

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

LEONARDO ANDRE ELWING GOLDBERG

REDES SOCIAIS “VIRTUAIS”: O *FACEBOOK* NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

PROGRAMA DE MESTRADO EM EDUCAÇÃO, ARTE E HISTÓRIA DA CULTURA

SÃO PAULO

2014

LEONARDO ANDRE ELWING GOLDBERG

REDES SOCIAIS “VIRTUAIS”: O *FACEBOOK* NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Dissertação apresentada à Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação, Arte e História da Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Wilton Luiz de Azevedo.

SÃO PAULO

2014

G618r Goldberg, Leonardo André Elwing.

Redes sociais "virtuais" : o Facebook na sociedade do espetáculo / Leonardo André Elwing Goldberg. – 2014.

65 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2014.

Referências bibliográficas: f. 64-65.

LEONARDO ANDRE ELWING GOLDBERG

REDES SOCIAIS “VIRTUAIS”: O *FACEBOOK* NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Dissertação apresentada à Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação, Arte e História da Cultura.

Aprovado em 18 de Junho de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Wilton Luiz de Azevedo
Universidade Presbiteriana Mackenzie

Prof^a. Dra. Márcia Angelita Tiburi
Universidade Presbiteriana Mackenzie

Prof^a. Dra. Margareth dos Reis
Universidade de Medicina do ABC

Aos meus pais pelo exemplo de vida e incentivo na realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Professor Doutor Wilton de Azevedo, por oferecer liberdade e aprendizado ao longo da tessitura do trabalho, além da empatia comigo e com os Outros, no momento de ensino e de reflexão.

À Professora Doutora Margareth Dos Reis, por aceitar fazer parte da banca examinadora e participar da composição desse trabalho com sugestões devidas e minuciosas na ocasião da qualificação.

À Professora Doutora Marcia Tiburi, que aceitou participar da banca examinadora e assim contribuir expressivamente ao meu trabalho, o que me deixa extremamente honrado.

Aos Professores do programa de Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura, sempre dispostos à ensinar e refletir, em um ambiente de formação humana e cultural permanente, e que tanto me ajudaram em todos os momentos.

À Universidade Presbiteriana Mackenzie, meu ninho primeiro de formação universitária, que sempre me acolheu na vida acadêmica e também esportiva; espaço em que cunhei parte da minha formação acadêmica e pessoal.

À CAPES que me forneceu uma bolsa de estudos essencial para que eu pudesse prosseguir em meu trabalho, além do reconhecimento como aluno e pesquisador.

À Daniela Olorruama, que tanto me ajudou com conselhos e na estruturação do texto.

À Mariane Nicklas, pela presença fundamental.

À minha família pela companhia incondicional e não obstante, ajudando na minha formação cultural/pessoal. Flavio e Suzana pela companhia permanente e pelas discussões que nunca findam. Ao Sidnei também, pelas boas dicas que ajudaram na elaboração de um capítulo.

À Mariana Martinez, por ter me ajudado e suportado no caminho difícil da construção de uma dissertação. Seus amáveis pais, Luiz Martinez e Maria Oliveira.

Ao meu pai, Jacob Pinheiro Goldberg e mãe, Norma Sueli Goldberg, por existirem.

Ao acaso, que de uma forma peculiar me levou à formação em tal programa de Mestrado e abrilhantou minha vida com pessoas, histórias e teorias fundamentais para tecer meu fado.

Em Roma, em Campo di Fiori
Cabazes de limões e azeitonas,
O pavimento salpicado de vinho
E de restos de flores.
Os feirantes despejam nas bancas róseos
mariscos,
Braçadas de uva preta
Caem sobre a penugem dos pêssegos.

Justamente aqui, nesta praça,
Foi queimado Giordano Bruno.
O carrasco acendeu a fogueira
No meio da gentilha curiosa.
E mal o lume se apagou,
Tornaram a encher-se as tabernas,
Os cabazes de limões e azeitonas
De novo à cabeça dos feirantes.

Recordei Campo di Fiori
Junto de um carrossel em Varsóvia,
Numa serena tarde primaveril,
Ao som da música saltitante.
A melodia saltitante abafava
As salvas por trás do muro do ghetto.
E os casais voavam alto
No céu limpo.

O vento das casas em chamas
Trazia negros papagaios de papel,
Apanhava pétalas no ar
Quem ia no carrossel.
Levantava as saias às raparigas
Este vento das casas em chamas
E riam-se as multidões alegres
Num lindo domingo de Varsóvia.

Talvez se tire por moral da história
Que o povo romano ou varsoviano
Negoceia, diverte-se e ama
Enquanto ardem piras martinizantes.
Talvez haja outra moral
Que são fugazes as coisas humanas
Que o esquecimento surge,
Mesmo antes do fogo se apagar.

Mas eu pensava então
Na solidão dos que pereciam
E em Giordano
Que ao subir para o estrado
Não encontrou na língua humana
Nem uma palavra que fosse
Com que se despedir da humanidade,
Desta mesma que perdura.

Já corriam a beber o vinho,
A vender as estrelas do mar,
A carregar na balbúrdia alegre
Os cabazes de limões e azeitonas.
Ele já estava muito distante deles,
Como se tivessem passado séculos,
Porém, apenas demorou um instante
Vê-lo voar entre as chamas.

Aqueles que morrem, solitários,
Já esquecidos pelo mundo,
Estranham a nossa língua,
Como se fosse de um planeta antigo.
Mas um dia tudo será lenda,
E então, muitos anos volvidos,
Num novo Campo di Fiori
A palavra do poeta ateará a revolta.

Campo di Fiori - Czeslaw Milosz

RESUMO

A presente dissertação se propõe articular a ideia de redes sociais e sites de relacionamentos virtuais, mais especificamente o *facebook*, ao conceito de Sociedade do Espetáculo de Guy Debord. Dentro dessa proposta, o texto e o filme homônimos, “Sociedade do Espetáculo”, são revisitados e trabalhados junto aos autores como Marx, Vargas Llosa, Khel, Azevedo e Bauman. Examinou-se a influência marxista em Debord, a ideia diferenciada de espetáculo concebida por Vargas Llosa e o estudo de Khel dos *realities shows* e da televisão norteados por Debord. Além disso, destacamos Azevedo e a questão da linguagem e suas transformações, e Bauman que deflagra a ideia de vigilância e reconhecimento nas redes sociais. O recorte do trabalho visou à compreensão dos relacionamentos pessoais nos *sites* de relacionamentos virtuais, então se passou por Hegel, Freud e Lacan para pensar a concepção debordiana de Desejo. Ademais, dentro desse panorama, construiu-se uma tessitura para uma melhor compreensão da conjuntura atual da *internet* e da sociedade sob o prisma do espetáculo para Debord e do *site facebook*, e finda em uma elaboração sobre a ressignificação dos relacionamentos pessoais e da sociedade a partir do dispositivo *facebook*. Concluiu-se que os sites de relacionamentos virtuais atendem à demanda, de forma aperfeiçoada, da Sociedade do Espetáculo, transformando os relacionamentos pessoais.

Palavras-chave: *sites* de relacionamento virtual, *facebook*, sociedade do espetáculo

ABSTRACT

The aim of this dissertation is to link the social networking sites, more specifically the facebook to Society of Spectacle concept of Guy Debord. In this proposal the homonyms text and movie "Society of Spectacle" have been revisited by authors like Marx, Vargas Llosa, Khel, Azevedo and Bauman. The Debord marxismo theory influences as well as the different idea of spectacle concept by Vargas Llosa and the Khel studies about TV realities shows, guided by him, were examined. Furthermore, we emphasize Azevedo language issues and their changes as well as Bauman ideas about the surveillance and recognition in networking. This work wants to understand relationships in the website, passing for Hegel, Freud and Lacan experiences in order to achieve a debordian Desire concept. Besides of this, we are attempting to reach better knowledge of current situation of internet and society from the Debord perspective of Spectacle also to re-signify relationships and society from facebook device.

Keywords: Society of Spetacle, facebook, relationships in the website

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Modelo de possibilidade: curtir; comentar; compartilhar	8
Figura 2	Modelo de área de publicação do <i>Facebook</i>	9
Figura 3	Cena do Filme “Sociedade do Espetáculo” – Guy Debord	11
Figura 4	Cena do Filme “Sociedade do Espetáculo” – Guy Debord	11
Figura 5	Montagem no <i>Facebook</i> com frases e personalidades incorretas	19
Figura 6	<i>Facebook</i> do pesquisador com publicação demonstrativa	21
Figura 7	<i>Garfield</i> , em episódio satírico sobre a televisão	26
Figura 8	Página de anúncio do <i>facebook</i>	34
Figura 9	Anúncio do <i>Facebook</i> , público alvo	35
Figura 10	Exemplo de pagamento ao <i>Facebook</i>	50
Figura 11	Imagem crítica sobre o <i>Facebook</i> do artista Pawel Kuczynski .	55
Figura 12	<i>Facebook</i> retratado como arma	61

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	5
1	REDES SOCIAIS VIRTUAIS: O <i>FACEBOOK</i> NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO	24
1.1	QUALIDADE E QUANTIDADE NOS CONTEÚDOS PUBLICADOS NO <i>FACEBOOK</i>	24
2	A ATUALIDADE DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: A PASSAGEM DA TELEVISÃO AOS <i>SITES</i> DE RELACIONAMENTO VIRTUAIS	43
2.1	<i>FAN-PAGES</i> (OU PÁGINAS DESTINADAS ÀS MARCAS, EMPRESAS E PERSONALIDADES PÚBLICAS – HOMENS-MARCAS)	49
3	<i>FACEBOOK</i>, VIGILÂNCIA E ESPETÁCULO	53
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64

INTRODUÇÃO

[...] O que obriga os produtores a participarem da construção do mundo é também o que os afasta dela. O que põe em contato os homens liberados de suas limitações locais e nacionais é também o que os separa [...] O que constitui o poder abstrato da sociedade constitui sua não liberdade concreta.¹

*Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected.*²

Essa introdução trata de um assunto tão comentado nas mais diversas esferas sociais da contemporaneidade: a relação entre a sociedade e os denominados “sites de relacionamentos virtuais” (SRVs), sob um viés que entende a importância de se compreender o “espetáculo” que implica essa relação. Pensa-se o espetáculo articulado às concepções do criador do conceito de “sociedade do espetáculo”, Guy Debord, com as ideias posteriores de espetáculo, internet, facebook, de autores como Vargas-Llosa, Bauman e Khel, além de outros. A partir dessa proposta, cogita-se sobre as possíveis transformações nas relações sociais e interpessoais com o surgimento dos “sites de relacionamentos virtuais”.

Existe uma curiosa passagem, nas “Confissões”³, de Santo Agostinho, que ilustra bem a concepção de espetáculo adotada historicamente nas mais diversas sociedades. Ela conta a história do “jovem Alípio” (descrição do Bispo Alípio de Tagaste), que fora muito amigo de Santo Agostinho. Alípio, quando se depara com os “espetáculos” gladiadores, não conseguira conter-se, e toda a sua predisposição moral para condenar tais atrocidades foram colocadas de lado, quase que automaticamente, e Alípio então passou a assistir muito entusiasmado, tais espetáculos. Tal é a descrição:

8. Quem ama o perigo [...] Sem de modo nenhum abandonar a carreira mundana que seus pais lhe pintaram mágica, partira, antes de mim, para Roma, a estudar Direito. Aqui deixou-se arrebatado incrivelmente pela

¹ DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 47

² SOBRE o *Facebook*. Disponível em <https://www.facebook.com/facebook/info>. Acesso em 12 de setembro de 2013

³ AGOSTINHO, S., Bispo de Hipona. **Confissões**. Tradução de J. Oliveira e A. Ambrósio de Pina. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p. 127.

excessiva avidez dos espetáculos gladiadores. Detestava a princípio, por completo, tais divertimentos. Uma vez, alguns amigos e discípulos, ao voltarem de um jantar, encontraram-no por acaso no caminho e levaram-no com amigável violência ao anfiteatro para assistir aos jogos cruéis e funestos daquele dia. Ele recusava com veemência e resistia dizendo: “Por arrastardes a esse lugar e lá colocardes o meu corpo, julgais que poderei fazer com que o espírito e os olhos prestem atenção aos espetáculos? Assistirei como ausente, sendo assim triunfante de vós e mais dos espetáculos”. Ouvindo estas palavras, levaram-no consigo ao anfiteatro, sem mais demora, com o desejo, talvez de observar se era capaz de cumprir a promessa. Apenas lá chegaram, ocuparam os lugares que puderam. Tudo fervia nas paixões mais selvagens. Ele, fechando as portas dos olhos, proibiu ao espírito de cair em tais crueldades. Oxalá tivesse também tapado os ouvidos! Num incidente da luta, um grande clamor saído de toda a multidão sobressaltou-o terrivelmente: vencido pela curiosidade e juntando-se preparado para desprezar e dominar a cena, fosse qual fosse, abriu os olhos. Imediatamente foi ferido na alma por um golpe mais profundo do que o que havia recebido no corpo o gladiador a quem desejou contemplar. Caiu mais miseravelmente do que aquele cuja queda se tinha levantado o clamor. Entrou-lhe este pelos ouvidos e abriu-lhe os olhos, por onde foi ferida e abatida a alma [...] Logo que viu o sangue, bebeu simultaneamente a crueldade. Não se retirou do espetáculo, antes se fixou nele. Sem saber, sorvia o furor popular, deleitava-se no combate criminoso, e inebriava-se no prazer sangrento. Já não era o mesmo que tinha vindo, mas um da turba a que se ajuntara, um verdadeiro companheiro daqueles por quem se deixara arrastar. Que mais direi? Presenciou, gritou, apaixonou-se e trouxe de lá um ardor tão louco que o incitava a voltar não só com os que o haviam arrastado, mas a ir à sua frente e arrastando os outros [...]⁴.

Santo Agostinho descreve o espetáculo como algo tão arrebatador que precede um momento de possibilidade de reflexão da pessoa. É como se o indivíduo, quando defronte ao espetáculo, seja “tomado”, ou “arrebatado”, e passa também a fazer parte da “turba”, ou da “multidão”.

Guy Debord é um dos autores que se propõe a articular a ideia de espetáculo na sociedade contemporânea. Nascido em 1931, em Paris, foi um dos pensadores que formou o movimento chamado *Internacional Situacionista* (IS), com outros intelectuais que eram provenientes dos círculos dadaístas e surrealistas parisienses. Em 1967 escreveu o livro *Sociedade do Espetáculo*, no qual cunha o conceito homônimo de “sociedade do espetáculo”, de forma dialética e aforística, com passagens que integram e formam um manifesto que fora lido e ganhou enorme fama entre os estudantes franceses que protagonizaram os eventos que ficaram conhecidos como as revoluções da Sorbonne, de 1968. Movimentos, nos quais a *Internacional Situacionista* teve grande participação e organizou ocupações em Paris, dentro e fora das Universidades. Dada a enorme fama do texto, Debord

⁴ AGOSTINHO, 2013, p. 127-128.

produz e escreve um filme homônimo, em 1973, “A Sociedade do Espetáculo”, em que as passagens do livro se mantêm originalmente, mas dezenas de imagens, junto com trilha sonora, são anexadas ao texto⁵.

O presente trabalho foi balizado na concepção, apresentada por Debord em texto e filme, na tentativa de compreender as transformações nas relações sociais com os SRVs e sua consequência na sociedade do espetáculo. Entender como a tecnologia, por meio de *sites* que se propõe a aumentar a interação dos seres humanos, transformam as relações sociais interpessoais, se é que transformam.

Entre os SRVs, o mais famoso e que ocupa grande parte das notícias, no meio acadêmico e social, quando tange ao assunto, é o *facebook*. Diversos filmes, livros, documentários tentam decifrar os motivos pelos quais fez e continua fazendo tanto sucesso, chegando em 2012 a marca de um bilhão de usuários ativos⁶ em todo o planeta, o que corresponde à praticamente um sétimo da quantidade de pessoas em todo o mundo.

O *facebook* é um site, no qual o usuário se cadastra e pode criar diversos álbuns de fotografias e descrições de sua vida, como preferências e gostos em seu “perfil pessoal”. Os modos de interação entre os usuários se dão quando um “curte” ou “compartilha” os conteúdos que são publicados pelo outro, que podem ser fotos, vídeos, *links*, textos e etc. Outro modo de interação é por publicação direta na “linha do tempo” (ordenação principal do perfil, no qual estão publicadas, em ordem cronológica, as mensagens, textos, músicas, *links*, de cada usuário), ou por mensagem privada de um para o outro. A Figura 1, abaixo, ilustra essas possibilidades.

