conseqüentemente desinteressando-se por qualquer coisa a que não

estejam relacionadas, e a alimentar uma propensão excessiva de promoção pessoal. E tudo num ritmo de impulsividade que dificulta antever consequências, numa atitude que beira à regressão infantil.

A cultura da rede social não só “medica nossa necessidade de autoestima”, como também funciona como uma “extensão de nossos eus narcisistas” (KEEN, 2012, p. 32), impulsionando a incansável busca pela ampliação do número de seguidores que formam nosso grande círculo de exibicionismo, a quem insistentemente despejamos nossas manifestações, mesmo que falsas, de felicidade, nossa reputação, itinerários de viagem, as fotos de nossa última refeição e até nossos hábitos sexuais e o paradeiro exato. E não sem uma dose de exagero. Primeiro, pelo medo de ser ignorado; segundo, porque o mundo virtual também tornou-se um campo de competição, em que os sujeitos com maior número de “amigos” e *likes* (curtidas) para suas postagens julgam-se os mais populares e admirados, razão pela qual as pessoas vão desenvolvendo uma ansiedade de ter que atualizar a todo momento o Facebook e outras redes das quais fazem parte. Tornam-se, como diz Turkle (2011, p. 226), “reféns dessa preocupação”. E quanto maior a tendência ao narcisismo, maior a necessidade de publicação de conteúdo para se promover, com fotos parecendo atraentes ou sensuais ou frases de autopromoção⁵.

Exibicionismo, irritação e inveja

Se, pela proposta epicurista, o objetivo era a busca da sabedoria pelo colóquio, pela troca e interação de ideias, no Facebook está claro que toda falação evidenciada tem por finalidade maior o exibicionismo e a satisfação de uma necessidade de ser percebido, não importando se o dito é um comentário rápido ou superficial ou mesmo irrelevante sobre algo. O que importa é o se “atualizo, logo existo” (KEEN, 2012, p. 20). Logo, emitir uma opinião como justificativa da existência tem muito mais importância que ouvir a opinião alheia. E como opinar sobre algo de maior relevância ou significado é uma tarefa que exige esforço intelectual, mais cômodo, fácil e rapidamente gratificante é fazer propaganda de si mesmo.

⁵ Cf. pesquisa desenvolvida por dois pesquisadores da Universidade da Georgia (EUA) com usuários do Facebook, citada por BUSCATO, M. e CARRERA, I. *Quem aguenta tanto exibicionismo nas redes sociais?*. Revista Época (Ed. Globo). Rio de Janeiro, 07 fev. 2014. Disponível em <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/02/quem-aguenta-tanto-bexibicionismo-nas-redes-sociaisb.html>> Acesso em 03 jul. 2014.

Essa tendência exibicionista, que por vezes chega a ultrapassar os limites do tolerável, já diagnosticaram alguns estudos, tem despertado um dos piores sentimentos nutridos pelo ser humano, a inveja. Estudo realizado com 357 universitários por pesquisadores da Universidade de Humboldt, em Berlim, constatou que 30% deles nutrem esse sentimento “ao ver, no Facebook, posts sobre atividades de lazer dos amigos e indícios de sucesso de qualquer espécie (acadêmico, profissional, sexual)”⁶. E mesmo os exibidos dizem chatear-se quando sua própria ostentação não é notada suficientemente pelos amigos, o que só faz por acentuar ainda mais atitudes de exibicionismo e, conseqüentemente, a inveja, numa espécie de círculo vicioso.

Ainda que, aos olhos da psicologia, quem tem a necessidade de se autopromover e de demonstrar uma imagem de vida feliz a todo instante faça-o como forma de compensar justamente o contrário, ou seja, um sentimento de inferioridade ou um estado de infelicidade ou insatisfação, a percepção advinda para muitos dos que costumam seguir os outros nas redes sociais é que a vida alheia é sempre melhor. Foi o que constatou, por exemplo, estudo de dois pesquisadores da Universidade de Utah (EUA)⁷, realizado com 425 estudantes, concluindo que a maioria dos internautas fica triste ou se deprime ao se deparar com o estado de felicidade esboçado por seus semelhantes. Segundo a mesma pesquisa, as pessoas que passam mais tempo no Facebook são também as mais propensas a afirmarem que “a vida é injusta” e, por conseguinte, a acreditarem menos em seu potencial.

