

## A sociedade dos likes

### *The likes society*

Edson ANTUNES FILHO<sup>1</sup>

#### **Resumo**

Este artigo traz uma análise acerca da Sociedade do Espetáculo de Guy Debord e como ela se relaciona com questões que vivemos atualmente, sobretudo no que diz respeito ao espetáculo produzido na internet. Para tanto, interessa-nos verificar as redes sociais digitais e identificar as suas controvérsias.

**Palavras-chave:** Guy Debord. Sociedade do Espetáculo. Internet. Redes sociais digitais.

#### **Abstract**

This article presents an analysis about the Guy Debord Spectacle Society and how it relates to issues we currently face, especially with regard to the show produced on the internet. Therefore, we are interested in verifying digital social networks and identifying their controversies.

**Keywords:** Guy Debord. Society Spectacle. Internet. Digital social networks.

#### **Introdução**

Ao lermos “A Sociedade do Espetáculo”, de Guy Debord, poderíamos muito bem dizer que estamos lendo um best-seller de 2018, pela atualidade de seu tema. É com grande surpresa que descobrimos que seu livro foi publicado em 1967. Parece que ele já sabia o caminho que a sociedade iria tomar: cada vez mais preocupada com aparências, até chegar a um ponto em que não distinguimos mais o que de nós é ilusão e o que é genuíno.

Vivemos em uma sociedade em que as pessoas não se alimentam mais de comida. Elas se alimentam de “likes”. Fazendo de tudo o que podem numa tentativa

---

<sup>1</sup> Mestrando em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba (UNISO).  
E-mail: antunes82@hotmail.com

desesperada para serem relevantes, elas perdem a noção de si e do outro. Nada mais importa a não ser o grande espetáculo. E quanto mais pessoas assistirem, melhor. E se o seu espetáculo é bom, talvez você também seja uma pessoa boa.

Quanto mais próximos do espetáculo, mais distantes do que é real. E o que é real? É difícil até afirmar que exista ou algum dia existiu alguma coisa que fosse genuína. O ser humano sempre se comunicou através de imagens. O homem da caverna desenhava nas paredes, pinturas e quadros eram a sensação na Antiguidade e na Idade Média e uma das primeiras coisas que uma criança aprende é a desenhar.

Mas agora, cada vez mais, estas imagens estão crescendo. Parece que chegou a um ponto em que elas se comunicam através de nós e não mais nós através delas. Quem controla quem? Nós somos donos das imagens? Nós somos donos das nossas redes sociais?

Se você buscar por alguma coisa no Google, esse produto vai aparecer novamente em todas as suas redes. Até que você decida comprá-lo. De quem foi essa decisão?

De quem é a decisão de comprar as marcas que as blogueiras, youtubers e digital influencers divulgam em suas redes e não outras? Milhões de pessoas tomas essas decisões diariamente. É assim que somos agora. E Debord leu muito bem a sociedade quando falou sobre isso.

Cada vez mais alienados dos processos de produção em que estamos inseridos. Alienados sobre as consequências de nossas ações. Quanto mais gente nossas ações atingem, mais nos afastamos delas. Um anônimo comenta algo na foto de alguém. Mil pessoas curtem o comentário. Qual é o impacto disso? Quem são essas pessoas? Quantas pessoas foram atingidas? Será que é possível usar todas essas possibilidades para alguma coisa positiva?

A média de tempo que o brasileiro gasta nas redes sociais é 60% maior que a do resto do planeta. Gastamos 650 horas por mês em redes sociais (OTONI, 2015). O que isso diz sobre nós como sociedade?

Os tempos estão mudando, mas algumas coisas são atemporais. A necessidade do ser humano por atenção é uma delas. E essa necessidade vem crescendo cada vez mais, conforme temos ferramentas para atrair os olhares para nós.

