

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

“Sociedade do espetáculo: só é o que se vê” ["Society of the spectacle: only what is seen"]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Fachin, Patricia
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-10 15:06:11
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/161068

“Sociedade do espetáculo: só é o que se vê”

Para a pesquisadora Paula Sibilia, a popularidade de redes sociais como Facebook, MySpace, Orkut e Twitter se justifica pelo desejo das pessoas de estarem à vista dos outros

POR PATRÍCIA FACHIN | FOTO DIVULGAÇÃO

Redes sociais como Facebook, Twitter e MySpace são, na opinião da professora do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF) Paula Sibilia, “compatíveis com as habilidades que o mundo contemporâneo solicita de todos nós com crescente insistência”. Segundo ela, essas ferramentas servem para dois propósitos fundamentais. “Em primeiro lugar, elas ajudam a construir o próprio ‘eu’, ou seja, servem para que cada usuário se autoconstrua na visibilidade das telas. Além disso, são instrumentos úteis para que cada um possa se relacionar com os outros, usando os mesmos recursos audiovisuais e interativos”, explica.

Em entrevista concedida por e-mail à **IHU On-Line**, Paula Sibilia reflete sobre as mudanças de comportamento da sociedade contemporânea e afirma que “mudaram as premissas a partir das quais edificamos o eu”. Na atual sociedade do espetáculo, continua, “se quisermos ‘ser alguém’, temos que exibir permanentemente aquilo que supostamente somos”. E dispara: “Esses são os valores que têm se desenvolvido intensamente nos últimos tempos, uma época na qual, por diversos motivos, se enfraqueceram as nossas crenças em tudo aquilo que não se vê, em tudo aquilo que permanece oculto.”

Paula Sibilia é graduada em Ciências da Comunicação, pela Universidade de Buenos Aires (UBA), mestre na mesma área, pela Universidade Federal Fluminense (UFF), e doutora em Saúde Coletiva, pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UFRJ). Atualmente, é professora no Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF). Entre suas obras, citamos *O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais* (Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002) e *O show do eu* (Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008). Em 2008, ela participou do Simpósio Internacional Uma sociedade pós-humana? possibilidades e limites das nanotecnologias, realizado pelo Instituto Humanitas Unisinos – IHU. Confira a entrevista.



IHU On-Line - O que redes sociais como Facebook, Orkut, Twitter e MySpace revelam sobre a sociedade contemporânea?

Paula Sibilia - Estas novas ferramentas, que apareceram nos últimos anos e de repente se tornaram tão populares, servem para dois propósitos fundamentais. Em primeiro lugar, elas ajudam a construir o próprio “eu”, ou seja, servem para que cada usuário se autoconstrua na visibilidade das telas. Além disso, são instrumentos úteis para que cada um possa se relacionar com os outros, usando os mesmos recursos audiovisuais e interativos.

Por isso, tanto as redes sociais como Orkut, Facebook, Twitter ou MySpace como os blogs, fotologs, YouTube e ou-

tros canais desse tipo que hoje proliferam na internet são perfeitamente compatíveis com as habilidades que o mundo contemporâneo solicita de todos nós com crescente insistência. E uma dessas capacidades que tanto se estimula que desenvolvamos é, precisamente, a de “espetacularizar” a nossa personalidade. O que significa isso? Tornarmos-nos visíveis, fazer do próprio “eu” um show.

Este fenômeno responde a uma série de transformações que têm ocorrido nas últimas décadas, que envolvem um conjunto extremamente complexo de fatores econômicos, políticos e socioculturais, e que converteram o mundo em um cenário onde todos devemos nos mostrar. Se quisermos “ser

alguém”, precisamos exibir permanentemente aquilo que supostamente somos. Nos últimos anos, portanto, têm cristalizado uma série de transformações profundas nas crenças e valores em que nossos modos de vida se baseiam, e a “espetacularização do eu” faz parte dessa trama.

IHU On-Line - Que novos modelos de relações se configuram através das redes sociais? A senhora acredita que as relações ganham um novo sentido?

Paula Sibilia - Uma das manifestações dessa mutação que tem ocorrido na sociedade contemporânea é a derrubada das fronteiras que costumavam separar o âmbito privado e o espaço

público, e que constituíam um ingrediente fundamental do modo de vida moderno. Então, junto com essas mudanças que se consumaram nos últimos anos, também se reconfigurou a maneira com que nos construímos como sujeitos.

Mudaram as premissas a partir das quais edificamos o *eu*, e isso aconteceu porque também se transformaram as nossas ambições e os nossos horizontes. Portanto, não se modificaram apenas as formas de nos relacionarmos conosco, com o próprio “eu”, mas também as relações com os outros. E ferramentas como o Facebook ou o Orkut caíram como luvas nesse novo universo: são extremamente úteis para consumir essas novas metas.