⁵ GUY DEBORD, BIOGRAPHY, retirado em <http://www.egs.edu/library/guy-debord/biography/>, acessado em 11 de março de 2014

⁶ SOBRE o facebook, retirado em <https://www.facebook.com/facebook/info>, acessado em 11 de março de 2014

Figura 1 Modelo de possibilidade: Curtir; Comentar; Compartilhar



Fonte: <https://www.facebook.com/>

O exemplo da Figura 1 caracteriza bem o funcionamento do *facebook*. Na linha em que as publicações de outros usuários aparecem uma das publicações é da Organização das Nações Unidas (ONU), organização que o usuário segue. Na publicação, o usuário tem três opções. A primeira é “curtir”, que funciona como uma espécie de reforço positivo, ou seja, mostra que o usuário viu e gostou da publicação. A segunda é comentar, abre um espaço para que o usuário opine sobre o conteúdo que fora exposto, no caso uma notícia sobre o Conselho de Segurança da ONU. A terceira opção é a de compartilhar, opção em que o usuário repassa para os amigos a mesma publicação. Assim como aparece em seu *facebook*, passa a aparecer para os amigos que o usuário tem adicionado ao seu perfil pessoal. Esse tripé de possibilidades orienta toda a dinâmica de interação do dispositivo. O mesmo conteúdo pode ser compartilhado inúmeras vezes, alcançando um grande público. Também pode ser curtido ou comentado de acordo com o impacto que a publicação exerce sobre os outros usuários.

Além disso, o *facebook* encoraja o usuário a publicar incessantemente, ao questionar, na área da publicação de um conteúdo, que pode ser os mais diversos, tais como: texto, imagem, *link*, som, vídeo, com a seguinte indagação: - No que você está pensando? Como podemos ver na Figura 2.

Figura 2 Modelo da área de publicação do facebook



Fonte: www.facebook.com

O *facebook* apresenta-se de uma forma supostamente “horizontal”. Ou seja, sem censuras, sem hierarquias a partir de alguma demanda dos proprietários, sem preconceitos em relação à etnia, raça, cor ou credo de cada usuário. É como uma sociedade a parte em que todos seguem com uma foto do perfil, e com a possibilidade de ter uma “linha do tempo” editável e que possa ser “curtida” e “compartilhada”, estando permanentemente reconhecido pelos seus “amigos”. Em sua página inicial na descrição “sobre”, está a sucinta frase: “*Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected*”⁷.

Ainda, na página denominada “Mitos comuns sobre o *Facebook*”, a empresa afirma categoricamente que as informações dos usuários e suas respectivas publicações estão protegidas: “Você controla a forma como as suas informações serão compartilhadas. Nós não compartilhamos suas informações pessoais com pessoas ou serviços indesejados. Não concedemos acesso a suas informações para

⁷ “A missão do *Facebook* é dar as pessoas o poder de compartilhar e fazer o mundo mais aberto e conectado” (Tradução nossa). Disponível em <https://www.facebook.com/facebook/info>. Acesso em 11 de Setembro de 2013.

anunciantes. Não vendemos nenhuma de suas informações para ninguém e jamais o faremos”⁸.

A expressão conceituada pelo sociólogo Guy Debord, “sociedade do espetáculo” pode ser bem atual quando um dispositivo que contém um bilhão de usuários ativos se propõe a “dar o poder” para que as pessoas façam do mundo um mundo mais “aberto e conectado”, a indagação é urgente: O que muda com o advento de uma rede social que conecta todos em tempo real, via *smartphones* e computadores móveis? Será que existe maior intensidade nas relações ou elas se transformam na medida em que existem tecnologias que fornecem uma intermediação entre as pessoas? O mundo pode ser “aberto” e “conectado” ou a própria expressão é uma antinomia em termos? As relações sociais se transformam ou o próprio dispositivo que conecta as pessoas aparece de acordo com a demanda social existente?

O célebre livro do sociólogo Guy Debord é uma tentativa de leitura e diagnóstico social bem característica da modernidade. Carrasco de uma concepção estruturalista de mundo que imperava no meio francês dos anos sessenta e setenta, Debord levou a crítica social ao meio mais radical, e colocou a crítica em prática por meio da *Internacional Situacionista*, afrontando uma sociedade que ele considerava insustentável e pautada no espetáculo. Fez-se uso das referências de seu texto, mas também de seu filme homônimo no trabalho, pois, ao ser publicado posteriormente, o filme oferece, através de imagens, poderosos elementos que possibilitam entender o conceito de espetáculo para o autor. As tentativas de definição são muitas ao longo do texto e do filme, e já no início da produção cinematográfica tem-se uma interessante sequência de imagens para definir o espetáculo.

⁸ MITOS comuns sobre o *facebook*, retirado de: <https://www.facebook.com/help/369078253152594/>
Acesso em 11 de Março de 2014.

Figura 3 Cena do Filme “Sociedade do Espetáculo” – Guy Debord



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=A4FAJsFqHe0>⁹

Figura 4 Cenas do Filme “Sociedade do Espetáculo” – Guy Debord



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=A4FAJsFqHe0>¹⁰

⁹ DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Produção de Guy Debord. Paris, Simar Films 1973, 88m, pb, son.

¹⁰ Id. Ibid.

A sequência de imagens apresentada na Figura 3 e 4, são orientadas pela voz de Guy Debord, que declama seu texto, como é possível ver na imagem, “o espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo”. É claro que a compreensão dessa definição é facilitada pela orientação do espectador através das imagens. O autor fala sobre a inversão concreta da vida em contraposição ao não vivo, e apresenta uma sequência de imagens que traduz a fala. Na primeira é possível visualizar dois aparelhos televisivos, o que pode fazer alusão direta à televisão, ou à tecnologia. Na segunda imagem, ao se aproximar de uma das telas, o conteúdo, se referindo ao “movimento autônomo do não-vivo”, é impressionante pela movimentação dos carros que rapidamente se deslocam aos olhos do espectador. A autonomia do não vivo está aí, na imagem televisiva. E esse é o âmago da definição de Debord de espetáculo.

Tanto em texto quanto no filme, uma das passagens mais emblemáticas da ideia de sociedade do espetáculo está condensada no aforismo quatro, que diz que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”¹¹. Ou seja, o espetáculo, ocupado pela “inversão da vida” e pelo “movimento autônomo do não-vivo” é a relação social entre as pessoas, mediada por imagens. Porém, é complicado falar em uma contraposição entre o real e o falso, a realidade e a aparência. Pois seguindo esse movimento dialético, a realidade passa a surgir no espetáculo.

Debord afirmava que “a prática social, diante da qual se coloca o espetáculo autônomo, é também a totalidade real que contém o espetáculo”¹² e que “cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente”¹³. Ou seja, o espetáculo passa a ocupar o lugar de realidade em um movimento dialético em que a aparência sobrepuja a realidade.

Definir o espetáculo como conceito pétreo é entrar em desacordo com a ideia de movimento dialético, é cristalizar o que se transforma constantemente, por isso além das seguidas definições, Debord empresta imagem ao texto, em formato de filme.

¹¹ DEBORD, 1997, p. 14.

¹² Id. Ibid., p. 15.

¹³ Id. Ibid., p. 15.

Para a interpretação do conceito de espetáculo, fundada na tradição marxista (que Debord tanto se ampara), pode-se recorrer à ideia de aparência, que na visão crítica teórica se concilia, em primeiro, com as categorias de origem hegeliana, de aparência (*Schein*) e aparição (*Erscheinung*), que Marx relaciona com a troca e circulação de mercadorias e dinheiro, que entram em equivalência devido à aparência. Tal circulação, ao suprimir as etapas de sua produção, cria uma “objetividade fetichista”, que é imputada como uma relação “entre coisas”, não pela relação dos indivíduos durante a produção¹⁴. Portanto,

[é uma] aparência necessária, pois constitutiva da lei do valor que per se aparece, já na esfera da circulação, com a objetividade e com a necessidade de uma lei natural [...] não se constitui, em consequência, numa ilusão unilateral da consciência, mas sim numa ilusão que poderíamos dizer objetiva, na medida em que a experiência cotidiana das trocas monetário-mercantis, enquanto trocas de equivalentes¹⁵.

Esconde as relações sociais dos trabalhadores que produzem a mercadoria. Esse movimento constitui uma relação fantasmagórica entre as coisas, e não entre os próprios homens¹⁶.

De acordo com Aquino¹⁷, Debord não faz uma referência direta à questão imagética-sensório-visual da imagem, quando postula a ideia de uma relação social entre as pessoas, mediada por imagens.

Debord não faz primeiramente uma referência estrita à visão sensível, mas antes um “modo de produção, do qual o espetáculo seria, não um “suplemento”, ou uma “decoração acrescentada”, mas, justamente enquanto “forma de aparição do capital¹⁸”.

Orientado pela concepção de fetichismo de mercadoria, o espetáculo está na produção, como modo e produto, fundamentalmente na separação que o trabalhador tem de seu produto, é impossível se ver no produto. Essa relação social é uma forma em que as imagens e representações no espetáculo favorecem para que o trabalhador além de não se ver no produto, assuma uma posição única de espectador que contempla seus próprios feitos, e suas próprias relações, sem ao

¹⁴ AQUINO, João Emiliano Fortaleza de. Espetáculo, comunicação e comunismo em Guy Debord. *Kriterion*, Belo Horizonte, v. 48, n. 115, 2007, Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-512X2007000100010&lng=en&nrm=iso Acesso em 16 de abril de. 2014.

¹⁵ Id. Ibid.

¹⁶ Id. Ibid.

¹⁷ Id. Ibid.

¹⁸ Id. Ibid.

menos se reconhecer nelas¹⁹. Esse movimento articula duas consequências ao conjunto da realidade: “a expropriação da atividade autônoma, inseparável da expropriação da linguagem comunicativa”²⁰. Essas duas ideias estão intrínsecas na primeira análise efetuadas quanto às duas figuras retiradas do filme de Guy Debord.

Debord construiu sua teoria crítica por meio de um permanente embate dialético, seguindo um contínuo que desemboca na concepção de que o espetáculo é consequência, circunscrito, mas constituinte do real, e “[...] ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retorna em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva”²¹. Tais conceitos são contrapostos, mas transformados permanentemente na dialética que o autor observa para explicar a adesão social ao espetáculo, esvaziado da “realidade vivida”.

Não obstante Debord²² faz uma desconstrução da ideia de unificação que o espetáculo traz consigo.

Para Debord, “o espetáculo é a principal produção da sociedade atual”²³. Produção numa leitura mercadológica e sempre levando também em conta os processos da economia. De acordo com ele fazer uma leitura ou diagnóstico social estava imbricado na tarefa de articular economia e capitalismo em qualquer conceito psicossocial, dada a tradição marxista e sua proposição de reificação.

Ainda é de interesse para o trabalho a noção debordiana de tecnicismo e comunicação e, como isso se articula com a ideia de sociedade do espetáculo. De acordo com Debord²⁴ :

[...] se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea.

¹⁹ AQUINO, 2007.

²⁰ Id. Ibid.

²¹ DEBORD, 1997, p. 15.

²² Id. Ibid.

²³ Id. Ibid, p. 17.

²⁴ Id. Ibid., p. 21.

É porque essa “comunicação é essencialmente unilateral, sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração”²⁵.

É muito interessante a ênfase que Debord atribui à mediação entre um e o outro, a relação social entre as pessoas que passa a ser mediada por imagens, e como isso se estabelece para a manutenção do mandatório econômico. Parece uma previsão da importância da tecnologia nas relações que começa com a internet e atualmente se dá com os SRVs. Entender a mediação, talvez seja mais importante para pensar o que se transforma nas relações humanas, do que entender o conteúdo que transpassa a rede. Se a imagem é o conjunto mercadológico, no qual seu produtor não se reconhece, será que os usuários se reconhecem também como criadores do *facebook*? Pois se quem mantém uma rede de relacionamentos virtuais é quem incessantemente pública e cria conteúdos, será que os usuários conseguem se enxergar como trabalhadores desse dispositivo?

É essa alienação em relação ao produto-mercadoria que transforma a ideia de comunicação entre as pessoas, “ora, se a alienação da atividade produtiva se revela, quando as relações mercantis se universalizam na totalidade das experiências e relações cotidianas, como essencialmente o ‘contrário do diálogo’”, é precisamente porque, segundo Debord, “a expropriação da atividade produtiva no capitalismo pressupõe a – e resulta necessariamente na – perda da comunicação direta entre os produtores”²⁶.

A interpretação de Aquino²⁷ sugere que a ideia de sociedade do espetáculo de Debord é amparada fundamentalmente na expropriação da atividade autônoma e a comunicação é suprimida pela expropriação da linguagem comunicativa. Essas duas consequências, diretamente ligadas à concepção marxista de reificação, na relação social entre as pessoas, é fetichizada como imagem em permanente contemplação. Sobre a ideia da sobrepujança alienatória da reificação em relação à comunicação e a relação entre as pessoas, e não entre as coisas, trabalhar-se-á mais a frente, pois a ideia tange essencialmente, no que se pode elaborar como conclusão. Não obstante, como se está a falar sobre relação entre pessoas mediada

²⁵ DEBORD, 1997, p.15

²⁶ AQUINO, 2007

²⁷ Id. Ibid.

por imagens, ainda que essas imagens não se refiram à questão imagética-sensório-visual e, sim à supressão da linguagem comunicativa e o não reconhecimento dos produtores e das etapas de produção em seu produto-mercadoria; ainda se fala de relacionamentos interpessoais que são atravessados por algo (ou mediados). A expressão “sites de relacionamentos virtuais”, amplamente divulgada pelos pioneiros de redes como *facebook*, *instagram*, *twitter* e outros, que protagonizam cenas na mídia e intrigam a academia, ainda falam de relacionamentos virtualizados. Ou seja, se remetem naturalmente à noção marxista/debordiana e pode-se tentar fazer uma primeira simples analogia em relação à famosa máxima de Debord, algo como “a sociedade do espetáculo é uma relação social entre as pessoas, mediada pela virtualidade”.

E é aí que essa conceituação se toca com a ideia de uma comunidade virtual, os ditos SRVs. O *facebook* é pretensamente universal, “mundialmente conectado”, no qual as barreiras fronteiriças entre as nações não imperariam. E mais, em tese, qualquer um pode fazer parte dessa grande comunidade, sem que ela seja norteadada por interesses de alguns grupos específicos. Como, também, os dados dos usuários estariam protegidos, pela legislação vigente dos Estados Unidos (e pelas leis internacionais), e de cada um dos países, nos quais o *facebook* possui escritório e atuação²⁸. Mas, em um espaço que é administrado por um grupo específico e por demandas e interesses característicos de mercado (afinal, o *facebook* é capital aberto na bolsa de valores dos Estados Unidos, *Dow-Jones*), políticos e pessoais também podem ditar e nortear os caminhos que o mesmo segue.

Aliás, sob um viés debordiano, SRVs assemelham-se a uma expressão de contraposição, um paradoxo, pois para ele “a separação é o alfa e o ômega do espetáculo”²⁹ e “do automóvel à televisão, todos os bens selecionados pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das ‘multidões solitárias’”³⁰. Se a proposta é fazer com que as pessoas se relacionem, por que então Debord se refere à sociedade do espetáculo como uma produtora de “multidões solitárias” (clara referência ao conceito de “multidão solitária”, publicado em livro homônimo por David Riesman, em que o mesmo faz

²⁸ SOBRE o *Facebook*. Disponível em <https://www.facebook.com/facebook/info>. Acesso em 12 de setembro de 2013

²⁹ DEBORD, 1997, p. 21.

³⁰ Id. Ibid., p. 23.

uma análise cultural da modernidade embasada na antinomia entre uma sociedade extremamente plural e conectada e ao mesmo tempo ultra individualista, a criação então de multidões solitárias)?

Para Debord, a questão da sociedade do espetáculo é “unificar a terra como mercado mundial”³¹. A visão marxista da totalidade das relações intermediadas por imagens e amparadas como mercadoria. Lembremos, pois do cuidado necessário para fazer uma transposição teórica crítica de um determinado momento histórico para outro. Porém, parece que Debord faz uma leitura enérgica do porvir: Meios de comunicação integrados mundialmente, aparentemente sem barreiras mercadológicas e nacionais, numa pretensa unidade irascível. A denominação “sites de relacionamentos virtuais” representa, por si só, o significado da tentativa de ruptura, por meio da tecnologia, com qualquer sentimento de solidão. Porém, no espetáculo debordiano, “[...] o que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado”³².