Guy Debord viveu de 1931 até 1994, quando optou por tirar sua vida, cometendo suicídio aos 62 anos. Suas ideias incentivaram a realização dos protestos de maio de 1968 na França. Sua principal obra foi a “Sociedade do Espetáculo”, que também foi transformada em filme - em 1973 - pelo autor.

Ele não conseguiu enxergar uma possibilidade de convivência com a sociedade do modo em que estava vivendo. Um ano após o seu suicídio, em 1995, a primeira rede social “ClassMates” (MENDES, 2013) foi criada. Como ele enxergaria esse novo mundo em que estamos vivendo? Se antes ele já tinha a percepção que éramos governados por imagens, o que ele diria sobre a nossa sociedade de hoje?

Neste trabalho analisaremos sua obra “A Sociedade do Espetáculo” e como ela conversa com questões que vivemos atualmente, especialmente por meio da ascensão das redes sociais na internet.

## **A sociedade do espetáculo**

Guy Debord (1997) define o espetáculo não como um conjunto de imagens, mas como “uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.” As relações sociais e os homens são mediados por imagens e é isso que vai nos unir como sociedade atualmente. Não é mais política, nem religião que são os mediadores das nossas relações, mas sim, as imagens. Essas imagens vão substituir o que é vivido diretamente. Desta forma, as pessoas irão se relacionar como espectadores das suas realidades e não mais como atores ativos delas.

Sua mensagem sempre é “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 1997). O espetáculo será quem irá ditar o que as massas irão escolher, tirando seus direitos de escolha, em relação desde a alimentação e modo de vida até linguajar, vestimentas, entretenimento, entre outros. Escolher algo que não o espetáculo, é escolher a sua destruição frente a sociedade.

A teoria do espetáculo considera diretamente o momento histórico. Atualmente, vivemos em um momento em que a *aparência* fala mais alto sobre os outros aspectos da vida humana. Aquino (2007) relaciona isso ao capitalismo, dizendo que vivemos em um “momento da economia em que a mercadoria teria atingido a “ocupação total da vida cotidiana”. A sociedade sofreu algumas mudanças durante a história. Essas mudanças se

apresentam em três momentos, chamados de: ser, ter e parecer. O momento de ser, acontecer durante a Idade Média, quando os nobres e reis eram considerados superiores pelo que eles eram. Enquanto ser nobre era ser superior, ser um camponês era ser inferior. Isso era usado como um modo de dividir a sociedade. Seguinte a isso, temos a sociedade do “ter”, que ocorre no século XIX, no período pós Revolução Industrial.

Nesse momento, o que importa é o poder aquisitivo. Ou seja, as pessoas importantes eram os donos das fabricas, que tinham capital. Na sociedade de hoje, temos a sociedade do “parecer”. O mais relevante não é o que você é, nem o que você tem, mas a sua aparência. Por isso é tão importante seguir as regras do capitalismo, falar, se vestir e fazer as coisas do jeito que são ditas para serem feitas. “Não é somente pela sua hegemonia econômica que a sociedade portadora do espetáculo domina as regiões subdesenvolvidas. Domina-as enquanto sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1997).

A realidade que antes era vivida é invadida pelo estado contemplativo que o espetáculo proporciona. “Tudo que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (DEBORD, 1997). O espetáculo irá apresentar o objeto como algo de prestígio, mas no momento em que se tem contato com esse objeto, tem-se a percepção de que ele não possui prestígio algum. A realidade é muito diferente da aparência do espetáculo e a postura do indivíduo frente à esta realidade é sempre de passividade.

As imagens que nos aparecem são sedutoras. São mostrados personagens e situações com as quais podemos nos identificar, com o objetivo de prender a atenção e nos manter no papel de expectadores, para que continuemos a assistir imagens que nunca param de ser produzidas. Tudo o que é vivido não passa de uma representação, somente uma aparência. “Na sociedade do espetáculo, a realidade social já não aparece como coisa, mas como imagem, que oscila entre ser um conjunto autônomo e separado das ações humanas e uma multiplicidade de ações fragmentadas” (COELHO, 2006).