De outra parte, quando os amigos do Facebook são, em sua maioria, também os da vida real e é possível uma visão mais ampliada que a proporcionada pela rede, o que se denota é um sentimento de irritabilidade com quem vive se gabando, se autopromovendo ou se proclamando feliz o tempo todo. “Não pode haver algo mais irritante que o discurso “brega” da felicidade, diz o filósofo Luiz Felipe Pondé, para quem as redes sociais são “a grande experiência masturbatória do século XXI”. “A falsa imagem de felicidade é um dos maiores sintomas da infelicidade que as pessoas têm”. Para Pondé, as redes sociais têm seus atributos, mas são também “o maior indício do

⁶ Reportagem citada na nota 2.

⁷ CHOU, Hui-Tzu Grace; EDGE, Nicholas. 'They Are Happier and Having Better Lives than I Am': The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. In. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*; Feb 2012, Vol. 15 Issue 2, p117. Disponível em: <<http://connection.ebscohost.com/c/articles/71528600/they-are-happier-having-better-lives-than-am-impact-using-facebook-perceptions-others-lives>> Acesso em 18 jun. 2014.

quanto as pessoas são solitárias, sem vínculos concretos, viciadas em *likes*; quanto mais viciadas em *likes*, mais angustiadas demonstram ser”⁸.

Baseado em fatos relatados pela mídia norte-americana, o crítico Andrew Keen vê mais um problema, geralmente intensificado pela exposição excessiva e pela inveja, que são os núcleos de fofoca e os ressentimentos, comuns nas pequenas comunidades, onde as pessoas têm laços mais profundos e as lembranças duram mais. Para ele, “há pouca evidência de que redes como o Facebook, Skype e Twitter nos tornem mais compassivos e tolerantes”. Keen acredita que “essas ferramentas virais de exposição em massa não apenas parecem transformar a sociedade em algo mais lascivo e voyeurista, mas também alimentam uma cultura da multidão intolerante, sádica e vingativa” (2012, p. 63).

Fim da privacidade

Uma das principais razões pelas angústias e dissabores com que se depara o cidadão de nossos dias deriva, talvez, do entendimento, tão propagado pelos idealizadores das redes, de que o presente e o futuro de nossas vidas é e será intrinsecamente social. Tese central do pensamento desenvolvido por Keen (2012) no livro que traz por subtítulo “por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando”, a superexposição aniquila a privacidade e desvia o homem de sua finalidade, na medida em que esse, como pressuposto de existência, passa a pautar sua vida pelas expectativas alheias. Nessa condição, ao mesmo tempo em que se esforça para viver uma vida de aparências, o sujeito exagera na exposição de sua intimidade e se submete ao escrutínio público, nem sempre bem orientado e livre de preconceitos. O autor lamenta o fato de o homem estar abrindo mão de um direito essencial de sua existência, que é o da invisibilidade e, conseqüentemente, da individualidade.

Já muito se falou e se escreveu sobre os interesses subjacentes à forma como as gigantes da informação (Google, Facebook, entre outras) armazenam, controlam e usam as informações pessoais que, espontaneamente, disponibilizamos na rede e sobre as conseqüências advindas dessa prática. Bastante esclarecedor nesse sentido é o premiado

⁸ ONDE está a felicidade? Programa Canal Livre (Rede Bandeirantes de Televisão). Direção: Fernando Mitre. Exibido em 12 jan. 2014. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=H-71KANKIHA>>. Acesso em 25 mai. 2014.

documentário “Terms and conditions may apply” (2013), que retrata o modo como empresas e governos se apropriam desses dados para suas finalidades mercadológicas, políticas e sociais. “Muitas pessoas não têm consciência da gravidade do que acontece e ainda dizem ‘tudo bem, eu não tenho nada a esconder’, mas a questão não é a de não ter o que esconder”, explica o diretor Cullen Hoback, para quem algo mais sério está em jogo, que é “o nosso direito de ter privacidade”, de resguardar para si o controle de informações pessoais e de nos mantermos protegidos e à parte de qualquer monitoramento, registro e conhecimento público de nossos atos. Ao criticar os modos e técnicas empregados para a captura e controle de informações e dados dos usuários da internet, especialmente no que diz respeito à forma como somos induzidos a concordar com isso, o problema é que estamos abdicando de nossa liberdade e concedendo o controle, inclusive de nossa identidade, para a manipulação de terceiros⁹.