Porque na atual “sociedade do espetáculo” só é o que se vê. Portanto, se algo (ou alguém) não se expõe nas telas globais, se não está à vista de todos – sob os flashes dos paparazzis ou, pelo menos, sob a lente de uma modesta webcam caseira –, então nada garante que realmente exista. Esses são os valores que têm se desenvolvido intensamente nos últimos tempos, uma época na qual, por diversos motivos, se enfraqueceram as nossas crenças em tudo aquilo que não se vê, em tudo aquilo que permanece oculto. “A beleza interior” seria um exemplo. Enquanto isso, de forma paralela e complementar, exacerbaram-se as nossas crenças no valor das imagens, na importância da visibilidade e da celebridade como fins em si mesmos, como metas autojustificáveis, às quais supõe-se que todos deveríamos aspirar.

IHU On-Line - A partir dessas redes sociais, como a senhora descreve o nosso atual modelo de vida?

Paula Sibília - Há uma necessidade de se mostrar constantemente, que se exacerba por toda parte, embora não tenhamos nada muito importante para mostrar ou para dizer. Os canais interativos da Web 2.0 permitem fazer isso à vontade, facilmente e com baixos custos, de um modo ainda mais eficaz do que os meios de comunicação tradicionais. Porque essas novas ferramentas “democratizam” o acesso à fama e à visibilidade.

Mas o Orkut e o Facebook não surgiram do nada. Ao contrário, as redes sociais apareceram num terreno que já estava muito bem sedimentado para que essas práticas pudessem florescer. Nos últimos anos, temos aprendido a estar conectados o tempo todo. Utilizando as mais diversas ferramentas tecnológicas (celulares, e-mail, GPS etc.), aprendemos a estar sempre disponíveis e potencialmente em contato. Acredito que tudo isso esteja dando conta de um forte desejo de estar à vista dos outros, de sermos observados, mesmo que seja apenas para confirmar que estamos vivos. Para constatarmos que somos “alguém”, que existimos. Sem dúvida, entre várias outras coisas, há muita solidão e vazio por trás de tudo isto.

“Orkut e o Facebook não surgiram do nada. Ao contrário, as redes sociais apareceram num terreno que já estava muito bem sedimentado para que essas práticas pudessem florescer”

IHU On-Line - O conceito de intimidade conhecido até então é alterado a partir de programas como Facebook, Twitter, Orkut?

Paula Sibília - Neste momento, quando tantas imagens e relatos supostamente “íntimos” estão publicamente disponíveis, é evidente que a intimidade tem deixado de ser o que era. Nos velhos tempos modernos, aqueles que brilharam ao longo do século XIX e durante boa parte do XX, cada um devia resguardar sua própria privacidade de qualquer intromissão alheia. Isso não se conseguia somente graças às grossas paredes e às portas fechadas do lar, mas também mediante todos os rigores e pudores da antiga moral

burguesa.

Agora, porém, a intimidade tem se convertido em um cenário no qual todos devemos montar o espetáculo daquilo que somos. E esse *show do eu* precisa ser visível, porque se esses pequenos espetáculos intimistas se mantivessem dentro dos limites da velha privacidade – aquela que era oculta e secreta por definição – ninguém poderia vê-los e, então, correriam o risco de não existirem.

É por isso que hoje se torna tão imperiosa essa necessidade de fazer público algo que, não muito tempo atrás e por definição, supunha-se que devia permanecer protegido no silêncio do privado. Porque mudaram os modos de se construir o “eu” e mudaram também os alicerces sobre os quais se sustenta esse complexo edifício.

Por isso, se as práticas que eram habituais naqueles tempos (como o diário íntimo e a correspondência epistolar) procuravam mergulhar no mais obscuro de si mesmo para ter acesso às próprias verdades, nestes costumes novos a meta é outra e bem diferente. No Orkut ou no Facebook, é evidente que o que se persegue é a visibilidade e, em certo sentido, também a celebridade. Ambas como fins autojustificados e como metas finais, não como um meio para conseguir alguma outra coisa e nem como uma consequência de algo maior.

IHU On-Line - Que futuro a senhora vislumbra a partir dessas redes sociais na internet? A sociedade tende a mudar ainda mais seus hábitos e comportamentos?

Paula Sibília - Sobre o futuro, feliz ou infelizmente, é pouco o que posso dizer. Mas acredito que já seja possível fazer algumas avaliações sobre as implicações destas novidades.

Por um lado, estamos perdendo a possibilidade de nos refugiarmos em toda aquela bagagem da própria interioridade, que oferecia uma espécie de âncora ou um porto seguro para cada sujeito, que acolchoava seu “eu” contra as inclemências do mundo exterior e contra o inferno representado pelos outros.