A finalidade é o espetáculo. Debord (1997) afirma que “o espetáculo não quer chegar a outra coisa senão a si mesmo”, sendo a principal produção da sociedade atual. O que se aspira são às imagens e não a realidade em si. O próprio ser humano e as suas relações se tornam imagens. Um exemplo disso é quando vemos um acidente ou uma briga na rua e rapidamente nos aproximamos para filmar e não para socorrer. O que vale mais é a representação do momento, do que o momento vivido.

Os que não se identificam com esse modo de vida acabam por desaparecer. Até mesmo os que se identificam desaparecem em menor grau, a partir do momento em que se encontram na condição de espectadores. As cenas passam, mas não chegam como realidade, nos colocando em uma posição cada vez maior de passividade. Deixamos de ser atores das nossas histórias para acompanhar as histórias dos outros, assistindo a tudo como um espetáculo e ansiando pelo próximo. “A sociedade do espetáculo não é a superação da alienação, mas a sua elevação a um patamar superior” (COELHO, 2006).

Como o espetáculo vive de aparências, nunca irá retratar algo que não pode ser vendido ou algo negativo. E mesmo que o trabalhador seja quem produz aquilo e saiba que o que está sendo vendido não condiz com a realidade, ele está tão afastado de seu trabalho que não percebe. Ele não consegue se reconhecer no que produz e cada vez menos compreende a sua própria existência e o seu desejo. A perda da comunicação entre os produtores é mais uma consequência da falta de diálogo que ocorre na sociedade capitalista. “Eis porque o espectador não se sente em casa em parte alguma, porque o espetáculo está em toda a parte.” (DEBORD, 1997)

Sobre esse processo, Coelho (2006) afirma:

Se as relações mercantis são a única forma de relação social possível, a alienação presente no processo de produção entende-se a toda a vida social; não só o trabalhador deixa de se ver como o sujeito do processo de produção como qualquer indivíduo no capitalismo deixa de ver e ser visto como produtor da própria realidade social, que aparece como se fosse separada das ações humanas.

A raiz de todo esse espetáculo está no capitalismo. A extensão das relações econômicas a todos os aspectos da vida humana se manifesta na sociedade do espetáculo. Quando o espetáculo começou, as mídias tinham bem menos influência sobre a vida das pessoas do que atualmente. Com o passar do tempo, o processo de alienação midiática foi crescendo e junto o consumismo. Quanto mais as pessoas veem e ouvem nas mídias que elas precisam de determinado produto ou estilo de vida, mais elas querem comprar e gastar. E isso fortalece o capitalismo que, conseqüentemente, alimenta a indústria da mídia e reforça a alienação. “A base da teoria crítica proposta por Guy Debord é a constatação, no capitalismo contemporâneo, do domínio cotidiano, imediatamente fenomênico, da lógica abstrata da forma-mercadoria” (AQUINO, 2007).

O espetáculo se mostra no sentido da aparência das mercadorias muitas vezes ser mais importante do que a sua utilidade. Importa muito mais o quanto uma mercadoria vai encantar e atrair o público para ela. A publicidade vai criar uma necessidade de consumo que antes não existia. Isso tira do homem a capacidade de julgamento, de crítica e faz com que ele vire um escravo do capitalismo. “O espetáculo confirma o caráter mercantil das relações sociais capitalistas” (COELHO, 2006).

Existem dois tipos espetacular, o concentrado e o difuso. “Nos dois casos, ele não é mais do que uma imagem de unificação feliz, cercada de desolação e de pavor, no centro tranquilo da infelicidade” (DEBORD, 1997). O espetacular concentrado está relacionado ao poder e pode ser exemplificado com os regimes totalitários, correspondendo a países socialistas. Já o difuso está presente em regimes mais democráticos, onde a produção de mercadorias em larga escala dá a impressão ao consumidor de liberdade de escolha. Isso é uma ilusão.