A internet de hoje é, no entendimento de Keen (2012), “a maior máquina de espionagem que o mundo já viu, e o Facebook é a mais completa base de dados mundial sobre pessoas, suas relações, seus nomes, endereços, localizações, comunicações umas com as outras, tudo à disposição dos serviços de informações” (p. 31). É, na conclusão do autor, “o sonho da CIA tornado realidade” (p. 36), além do imenso valor financeiro que têm as informações sobre nós. São elas que movem a economia da publicidade e, ao invés de clientes do Facebook, fazem de nós seu objeto ou produto.

Mas é preciso convir que boa parte desse controle e uso de nossos dados pessoais deve-se, obviamente, à nossa permissividade, a nosso desejo exibicionista que nos mostra por inteiro e clama insistentemente para que os outros bisbilhotem nossas vidas. Queremos revelar ao mundo tudo o que fazemos ou pensamos e achamos que a ordem natural das coisas é viver se expressando por tuites e atualizações no Facebook, em suma, se exibir na rede. Keen conclui que o problema está no fato de que “queremos ficar expostos”, para saciar nosso narcisismo. “O narcisista não pode viver sem uma plateia que o admire” (p. 113).

⁹ Cf. entrevista a O Globo, publicada em 30/09/2013. Disponível em < <http://oglobo.globo.com/cultura/era-digital-em-debate-nos-encontros-globo-durante-festival-do-rio-10198398>>. Acesso em 05 jul. 2014.

Amizades descartáveis

A saciedade de nosso desejo narcisista está diretamente relacionada ao número de amigos que cultivamos na internet. Quanto mais amigos, maiores as chances de ‘likes’ que tanto saciam nosso desejo de autoestima. Mas quem, afinal, são os “amigos” das redes sociais.

Todo mundo sabe que, no mundo virtual, os contatos são aleatórios, e as pessoas, na verdade, não tem valor para nós, como também não temos valor para elas. Como observa Turkle (2011), “não há espaço suficiente de nosso tempo para os outros” (p. 246) e, em razão do fato de que a maioria de nossos “amigos” não tem nenhum vínculo mais concreto conosco, é natural que esses contatos desapareçam e reapareçam a qualquer momento, sem sequer nos darmos conta ou relegarmos qualquer importância a isso.

Os levantamentos mais recentes constataram que o usuário típico do Facebook tem, em média, 338 amigos¹⁰, mas, segundo o antropólogo evolucionista Robin Dunbar, nossa capacidade biológica limita nossa capacidade de fazer amizades íntimas a menos da metade disso. Só conseguimos acompanhar as relações envolvidas e os intrincados detalhes sociais numa comunidade de 150 seres.

Daí que, em se tratando de rede social, não causa nenhum estranhamento campanha publicitária como a realizada pela rede de fast-food Burger King em 2009, nos Estados Unidos, que resolveu presentear com um hambúrguer quem fosse capaz de deletar dez de seus amigos do Facebook e, em apenas dez dias, distribuiu 233.907 unidades¹¹. Logicamente que a intenção da campanha denominada “Whooper Sacrifice”¹² tinha finalidade mais enaltecida, mas a mensagem daí deduzida foi mesmo a de que o amigo do Facebook é algo tão trivial, barato e descartável como um fast-food, ou seja, não vale mais que um hambúrguer.

¹⁰ Cf. FACEBOOK: os motivos para a queda no alcance. Meio&Mensagem, 11 mar. 2014. Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/03/11/Facebook-os-motivos-para-a-queda-no-alcance.html>>. Acesso em 05 jul. 2014.

¹¹ Cf. WORTHAM, Jenna. ‘Whooper Sacrifice’ De-Friended on Facebook. NYT, 15 jan. 2009. Disponível em <http://bits.blogs.nytimes.com/2009/01/15/whooper-sacrifice-de-friended-on-facebook/?_php=true&_type=blogs&_r=0>. Acesso em 07 jul. 2014.

¹² Sacrifício pelo “Whooper”, nome do sanduíche mais famoso da casa.

