



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CEDUC  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE LICENCIATURA EM SOCIOLOGIA**

**ÉVELYN DOS SANTOS BARBOSA**

**CIBERCULTURA E A ESPETACULARIZAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES NAS  
REDES – A INFLUÊNCIA DO USO DA IMAGEM PESSOAL NAS RELAÇÕES  
SOCIAIS MEDIADAS PELAS MÍDIAS DIGITAIS**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2022**

**ÉVELYN DOS SANTOS BARBOSA**

**CIBERCULTURA E A ESPETACULARIZAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES NAS  
REDES – A INFLUÊNCIA DO USO DA IMAGEM PESSOAL NAS RELAÇÕES  
SOCIAIS MEDIADAS PELAS MÍDIAS DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de curso  
apresentado à Universidade Estadual da  
Paraíba, como requisito parcial para  
obtenção do título de graduação em  
Licenciatura em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Sebastião Costa Andrade

**CAMPINA GRANDE – PB  
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

B238c Barbosa, Évelyn dos Santos.  
Cibercultura e a espetacularização das subjetividades nas redes [manuscrito] : a influência do uso da imagem pessoal nas relações sociais mediadas pelas mídias digitais / Évelyn dos Santos Barbosa. - 2022.  
15 p.  
  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sociologia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2022.  
"Orientação : Prof. Dr. Sebastião Costa Andrade ,  
Coordenação do Curso de Filosofia - CEDUC."  
1. Cibercultura. 2. Subjetividade. 3. Espetacularização. 4. Relações sociais. I. Título  
  
21. ed. CDD 303.483 3

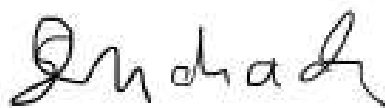
ÉVELYN DOS SANTOS BARBOSA

CIBERCULTURA E A ESPETACULARIZAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES NAS  
REDES – A INFLUÊNCIA DO USO DA IMAGEM PESSOAL NAS RELAÇÕES  
SOCIAIS MEDIADAS PELAS MÍDIAS DIGITAIS

Trabalho de Conclusão de curso  
apresentado à Universidade Estadual da  
Paraíba, como requisito parcial para  
obtenção do título de graduação em  
Licenciatura em Sociologia.

Aprovada em: 23/03/2022.

**BANCA EXAMINADORA**



---

PROF. DR. SEBASTIÃO COSTA ANDRADE



---

PROF.<sup>a</sup> ME. SILVANIA KARLA DE FARIAS LIMA



---

PROF. RANIERE FERREIRA TORRES

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>REFLEXÕES TEÓRICAS.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1</b>	<b>Ciberespaço e Cibercultura.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2</b>	<b>Espetacularização .....</b>	<b>7</b>
<b>2.3</b>	<b>A influência do uso da imagem pessoal nas relações sociais mediadas pelas mídias digitais .....</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>12</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>14</b>

## **CIBERCULTURA E A ESPETACULARIZAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES NAS REDES – A INFLUÊNCIA DO USO DA IMAGEM PESSOAL NAS RELAÇÕES SOCIAIS MEDIADAS PELAS MÍDIAS DIGITAIS**

BARBOSA,Évelyn dos Santos

### **RESUMO**

Nosso artigo tem como Objetivo principal induzir uma reflexão acerca da nossa postura enquanto personalidades digitais, sobre como nos apresentamos virtualmente, no tocante ao significado do uso da imagem pessoal, para as relações sociais que são mediadas pelas redes. Utilizamos como fonte de pesquisa o livro “O show do eu” de Paula Sibilia e alguns artigos acadêmicos. Para embasamento teórico, nos apoiamos também, nos estudos de Piérre Levy sobre ciberespaço e cibercultura, conceituando esse ambiente virtual e as práticas presentes nele, visando complementar nossa discussão. Ao levantar essas questões, esperamos defender a necessidade de aprofundamentos nos estudos voltados para essa temática, tendo em vista seu caráter contemporâneo e tão importante para nosso desenvolvimento pessoal e profissional.