Um terceiro tipo seria a união desses dois, o espetacular integrado. Neste, a alienação da sociedade é tão grande que a mídia passa a ter o controle passivamente. Como exemplo disso temos o Brasil durante a ditadura militar. Coelho (2006) relata:

Nesse período havia a presença simultânea de um Estado economicamente intervencionista e promotor do "desenvolvimento", a serviço da burguesia brasileira e multinacional, que concentrava o exercício do poder político (e tentou, no início dos anos 1970, transformar um general em "líder popular"), e de uma sociedade de consumo em processo de constituição, promotora do culto das mercadorias e da difusão social das práticas espetaculares.

## **As redes sociais digitais**

As redes sociais digitais são as novas responsáveis pelo entretenimento de grande parte da população. Quando ouvimos a palavra entretenimento, somos levados às sensações de glamour que essa área nos traz. Queremos ver o espetáculo, a beleza, a riqueza e a ostentação. Em suma, queremos a felicidade que estas coisas teoricamente nos proporcionam

Tudo isto, porém, pode possuir uma conotação muito negativa, principalmente se pensarmos tendo em vista a teoria de Guy Debord. Sim, esse espetáculo é muito bonito de se ver, mas também nos engana e nos reduz. Ao mesmo tempo em que faz

acreditar que toda a felicidade e a beleza passada nas redes são possíveis de serem alcançadas fora delas, traz a sensação de que não se é nada sem isso.

Compartilhamos e exibimos nossas realidades com os outros. Famosos ou não, mostramos o que estamos fazendo e com quem estamos. Desta forma, nossa realidade se estende a além do espaço físico. Somos vistos e atingimos muito mais pessoas do que podemos imaginar. Isso nos possibilita que sejamos diferentes pessoas em diferentes espaços. “A possibilidade ilimitada de postagens dá espaço para que o sujeito assuma papéis múltiplos e transitórios, como se usasse a máscara que lhe cabe melhor em determinado momento” (SOUZA, MONTEIRO e TOLEDO, 2016).

Isso leva a uma “crise de identidade”, pois não se possui algo em que possa firmar-se. Tudo é muito diferente. Até mesmo nas diferentes redes sociais uma pessoa incorpora diferentes personagens. Como alguém poderia ter os mesmos comportamentos no *LinkedIn*, que exige uma postura profissional e no *Twitter*, que permite uma postura completamente informal e descontraída? Isso pode gerar uma perda do “sentido de si”, considerando os vários deslocamentos que nossas personalidades fazem para englobar toda a rede. “Neste mundo virtual, o indivíduo inventa e reinventa imagens que representam identidades ou uma identidade a que pretende se integrar” (SOUZA, MONTEIRO e TOLEDO, 2016).

Assim, nossos atos se tornam cada vez menos reais. Agora, eles são virtuais. Com um ato de digital, podemos dizer se compareceremos ou não a um evento no *Facebook*. A partir disso, não precisamos mais necessariamente ir no lugar, mas o simples fato de termos realizado esse ato já completa um vazio, causa um gozo profundo nas pessoas.

Além disso, toda essa exposição causa um investimento excessivo na imagem. Traço que caracteriza nossa sociedade atualmente. Esse traço reflete um desinteresse do indivíduo pelo coletivo. As pessoas acreditam que elas são o centro do mundo quando estão na internet. E as redes sociais realmente vendem esta ilusão. A ilusão de que elas estão sendo vistas, de que finalmente existem. E o desejo de existir é constituinte no ser humano.