E é para esses amigos que, no mais das vezes, estamos nos expondo, revelando nossas intimidades e entregando nossos segredos, sem se aperceber de que os laços formados pela internet, ao contrário do que almejava Epicuro em seu Jardim, não são laços de compartilhamento, de interação, de troca de ideias ou de solidariedade, mas são laços frágeis, de indivíduos “em movimento constante, que reinventam suas identidades quando querem e se integram, desintegram e reintegram com o clique de um mouse” (KEEN, 2012, p. 80). E esta é a razão pela qual seus integrantes, conforme o apropriado título conferido por Turkle a seu estudo, estão “sós-juntos”. A mídia social, “a despeito de todas as suas promessas comunitárias, nos divide, em vez de nos aproximar”. Ela cria uma sociedade fragmentária, que, ironicamente, nos torna “mais divididos que unidos, mais desiguais que iguais, mais ansiosos que felizes, mais solitários que socialmente conectados” (p. 77).

Considerações finais

A adesão em massa às redes sociais, tendo em vista a migração da maioria das atividades humanas para o ambiente virtual, é, indiscutivelmente, uma tendência tecnológica e social. Não obstante, a internet e suas redes que se propõem a ampliar a interação e as relações entre pessoas e grupos não resolvem por si só ou pela simples conexão as angústias e os problemas existenciais vivenciados pelos indivíduos de nossos dias. Muito menos, carregam consigo a fórmula para a felicidade.

Ao contrário do proposto pelo filósofo grego Epicuro, cujas ideias serviram de ponto de partida a esta reflexão, pudemos verificar que, diferentemente dos ideais epicuristas de intercâmbio e aprofundamento das ideias, fortalecimento dos laços de amizade, busca da sabedoria e conhecimento interior, as redes sociais mais funcionam como mecanismo de distração, desvio e fuga de nossos propósitos. Servem mais ao deleite de desejos superficiais, redundando em atitudes narcisistas e exibicionistas, que, não raro, fomentam a inveja e a insatisfação com os outros e com nós próprios e, paradoxalmente, ao invés de aproximar, promovem ainda mais solidão.

A felicidade, como pregou Epicuro, é uma busca eterna e permanente e está sujeita a uma dimensão que é subjetiva e intransferível. Resulta de uma vida analisada, da reflexão sobre nossos problemas e preocupações, e da sabedoria que aclara a vida

interior e nos põe ao encontro da compreensão de nosso papel enquanto seres autônomos e libertos, cientes de nossos próprios desejos e quereres. O desenvolvimento pessoal, enfim, essencial ao progresso humano, só se dá, como arguiu o filósofo utilitarista John Stuart Mill, numa visão claramente epicurista, com autonomia individual e privacidade e aliada à “nossa capacidade de nos destacarmos da multidão e de pensarmos e agirmos por conta própria” (KEEN, 2012, p. 201). Quem deve pensar o que é bom, útil para seu bem-estar, para si, é o indivíduo e não o homem enquanto integrante de um rebanho.

Mas também é importante considerar que se a internet, mais especificamente as redes sociais, tornou-se um vício que rouba nosso tempo e nos desvia de nossas reais finalidades, não podemos, em razão de sua onipresença na sociedade dos dias atuais, simplesmente achar que vamos bani-la de nossas vidas. A saída, como diz Turkle (2011), está em achar um jeito de fazê-la funcionar para os nossos propósitos.

Referências

ABOUJAOUDE, Elias. **Virtually you**. New York – London: W.W. Norton & Company, 2011.

EPICURO. Carta sobre a felicidade. Tradução baseada na edição de Arrighetti. Epicuro. *Opere*. Torino, 1973. CEFA e Portal Brasileiro de Filosofia, 2007. Disponível em: <http://ghiraldelli.files.wordpress.com/2008/07/epicuro1_1.pdf>. Acesso em 18 abr. 2014.

KEEN, Andrew. **#Vertigemdigital**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PESSANHA, José Américo. A Ética de Epicuro. In. **Diálogos impertinentes: ética**. Direção Paulo Morelli e Dario Vizeu. Produção: TV Cultura e 02 Filmes Cultural. São Paulo: Produção Padre Anchieta, 1992. Formato VHS.

TERMS and conditins may apply. Direção: Cullen Hoback. Gênero: documentário. Hyrax Films, USA, 2013.

TURKLE, Sherry. **Alone together**. New York: Basic Books, 2011.

_____. **Life on the screen**. New York: Touchstone, 1995.

TWENGE, Jean.; CAMPBELL, Keith. **The narcissism epidemic**. New York: Simon & Schuster, 2009.