**Palavras-chave:** Subjetividade; Espetacularização; Cibercultura.

### **ABSTRACT**

Our article has as main objective to induce a reflection about our posture as digital personalities, about how we present ourselves virtually, and regarding the meaning of personal image usage for the social relations that are mediated by the networks. As a research source, we used the book “O show do eu” by Paula Sibilia and some academic articles. For theoretical basis, we also relied on the studies of Pierre Levy on cyberspace and cyberculture, conceptualizing this virtual environment and the practices within it, complementing our discussion. By raising these questions, we expect to defend the need for further studies on this topic, given its contemporary character, so important for our personal and professional development.

**Keywords:** Subjectivity; Spectacularization; Cyberculture.

## 1 INTRODUÇÃO

A grande influência das novas tecnologias digitais, gerada pelo acesso à informação cada vez mais intenso, após a popularização da internet, proporciona à sociedade contemporânea benefícios e malefícios para o desenvolvimento humano. Discutiremos acerca dessa influência, especialmente sob o viés das redes sociais, nos espaços que possibilitam a conexão entre pessoas de todo o mundo. Pensaremos também a respeito do espetáculo que se faz de toda e qualquer subjetividade nesse meio, sobre os conceitos de ciberespaço e cibercultura, com o objetivo de tentar compreender como essa nova cultura ensinada pelas redes mudou radicalmente nossa forma de pensar, se relacionar, influenciar, se posicionar, além de intervir diretamente na construção das personalidades que diariamente fazem uso dessas redes, seja para uso pessoal ou profissional.

A impressão que temos é que torna-se cada vez mais difícil dedicar nossa atenção a textos que não tenham imagens e, conseqüentemente, o quanto se tornam ainda mais atrativas as redes sociais por terem um cenário totalmente oposto e constantemente atualizado. Essas imagens passam a exercer um controle sobre as pessoas, que ficam fascinadas pelo uso desses recursos audiovisuais. Não somos mais apenas meros espectadores dos espetáculos, nós os fazemos. Essa cultura midiática promove a “personalidade ideal”, o que comer, vestir, beber, os lugares que devemos frequentar, de acordo com o condicionamento de mercado da sociedade atual.

A motivação da temática do trabalho surgiu a partir da leitura de “O show do Eu: A intimidade como espetáculo”, livro que foi resultado da pesquisa de doutorado de Paula Sibilia, além da curiosidade em tentar entender nosso comportamento de exibição de vidas privadas nas redes. Publicado em 2008, continua tão atual que é extremamente relevante e necessário em qualquer área acadêmica. A autora tem como base “A sociedade do espetáculo” (1967) de Guy Deborde aponta como esse comportamento de exibição da vida íntima só cresceu durante o século XX e XXI. Ela traz reflexões sobre como esses processos foram naturalizados, desde as *selfies* no instagram, os vídeos no *youtube*, textos em *blogs*, além da transformação na construção das subjetividades, os modos de ser e o que se deve exibir nas redes. Sibilia estuda as mudanças históricas nas práticas desses sujeitos, desde os diários íntimos, os romances até a psicanálise. Entre as questões colocadas por ela na tentativa de explicar tal comportamento nas redes, há o conceito de “extimidade”, que vem da transmutação entre intimidade e exterioridade, “uma entidade para cuja configuração foi necessário deslocar o eixo das subjetividades: do magma causal da interioridade psicológica para a capacidade de produzir efeitos no olhar alheio” (p.163).