Eventualmente, esta necessidade de exposição em excesso se torna exibicionismo. Souza, Monteiro e Toledo (2016) falam sobre:

Para a psicologia, o exibicionismo é um transtorno mental caracterizado por uma compulsão em mostrar os órgãos genitais para um estranho insuspeito. O Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, também conhecido como o DSM-IV-TR, classifica exibicionismo sob o título de “parafilias”, uma subcategoria dos transtornos de identidade de gênero e sexual. O termo “parafilia” é derivado de duas palavras gregas, significando “fora de” e “amor-amizade”. [...] O Exibicionismo é descrito e aprofundado no DSM-IV-TR como “uma exposição de órgãos genitais a um estranho”, geralmente com a intenção de maior atividade sexual com outra pessoa. Por essa razão, o exibicionismo do termo é por vezes agrupado com a expressão, “voyeurismo”.

No caso, podemos inferir que o exibicionismo que ocorre nas redes sociais é mais amplo do que a exposição de órgão genitais. Nesse caso, o órgão genital é o próprio corpo.

Na Mitologia Grega, Narciso se apaixona ao ver sua própria imagem refletida e desaparece tentando alcançá-la. Em seu lugar, uma flor amarela surge. Assim como Narciso, o homem moderno exalta a própria imagem, até que o seu ser some e dá lugar somente a aparência. “Indivíduo toma como objeto sexual seu próprio corpo e o contempla como agrado, o acaricia e o beija até chegar à exaustão” (SOUZA, MONTEIRO e TOLEDO, 2016).

O que é criada é uma sociedade cada vez menos preocupada com a verdade e mais preocupada com a imagem. E a internet é necessária para a afirmação disso. O indivíduo precisa da aprovação do outro (ou dos likes) para ter sua autoestima validada. A sua grandiosidade só será real se for espelhada em outras pessoas, se ele estiver chamando a atenção. Se isto não acontecer, só irá contribuir para a sua insegurança. Por isso as redes sociais são redes de pessoas, no sentido literal. São pessoas reforçando o comportamento exibicionista e narcisista um do outro. Não poderiam existir sozinhas nem separadas. Baduy e Carvalho (2014) falam sobre esse exibicionismo:

Já navegando pela internet o que vemos? O que este homem vive e vê? O fenômeno das redes sociais consiste em uma proliferação de imagens e textos postos para apresentar uma imagem desejada. Tem aqueles que postam fotos do seu próprio rosto (os atuais selfies), outros se mostram através de músicas, poesias e artes em geral, alguns, de forma mais politizada, postam artigos científicos e textos críticos da política atual, também são comuns postagens cômicas e personagens já conhecidos pelo humor. O conteúdo desta autoapresentação muitas vezes se perde, tendo em vista que publicações do Facebook, por exemplo, geralmente carregam o nome

próprio. As postagens são remetidas para que o social possa ver e, talvez, com o maior número de “curtidas” e “comentários”, o mundo se torne a imagem e semelhança do próprio sujeito que a postou.

Freud afirmou que todos os adultos que praticam ou não o exibicionismo atualmente, o praticaram quando bebês. E possuíram prazer nisso. Saber que essa é uma conduta inata do ser humano ajuda a encará-la com mais empatia.

Nesta sociedade, o que não existe de modo espetacularizado não irá conseguir se tornar relevante. O espetáculo existe como algo central na nossa sociedade e as redes sociais, junto com a mídia, atuam como agentes ativos para que isso aconteça. O que é importante de se analisar é a falta de elo que é colocado como coletivo e o que é vivido como individual.

O espaço da internet vem crescendo cada vez mais, o que nos leva a crer que este fenômeno está no começo, inventando um novo mundo. É um mundo em que a liberdade de expressão vem tomando proporções gigantescas, o que pode ser positivo. Mas vale o questionamento se o fato de ser permitido expressar todos os tipos de pensamentos não acaba por entrar em conflito com outros direitos, além do de liberdade de expressão. Muitas vezes por acreditar que podemos dizer qualquer coisa na internet, apoiados no anonimato e na falta de consequências, acabamos ferindo os direitos humanos.