Debord sempre lança mão da concepção de transformação social, a partir de uma leitura que engloba economia e mercado. Quando se pensa numa tentativa de “unificar a terra como mercado mundial”, é possível citar a tão comentada interação da mídia em publicar sobre fenômenos de sucesso advindos do meio virtual. Entender as informações e lucrar em decorrência das demandas que aparecem sobre a leitura das informações obtidas na rede, que passa a *status* de espaço de consumo, e espaço é uma noção muito característica quando referido à internet.

Para Debord³³:

a produção capitalista unificou o espaço, que já não é limitado por sociedades externas. Essa unificação é ao mesmo tempo um processo extensivo e intensivo de banalização. A acumulação de mercadorias produzidas em séria para o espaço abstrato do mercado, assim como devia romper as barreiras regionais e legais e todas as restrições corporativas da Idade Média, que mantinham a qualidade da produção artesanal, devia também dissolver a autonomia e qualidade dos lugares. Essa força de homogeneização é a artilharia pesada que faz cair todas as muralhas da China.

³¹ DEBORD, 1997, p. 29.

³² Id. Ibid., p. 23.

³³ Id. Ibid, p. 111.

Mais a frente, volta-se a discutir sobre essa noção da supressão de espaços, também comentada por Bauman e sua ideia de transformação da vigilância, do estático ao que se transforma de acordo e com a rapidez da demanda.

Essa definição de homogeneização, que os frankfurtianos estenderam absolutamente à arte e as ciências humanas, (que se referia à tentativa da Indústria Cultural de homogeneizar a cultura, de maneira rasa e uniforme), supostamente vão ao encontro necessário entre mercado e internet. Na realidade, a própria legislação se confunde ao lidar com fenômenos que acontecem no “mundo virtual”. É difícil estabelecer limites e barreiras para pensar os relacionamentos virtuais de quaisquer instâncias. Em contrapartida, é difícil pensar o que realmente altera de modo efetivo nos relacionamentos humanos. Se os ciúmes, as revanches, o ódio, o amor, todas as características do comportamento humano se prolongam invariavelmente imutáveis, no meio dito “virtual”, talvez existam limites bem definidos da transformação relacional nestes meios.

Espaço unificado ou aparentemente unificado? Debord afirma:³⁴ “essa sociedade que suprime a distância geográfica recolhe interiormente à distância, como separação espetacular”. O paradoxo sobre a ocupação do espaço é definido por Debord sem que o autor se deparasse com a possível resolução (por parte do mundo capitalista) da questão irresolúvel sem a ascensão de um espaço que não tomasse os campos, assim formulada pelo autor:

a história que ameaça este mundo crepuscular é também a força que pode submeter o espaço ao tempo vivido. A revolução proletária é a crítica da geografia humana através da qual os indivíduos e as comunidades devem construir os locais e os acontecimentos correspondentes à apropriação, já não apenas de seu trabalho, mas de sua história total. Nesse espaço movente do jogo, e das variações livremente escolhidas das regras do jogo, a autonomia do lugar pode se reencontrar, sem reintroduzir um apego exclusivo ao solo, e assim trazer de volta a realidade da viagem, e da vida entendida como uma viagem que contém em si mesma todo o seu sentido³⁵.

Demanda interessante apontada por um Debord relativamente otimista, eis que a produção de um “espaço virtual” serve para suprir a “autonomia do lugar”, que traga “de volta a realidade da viagem”, que “contém em si mesma todo o seu sentido”.

³⁴ DEBORD, 1997, p. 112.

³⁵ Id. Ibid., p. 117.

É inegável a semelhança entre os paradoxos advindos dos SRVs e a construção teórica crítica de Debord sobre uma sociedade do espetáculo, na medida em que tais *sites* parecem se apresentar, realmente, como um “microcosmos” ilustrativo da concepção debordiana do espetacular, pensando o espetáculo como a frase emblemática, o que é a relação social entre as pessoas, mediada por imagens.

Produto e/ou produtor (mesmo que não tenha consciência disso) de um espetáculo, em que cada um de seus partícipes pode escrever e editar sua aparência para os seus “amigos”. A “linha do tempo” é cronológica crescente, ou seja, o usuário consegue pesquisar publicações de conteúdo dos outros desde sua entrada no *facebook*. E, para além, é possível editar o passado, na medida em que, o usuário tem acesso à alteração de dados como sua data de nascimento ou suas formações escolares, que também fazem parte de sua página.

Lidando com esse acesso, o usuário pode cunhar a própria história de vida (virtual) da maneira que bem entender ideal para mostrar aos outros. O que se especula, o que se espelha e o que se espalha. Como ilustrado na Figura 5, abaixo.

Figura 5 Montagem no *Facebook* com frases e personalidades incorretas



Fonte: <http://tecnologia.uol.com.br/album/2012/04/03/internautas-fazem-montagens-envolvendo-frases-falsas-e-personalidades-fora-de-contexto.htm#fotoNav=5>³⁶

³⁶ Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/album/2012/04/03/internautas-fazem-montagens-envolvendo-frases-falsas-e-personalidades-fora-de-contexto.htm#fotoNav=5> Acesso em 13 de abril 2014.

O que é visível, numa rápida apreciação, pelos outros usuários, é a última publicação da pessoa, ou seja, suas atualizações. Pode-se pensar que isso remete a ideia de que o presente está sempre perpetuando e mediando as informações dos usuários, que as publicações, assim como o produto-mercadoria, também se relacionam. Debord divide a sociedade espetacular em cinco aspectos principais: “a incessante renovação tecnológica, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo”³⁷.

É interessante como a Figura 5 demonstra a possibilidade de edição e o que Debord chamou de “a mentira sem contestação”. Na imagem sobre os quinze anos da morte de Renato Russo, quem protagoniza a cena, o rosto, é Cazuza, e centenas de usuários desconhecedores ou desapercivelmente, rapidamente começam a curtir e compartilhar o conteúdo, sem nenhuma precisão de conferência da fonte na qual ela fora retirada (ou construída). Esse é um exemplo que bem simboliza a “mentira sem contestação”, sem o mesmo crivo do jornalista que confere a fonte antes de publicar algum conteúdo, o usuário do *facebook* compartilha o que acha a primeira vista interessante. Esse é um dos significantes da sociedade do espetáculo que é bem caracterizado no *facebook*. Os exemplos são inúmeros e a imagem fora retirada de um especial, promovido por um *site* de tecnologia, que diante das inúmeras possibilidades, reconhece que as edições e montagens podem conter manipulações políticas, ideológicas e até pessoais. Quer dizer, qualquer pessoa ou grupo pode ser alvo de uma manipulação imagética ou até de forma ingênua, sem conhecimento, alguém pode criar uma dessas imagens, que será compartilhada com o aval da verdade (pois se é muito compartilhada, deve ser real, como será visto a seguir).

O fato de se deparar ao entrar na página de algum usuário, com uma imagem de seu rosto e com sua última atualização caracteriza bem uma ideia de presente perpétuo. Pelo menos a primeira vista, pouco importa a história de vida de alguém (que também é editável), toda a dimensão histórica é sobrepujada por uma aparência primeira: A imagem da face e a última atualização. O presente se perpetuando incessantemente e o passado esvaziado, com conteúdos latentes e editáveis. A Figura 6, a seguir, demonstra essa forma de perpetuação

³⁷ DEBORD, 1997, p. 175.

Figura 6 Facebook do pesquisador com publicação demonstrativa



Fonte: www.facebook.com ³⁸

A Figura 6 bem exemplifica a imagem do usuário ao lado esquerdo, e o presente se apresentando na “linha do tempo”, apenas pela aparência do último conteúdo, é o que se constitui agora e sua supressão histórica. No caso, o pesquisador escrevera apenas “presente”.

Na denominada “linha do tempo” do *facebook*, é possível editar os conteúdos passados. Excluir partes da história pessoal que o usuário já não quer que os outros tenham acesso. Por exemplo, se um casamento chega ao fim, é possível (e talvez necessário), que os agora separados excluam os álbuns em que contenham fotos juntos, os conteúdos que faziam alusão ao relacionamento e tudo que se refira ao passado. É o que não pode ser demonstrado para que não tenha uma possível interferência no futuro. Em contrapartida, o que é passado é atualizado de maneira constante ao que se propõe a pesquisar sobre outro usuário na rede social. Ou seja, se o outro usuário não tomar o devido cuidado, é possível se deparar com conteúdo que revelem incoerências, antíteses e paradoxos com o que ele mesmo vive agora. Nesse sentido existe certa revelação histórica virtualizada de cada usuário, ainda que com a possibilidade de edição.

³⁸ Retirado de www.facebook.com, acesso em 13 de abril de 2014.

A rede social é ambivalente, na medida em que ao mesmo tempo, é editável, é também estática. Se para Debord, um dos âmagos do espetáculo é o mundo “sem memória”³⁹, em que o conhecimento histórico é suprimido, analogia clara a ideia de desmemoriação marxista em que o produtor não se reconhece nem no produto nem nas etapas de produção, e também que o produto, em sua aparência, é desprovido das etapas em que passou para culminarem no que é e em como aparece.

O *facebook* anuncia uma linha do tempo histórica cronológica bem definida. Porém, é a linha do tempo, não da história da pessoa, mas de sua história na rede social (e mais, com a possibilidade permanente de ser editada). Logo, depara-se com a realidade de um passado editável e de um presente, perpétuo e aparente, todo esse funcionamento remete às ideias marxistas do fetichismo e da reificação, mas mais, a ideia debordiana de espetáculo, em que o que se apresenta, passa a virar verdade, “eternamente novidade”, o que Debord pontuou como um dos principais aspectos da sociedade do espetáculo, a incessante renovação tecnológica⁴⁰.

Se, o presente perpétuo é uma realidade inerente ao *facebook*, é pertinente colocar em xeque sempre a questão espaço-temporal nos SRVs, e mais propriamente em todo o universo virtual. Caso se discutisse um pouco sobre a questão da transposição dos limites virtuais (que talvez, como parte do espetáculo, não estejam realmente transpostos) e do tempo “presente perpétuo” nos SRVs cair-se-ia na discussão antiga, mas não obsoleta sobre o tempo e o espaço, na forma que se apresenta no espetáculo tanto virtual ou virtualizado.

Se a pergunta inicial era sobre o que se transforma nos relacionamentos pessoais a partir dos SRVs, já se percorreu aqui um caminho, em Marx e Debord, para o entendimento que as noções de fetichismo de mercadoria, reificação e o próprio espetáculo também contêm imbricadas nas relações pessoais, na ideia de que as relações entre coisas e através do aparente suprimem a relação entre pessoas, e a internet passa a figurar como personagem desse funcionamento, a partir do momento, em que se propõe a mediar à interação das pessoas. De que interação se trata? Será que existiria um momento anterior, no qual as relações pessoais poderiam ser diretas, quer dizer, sem uma intermediação artificial? É uma

³⁹ DEBORD, 1997, p. 177.

⁴⁰ Id. Ibid., p. 175.

das questões propostas a pensar nos próximos capítulos e também nas considerações finais.

REDES SOCIAIS VIRTUAIS: O *FACEBOOK* NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

1.1 QUALIDADE E QUANTIDADE NOS CONTEÚDOS PUBLICADOS NO *FACEBOOK*

“O mundo visual é narcísico: o espetáculo do mundo visual é o espelho do sujeito.”⁴¹

A enormidade de conteúdos “curtidos” e “compartilhados” faz com que exista um movimento circular entre as publicações do mundo virtual que possivelmente exerça alguma forma de interferência na realidade cotidiana, e vice-versa. Desde vídeos pornográficos amadores, denúncias, textos e até manifestos que inspiram protestos, o meio virtual é parte de uma técnica empregada para alcançar multidões de forma avassaladora, da comunicação ao *marketing*. Sem um padrão bem definido, alguns conteúdos “caem na graça” dos internautas e fazem com que providências sejam tomadas a partir dessas informações. Protestos e mobilizações protagonizam os noticiários sobre os chamados “virais” na internet.

Fenômenos virais são aqueles que, em analogia ao vírus, se multiplicam infinitamente no meio virtual, muitas vezes sendo difícil identificar o seu início, se alastram de forma caótica na *web*. Tal movimento é potencializado nas redes de relacionamentos virtuais.

Debord explica que na sociedade do espetáculo, a cisão entre qualidade e quantidade já não existe mais, o que importa agora é o que mais aparece, e seu conteúdo não é posto a um verdadeiro exame qualitativo; se fez sucesso e caiu na

⁴¹ QUINET, Antônio. **Os Outros em Lacan**. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2012 p. 23.

“graça” do espetáculo, é porque é bom, e o oposto também é verdadeiro: se é bom, é porque fez sucesso⁴².

Isso remete diretamente aos dispositivos de relacionamentos virtuais, tais como *facebook*, *twitter*, *youtube*, *whatsapp* entre outros. Conteúdos considerados interessantes (o que não necessariamente é, pois conteúdos distintos de cunho humorísticos ou sarcásticos também se tornam virais) são exatamente os que foram mais compartilhados, mais assistidos, mais reproduzidos. Não existe uma barreira qualitativa, somente quantitativa em relação ao que é consumido. O sucesso já não depende de uma evolução de qualidade, mas de uma predisposição do conteúdo para se transformar num “viral”⁴³. O que é mais compartilhado tem sucesso. E tal máxima independe da qualidade do conteúdo que fora compartilhado, mas depende da contemplação absoluta e passiva por parte de uma grande quantidade de usuários.

Neste sentido, define bem Debord⁴⁴

o espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência.

São inúmeros os escândalos proporcionados por publicações no *facebook* que se transformaram em virais e que, em um exame *a posteriori*, foram considerados farsas. Desde montagens envolvendo políticos, com informações falsas até ditados ou citações que não são dos autores que aparecem nas fotos. O *facebook* colocou em xeque o direito autoral e também a nítida divisão entre o espaço público e o privado, e invariavelmente isso retoma à contemplação passiva da aparência. Mas ao invés de ostentar uma bandeira de libertação da autoria, o que aparece são “passagens culturais” difusas e confusas, ou de outras ordens (políticas ou empresariais), que, veladamente, podem manchar a imagem de uma empresa ou de uma personalidade pública. Se o que é compartilhado algumas milhares de vezes é bom, como alguém pode entrar em contraposição ao conteúdo vinculado na

⁴² DEBORD, 1997, p. 16.

⁴³ Viral é o termo usado para se referir aos conteúdos que são compartilhados em quantidade altíssima.

⁴⁴ DEBORD, op. cit., p. 16.

sociedade do espetáculo? *"If it says it on television, It Must Be True!"*⁴⁵ é a verdade entoada pelo gato Garfield (Figura 7) em um episódio satírico veiculado na televisão.

Figura 7. Garfield, em episódio satírico sobre a televisão



Fonte: <http://cdn.static.ovimg.com/episode/226235.jpg>⁴⁶

A Figura 7 mostra o famoso gato Garfield em um episódio satírico que faz uma crítica sobre os conteúdos apresentados pela televisão. Em uma ideia semelhante a de Debord, o gato afirma, de forma irônica, que “o que aparece na televisão, deve ser verdade”, esse é o crivo do conteúdo, é verdade se aparece na televisão, e vice-versa.

Sobre esse crivo em relação ao conteúdo e a imagem-mercadoria, Debord afirma:

a fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual todo “ter” efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela [...]⁴⁷.

⁴⁵ Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Garfield_and_Friends_episodes, Acesso em 10 de Setembro de 2013.

⁴⁶ Disponível em: <http://cdn.static.ovimg.com/episode/226235.jpg>, Acesso em 22 de Outubro de 2013.

⁴⁷ DEBORD, 1997, p. 18.

A aparência sobrepuja a memória e o registro da historicidade. Aliás, qualquer possibilidade verdadeira de história. Mas é na história que a edição tem caráter manipulador do porvir, do que pode acontecer. Debord assinala que “os possuidores da história colocaram no tempo um sentido: uma direção que é também um significado”⁴⁸. O espetáculo fez com que a história mundial se unificasse, de forma que “o tempo irreversível unificado é o do mercado mundial e, corolariamente, do espetáculo mundial”⁴⁹. Essa ideia é a de uma historiografia mundial que não permite divisões culturais menores, a história coopta, assim como Roma cooptava outros deuses ao invés de destruí-los, a história coopta as múltiplas histórias do mundo para transformá-las em uma pretensa unidade.