A cibercultura permite, portanto, uma maior participação das pessoas na produção de conteúdos *online*, desenvolve processos inclusivos que podem transformar a sociedade, promovendo a cultura do compartilhamento e possibilitando relacionar-se virtualmente. Estar sempre conectado resulta numa constante troca de informações e experiências, seja por meio de imagens, áudios, vídeos. Cabe também como sintoma dessa nova cultura a necessidade de exposição das subjetividades, a espetacularização e as novas formas de sociabilidades construídas a partir desse contexto. Porém, é importante ressaltar, que o grande avanço dos meios de comunicação, mais precisamente no ambiente do ciberespaço, não é diretamente responsável pelas práticas de espetacularização

das personalidades. O que acontece, na verdade, é a potencialização desse fenômeno através das redes sociais.

## 2 REFLEXÕES TEÓRICAS

### 2.1 Ciberespaço e Cibercultura

Quando falamos sobre as novas tecnologias e as interações que nelas acontecem, não há como não associarmos aos estudos de Pierre Lévy. Nascido em 1956, na Tunísia. Filósofo, sociólogo, professor e pesquisador em ciência da informação e da comunicação, estuda a influência da internet na sociedade, o meio virtual e digital. Suas principais obras são: *As tecnologias da inteligência* (1993), *O que é o virtual* (2003), *inteligência coletiva* (1994) e *Cibercultura* (2001).

Há muito tempo tentamos compreender o impacto dos novos meios de comunicação, até onde exatamente a internet poderia contribuir como um espaço de diálogo e informação que alcançasse um maior número de indivíduos. Pierre Lévy é referência no que diz respeito às discussões sobre essa nova cultura desenvolvida no mundo digital, chamada de cibercultura. Inicialmente, porém, não foi fácil para o autor demonstrar quão importante era a temática no período pré-histórico da internet. Contemporaneamente, pelo contexto que pode ser visualizado através das redes sociais e todo o meio digital, suas pesquisas fazem muito mais sentido.

Lévy observa a força das interações coletivas e a influência destas na sociedade, sempre lembrando que o virtual é uma potência do real e também o oposto. Portanto, um espaço em que poderia ser colocada uma lente de aumento em tudo aquilo que possibilita o desenvolvimento humano, assim como expandir os piores problemas.

Com a popularização dos computadores, muitos fatores contribuíram na formação de um espaço de operações tecnológicas, informação e inteligência, o ciberespaço. Além do conjunto de práticas que são desenvolvidas nesse novo espaço, cibercultura.

O termo ciberespaço especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo 'cibercultura', especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (p. 17)

A cibercultura estimula e possibilita os sujeitos a tornarem-se autores e coautores do conteúdo que circula no ambiente virtual. Inclusive, é um dos seus pontos fortes: a democratização da produção e compartilhamento de todo tipo de conteúdo. Segundo Lévy, "o valor contido na cibercultura é precisamente a universalidade. Essa mídia tende à interconexão geral das informações, das máquinas e dos homens" (p.113). O próprio fato da interconexão tem cada dia mais uma grande repercussão nas atividades econômicas, políticas e culturais, transformando as condições de vida em sociedade.

As redes possibilitam o contato entre as pessoas em qualquer lugar do mundo, o novo universal se realiza através da imersão. Quanto mais conexões, maior a diversidade, maiores as fontes de conteúdos e a produção da inteligência



coletiva. Tornando, portanto, um ciclo praticamente impossível de ser controlado. Para o autor, o paradoxo se encontra aqui: quanto mais universal (extenso, interconectado, interativo), menos totalizável.

O que é o universal? É a presença (virtual) da humanidade em si mesma. Quanto à totalidade, podemos defini-la como a conjunção estabilizada do sentido de uma pluralidade (discurso, situação, conjunto de acontecimentos, sistema etc.). Essa identidade global pode fechar-se no horizonte de um processo complexo, resultar do desequilíbrio dinâmico da vida, emergir das oscilações e contradições do pensamento. Mas qualquer que seja a complexidade das modalidades, a totalidade ainda permanece no horizonte do mesmo. A cibercultura, por outro lado, mostra precisamente que existe uma outra forma de instaurar a presença virtual da humanidade em si mesma (o universal) que não seja por meio da identidade do sentido (a totalidade). P.122

Toda essa multiplicidade representa também menos domínio sobre os processos virtuais, o que implica diretamente na tradução do real. A suposta desordem presente no ciberespaço caracteriza a diversidade dos indivíduos. Contudo, o autor afirma que essa variedade não é necessariamente um problema, no espaço fluído do ciberespaço, as tentativas de domínio seriam até abusivas e pouco duráveis.