Por outro lado, também é claro

que ganhamos algumas coisas: uma libertação daquela prisão “interior”, ao se esfocar essa condenação a ser “você mesmo”, aquela obrigação de permanecer fiel à interioridade oculta, densa e muitas vezes terrível que amordaçava os sujeitos modernos.

Outro problema que surge com estas novidades, no entanto, é que os tentáculos do mercado se desenvolveram de um modo que teria sido impensável algumas décadas atrás, e que hoje chegam a tocar todos os âmbitos. Agora, nos inícios do século XXI, tanto as personalidades como os corpos podem se converter em mercadorias que se compram, se alugam, se vendem e depois se jogam no lixo.

Numa sociedade tão espetacularizada como a nossa, a imagem que projeta o “eu” é o capital mais valioso que cada sujeito possui. Mas é preciso ter a habilidade necessária para administrar esse tesouro, como se fosse uma marca capaz de se destacar no competitivo mercado atual das aparências. Hoje, o espírito empresarial contamina todas as instituições e se impregna em todos os âmbitos, inclusive nos mais “íntimos” e recônditos, e o mercado oferece soluções para qualquer necessidade ou desejo. Além disso, sempre será possível (e inclusive desejável) mudar de “perfil”, atualizando as informações pessoais ou alterando suas definições para melhorar a cotação do que se é. Seja no mesmo Orkut ou Facebook, ou então migrando para um novo sistema apresentado como bem melhor do que o anterior, mais atual e dinâmico, daqueles cujo surgimento e cujo sucesso potencial não cessam de ser anunciados.

LEIA MAIS...

>> Paula Sibília já concedeu outras entrevistas à IHU On-Line. O material está disponível no sítio do IHU (www.unisinos.br/ihu).

* *Ciências da vida redefinem a condição humana*. Edição número 259, de 26-05-2008, intitulada *Nanotecnologias: possibilidades incríveis e riscos altíssimos*;

* *Show do eu: a vitrine da própria personalidade*. Edição número 283, intitulada *As Ciências Sociais, hoje. Os 50 anos do curso de Ciências Sociais da Unisinos*, publicada em 24-11-2008.

As hierarquias e verticalidades nas redes sociais da web

Para a pesquisadora Suely Fragoso, “embora possa parecer perfeitamente horizontalizada, a comunicação em sistemas de rede social também tem uma estrutura vertical, regida por centros e hierarquias”, e o modelo distributivo da comunicação nesses ambientes está em processo de compreensão

POR MÁRCIA JUNGES | FOTO DIVULGAÇÃO

A permanência de hierarquias e verticalidades nas ferramentas de redes sociais é um fato, aponta Profa. Dra. Suely Fragoso, na entrevista exclusiva que concedeu por e-mail à IHU On-Line. Segundo ela, o “novo modelo distributivo da comunicação em redes digitais implica uma alteração importante, cujos desdobramentos ainda estamos tentando compreender”. As redes sociais na web, explica, são bastante utilizadas para manter laços sociais que já existem, e bem menos para conhecer novas pessoas. “Parece que as ferramentas digitais para interação social têm sido mais utilizadas para o fortalecimento e a expansão das ‘velhas’ redes sociais do que para a criação de novas”, assinalou. De acordo com a pesquisadora, “muitas pessoas que antes não tinham interesse na internet ou na web foram atraídas para as tecnologias digitais quando perceberam seu potencial para a interação social”. Em seu ponto de vista, essa apropriação da tecnologia digital voltada para fortalecer as redes sociais é extremamente positiva, mas não é um consenso.

Suely Fragoso é professora no curso de Comunicação e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos. Graduada em Arquitetura e Urbanismo, pela Universidade de São Paulo (USP), é mestre em Comunicação e Semiótica, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP) e doutora em Estudos da Comunicação, pela Universidade de Leeds, Inglaterra, com a tese *Towards a Semiotic Toy: designing an interactive audio-visual artefact for playful exercise of meaning construction*. É autora de *O Espaço em Perspectiva* (Rio de Janeiro: E-Papers, 2005) e uma das organizadoras de *Comunicação na Cibercultura* (São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001). Escreveu, também, artigos técnicos e vários capítulos de livros. Confira a entrevista.



IHU On-Line - É possível falar em uma revolução na comunicação a partir do surgimento de novas ferramentas como o Twitter e o Facebook? Por quê?

Suely Fragoso - A popularização da internet (nos anos 1990) aumentou exponencialmente o número de pessoas que passaram a publicizar suas ideias e, ao mesmo tempo, também

um grande aumento do número de pessoas a que as mensagens produzidas poderiam chegar, causando uma alteração importante no cenário da comunicação. Ferramentas como o Twitter e o Facebook ajudam a popularizar ainda mais a internet e, portanto, ampliam ainda mais o espectro dessa mudança. Esse é um primeiro modo em que elas afetam