Essa é uma realidade bem visível nos meios virtuais quando o mecanismo do *facebook* permite a edição do “tempo histórico” da “linha do tempo” virtual. Pode ser a representação de um mundo da “recusa intra-histórica da história”⁵⁰.

A proposição de Debord é de que o proletariado revolucionário teria o dever de retomar essa consciência histórica.

Ao pensar o esquema proposto pelo *facebook*, seria pretencioso fazer um paralelo direto com a proposição de concepção de espetáculo de Debord, no esvaziamento da historicidade, no alargamento da aparência fugidia em detrimento da realidade histórica. Porém, é interessante cogitar que o acesso, pelo menos *a priori*, que os usuários têm, uns em relação aos outros, é de um nome e uma “imagem de perfil” (*facebook*, o livro dos rostos). O *facebook* possui inclusive uma legislação própria, em que existe uma política de boa conduta, necessária para que o usuário possa se cadastrar no *site*. Uma das regras, por exemplo: “ao publicar o conteúdo ou informações usando a opção Público, significa que você permite que todos, incluindo pessoas fora do *Facebook*, acessem e usem essas informações e as associem a você (isto é, seu nome e a foto do perfil)”⁵¹, ilustra bem a ideia, de que os usuarios se deparam, pelo menos em primeira instância, com uma representação aparente (mesmo que seja um nome de usuário e uma imagem de perfil).

⁴⁸ DEBORD, 1997, p. 91.

⁴⁹ Id. *Ibid.*, p. 101.

⁵⁰ Id. *Ibid.*,

⁵¹ Disponível em <https://www.facebook.com/legal/terms>. Acesso em 11 de Setembro de 2013.

Sendo assim, ainda que possua legislação característica, parece seguir modelos de leis internacionais e baseadas na legislação norte-americana. Em tese, um dispositivo que está circunscrito num mundo espetacular, também conterà características inerentes à sociedade do espetáculo, assim como é difícil fugir da lógica do capital estando imerso no capitalismo. Ou seja, se a sociedade, e a relação pessoal é mediada por imagens ou representações, o *facebook* também o será. Isso não significa que é produtor dessa realidade espetacular, mas se o espetáculo precede à invenção, é produto do espetacular, mas com significantes bem interessantes, que ilustram de uma maneira mais clara algumas concepções debordianas da sociedade. Aliás, talvez mais claras, do que quando comparadas ao mundo dos anos sessenta e setenta, quando tais mediações por representações, imagem, ou relação entre as coisas não detinham a profissionalização de um espaço virtual.

Inspiração para a aspiração filosófica de Debord, Hegel considerava o sujeito numa eterna empreitada em busca de reconhecimento. De fato, usa inclusive uma citação de Hegel como epígrafe do capítulo IX, chamado “A ideologia materializada”, no qual menciona: “A consciência de si existe em si e para si quando e porque ela existe em si e para si diante de uma outra consciência de si; isto é, ela só existe como ser reconhecido”⁵².

O fato da própria consciência de um si ser existencialmente subordinada ao reconhecimento é bem ilustrada e materializada na rede social, em que o usuário é frequentemente “curtido” e “compartilhado”, duas ações que em última instância podem ser interpretadas como um frequente reconhecimento.

A pessoa que, sozinha, escreve ou república algum conteúdo que acha interessante, é colocada diante de centenas de outros usuários no meio virtual, e é possível que sua escrita ou quaisquer ações nesse meio sejam “curtidas” ou “compartilhadas”. Que outra forma mais direta, atualmente, de se dizer que está “ouvindo” alguém? Que a resposta a indagação frequente do dispositivo “No que você está pensando?”, seja lida por dezenas de outros usuários, e quisá compartilhada com outra dezena.

⁵² apud DEBORD, 1997, p. 101.

É preciso pontuar que a tradição marxista é amparada e continuada na dialética hegeliana, e Debord⁵³ afirma que “Hegel quer compreender um mundo que se faz a si mesmo [...] assim ele só superou a separação em pensamento”. A crítica ao idealismo hegeliano, não obstante, fundamenta as correntes teóricas tanto em Marx, quanto Stirner e Bakunin, do proletariado, sintetizando a dialética marxista que é inspirada e espelhada na dialética hegeliana.

Para cogitar sobre o reconhecimento, tanto nas redes de relacionamentos virtuais quando na realidade, é preciso pensar o Desejo.

Em Hegel, o reconhecimento (*Anerkennen*) é ponto essencial e consequência de uma “luta na qual um dos dois Desejos terá de ser destruído, pois reconhecer o Desejo do outro é fazer seu o valor que o Desejo do outro representa”⁵⁴.

A concepção hegeliana de Desejo precede e influencia toda a formulação freudiana, com a inclusão do conceito de inconsciente no Desejo humano. Para Hegel, a passagem do Desejo Animal para o Desejo humano (condição inerente para a possibilidade de emergir o sujeito) se dá quando esse Desejo não se direciona mais para algo natural, mas sim para algo não-natural, ou um “valor”, pois assim supera o “real enquanto coisa, enquanto dado natural”⁵⁵.

O Desejo passa de animal para humano quando deixa de lado o natural e um Desejo se dirige para o outro. Mas a partir do momento em que o outro reconhece o meu desejo, ele passa a se submeter aos valores de representação do meu Desejo, numa luta em que um dos dois arrisca a vida por um reconhecimento⁵⁶. Porém,

para que o vencedor seja reconhecido pelo outro, é imprescindível que o outro permaneça vivo. Isso só é possível se o perdedor, não querendo morrer, aceita ser submetido e, nessa medida reconhece o vencedor como seu senhor, reconhecendo-se a si mesmo como escravo⁵⁷.

A consciência de si, a “autoconsciência só existe enquanto reconhecida”⁵⁸ e esse é o cerne da proposição hegeliana do permanente embate que forma a “dialética do Senhor e do Escravo”. O desejo não é sobre o outro, mas sobre a submissão do outro ao próprio desejo.

⁵³ DEBORD, 1997, p. 50

⁵⁴ GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. Freud e o inconsciente. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005, p.142.

⁵⁵ Id. Ibid., p. 142.

⁵⁶ Id. Ibid., p. 143.

⁵⁷ Id. Ibid., p. 143.

⁵⁸ Id. Ibid., p. 143.

Essa formulação hegeliana pressupõe que só exista um “Eu” humano em uma relação dialética permanente com um outro, do qual o Eu depende de seu reconhecimento para Desejar. A questão do reconhecimento em Hegel é de tamanha importância que será retomada na interpretação de Bauman, em relação aos SRVs. Ainda, essa ideia de Desejo influenciaria Freud e Lacan em suas formulações acerca do conceito, e não obstante, Lacan repetiria obsessivamente a máxima do poeta Rimbaud: “*Je est un Autre*”.

Aliás, Lacan fundamenta o nascimento do eu na formulação da ideia de estágio de espelho. O estágio do espelho seria o ponto fundamental para a constituição de uma imagem de si. Consiste-se na concepção de que as crianças “entre 6 meses e 18 meses de idade se reconhecem e reagem de forma entusiasmada quando percebem sua própria imagem no espelho [...] Até então, a imagem de seu corpo encontrava-se incompleta, fragmentada⁵⁹”. É a imagem especular que ajuda a criança ter noção do próprio corpo, seus limites e sua imagem. Esse reflexo ajuda e orienta a criança ter uma apreensão global e unificada de seu próprio corpo, seus movimentos, seus limites. A criança imagina seu corpo como unidade, imagem ideal, e concebe lá no espelho, em uma ordem do imaginário, um eu ideal⁶⁰. O espelho confere uma imagem acabada e inteira, que o sujeito tomará como referência por toda a sua vida. Safatle⁶¹, afirma que:

no caso humano, a imagem ideal poderia induzir o desenvolvimento por ser modo de entrada em trama sociossimbólica. A imagem do irmão, do pai, da mãe são partes de um drama, contração de toda uma história normalmente ligada à estrutura família. Ou seja, seu valor vem de ela articular-se a um núcleo social no qual o sujeito procura se inserir.

Isso demonstra a concepção lacaniana, de que a formação do sujeito ocorre pelas identificações sucessivas que o constituem. Sobre a máxima “eu é um outro”, Kehl revela que “o poeta denuncia a estupidez dos que acreditam no significado falso da palavra eu, e ri da crença desses esqueletos que se acreditam autores do que escrevem⁶²”. O Outro, na imagem especular, no olhar, na trama sociossimbólica preexistente faz parte do processo de transformação da criança em sujeito. Mas, o

⁵⁹ apud CAVALCANTI

⁶⁰ Id. Ibid.

⁶¹ apud CAVALCANTI

⁶² KEHL; M. R. **O eu é um outro**, 2005, Disponível em <http://www.mariaritakehl.psc.br/conteudo.php?id=125>, retirado em 5 de Maio de 2014.

que aparece no espelho é uma miragem, apenas a representação do bebê. O filósofo Dorfman⁶³ pontua, “se, por um lado, ela é necessária para unificar as sensações de seu corpo fragmentário, ou seja, para reconhecer seu corpo e controlá-lo, por outro, ela provoca um efeito alienante, decisivo para o desenvolvimento ulterior do sujeito”. Lacan estrutura essa ideia amparado na luta permanente pelo reconhecimento, contida em Hegel, como já tratado, mas diferencia em relação à constituição do sujeito e da consciência, como explica Quinet:

[...] o eu, reduplicado por sua imagem especular, é como o revirar da luva do direito para o seu avesso. Essa inversão ou reviramento presente na formação do eu mostra a ilusão da autoconsciência: a imagem do próprio corpo é enganosa e a consciência é a instância do desconhecer⁶⁴.

É nessa concepção de consciência, em Lacan atravessada pelo imaginário e pelo simbólico, que as teorias entram em embate.

Mas Lacan ainda concebe o Desejo de forma interessante, que funciona, em sua visão, imbricado na falta:

O desejo, função central em toda experiência humana, é desejo de nada que possa ser nomeado. É, ao mesmo tempo, este desejo que se acha na origem de qualquer espécie de animação. Se o ser fosse apenas o que é, não haveria nem sequer lugar para se falar dele. O ser se põe a existir em função mesmo desta falta. É em função desta falta, na experiência de desejo, que o ser chega a um sentimento de si em relação ao ser. É do encaixe deste para além, que não é nada, que ele volta ao sentimento de um ser consciente de si, que é apenas seu próprio reflexo no mundo das coisas. Pois, ele é o companheiro dos seres que estão aí diante dele, e que, com efeito, não sabem que são⁶⁵

Fazer essa passagem sobre a concepção de Desejo em Hegel, Freud e em Lacan (interprete da teoria freudiana) é importante, pois Debord faz uma referência precisa e muito importante a máxima de Freud, célebre e de uma controversia gigante: “*Wo Es war, soll Ich werden*”, que de acordo com o professor de literatura alemã e psicanalista Pedro Heliodoro Tavares, pode ter diversas traduções possíveis: “onde estava, devo advir; onde isso estava, devo advir; onde estava isso,

⁶³ DORFMAN, Corpo segundo Merleau-Ponty e Lacan. Retirado em <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/03/corpo-segundo-merleau-ponty-e-lacan/>, acessado em 2/Maio/2013

⁶⁴ QUINET, 2012, p. 25.

⁶⁵ LACAN, J. **Seminário**, livro 2: o eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise; 2ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2010, p.302

deve advir eu; onde isso estava, devo tornar-me; [...] e a sugestão de Lacan: *Là où c'était, il me faut advenir*. (Lá onde isso estava, devo (-me) advir)⁶⁶.

Debord então reescreve a máxima da seguinte forma, “no lugar em que havia o isso econômico, deve haver o eu”⁶⁷, e segue a interpretação de que o sujeito precisa emergir no que chama de “isso econômico”, no espaço em que não existe a consciência da luta de classes e do próprio desejo, e que os trabalhadores deveriam ter a consciência do seu trabalho, das etapas e das relações que envolviam, mas que na sociedade do espetáculo a mercadoria passa por contemplação de si mesma, sobrepujando a consciência dos trabalhadores⁶⁸.

Voltando à importância da dialética hegeliana para a fundamentação do pensamento de Debord, percebe-se que apesar da crítica ao idealismo de Hegel, é em sua dialética que Debord se ampara para cunhar o conceito de espetáculo. Nesse sentido considera que o espetáculo fez com que a possibilidade dialética fora suprimida pelo estático. Para Debord

[...] no pensamento dominante da sociedade atual, a contemplação do movimento da economia é a herança não invertida da parte não dialética da tentativa hegeliana de um sistema circular: é uma aprovação que perdeu a dimensão do conceito e que já não precisa de um hegelianismo para se justificar, pois o movimento que se trata de louvar é apenas uma parte do mundo, sem ideia, cujo desenvolvimento automático domina o solo⁶⁹.

O atribuído como “sociedade portadora do espetáculo”, exerce uma dominação das regiões “subdesenvolvidas” do globo, com, e pela via do Desejo. Mas a ideia de Desejo em Debord se diferencia do caminho percorrido por Freud e Lacan, apesar de fazer referência à falta. Em Debord, a consciência do desejo e o desejo da consciência visa a abolição das classes e que os trabalhadores tenham a consciência sobre as etapas da produção da sua atividade e das relações sociais que estão imbricadas na mesma. Quando esses trabalhadores não tem essa posse direta de sua atividade, o que existe é seu contrário, a “sociedade do espetáculo, na qual a mercadoria contempla a si mesma no mundo que ela criou”⁷⁰. Como se a mercadoria, assim como a relação social entre as coisas, sobrepujasse e suprimisse

⁶⁶ TAVARES, Pedro Heliodoro de Moraes Branco. **A língua alemã em Freud, e eu com isso? .Mal-estar na Cultura**, Difusão Cultural: UFRGS, 2010 p. 8

⁶⁷ DEBORD, 1997, p. 35.

⁶⁸ Id Ibid.

⁶⁹ Id Ibid., p. 52.

⁷⁰ Id Ibid., p. 35.

absolutamente e de forma direta a relação social entre as pessoas, através da via da imagem.

O Desejo opera a partir de um funcionamento, na sociedade do espetáculo, de um permanente oferecimento de “pseudobens a desejar”⁷¹. De acordo com Debord, na medida em que o consumo moderno oferece incessantemente esses pseudobens, por via da publicidade (do filme ao rádio), o desejo vivo fica submetido ao “artificial ilimitado”⁷². A falsificação se dá, pois é tudo pela mercadoria, no anseio de uma novidade (que não é novidade), mas apresentada como “fundamental” para o consumidor, “Stalin tanto quanto a mercadoria fora de moda são denunciados por aqueles mesmos que os impuseram. Cada nova mentira da publicidade é também a confissão da mentira anterior”⁷³.

Esse processo é uma transformação, no caminho da imagem-mercadoria, da relação social entre as pessoas, Debord sinaliza que é o uso da Mercadoria que se basta na relação, e que diversos produtos são apresentados como novos e provocam ondas de entusiasmo que remetem à ondas religiosas, a reificação transforma a relação com a mercadoria, “como nos arroubos dos que entram em transe ou dos agraciados por milagres do velho fetichismo religioso, o fetichismo da mercadoria atinge momentos de excitação fervorosa”⁷⁴.

Fazendo referência ao conceito adotado por Marx de reificação (*Verdinglichung*), o qual, no capitalismo, a relação social ser sobrepujada pela circularidade da mercadoria, o que transforma ideia em coisa tornando as relações coisificadas.

Voltando a comparação em analogia aos SRVs, o *facebook* permite também que os usuários tenham suas publicações “patrocinadas”. Isso quer dizer que ao pagar determinada quantia, um usuário ou uma empresa (denominadas *fan-pages*), tem uma quantidade muito maior de pessoas que serão alcançadas pelo conteúdo publicado. Por exemplo, um usuário que investir determinados dólares em sua publicação, poderá ampliar o alcance para dezenas de milhares de outros usuários à sua disposição: poderá escolher a região que quer alcançar, os “interesses” marcados pelo outro usuário, o gênero de seu alvo e até a faixa de idade.

⁷¹ DEBORD, 1997, p. 38.