O ciberespaço não é uma infraestrutura técnica particular de telecomunicação, mas uma certa forma de usar as infraestruturas existentes, por mais imperfeitas e disparatadas que sejam. (p.124)

O desenvolvimento do ciberespaço se baseia em três princípios fundamentais: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. O que vemos nas redes sociais são conexões geradas a partir de interesses em comum, projetos de cooperação mútua, conhecimentos compartilhados etc. Porém, as relações virtuais em hipótese alguma substituem os encontros reais, mas, serão sempre uma forma de facilitar/complementar o vínculo construído.

## **2.2 Espetacularização**

A geração do instantâneo, da velocidade, do modo multitarefas que abrange o mundo da tecnologia, bem como sua produção acelerada de informações que desafiam tempo e espaço implicam diretamente no contexto dos modos de ser e das relações humanas. As subjetividades, como sabemos, são construídas socialmente, no encontro do eu com o mundo e com os outros, são flexíveis e adaptam-se de acordo com as tradições culturais. Num período em que se estabelece uma cultura midiática na sociedade, esta coloca em pauta formas e normas sociais, tornando-se assim, um meio de manipulação, visando interesses específicos e influenciando a formação dos sujeitos no aspecto individual e coletivo.

A mídia, maior fonte de conteúdo e entretenimento, é considerada como o “quarto poder”, portanto, o quarto maior segmento econômico do mundo. O seu poder pode se manifestar como uma forma de controle social, resultando num processo de massificação da sociedade, padronizando opiniões em detrimento de

uma causa maior. Segundo Sibilia, com uma cultura que se ancora cada vez mais em imagens, perde sua força o velho império da palavra, sendo agora mais vigente tudo que se pauta na lógica da visibilidade, no mercado das aparências e na construção de si e da vida como um espetáculo, tendo à disposição um conjunto de técnicas de estilização dessas experiências para “sair bem na foto”. Para a autora:

Mais do que um conjunto de imagens, o espetáculo se transformou em nosso modo de vida e em nossa visão do mundo, na forma como nos relacionamos uns com os outros e na maneira com que o mundo se organiza. (p.44)

Uma ideologia é transmitida através das mídias sociais, construindo estilos de vida a serem seguidos. O que nos motiva a questionar: Até que ponto a mídia interfere nos modos de ser e na construção das subjetividades? Importante lembrar, também, que as reflexões aqui propostas nos colocam diante de parte da nossa realidade atual, e não de sua totalidade. Assim como a impossibilidade de obtermos respostas exatas, contudo, buscamos direcionamentos para reflexões acerca dessas práticas contemporâneas. Portanto, “[...] são inúmeros os indícios de que estamos vivenciando uma época limítrofe, um corte na história, uma passagem de certo “regime de poder” para um outro projeto político, sociocultural e econômico”. (p.15)

Em um cenário de constantes processos de globalização, numa sociedade midiaticizada e voltada ao estímulo da visibilidade, percebemos seu reflexo na formação de opiniões, na cultura, na transformação das subjetividades antes “interiorizadas” para novos modos de autoconstrução. Essas subjetividades se desenvolvem junto às práticas de comunicação e exibição da intimidade nas redes, onde protagonizam indivíduos geralmente mais flexíveis, personalidades alterdirigidas, pensadas para o olhar alheio e não mais tão introspectivas.