Essa é a nova relação que o homem tem com o mundo e a aceitamos, pois partimos da ideia de que ela não pode ser mudada sem ocorrer uma desorganização na vida social. “Em março de 2014, o site da revista Marie Claire tornou público o caso do britânico de 19 anos, Danny Bowman, que tentou se suicidar por não conseguir tirar o selfie perfeito. Ele chegava a tirar 200 fotos por dia, passando 10 horas nesta atividade” (BADUY e CARVALHO, 2014). Essa ideia nos atinge de modo em que nos sentimos não pertencentes em um ambiente se não a seguimos e tentamos desesperadamente nos encaixar. Não conseguir se encaixar numa sociedade de aparências pode levar a consequências que envolvem o ser e o existir.

As redes sociais apresentaram também uma nova forma de viver a solidão. A solidão é um efeito da nossa experiência com o individualismo. As pessoas irão utilizar a internet para fugir dos problemas que a vida fora da virtual apresenta. Isso pode ser

um recurso positivo, se utilizado com moderação. Mas muitas pessoas são absorvidas por este mundo digital de espetáculo e acabam deixando de lidar com suas questões.

Com esse processo, cada vez mais o indivíduo vai se distanciando do que é seu e se identificando com imagens inacessíveis. “Esse processo, no entanto, acaba por dar visibilidade à distância que separa os sujeitos com seus objetos de identificação, seus ideais de perfeição estética” (BADUY e CARVALHO, 2014).

Hoje, as redes sociais têm fortalecido o senso de individualismo. A maior parte delas tem como função apenas explorar o narcisismo das pessoas e há um esquecimento dos meios que essas redes sociais são.

O aspecto positivo do individualismo é o fato de fazer com que não nos juntemos a coletivos qualquer sem pensar. Teoricamente existirá uma procura melhor antes de se engajar em processos de multidão, por algo que combine com o ser. As redes também vendem um desejo de estar junto, mas de uma maneira deturpada. De uma maneira superficial.

Temos muito mais acesso às coisas que não possuíamos antes. Mas qual a qualidade dessas novas conexões que fazemos? É incomum que nos questionemos sobre a qualidade das relações que estabelecemos virtualmente. Ou que nos questionemos sobre qualquer coisa na sociedade em que vivemos. Tendo em vista a grande quantidade, a qualidade não é valorizada. São muitas informações, muitas pessoas novas, muitas possibilidades. A internet nos oferece um mundo de opções, mas não nos leva a questionar se realmente precisamos destas.

De certo modo, as redes possibilitam com que o ser humano se sinta inserido e faça parte de um grupo, mesmo que não presencialmente. Muitas pessoas que possuem dificuldades para se relacionar pessoalmente vão recorrer para as redes sociais para que possam estar em contato com outras pessoas. Souza, Monteiro e Toledo (2016) afirmam que:

Grande parte da ansiedade de nossos tempos advém da ameaça de não ser querido, viver isolado, solitário, abandonado. Todo ser humano adquire grande parte do senso de sua própria realidade pelo que os outros dizem e pensam a seu respeito.

Na internet é mais fácil conviver, pois é mais fácil mentir. O anonimato é possível, de modo com que muitas vezes não seja necessário lidar com as consequências

de atos que seriam fortemente reprovados fora do mundo digital. É possível até mesmo utilizar outras pessoas para falar por si, não sendo necessária nem a elaboração de pensamentos novos. Para pessoas autocentradas e que desejam investir mais tempo em si, do que explorar as possibilidades – positivas e negativas – de uma vida em sociedade, isso é extremamente proveitoso.

Assim, a nossa subjetividade como pessoas e como sociedade é construída. “A subjetividade é essencialmente fabricada e modelada no registro do social” (Guattari e Rolnik, 2005, p. 40). A subjetividade da sociedade capitalista é baseada principalmente no sistema econômico e no consumo exacerbado. Essa subjetividade se liga com as redes sociais de modo que as pessoas querem cada vez mais aparecer, cada vez mais comprar, cada vez mais se concentrar na aparência. Assim, vamos criando uma subjetividade social cada vez mais narcisista. Baduy e Carvalho (2014), descrevem as características que compõem tanto as pessoas como indivíduo, como a sociedade como um todo.