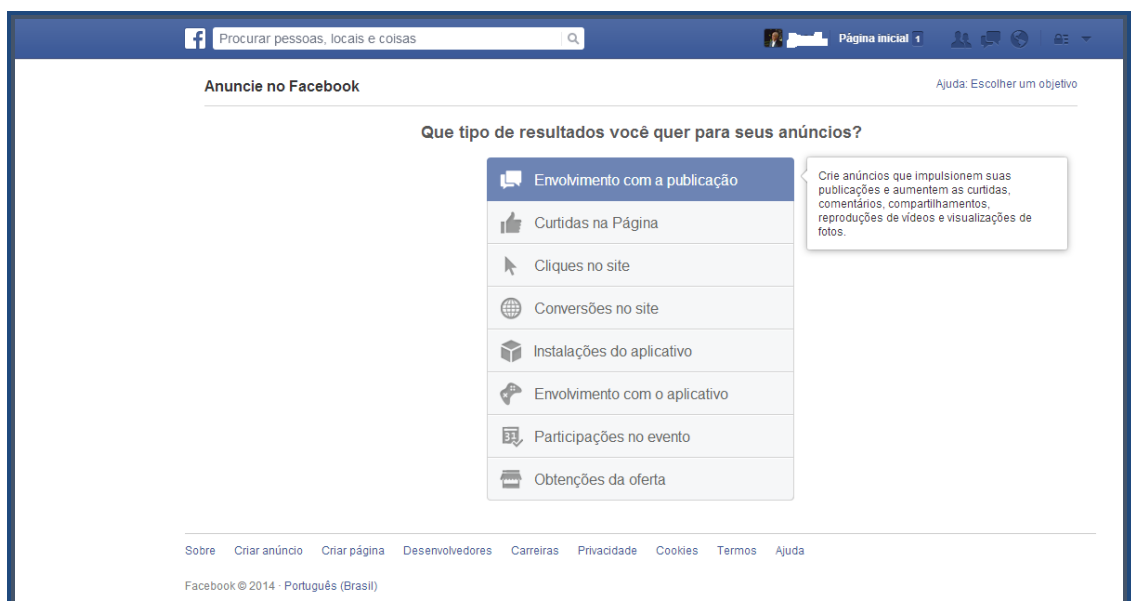
⁷² Id. Ibid., p. 45.

⁷³ Id. Ibid., p. 47.

⁷⁴ Id. Ibid., p. 45.

A possibilidade de manipular o público alvo faz com que os anunciantes e as pessoas que pretendem transformar ou manter sua imagem pública direcionem esforços, de uma forma bem profissional, com as ferramentas oferecidas pelo dispositivo, desde que o usuário ou empresa pague pelo serviço. Quando o usuário clica em “criar anúncios para a página” aparecem algumas possibilidades, como ilustra a Figura 8, a seguir:

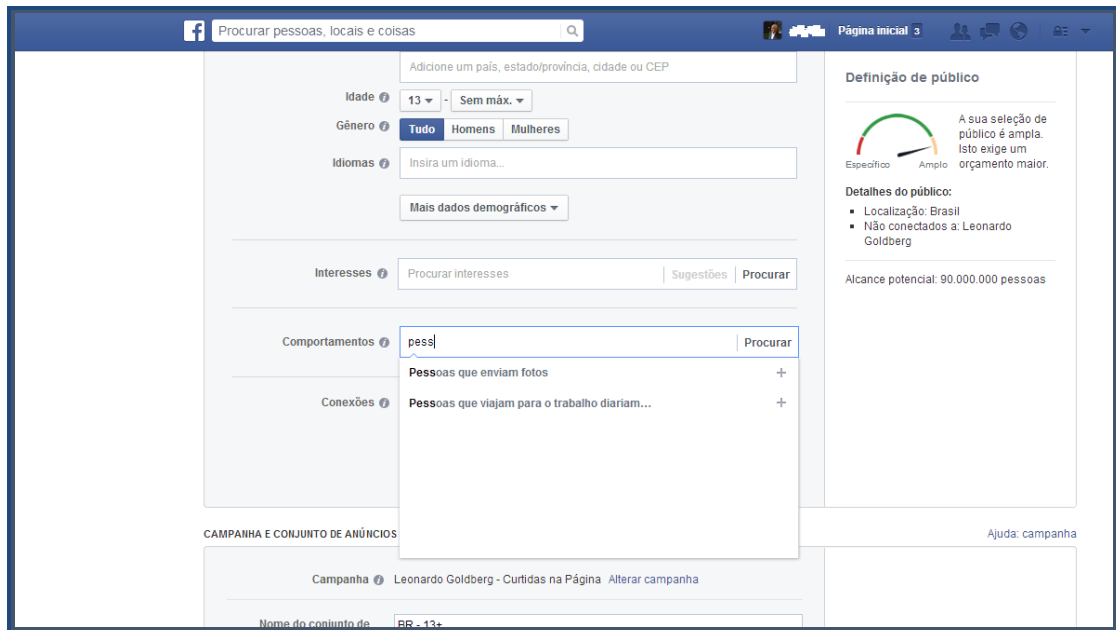
Figura 8 Página de anúncios do Facebook



Fonte: www.facebook.com

Na Figura 8 é possível entender como se dá a possibilidade de interações que o dispositivo propõe para o usuário. Ao passar o *mouse* em “envolvimento com a publicação”, lê-se a mensagem “crie anúncios que impulsionem suas publicações e aumentem as curtidas, comentários, compartilhamentos, reproduções de vídeos e visualizações de fotos”, como exposto na Figura. Tais possibilidades aumentam imensamente a interação entre o usuário e a página para os “*fans*” de uma pessoa ou empresa. O que influenciará a intensidade dessas interações será a definição do público alvo e o pagamento ao *facebook*, como se observa Figura 9, abaixo.

Figura 9 Anúncio no *facebook*, público alvo



Fonte: www.facebook.com

Nota-se na Figura 9, a possibilidade de definir, de várias formas o público alvo de uma campanha, sendo que a proposta da campanha não necessariamente é originária somente de um tipo de perfil, ou seja, pode ser feita por uma empresa, por uma personalidade pública ou por um simples usuário. O alcance potencial proposto pelo *facebook*, à direita da imagem, é de noventa milhões de pessoas. Também é possível definir a idade, gênero, idiomas, interesses, e uma das características mais interessantes para o presente trabalho: os comportamentos dos usuários que o anunciante pretende alcançar. Na Figura 9, ao passar o *mouse* e escrever “pess”, aparecem duas propostas, a primeira são “pessoas que enviam fotos”, a segunda são “pessoas que viajam para o trabalho diariamente”. Esse tipo de dispositivo, que outrora era ferramenta exclusiva dos profissionais de *marketing*, agora é alcançável para qualquer usuário com uma conta aberta no *facebook* e com a disposição de gastar certa quantia em dinheiro. É possível pensar que essa rede de relacionamentos virtuais é atravessada pela mesma ótica do capitalismo, mas com a premissa profissionalizante para os não profissionais, quer dizer, qualquer usuário consegue, com algumas ferramentas bem simples, como a exposta na Figura 9, fazer uma campanha de autopromoção e transformar (editar) a própria imagem (não

no sentido imagético-sensório-visual, mas da imagem que é apresentada e representada para o outro).

As informações que cada usuário preenche na rede em referência aos seus apreços pessoais podem e serão determinantes para o tipo de propaganda que irá receber. E essa propaganda alcançará o usuário independentemente que ele tenha “curtido”, “compartilhado” ou que tenha o outro “usuário” como amigo. O fato é, que desta forma, tanto a publicidade em relação aos pseudobens, quanto a promoção pessoal de um sujeito-marca alcançarão o usuário que bem entenderem na mais “íntima” página de sua rede: o espaço em que se lê as publicações de conteúdo de seus “amigos”. Também o que é pesquisado em *sites* como o *google*, podem ser armazenados automaticamente no computador dos usuários, fazendo com que propagandas características e relacionadas se apresentem incessantemente em sua página do dispositivo.

O que Debord pensou como sociedade do espetáculo parece bem se aplicar no *facebook* ao se pensar sob esse prisma. Reflexo do espetáculo, produto e produtor, mediado absolutamente por imagens-representações, as pessoas se comunicam (se comunicam *através* dos conteúdos), que são apresentados ou mesmo vendidos/ofetrados de modo incessante nessa rede. Mas a imagem que era mercadoria, em relação social entre as coisas e a materialidade, pode começar a ser repensada, no mundo da *web*, na mediação entre os conteúdos, que perpassam interesses específicos de pessoas e de empresas, a relação social, mediada por imagens, outrora imagens-mercadoria, passam à uma forma de profissionalização ao serem apresentadas no meio virtual como uma mercadoria virtualizada. Em última instância, as trocas são as mesmas e envolvem pagamento, produto, fetichismo de mercadoria. Mas essa circularidade se transforma na medida em que as relações pessoais são atravessadas de forma “não consciente” (assim como Debord concebeu na sociedade do espetáculo) por representações virtuais. Ou seja, o produto não precisa nem existir em termos materiais. E mais, os trabalhadores das redes sociais, em grande parte, são os próprios usuários, pois ao criar o conteúdo que circula, que é curtido e compartilhado, ele também opera como um trabalhador do *facebook*, mas não se reconhece em seu resultado final, como um “criador”.

Talvez, seja lógico que ao fazer uma dissecação de algum componente de uma sociedade espetacularizada, este seja também dotado de características

diretamente relacionadas ao espetáculo. Mas, na passagem famosa, em que Debord anuncia que o espetáculo é “o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem”⁷⁵ encontra-se um meio, no qual essas imagens tomam um grau de importância, que se remete à absoluto, que materializa a ideia de uma forma bem nítida, de que o capital torna-se imagem.

Outra referência em relação à concepção de espetáculo é a do escritor Vargas Llosa, que em seu primeiro capítulo da “Civilização do Espetáculo”, faz uma introdução à sua concepção de “cultura” e “espetáculo”, se referindo à textos de T.S. Eliot, Steiner e por último Debord.

Vargas Llosa acredita⁷⁶ que o conceito de “espetáculo” de Debord é análogo à mesma concepção de Marx, de “alienação”, consequência do “fetichismo de mercadoria”, que dada à importância que a mercadoria atingiria na vida dos indivíduos, todas as outras demandas políticas, sociais e culturais seriam suprimidas. Vargas Llosa⁷⁷ também se refere ao conceito de “reificação”, em que o indivíduo não tem a exata consciência do outro, e se refere ao outro, assim como a ordem sistemática, como produto.

Porém, Vargas Llosa concebe⁷⁸ que, enquanto Debord olha o espetáculo a partir de um lugar que é político, econômico e “marxista”, sua ideia de civilização do espetáculo parte de um outro viés, que entende a cultura como uma “realidade autônoma, feita de ideias, valores estéticos e éticos, de obras artísticas e literárias que interagem com o restante da vida social e muitas vezes são a fonte, e não o reflexo, dos fenômenos sociais, econômicos, políticos e até religiosos”.

Levantou-se anteriormente a indagação se o *facebook* era mero reflexo ou produto de uma sociedade espetacular, ou se era produto e produtor. É interessante como Vargas Llosa se preocupa em caracterizar o dinamismo da cultura: Ora como reflexo, ora como fonte. Mas de certa forma, ao cunhar sua concepção do espetáculo, dá margem à um mecanismo que pode ser mais autônomo e transformar, assim como é transformado, a própria sociedade/civilização do espetáculo.

⁷⁵ DEBORD, 1997, p. 52.

⁷⁶ VARGAS LLOSA, M. **A Civilização do Espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013, p. 20.

⁷⁷ Id. Ibid., p.20.

⁷⁸ Id. Ibid., p. 22.

Vargas Llosa deixa claro que sua leitura sobre a Sociedade do Espetáculo, de Debord, tem achados e passagens que o influenciam no pensamento da civilização do espetáculo. Afirma que

a ideia de substituir a vivência pela representação, fazer da vida uma espectadora de si mesma [...] e num meio em que a vida deixou de ser vivenciada para ser apenas representada, vive-se “por procuração”, como os atores vivem a vida fingida que encarnam num cenário ou numa tela⁷⁹.

Porém, quanto às formulações da ordem político econômica amparadas no marxismo e na ideia de que uma ação revolucionária prática deveria lutar contra essa sociedade espetacularizada (Debord), Vargas Llosa afirma⁸⁰ que essas ideias se “contrapõe frontalmente” ao seu livro e a sua noção de civilização do espetáculo.

A definição dada por Vargas Llosa de civilização do espetáculo, é a “civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal”⁸¹, e apesar de isso ser um ideal interessante, na medida em que a vida carece também de humor e diversão, na civilização do espetáculo isso se torna um imperativo máximo. Em:

transformar em valor supremo essa propensão natural a divertir-se tem consequências inesperadas: banalização da cultura, generalização da frivolidade e, no campo da informação, a proliferação do jornalismo irresponsável da bisbilhotice e do escândalo⁸².

A definição se torna particularmente interessante para um trabalho que se propõe a analisar os SRVs, nos quais o que media e se torna protagonista são publicações da vida privada que interessam a uns e a outros. A ideia da linha que separa o espaço público e privado é um ponto interessante para ser abordado. Pequenos trechos informativos sobre um, ou uma opinião que remete a certo “jornalismo bisbilhoteiro” e, principalmente ao escândalo. Também se depara com o compartilhamento extenso de pequenos textos, que podem ser considerados “rasos” e remetem à literatura de auto-ajuda.

Vargas Llosa discorre sobre o papel da cultura, em que seu significado se transforma unicamente em entretenimento, algo para fazer com que o tempo passe

⁷⁹ VARGAS LLOSA, 2013, p. 22.

⁸⁰ Id. Ibid., p. 23.

⁸¹ Id. Ibid., p. 30.

⁸² Id. Ibid.

mais rápido. Nessa velocidade, é preciso que a literatura também seja rasteira e fácil. O autor afirma que “uma literatura sem o menor rubor se propõe, acima de tudo e sobretudo (e quase exclusivamente), divertir”⁸³.

Tal forma de literatura faz muito sucesso nas redes sociais, e autores passam a brotar aos montes, desde que escrevam de forma fácil e leve. Faz tanto sucesso, pois essa “literatura light, assim como o cinema light e a arte light, dá ao leitor e ao espectador a cômoda impressão de que é culto, revolucionário, moderno, de que está na vanguarda, com um mínimo esforço intelectual”⁸⁴. Ou seja, com um apanhado de palavras que soem de uma forma intelectualizada, qualquer texto na civilização do espetáculo que siga esses preceitos fará sucesso. Isso suscita a lembrança da permanente crítica de Sócrates aos sofistas e sua retórica.

Vargas Llosa cita uma cena, que seria a melhor forma de ilustrar a concepção da sociedade atual e da civilização do espetáculo. Quando, em 2008, diante da crise financeira dos Estados Unidos, fotógrafos, paparazzi e jornalistas, prepararam as câmaras nos arranha céus de Nova York, “[...] para captar o primeiro suicida que encarne de maneira gráfica, drâmica e espetacular a hecatombe financeira que fez evaporar bilhões de dólares e mergulhou na ruína grandes empresas e inúmeros cidadãos”⁸⁵. Quer dizer, ao constatar a grande crise financeira que assolou os Estados Unidos e repercutiu no mundo em 2008, os fotógrafos esperavam que algum dos grandes executivos ou operadores financeiros saltasse de algum dos arranha-céus de Nova York. Uma cena, uma imagem, o espetáculo. Mas essa ideia se contrapõe veementemente à concepção debordiana e a interpretação de imagem discutida anteriormente, se aproxima de algo mais relacionado a imagem midiática, à cena imagética e menos à ideia da imagem-mercadoria.

Porém, o fenômeno de alguns acontecimentos que perpassam a mídia também é interessante em relação ao espaço do *facebook*, e são análogas a ideia de Vargas Llosa de civilização do espetáculo. Mídia e judiciário se unem para tentar interpretar e definir os fenômenos intrigantes do *facebook*.

Uma cena passível de ser citada é a de uma ação na justiça (do Tribunal de Justiça de São Paulo) que determinou que o *facebook* deveria retirar postagens de

⁸³ VARGAS LLOSA, 2013, p.31.

⁸⁴ Id. Ibid., p.32.

⁸⁵ Id. Ibid., p.29.

Luize Altenhofem (modelo e apresentadora) e o dentista Eudes Gondim Jr, seu vizinho. Os dois estão em um embate judicial devido à uma briga que envolveu uma agressão ao cachorro de Luize⁸⁶.

O que é muito interessante ao caso, é o argumento da empresa, que alegou:

Facebook Brasil não é responsável pelo gerenciamento e do conteúdo da infraestrutura do site facebook [...] essa incubência compete a duas outras empresas distintas e autônomas, denominadas Facebook Inc. e Facebook Ireland LTD, localizados nos Estados Unidos da América e Irlanda, respectivamente⁸⁷.