São características desta atual “personalidade” narcisista: pessoas centradas em si em detrimento do bem social; apelo frequente de viver com intensidade o momento presente, negligenciando o passado e desprezando o futuro; preocupação com o desempenho, com a saúde e a beleza; busca do prazer a todo custo; sentimentos de vazio interior e solidão.

O narcisismo é uma característica de sociedades tecnologicamente desenvolvidas. Isso ocorre porque existe uma fascinação pelo que veem nos seus celulares, uma identificação com um mundo perfeito, que só existe virtualmente. A internet possui uma forte importância na organização social das nossas vidas “como um importante dispositivo de processos de subjetivação contemporâneo.” (BADUY e CARVALHO, 2014).

### **Assuntos contraditórios**

Por mais que a Sociedade do Espetáculo, junto com as redes sociais despertem um lado narcisista e egocêntrico nas pessoas, isso não é o suficiente para retirar delas totalmente a razão. Essa nova constituição de sociedade possui lados que podem ser considerados positivos.

Uma nova arena política é inaugurada através das redes sociais, com diferentes atores sociais. “A hipótese que norteia a argumentação desenvolvida aqui é de que a espetacularização e a alta visibilidade, construídas no ambiente midiático, são estratégicas para que discursos e ações (políticas) alcancem êxito hoje” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008).

Diferentes grupos sociais tem a capacidade de fazer reivindicações. Alguns destes grupos que agora têm voz, antes dificilmente poderiam ser ouvidos. As minorias e suas reivindicações vêm ganhando cada vez mais voz com o advento da internet. Herschmann e Kischinhevsky (2008) relatam que:

Se, por um lado, o “filme-vida” (a vida como entretenimento) representa um “escapismo”, por outro, as narrativas performáticas dos atores sociais são exibidas na nova arena política (midiática), abastecendo-nos de sentidos e significados e orientando-nos no cotidiano.

As redes sociais não são utilizadas apenas para postar selfies, mas para desconstruir, mobilizar a população para movimentos políticos e resistir às ideias que a grande mídia passa (como uma forma de mídia alternativa). É inegável o quanto a sociedade vem se tornando mais inclusiva e menos ofensiva para as minorias conforme o tempo passa e a internet e as redes sociais crescem.

Não podemos negar que as os meios de comunicação são alienadores e normatizadores sobre a sociedade. Mas, também devemos reconhecer suas possibilidades positivas e emancipatórias. Vemos na internet um ambiente virtual de jovens desocupados, mas cada vez mais percebemos que as coisas não são assim.

A internet se mostra cada dia mais uma ferramenta, cabendo a nós questionar se devemos ou não utilizar. As redes sociais já fazem parte do nosso cotidiano. Diversas pessoas públicas que escolhemos para nos representar (como políticos, por exemplo), possuem Facebook, Twitter, etc. A internet possibilita o maior acesso das pessoas e a maior cobrança do eleitor de seu representante. Os representantes também conseguem falar com seus eleitores de forma mais direta e até mais informal.

Também nas redes é possível que ocorram a criação de grupos de discussões e protestos. Essa mobilização online acaba por atrair mais pessoas para exercer a

cidadania. Deste modo, as redes sociais acabam por favorecer o exercício da cidadania na democracia.

A internet permite a criação de relações mais horizontais entre os seus atores. De acordo com Herschmann e Kischinhevsky (2008):

Perdem força as mediações tradicionais realizadas pela indústria da música e do entretenimento, organizada em torno de paradas de sucessos, grandes vendas de discos e veiculação de conteúdos de forma sincrônica; ganham terreno a pluralidade nas representações artísticas, as redes transnacionais de identificações culturais, a interação social mediada, as transmissões radiofônicas assíncronicas e as novas formas de audição.