O juiz do caso considerou essa resposta uma “afrontosa à soberania brasileira” e que se

[...] o facebook opera no Brasil, ele está sujeito às leis brasileiras [...] é uma desconsideração afrontosa agravada pela notória espionagem estatal, oficial do governo americano [...] o Facebook não é um país soberano superior ao Brasil⁸⁸.

A declaração do magistrado vai ao encontro com a introdução desse trabalho, que versa sobre o *facebook* apresentar-se como um organismo, com legislação própria e que transcidia às fronteiras estatais. A acusação do magistrado, de que o *facebook* comunga com a espionagem norte-americana deflagrada pelo ex-técnico da *Central Intelligence Agency* (CIA), Edward Snowden, talvez vá ao encontro com as proposições de Debord quando afirma que, o que opera na sociedade do espetáculo, opera de acordo com o mandatório das exigências do capitalismo.

Mas essa imagem, e tantas outras que aqui poderiam ser citadas, convergem exatamente ao encontro das transformações da civilização ou da sociedade do espetáculo, com o advindo das redes sociais, do *facebook*.

Como o *facebook* indaga permanentemente seus usuários sobre o que estão pensando, surgem então múltiplas narrativas que dão conta dos acontecimentos cotidianos, como se fossem uma espécie de “jornalismo amador”, e assim o próprio discurso entra em contato com a questão da fonte, da edição e da veracidade. Além

⁸⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/10/acao-na-justica-pode-fazer--sair-do-ar-no-brasil.html>. Acesso em 5 de outubro de 2013.

⁸⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/10/acao-na-justica-pode-fazer--sair-do-ar-no-brasil.html>. Acesso em 5 de outubro de 2013.

⁸⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/10/acao-na-justica-pode-fazer--sair-do-ar-no-brasil.html>. Acesso em 5 de outubro de 2013.

disso, da não necessidade, nos *sites* de relacionamentos virtuais, do profissionalismo que existe em um ofício tão importante.

O discurso que cai no senso comum revela a fragilidade de um jornalismo que Vargas Llosa chama de *light*. Fica claro que os partícipes das redes sociais compartilham, assim mencionado anteriormente, centenas de informações sem o mínimo de crivo e conferência da fonte.

Se o *facebook* pode se apresentar como produto e produtor do espetáculo, é também um dispositivo capaz (principalmente pelo seu alcance através do texto) de ameaçar o *status quo*. Porém, se só a literatura e jornalismo *light* fazem sucesso, e seu formato é imprescindível para o alcance generalizado das pessoas, é também essencial o esvaziamento da crítica, para que um conteúdo faça sucesso nesse meio. Ou seja, talvez o jornalismo e literatura *light* sejam o oposto radical da crítica consistente. Então, a impossibilidade de ameaça ao *status quo* se dá não pela falta de alcance, mas pela falta de repercussão de algum texto, que seja mais profundo ou robusto. São milhares de pessoas alcançadas, milhares de conteúdos compartilhados, sem uma grande indagação filosófica ou política.

Vargas Llosa afirma que:

a fronteira que tradicionalmente separava o jornalismo sério do sensacionalista e marrom foi perdendo nitidez, enchendo-se de buracos, até se evaporar em muitos casos, a tal ponto que em nossos dias é difícil estabelecer diferença nos vários meios de informação⁸⁹.

Os conteúdos textuais publicados no *facebook*, dando conta dos assuntos mais diversos (de autoajuda à denúncias jornalísticas) mostram exatamente esse alargamento e em alguns casos o desaparecimento da fronteira entre uma realidade e uma aparência forçada (e forjada). O *facebook* ilustra exatamente essa afirmação, e esse é o cerne do espetáculo para Vargas Llosa. Todo conteúdo textual, imagético ou sonoro, é editável, e sua edição perpassa insondável aos olhos leigos do espectador do *facebook*. Sua edição objetiva a fama instantânea, mas que é também real, as centenas de milhares de compartilhamentos garantem “o altar” ao usuário que, por intermédio dessa literatura, cinema ou jornalismo *light*, conseguiu o apogeu (a “fama”), que é submissa ao enquadramento programático da civilização do espetáculo: rasa e rasteira, esvaziada de crítica e fácil de absorver e reproduzir.

⁸⁹ VARGAS LLOSA, 2013, p. 47.

Essa concepção de civilização do espetáculo, apesar de entrar em conflito, sobretudo com a estrutura marxista do pensamento de Debord, é interessante para cogitar essas características do amadorismo tão presentes no *facebook*.

CAPÍTULO II

A ATUALIDADE DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: A PASSAGEM DA TELEVISÃO AOS “SITES DE RELACIONAMENTO VIRTUAL”.

[...] A vedete do espetáculo, a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível, concentra pois essa banalidade. A condição de vedete é a especialização do vivido aparente [...] As vedetes existem para representar tipos variados de estilos de vida e de estilos de compreensão da sociedade, livres para agir globalmente [...] Como vedete, o agente do espetáculo levado à cena é o oposto do indivíduo [...] Aparecendo no espetáculo como modelo de identificação, ele renunciou a toda qualidade autônoma para identificar-se com a lei geral de obediência ao desenrolar das coisas⁹⁰.

Ao se fazer uma leitura dos SRVs à luz da chamada sociedade do espetáculo, de Debord, pode-se recorrer à Maria Rita Khel e Eugênio Bucci, que fizeram uma leitura da relação social com a televisão norteados pela concepção debordiana do espetáculo, no livro *Videologias*⁹¹.

Khel e Bucci⁹² fazem um interessante apanhado ao relacionar a questão do público e do privado nas relações sociais em face da desimportância dos assuntos públicos, políticos e culturais na sociedade espetacular. O que é privado, tanto nos chamados famosos quanto no ser humano comum, torna-se público, a partir da explosão da publicidade e dos ditos *reality shows*: programas em que as pessoas passam confinadas certo tempo e sua vida íntima é exposta para o grande público e se tornam recorde de audiência e publicidade. Além disso, os autores revelam que os confinados nesses programas televisivos passam por provações que se referem à aguentar competições em que ganha quem mais “aguenta” passar por situações vexatórias e possivelmente nojentas.

Para Khel e Bucci, “o que interessa ao espectador fiel é a esperança que a exibição, pela televisão, da banalidade de um cotidiano parecido com o seu, ponha

⁹⁰ DEBORD, G. 1997 p. 40

⁹¹ KEHL, Maria Rita. BUCCI, Eugênio. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004, p. 144.

⁹² Id. Ibid., p.144.

em evidência migalhas de brilho e de sentido que sua vida, condenada a domesticidade, não tem”⁹³.

Essa passagem revela o processo, no qual o *facebook* passa a figurar tamanha importância no espetáculo. Se os *reality shows* televisivos suscitavam nos telespectadores sentimentos que emprestavam um brilho ao comum de sua vida, isso ocorre pela possibilidade de edição do programa (se a apresentação fosse pautada por um ou outro participante cozinhando, ou fazendo as limpezas domésticas, talvez a medição de audiência não fosse absolutamente estrondosa). Ou seja, a partir da possibilidade de edição da vida comum, num processo de identificação do telespectador, sua própria vida parece mais “brilhante”, na medida em que só aparecem fatos que correspondam à algo de imenso drama: brigas, romances, conquistas e toda a leva de “dramatização da vida cotidiana”. Tais “luxuosos cativeiros dos *reality shows* representam uma invasão, ainda que consentida, da privacidade do cativo”⁹⁴.

Qual invasão consentida da privacidade pode ser maior que o funcionamento presente no *facebook*? Porém, a passagem do *reality show* televisivo para o *reality show* da internet é decorrente exatamente na possibilidade de edição da própria vida. Ou seja, se outrora, existia a possibilidade de abrilhantar a vida de determinados participantes de *reality shows*, e assim permitir um processo identificatório, no qual o ser humano comum poderia espelhar-se; então agora, qualquer um pode fazer a edição da vida que quer mostrar por meio do *facebook*, e isso faz com que a dramatização, e por consequência, o abrilhantamento da própria vida, seja uma condição ideal na internet. A sequência dos acontecimentos domesticados e cotidianos passa a ser suprimida (historicamente, inclusive, remontando à concepção de Debord do apagamento da história). A dramaticidade, romances, brigas, exaltações, opiniões históricas, passam a figurar o cerne daquilo que se apresenta no perfil estampado nos sites de relacionamentos virtuais.

É possível assim realizar uma breve analogia aos *realities shows* televisivos, o que em outro momento só as grandes emissoras televisivas podiam fazer: editar a própria vida e assim torná-la mais intensa, pelo menos é assim que o indivíduo, com seu perfil no *facebook*, pode se apresentar aos outros.

⁹³ KHEL; BUCCI, 2004, p. 144.

⁹⁴ *Ib. Ibid.*, p. 144.

É nessa transformação imagética que se dá o meio digital na sociedade do espetáculo. De acordo com Azevedo⁹⁵,

o que propicia a criação de uma cultura de olhar congelado a respeito do instante de uma imagem, agora muda, já que, com a intervenção do público no que chamamos de obra, deixa de existir apenas este instante imóvel e com o tempo a idéia de obra pronta.

O autor⁹⁶ também faz alusão ao personagem mitológico Teseu, para descrever a multiplicidade de possibilidades ao se defrontar com os “novos labirintos de textos”⁹⁷. Assim como o Teseu mitológico encontra a saída no labirinto do minotauro, os meios digitais (circunscritos na hipermídia), também podem criar alternativas rizomáticas. A possibilidade de edição e esse relacionamento do espectador partícipe e construtor do espetáculo, cria um “Teseu” em permanente movimento, com múltiplas soluções para o labirinto do texto, afinal, também “em nossas vidas não temos apenas uma versão para nossas histórias”⁹⁸. Quer dizer, as possibilidades, ainda que restritas ao “possível do dispositivo”, faz com que as múltiplas narrativas que aparecem nos meios digitais possibilitem novas perspectivas, nas mais novas interpretações e recriações de uma mesma história.

Na sociedade de massas (assim denominada por Khel e Bucci), é comum se referir à ideia de “insignificância” do homem comum. Ou seja, se a pessoa não é conhecida por outras, se não tem certa fama, quem conhecerá a sua história? A falta de um espectador para quem escreve um registro, para a história pessoal de cada um, é algo pernamentemente angustiante, na sociedade espetacular.

Esse é um aspecto importante para ser pensado na passagem do protagonismo social e sua relevância da televisão para o *facebook*. Se o indivíduo médio que vive nas megalópolis e não é reconhecido como portador de uma história, como ele pode escrever o que vivenciou para que os outros saibam? Uma necessidade tão comum ao ser humano.

Fora do espaço doméstico e das relações de camaradagem eventualmente desenvolvidas no ambiente de trabalho, ele não tem visibilidade alguma [...] Quem vai contar sua história depois que ele morrer? Quem vai se encarregar de incluir sua passagem pelo reino desse mundo entre as

⁹⁵ AZEVEDO, 2009, p.144.

⁹⁶ Id Ibid., p.144-145.

⁹⁷ Id Ibid.

⁹⁸ Id Ibid.

narrativas que, em outras épocas, davam sentido à vida de uma comunidade, de uma pequena aldeia ou de uma sociedade de corte?”⁹⁹.

Essas indagações são de suma importância à demanda que levou ao sucesso do *facebook*. Se, historicamente, é conhecida a necessidade do ser humano de contar sua própria história, de sua família ou comunidade, como é que nas megalópolis e numa sociedade massificada, em que o esvaziamento histórico (retoma-se Debord) é nítido e as relações são calcadas de forma imagética e mediadas pela imagem-mercadoria, e, a partir da aparência/contemplação, alguém saberá de uma outra narrativa, de um indivíduo “qualquer”? *Voilà*, está em voga um dispositivo, no qual você conta a sua história, a partir do seu prisma e das suas próprias edições, e ela chegará, dia após dia, aos olhos e ouvidos de outras pessoas, invariavelmente. Estão, pelo menos em tese, solucionados os problemas da solidão e dos indivíduos reduzidos à vulto na sociedade massificada. Essa é a possibilidade do *facebook* nas múltiplas trocas narrativas.

Sobre a possibilidade da memória, Khel e Bucci¹⁰⁰ afirmam que tal papel era exercido pelo álbum de fotografias, em que os outros eram apresentados, através da imagem, para que fossem reconhecidos aos amigos e parentes. Essa ideia reflete bem a possibilidade do universo *facebook*: ao entrar, a pessoa é convidada à descrever-se e criar um álbum de fotografias, para que os outros possam conhecê-la melhor (se remetendo assim à concepção norte-americana do “livro dos rostos”, em que o rosto de cada aluno, assim como um breve registro de sua história, era estampado em um livro dos formandos colegiais e universitários).

Se, a partir da televisão, a insignificância e invisibilidade do indivíduo comum em uma sociedade massificada era compensada por uma “identificação com a imagem de um líder, uma figura de projeção que represente ao mesmo tempo a encarnação dos ideais e o ideal de visibilidade”¹⁰¹, ou seja, se a partir da televisão, o indivíduo em sua solidão invisível, típica das grandes metrópolis, era permanentemente incumbido à busca da fama; então o dispositivo *facebook* aparece e possibilita à qualquer um o mecanismo das edições, antes possível unicamente nas emissoras televisivas, e possibilitou sobretudo, que ele (num movimento que

⁹⁹ KEHL; BUCCI, 2004, p. 153.

¹⁰⁰ Id Ibid.

¹⁰¹ KHEL; BUCCI, 2004, p. 153.

remete ao narcisismo) se converta no ideal que antes projetava e introjetava de um líder (do político ao participante do *reality show*, desde que seja muito famoso).

Dado assim, e ao pensar sob o viés de Vargas Llosa, do enquadre do discurso à um formato que ele denomina *light*, e que sobretudo seja esvaziado de crítica, os que obtêm fama no meio virtual precisam passar à discursar de forma que os outros (seus amigos e seguidores) identifiquem-se com o que lêem, num processo em que todos são líderes e liderados numa permanente circularidade transitória. Tal discurso,

como no discurso publicitário, destinado a transformar o desejo de milhares ou milhões de pessoas em uma mesma motivação banal – compre x e você estará satisfeito – a palavra do líder de massas tem que produzir o efeito de uma imagem mais vazia possível a fim de propiciar o maior número de identificações¹⁰².

Caso aqui se propusesse transcriar essa passagem e adaptá-la à realidade do *facebook*, nos sites de relacionamentos virtuais, os múltiplos líderes em transição, num permanente anseio da conquista de multidões (assinale-se – seguidores, uma palavra tão usada para o meio virtual e que se dispõe perfeitamente quando se fala em líderes) que curtam e compartilhem seus conteúdos, o texto tem que reproduzir uma imagem vazia (pensa-se na mediação das relações através da imagem-mercadoria debordiana), o mais vazia possível, para que qualquer um, do xiita ao sunita, o branco, negro, amarelo, vermelho, o de esquerda, de direita e o de centro, identifiquem-se com o conteúdo e passem a reproduzi-lo, compartilhando e curtindo em suas próprias linhas do tempo da vida “*facebookiana*”. É com essa realidade, na qual se depara; em que a qualidade do que é apresentado pouco importa: é bom o que é famoso, e é famoso o que é bom. O conteúdo, por ser esvaziado, possivelmente é também viciado/circular, pois ao não abrir uma precedência para a possibilidade crítica, a transformação também é dificultada.

Ainda assim, para Khel e Bucci, a “sociedade do espetáculo é ainda a sociedade de massas em seu estágio mais avançado (e) a expansão da televisão, tanto tecnológica quanto econômica, como mais avançado meio de comunicação e

¹⁰² KHEL; BUCCI, 2004, p. 154.

difusão de imagens”¹⁰³, e segue assim, também a lógica do capital assinalada por Debord.

Pode-se pensar, a partir dessa interpretação dos autores, que o *facebook* toma o lugar da televisão e avança ainda em relação a difusão de imagens, como algo alcançável aos espectadores/atores, produtos/produtores, líderes/seguidores, numa dialética permanente, em que realidade e aparência, assim como a contemplação do espectador, se contrapõe e retornam em lugares transitórios.

Khel e Bucci afirmam que o espetáculo introduz regras de conteúdo, para a apresentação dos mesmos, assim como tratado na concepção de Vargas Llosa de jornalismo, literatura e cinema light. Para Khel e Bucci, o espetáculo produz a lei que especifica a obrigatoriedade de algo rápido e que suscite (apesar de não ser) novidade ao espectador. São “regras de rapidez e fluidez, destinadas a manter o espectador [...] e que dizem respeito ao aspecto de novidade permanente que todos os acontecimentos devem portar”¹⁰⁴.