## **Considerações finais**

As relações entre a sociedade e o homem são mediadas por imagens. Isso faz com que as pessoas sejam muitas vezes espectadores das suas realidades muito mais do que agentes ativos delas. As imagens que nos são passadas são imagens espetacularizadas. Nunca nos será passado algo feio ou que não se pode ser vendido, mas sim algo que queremos consumir, que queremos comprar e ser.

Assim, vivemos em um momento em que a aparência é mais valorizada do que os outros aspectos da vida humana, por mais que a realidade seja diferente do que é mostrado nas mídias e nas redes sociais.

O indivíduo irá sempre possuir uma postura de passividade frente às situações em que se encontra. Tudo o que é vivido não passa de uma representação. O indivíduo se afasta cada vez mais dos seus processos, não percebendo mais as cenas da sua vida como realidade. Assim, ele deixa de ser ator de sua história e passa a ser espectador da história dos outros.

Esse processo de alienação está diretamente ligado ao capitalismo e ao consumismo. Quanto mais as pessoas assistem e veem que precisam consumir determinado estilo de vida para ter a felicidade, mais irão gastar. Isso fortalece o capitalismo, alimenta a indústria midiática e reforça a alienação.

A alienação que a mídia e a sociedade do espetáculo criam cresce ao encontrar as redes sociais. Nas redes sociais, não somos apenas espectadores, mas nossos atos não

chegam nem a ser reais. Agora, são virtuais. A verdade importa cada vez menos, o que importa é a imagem. Nas redes sociais é possível ter a imagem que a pessoa escolher.

E essa imagem escolhida só é validada pela aprovação do outro. O espetáculo que cada um vai criar em suas redes vai ser validado e reforçado por como os outros reagem a imagem que ela cria e apresenta. O que não consegue ser vendido, não vai ser relevante.

Deste modo, o individuo vai cada vez mais se distanciar do que é seu e se identificar com imagens inacessíveis. Quando não consegue atingir estas imagens, o individuo se sente inadequado. É assim que a nossa subjetividade como indivíduos e sociedade é construída.

Pelo lado positivo, temos a possibilidade de qualquer pessoa poder acessar a internet e falar suas opiniões nela. Assim, muitas pessoas que historicamente não tiveram voz, agora tem a possibilidade de fazerem reivindicações. As minorias vêm ganhando cada vez mais espaço graças a internet. Se por um lado a internet é usada como um escapismo da realidade, por outro, existe uma nova significação sobre a sociedade e o modo de viver politicamente.

## Referências

AQUINO, J. E. F. D. Espetáculo, comunicação e comunismo em Guy Debord. *In: KRITERION*, Belo Horizonte, v. 115, p. 167-182, Jun 2007.

BADUY, R. S.; CARVALHO, P. R. D. **Narcisismo e mídia**: Uma Análise Psicossocial. X Seminário de Pesquisa em Ciências Humanas. Londrina: SEPECH. S.I. 2014. p. 973-982.

COELHO, C. N. P. Introdução: Em torno do conceito de Espetáculo. *In: COELHO, C. N. P.;*

CASTRO, V. J. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 13-30.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. *In: Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 37, p. 101-106, dez 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/4955/495550193015/>>. Acesso em: 2 jul 2018.

MENDES, G. A. Diário do Grande ABC. **Diário do Grande ABC**, 2013. Disponível em: <<http://www.dgabc.com.br/Noticia/462216/qual-foi-a-primeira-rede-social>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

OTONI, A. C. Nas Redes. **O Globo**, 2015. Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

SOUZA, M. V. F.; MONTEIRO, I. P.; TOLEDO, C. O exibicionismo egóico no formato mortal da reputação. *In: Revista Científica Fagoc Multidisciplinar*, S.I., v. 1, n. 2, p. 43-51, jul 2016. ISSN ISSN 2525-488X.