Pressupõe-se, assim que o *facebook* ocupa o espaço da televisão e não existe uma distinção definida entre espectador e o conteúdo apresentado.

Tais movimentos, a partir das redes sociais passam a configurar espaços que se tocam e se trocam constantemente, no meio virtual quem assiste é também assistido, e um sustenta (pensando na dupla significação da palavra, que suporta e que “assiste” o outro).

Khel e Bucci definem:

tanto do lado de quem participa, e paga qualquer preço para aparecer num programa de televisão, como do lado de quem assiste, buscando uma identidade entre a banalidade da vida na tela e a banalidade de sua própria vida – identidade entre a imagem dos corpos exibidos na tela e a imagem de seu próprio corpo - , manifestam-se os sintomas da falta de recursos de que sofre o sujeito das sociedades do espetáculo, para construir tanto a dimensão singular do ser quanto o espaço público do qual depende o sentido de sua existência¹⁰⁵.

Se esses dois espaços que com o advindo da televisão já se desmarcaram, o espaço privado (e sua pretensa singularidade) e o espaço público, que serve como espelho e empresta sentido à existência. Então com o advindo do *facebook*, em que

¹⁰³ KEHL; BUCCI, 2004, p. 155.

¹⁰⁴ Id. Ibid., p. 155.

¹⁰⁵ Id. Ibid., p. 156.

o privado passa a ser público de forma editada e contínua, de um e do outro (o público torna-se privado e vice-versa), ainda que o privado possa ser editado de acordo com a vontade do usuário, e está presente de forma ininterrupta (quando o computador é desligado, está no celular, no *tablet* e até na televisão os acessos ao *facebook*), talvez tem-se deparado com um sofisticado dispositivo que transforma também a sociedade do espetáculo, ao menos em nível de intensidade e, sobretudo de profissionalização do amador e do próprio mercado.

2.1 FAN-PAGES (OU PÁGINAS DESTINADAS ÀS MARCAS, EMPRESAS E PERSONALIDADES PÚBLICAS – HOMENS-MARCA)

Uma das possibilidades que o *facebook* abre aos participantes é a de que eles possam fazer *fan-pages* (páginas destinadas aos “*fans*”) – que se consistem em páginas, nas quais os usuários podem curtir e compartilhar conteúdos apresentados, por exemplo: por empresas, marcas, profissionais liberais ou celebridades. Tais páginas são marcadas por um tom de impessoalidade, no qual cada publicação tem o objetivo de espalhar algum conteúdo, apresentar algum produto novo, e em tese geral fornecem aos “seguidores” um meio de comunicação mais direta com alguma grande empresa, marca ou pessoa, pois as pessoas podem comentar ou enviar mensagens diretamente para os administradores destas páginas, o que já colocou muitas empresas em situações embaraçosas.

Esta possibilidade remonta ao *marketing* de guerrilha (tipo de *marketing* que lança artifícios, para que os espectadores cotidianos se estarrecam com algum fato e isso permite que entrem em contato com alguma marca diretamente, por meio de alguma ação cotidiana).

Os usuários desse tipo de página podem investir financeiramente no próprio *facebook* para que suas publicações apareçam também nos “*feed’s* de notícias” de publicações de usuários que não tenham curtido a página necessariamente. Ou seja, quanto mais a empresa investir no próprio *facebook*, mais suas publicações chegarão à determinado público, escolhido pelo administrador da página (por gênero, região, interesses e idade), o exemplo do investimento e seu possível alcance está demonstrado na Figura 10, a seguir:

Figura 10 Exemplo de pagamento ao *facebook*



Fonte: www.facebook.com

Na Figura10 fica exemplificado de forma muito clara como se dá o processo de pagamento e alcance. O hiato entre um número mínimo e um número máximo de seguidores revela que o dispositivo profissionaliza de uma forma simples a possibilidade de se tornar um ídolo. De acordo com a quantidade de dinheiro, a publicação pode ter um alcance impressionante: Com cem dólares o usuário pode chegar a formar um público de setenta e nove mil pessoas (número de habitantes de pequenas cidades inteiras no Brasil). Dessa forma, a empresa pode otimizar o seu plano de *marketing*, porém, o mais impressionante é o usuário comum que pode “ascender às estrelas”, ao tornar-se astro virtual; e isso já não depende de um conteúdo esvaziado com possibilidade de tornar-se famoso, mas sim do capital

investido. Se aqui é abordada a ideia de mediação na relação social entre as pessoas, esse é um exemplo revelador de como o dispositivo “profissionaliza” a mediação entre pessoa e produto, produto e produto, mediante pagamento (cerne do capitalismo).

Se um conteúdo conseguir se transformar no chamado “viral”, então provavelmente a página fará grande sucesso e terá um incrível número de curtidas. Assim, como em um perfil comum, é possível acoplar vídeos de outros dispositivos, como por exemplo: o *youtube*, fazendo com que tanto o canal da empresa no *facebook* quanto no *youtube* possam ter sucesso. Essa forma de apresentação e de possibilidades permitidas pelo *youtube*, escancara o funcionamento espetacular a partir da lógica do capital em uma plataforma que integra diferentes dispositivos.

De uma forma bem clara, o fato é que quanto mais dinheiro é investido nos cofres do *facebook*, mais sucesso determinadas publicações farão. Se o que é bom, é o que é mais compartilhado, então o que é bom, no espetacular do *facebook*, também é o que recebe mais investimento monetário.

Desta maneira, a oferta de produtos e de pseudobens, assim como na sociedade do espetáculo é norteadora do campo dos Desejos, encontra no *facebook* um campo extremamente fértil de “possibilidades”, quando se depara com um indivíduo que não sabe direito o que quer, mas que está pronto para querer o que é “por bem da maioria querer”.

De acordo com Khel e Bucci¹⁰⁶, “quanto mais o indivíduo, convocado a responder como consumidor e espectador, perde o norte de suas produções subjetivas singulares, mais a indústria lhe devolve uma subjetividade reificada, produzida em série, espetacularizada”.

O que faz sucesso no espetáculo (e também no *facebook*), é um lugar comum, de preferência com significado esvaziado, no qual se depara invariavelmente em Debord, Vargas Llosa e Khel e Bucci, que é uma necessidade de um formato. Esse formato é o ponto de padrão, no qual os “seguidores” de uma empresa, de um “líder” podem se amparar e até forjar sua subjetividade. Como consequência, essa “subjetividade industrializada”, formatada e amparada no “conjunto universo *facebook*”, é forjada na ideia, de que o que faz sucesso, é muito

¹⁰⁶ KEHL; BUCCI, 2004, p. 52.

curtido e contém muitos seguidores, é bom. Tal subjetividade é subserviente ao objetivo de “preencher o vazio da vida interior da qual ele abriu mão por força da “paixão de segurança”, que é a paixão de pertencer a massa, identificar-se com ela nos termos propostos pelo espetáculo”¹⁰⁷.

¹⁰⁷ KEHL; BUCCI, 2004, p. 53.

CAPÍTULO III

FACEBOOK, VIGILÂNCIA E ESPETÁCULO

Uma das questões inerentes ao *ciberespaço* e conseqüentemente aos sites de relacionamentos virtuais é a vigilância, espionagem, e protecionismo dos dados individuais para estabelecer uma separação entre o espaço público e o privado e um possível resguardo ao usuário.

Lyon¹⁰⁸ explica, fazendo referência ao conceito de vigilância líquida de Bauman, as conseqüências de uma vigilância mais líquida¹⁰⁹, que se transforma na medida em que necessita e se diferencia de um modelo de vigilância mais formal e cristalizado, que trabalha pela via da força e das barreiras concretas. É nesse sentido que o advindo do *ciberespaço* e dos SRVs se tocam com a ideia de vigilância.

O “projeto pan-ótico” da prisão tinha como objetivo “facilitar o controle mediante a organização semicircular dos blocos de celas, e o ‘inspetor’, situado no centro, podia ver todas elas mantendo-se invisível para os prisioneiros por trás de uma cortina¹¹⁰”. Tal conceito, baseado em obras de arquitetura aplicadas em prisões, escolas e hospitais psiquiátricos, fora esmiuçado minuciosamente por Foucault para explicar a sensação de vigilância do sujeito, a partir do momento em que se percebera que os prisioneiros não precisavam mais avistar o inspetor em pessoa, mas apenas a ideia do pan-ótico, de poder estar sendo avistado por um olho que vê, mas não é visto já fazia com que os prisioneiros se inibissem¹¹¹.

Bauman pontua a transformação do projeto pan-ótico (tão trabalhado em

¹⁰⁸ BAUMAN, Zygmunt; LYON, DAVID. **Vigilância líquida: diálogos com David Lyon**; Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013 p.13.

¹⁰⁹ Fazendo referência ao conceito baumaniano de “líquido”, significante criado por Bauman para explicar a volatilidade dos conceitos, relações, mercado, e em geral, das características da modernidade.

¹¹⁰ BAUMAN; LYON, 2013, p. 13

¹¹¹ FERREIRINHA, Isabella Maria Nunes; RAITZ, Tânia Regina. As relações de poder em Michel Foucault: reflexões teóricas. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 44, n. 2, Apr. 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122010000200008&lng=en&nrm=iso Acesso em 22 de abril de 2014.

suas variedades sociais por Foucault, no campo da lei, da saúde e do corpo), que passa a chamar de pós-pan-ótico. Ou seja, “mobilidade e nomadismo são agora valorizados [...] O menor, mais leve e mais rápido é considerado bom – pelo menos no mundo dos *iPhones* e *iPads*”¹¹².

Essa é a ilusão de possibilidade de escolha e de liberdade que o *ciberespaço* apresenta, discutida nos capítulos anteriores. Se antes o prisioneiro tinha alguma consciência desse pan-ótico, ainda que o guarda não estivesse lá, ele tinha noção de que era um prisioneiro (ou pelo menos a sensação de estar “em posição de”, e a vigilância era onipresente em um movimento que o próprio prisioneiro fazia parte; nas tecnologias eletrônicas tal vigilância encontra um caráter fugaz, de permanente transformação e escoamento, sem a rigidez de paredes concretadas.

Lyon afirma que:

a arquitetura das tecnologias eletrônicas pelas quais o poder se afirma nas mutáveis e móveis organizações atuais torna a arquitetura de paredes e janelas amplamente redundante (não obstante firewalls e Windows). E ela permite formas de controle que apresentam diferentes faces, que não tem uma conexão óbvia com o aprisionamento e, além disso, amiúde compartilham as características da flexibilidade e da diversão encontradas no entretenimento e no consumo¹¹³.

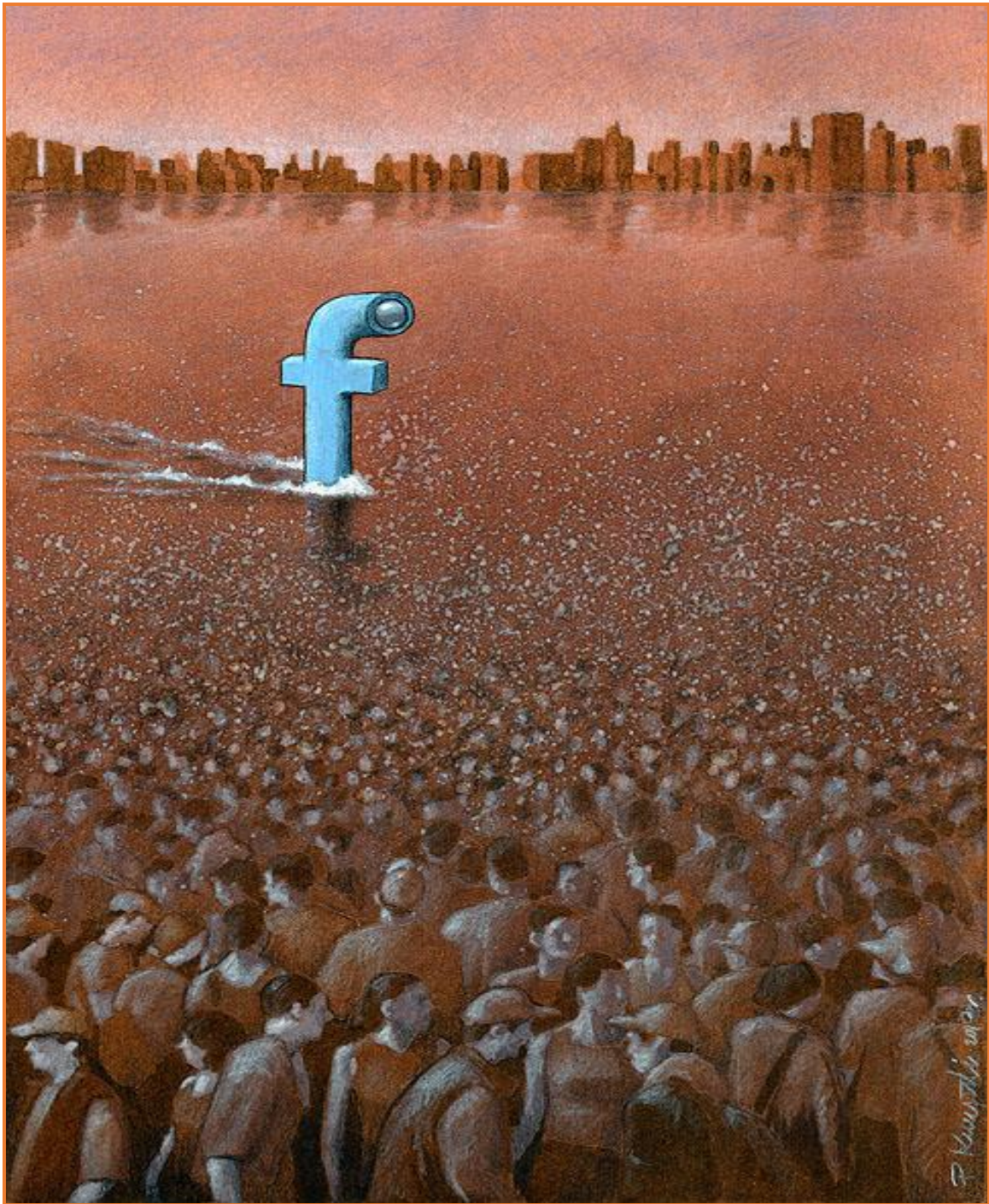
Uma referência à vigilância permanente que já não precisa do capataz ou dos altos muros de concreto, mas mantém o controle através de um espaço que é flexível e se transforma de acordo com a demanda em que é preciso se transformar. A “segurança” funciona de uma forma fluida, na medida em que a técnica visa separar o que considera desejável e indesejável e o poder pode escoar se transformando em *firewalls* e códigos.

O artista e cartunista polonês Pawel Kuczynski realiza uma crítica aos temas modernos por meio de imagens impactantes. Na Figura 11, o artista faz uma clara alusão à ideia do *facebook* como um dispositivo que remete ao pan-ótico, com uma multidão de pessoas sendo vigiadas por uma torre que lembra uma câmera de segurança, tão comum nos espaços públicos e privados, caracterizada pelo símbolo do *facebook*. Tal imagem é bem sintética em relação à concepção que perpassa a desconfiança quanto ao armazenamento de dados dos usuários pelos operadores do dispositivo e os ensejos que uma possível vigilância envolve.

¹¹² BAUMAN; LYON, 2013, p. 13.

¹¹³ Id. Ibid.

Figura 11 Imagem crítica sobre o *facebook*, do artista Pawel Kuczynski



Fonte: <http://www.forestcom.com.br/blog/sexta-ilustrada-pawel-kuczynski/>

Quando se pensa em vigilância também é possível cogitar sobre a soberania e determinadas características que a divisão do globo entre países exerce sobre um dispositivo que pretende ter abrangência uníssona mundial.

Sobre as bordas fronteiriças dos países, assunto tratado intensamente com

Debord no primeiro capítulo, no qual se abordou a ideia da possibilidade de um mundo conectado mundialmente, anunciada pelo *facebook*, e que Debord caracterizava essa noção como uma das grandes ilusões do capitalismo na sociedade do espetáculo; Lyon¹¹⁴ afirma que as bordas fronteiriças territoriais já não precisam mais ser usadas, agora a vigilância está nos aeroportos, estações de trem e de transportes, e que existe uma sensação permanente de incerteza do usuário, mesmo estando com os documentos corretos, não sabe se chegará ao destino e tampouco o que as “autoridades” fazem com seus dados pessoais, que permanecem num banco de dados com todas as informações possíveis: fotografia, identidade e até impressão digital, o controle biométrico. E esse recolhimento de dados faz com que os usuários possam ser “categorizados socialmente”.

E, ainda de acordo com Lyon¹¹⁵, mesmo que a privacidade e a distinção entre o espaço público e o privado sejam assuntos importantíssimos para serem debatidos quando se fala nessa nova forma de vigilância, que opera na esfera do poder, também se lida com assuntos como: “imparcialidade, justiça, liberdades civis e direitos humanos”¹¹⁶. E, é de acordo com essa categorização social que todo um espectro de manutenção de poder precisa ser estudado, que pode diferenciar um viajante do outro no aeroporto de acordo com sua origem étnica ou até fazer perecer questões relacionadas aos direitos humanos em um espaço que pode ser manipulado de acordo com os mais variados interesses.

Nesse âmbito também operam interesses de Estado e política internacional. Em caso recente, a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, se pronunciou na sexagésima oitava Assembleia Geral da ONU sobre um caso deflagrado de espionagem, no qual o Brasil foi alvo. Na ocasião, acusou os Estados Unidos e seu programa de inteligência de grave falta com os Direitos Humanos e de liberdades civis por espionar autoridades e empresas públicas brasileiras¹¹⁷.

Então, passados três meses, a presidenta começa um projeto em conjunto com a União Europeia para que um cabo de conexão seja ligado diretamente com o antigo continente, sem precisar assim fazer conexões, como é atualmente, com os

¹¹⁴ BAUMAN; LYON, 2013, p. 13

¹¹⁵ Id. Ibid., p. 20.

¹¹⁶ Id. Ibid., p. 20.

¹¹⁷ Retirado de <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2013/09/1346590-na-onu-dilma-diz-que-espionagem-viola-direitos-humanos.shtml> acesso em 8 de março de 2013.

Estados Unidos¹¹⁸. Exemplos outros não faltarão. Os países ainda têm dificuldades jurídicas e técnicas para lidar com um espaço que é virtual e que não é facilmente posto e trabalhado, em termos jurídicos e políticos, na “territorialidade terrena”.

¹¹⁸ Retirado de <http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRSP EA1N01K20140224?pageNumber=2&virtualBrandChannel=0>, acesso em 8 de março de 2013.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Bauman¹¹⁹ deflagra que o *facebook* apareceu no momento exato para uma legião de usuários que carecia dos recursos oferecidos pela plataforma, e foi disponibilizado para atender à demanda dos que ansiavam por um dispositivo dotado de suas possibilidades. O meio bilhão de pessoas que justificava, mesmo antes do aparecimento do *site*, a necessidade e a emergência de recursos tão pontuais.

Duas características eram fundamentais:

em primeiro lugar, eles deviam se sentir solitários demais para serem reconfortados, mas achavam difícil, por um motivo ou por outro, escapar da solidão com os meios que dispunham. Em segundo lugar, deviam sentir-se dolorosamente desprezados, ignorados ou marginalizados, exilados e excluídos, porém, mais uma vez, achavam difícil, quiçá impossível, sair de seu odioso anonimato com os meios à disposição¹²⁰.

Esse ponto é interessantíssimo, no que toca a convergência com a ideia de sociedade do espetáculo, da aparência e contemplação, que é invariavelmente pública, sobrepujando qualquer outra disposição do ser humano.

Ainda que Bauman¹²¹ acaba, com essa descrição, fazendo uma categorização das pessoas que estavam preparadas para o lançamento do *facebook*, o autor desconstrói a concepção de que a internet alimenta (ou cria) nas pessoas a predisposição para que abandonem sua vida privada em torno da ideia da aparência e da vida permanentemente pública. Essa ideia antecede os recursos que a tornam possíveis de forma mais “profissional”. Ou seja, a necessidade do “ser visto” já existia, o *facebook* torna a sua possibilidade mais concreta.

A promessa do *facebook*, de substituir qualquer sentimento de solidão pelo sentimento de fazer parte permanente de uma comunidade de usuários ativos que estão lá, pelo menos em perfis, curtindo, comentando e compartilhando os conteúdos uns dos outros e também de emprestar visibilidade e exposição pública ao sujeito que existia somente em sua “vida privada”, fez com que essa “legião de

¹¹⁹ BAUMAN; LYON, 2013 p. 31-32.

¹²⁰ Id. Ibid.

¹²¹ Id. Ibid.

usuários” encontrasse na “engenhoca” os recursos necessários para poder lidar com essas questões de forma diferenciada. Diferente porque se lida com seres humanos, é impossível entender de forma qualitativa, as melhorias ou pioras nos relacionamentos interpessoais de cada sujeito que depende do *facebook* para não se sentir só ou para fazer propaganda de si mesmo. Porém, essa descrição que Bauman faz, se alia completamente com a concepção que trabalhada no capítulo “Da Passagem da Televisão aos *Sites* de Relacionamentos Virtuais”, com Khel e Bucci, sobre a possibilidade do sujeito comum de se expor de forma intensa e alimentar o amago narcísico que os poucos participantes dos “*reality shows*” televisivos tinham.

Com o advindo dos “sites de relacionamentos virtuais”, e pontualmente o *facebook*, essa possibilidade se estende para toda a população que se propõe ao cadastro no dispositivo.

E aí depara-se com o ponto fundamental no trabalho. Se anteriormente cogitava-se nas alterações possíveis com o advindo do *facebook* nos relacionamentos interpessoais, a ideia de sociedade do espetáculo antecipava e previa os *gadgets* como orientadores da manutenção do espetáculo, tal qual o sujeito se relacionava com o outro pelo intermédio de imagens-mercadoria, e o espetáculo virava em último grau mercadoria (produto).

Foi possível constatar neste trabalho, a passagem da concepção abstrata do espetáculo como produto para a ideia materializada que transita nas redes de relacionamentos virtuais.

O *facebook* comercializa, por meio de pagamentos, a possibilidade, a quantidade e o alcance da publicação de um usuário ou de uma empresa que decidem “espetacularizar” o seu produto (que pode ser a própria imagem). Se a sociedade do espetáculo transforma o espetáculo em mercadoria, o *facebook* comercializa o espetáculo e a relação pessoal entre as pessoas, mediada por imagens, como destacava Debord, é bem nítida. Porém, isso não quer dizer que ele transforma as relações sociais, pelo menos não como novidade, e sim como uma nova forma, mais profissional, de intermediação dos relacionamentos interpessoais. E Bauman ensaia de forma interessante, a resposta para a pergunta:

[...] são os usos que nós – todo o meio bilhão de “usuários ativos do Facebook” – fazemos dessas ofertas que as tornam, assim como seu

impacto em nossa vida, boas ou más, benéficas ou prejudiciais. Tudo depende do que estamos procurando¹²².

Mas ainda assim, o impacto dessa nova forma de lidar com o espetáculo, transforma em intensidade e velocidade, as relações interpessoais, inclusive na concepção marxista, na circularidade de mercadorias, que reifica as relações.

Ainda que os SRVs tenham características significantes próprias, a possibilidade de ascensão do *Facebook* se deu pelo anseio humano que esperava seu advindo. A dificuldade de distinção do espaço público e privado, a necessidade de um aparato para lidar com a solidão e o ser humano espetacularizado, que luta para aparecer mais e mais, existe com ou sem *sites* como *facebook*. Recorrendo novamente a Bauman¹²³, “engenhocas eletrônicas só tornam nossas aspirações mais ou menos realistas e nossa busca mais rápida ou mais lenta, mais ou menos eficaz”.

Quer dizer, essas engenhocas respondem ao que já existia, à sociedade do espetáculo debordiana. A transformação das relações sociais não pode ser atribuída ao que é uma espécie de “profissionalização” para lidar com essas demandas, “jamais culpe o mensageiro pelo que você considera ruim na mensagem que ele entregou, mas também não o louve pelo que considera bom”¹²⁴. Porém, se as relações sociais se resignificam a partir da mediação pela imagem-mercadoria, como Debord esclarece em sua concepção de sociedade do espetáculo, uma nova velocidade, tempo e espaço sugerem também uma transformação a partir de um novo mediador da comunicação, que ocupa e possivelmente ocupará grande parte dos computadores e *smartphones* do mundo, o *facebook*.

Em uma simples metáfora, se a partir do *New Deal* proposto por Roosevelt nos Estados Unidos, em que um conjunto de leis cria uma proposição que norteia as trocas econômicas e o ordenamento jurídico reconfigura toda a ordem social; então, ao se deparar com um novo significante, o *facebook*, em que as trocas sociais e os relacionamentos humanos passam por uma determinação específica: uma ordem que obedece ao capital, que tem leis próprias, mas que também aceita um espaço de ruído, por permitir que múltiplas narrativas sejam visualizadas entre seus

¹²² BAUMAN; LYON, 2013 p. 31-32.

¹²³ Id. Ibid.

¹²⁴ Id. Ibid.

participantes, percebe-se dessa forma, uma reorientação dos relacionamentos humanos a partir do texto. Ainda que seja um espaço reificado, de circularidade de imagens-mercadoria, o *facebook* conta com a possibilidade de leitura de narrativas de outros usuários e isso pode transformar, de alguma maneira, a realidade. Na Figura 12, pode-se ver mais uma imagem do artista e cartunista Pawel Kuczynski, que bem ilustra essa ideia.

Figura 12 O facebook retratado como arma



Fonte: <http://www.forestcom.com.br/blog/sexta-ilustrada-pawel-kuczynski/>

Se a escrita pode transformar a realidade a partir da reflexão, e por um simples exemplo se propusesse ao leitor que depara com esse texto, que vire sua cabeça para trás e olhe o que ou quem permanece por trás de seu corpo, então se estaria a partir do texto, da letra, transformando a realidade, a Figura 12 é um exemplo da ordem imagética, de que o *facebook*, em metáfora à arma e em contraposição ao “policial que contém manifestações”, característico pelo cassetete, escudo e máscara, pode ocupar um espaço de circularidade de narrativas que transformem a realidade de forma crítica, ainda que com dificuldade, pois a comunicação se dá em um espaço de relações reificadas.

Mas ainda dependem-se do leitor para isso, a letra não cria sozinha, seu intermediário ainda é o espectador. Assim como a letra permite que o *ciberespaço* funcione, precisa-se dos que criam e dos que leiam as narrativas, e a partir daí possam transformar a realidade, os trabalhadores das redes sociais, que não se reconhecem em sua mercadoria. Quem pode manipular esses espaços, pode também derrubar ou construir muros que contenham grafites ou pichações que promovam qualquer tipo de reflexão social ou que sirvam para que o usuário canalize falas que precisa expor.

Bauman oferece uma visão sobre essa concepção

[...] afirmar seu estar no mundo com o auxílio do Facebook traz uma vantagem sobre desenhar grafites, não exigindo habilidades difíceis de adquirir e sendo “livre de riscos” (sem a polícia fuçando seu cangote), legal, amplamente reconhecido, validado e respeitado. O impulso é muito semelhante. O meio de canalizá-lo é que se aperfeiçoa e se torna mais disponível e fácil de manejar¹²⁵.

A dificuldade de definir a possibilidade de transformação dos relacionamentos sociais a partir de um objeto situado em um espaço transformador cria somente aproximações contando com os olhares de diversos autores do campo humano e tecnológico. Hegel, como tratado no primeiro capítulo, é citado também por Bauman¹²⁶, que aponta como essencial a visão hegeliana de reconhecimento para que se possa lidar com esse usuário do *facebook*.

Bauman é conciso:

Hegel definiu a liberdade como uma necessidade aprendida e reconhecida. A paixão por se fazer registrar é um exemplo importante, talvez o mais

¹²⁵ BAUMAN; LYON, 2013, p.121.

¹²⁶ Id. Ibid., p.120.

gritante, dessa regra hegeliana em nossos tempos, nos quais a versão atualizada e ajustada do cogito de Descartes seria “sou visto (observado, notado, registrado), logo existo”¹²⁷.

Porém o “ver e ser visto”, “escrever e ser lido”, nesse espaço, não se dá em uma comunicação direta entre as pessoas. E é dessa “pseudocomunicação” revelada por Debord que a sociedade do espetáculo se alimenta. Porém, seria preciso que se desmanchasse o fetichismo de mercadoria das formas-valor, nas quais a sociedade do espetáculo cria a égide¹²⁸ para que as pessoas pudessem participar de uma comunicação outra, entre pessoas e pessoas, e assim transformar o mundo de acordo com o seu desejo.

Segundo Aquino¹²⁹, o pensamento debordiano sobre a possibilidade de comunicação direta,

em suma, trata-se de uma perspectiva comunicativa que carrega, com radicalidade, um sentido outro de comunicação, que reinterpreta o projeto marxiano de uma sociedade sem classes e cuja condição histórica primeira é a superação do domínio fetichista do valor [...] essa reinfidicação debordiana da “transparência” se refere estritamente às possibilidades sociais do diálogo e da sociedade liberada do domínio fetichista das formas-valor. Sem esta última liberação, nenhum diálogo verdadeiro e potente é possível à escala social.

É nesse parâmetro que se encontra o usuário do *facebook*, e de acordo com sua enormidade, a sociedade. A transformação da velocidade e do contínuo que desemboca em um usuário ativo no *facebook*, com possibilidades bem definidas de aparição, como espectador e como vedete, profissionaliza a rapidez da necessidade atual do “ser visto”, e assim resignifica os dispositivos capazes de dar forma à resposta que atende as demandas de uma sociedade do espetáculo.

Se começássemos o trabalho com a máxima de Debord, contida no aforismo quatro, que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”¹³⁰, então agora pode-se arriscar uma transcrição previsível: “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas, mediada pelo *facebook*”.

¹²⁷ BAUMAN; LYON, 2013, p. 120.

¹²⁸ AQUINO, 2007.

¹²⁹ Id. Ibid

¹³⁰ DEBORD, 1997, p. 14.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINHO, S. Bispo de Hipona. **Confissões**. Tradução de J. Oliveira e A. Ambrósio de Pina. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

AQUINO, João Emiliano Fortaleza de. **Espetáculo, comunicação e comunismo em Guy Debord**. *Kriterion*, Belo Horizonte, v. 48, n. 115, 2007 . Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-512X2007000100010&lng=en&nrm=iso Acesso em 16 de abril de 2014.

AZEVEDO, W. **Interpoesia, o início da escritura expandida**. Universidade Paris 8 – Laboratoire de Paragraphe (Pós Doutorado). Disponível em: http://elmcip.net/sites/default/files/files/attachments/criticalwriting/pos_doc_do_prof_wilton_0.pdf. Acesso em 18 de abril de 2013.

BAUMAN, Zygmunt; LYON, David. **Vigilância líquida: diálogos com David Lyon**; Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CUNHA, A. G. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 4.ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

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

_____. **A sociedade do espetáculo**. Produção de Guy Debord. Paris, Simar Films 1973, 88m, pb, son.

DORFMAN, **Corpo segundo Merlau-Ponty e Lacan**. Retirado em <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/03/corpo-segundo-merleau-ponty-e-lacan/>, acesso em 2 de Maio de 2013

GARCIA-ROZA, L. A. **Freud e o inconsciente**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

KEHL, M. R.; BUCCI, E. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

_____. M. R. **O eu é um outro**, 2005, Disponível em <http://www.mariaritakehl.psc.br/conteudo.php?id=125>, retirado em 5 de Maio de 2014.

LACAN, J. **Seminário, livro 2: o eu na teoria de Freud e na tecnica da psicanalise**; 2ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2010,

MONTAGENS ENVOLVENDO FRASES E PERSONALIDADES FORA DO CONTEXTO retirado em: <http://tecnologia.uol.com.br/album/2012/04/03/internautas-fazem-montagens-envolvendo-frases-falsas-e-personalidades-fora-de-contexto.htm#fotoNav=5> Acesso em 13 de abril de 2014

QUINET, A. **Os Outros em Lacan**. 1 ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2012

SARAIVA, F. R. S. **Novíssimo dicionário Latino-Português**. 12. ed. Rio de Janeiro: Garnier, 2000.

SOBRE o *facebook*. Disponível em <https://www.facebook.com//info> Acesso em 11 de Setembro de 2013.

TAVARES, Pedro Heliodoro de Moraes Branco. **A língua alemã em Freud, e eu com isso?** Mal-estar na Cultura: Rio Grande do Sul: Difusão Cultural, 2010.

UOL. **Na ONU Dilma diz que espionagem viola os Direitos Humanos**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2013/09/1346590-na-onu-dilma-diz-que-espionagem-viola-direitos-humanos.shtml> Acesso em 8 de Março de 2014.

VARGAS LLOSA, M. **A Civilização do Espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.