A rede mundial de computadores se tornou um grande laboratório, um terreno propício para experimentar e criar novas subjetividades: em seus meandros nascem formas inovadoras de ser e estar no mundo, que por vezes parecem saudavelmente excêntricas e megalomaniacas, mas outras vezes (ou ao mesmo tempo), se atolam na pequenez mais rasa que se pode imaginar. Como quer que seja, não há dúvidas que esses reluzentes espaços da Web 2.0 são interessantes, nem que seja porque se apresentam como cenários bem adequados para montar um espetáculo cada vez mais estridente: o show do eu. (p.27)

Neste novo contexto de mudanças socioculturais, os sujeitos tornam-se mais visuais do que verbais, o que nos leva a questionar, inclusive, se o TDAH (Transtorno do déficit de atenção e hiperatividade) não poderia ser entendido como uma característica dessas novas subjetividades, sendo correspondente à cultura em que estamos inseridos. A espetacularização da vida cotidiana nas redes sociais, especialmente no instagram, demonstram o desejo de exibição daquilo que antes era considerado íntimo. Há, então, uma certa falta de veracidade nessas subjetividades atuais? Tornou-se comum o uso de filtros para ocultar características naturais que hoje olhamos como possíveis defeitos em nós? Os discursos agora são extremamente ensaiados? Essa exibição diária é uma prática da cultura atual que não merece tanta atenção?

Inclusive entre nós, essa distinção é bastante recente: a esfera da privacidade só ganhou consistência na Europa dos séculos XVIII e XIX, ecoando o desenvolvimento das sociedades industriais modernas e do modo de vida urbano. (p.60)

Percebemos uma extrema valorização direcionada a essas personalidades (quem você é, ou, parece ser?), talvez por esse motivo a preocupação em tentar provar o tempo inteiro nossa autenticidade nas redes. Fazemos atualizações instantâneas que podem aparecer em qualquer tela do mundo, desde que esteja conectada. Imagens, vídeos, textos, exibindo a vida em suas miudezas, aparentemente fascinante, e por outro lado, mostrando a sua irrelevância. Essa exibição responde involuntariamente à interesses políticos e econômicos do capitalismo industrial.

A lógica da empresa contemporânea funciona com base na informação: os dados pessoais dos consumidores potenciais – presumivelmente privados – são muito valiosos para os negócios orientados a públicos classificados em segmentos de interesse, que tem no marketing direcionado sua ferramenta fundamental. (p.76)

Cabe observar que há uma imensa variedade de perfis nessas redes, pessoais ou profissionais, cada um com suas particularidades. Mas é notório que essas práticas contemporâneas estão para além de espaços de comunicação, visto que influenciam diretamente nas construções subjetivas. Para Sibilia, são incalculáveis os efeitos de todas as transformações econômicas, sociais, culturais e tecnológicas dos últimos tempos, e insuficientes também algumas colocações que tentam justificar toda essa espetacularização na mídia como sendo tão somente um tipo de narcisismo, voyeurismo ou exibicionismo reprimidos. Agora, a impressão que fica é que “é preciso aparecer para ser”. Frente a essa cultura do espetáculo, o objetivo parece ser só um: ser visto pelos olhos alheios.

Pois essas metáforas não apenas refletem transformações que estão ocorrendo no mundo, como também têm a capacidade de provocar efeitos em nossas formas de pensar, agir e ser. Essas imagens alimentam a crescente modulação das narrativas de si como histórias inspiradas nos códigos audiovisuais e informáticos que permeiam e recreiam o nosso mundo, enquanto o eu se espelha nos personagens que transbordam das telas e chega a se transformar, inclusive, em um deles. (p.121)

Chega a ser comum, por exemplo, a grande quantidade de perfis de digital *influencers*, ou criadores de conteúdo online. Pessoas que utilizam seus perfis nas redes sociais para divulgação e venda de determinados produtos, seus ou de parceiros específicos. Quanto mais seguidores e visibilidade tiverem, mais chances de venderem uma “imagem” e claro, mais empresas irão se interessar pelo seu trabalho. O lado positivo, talvez, diante de todas essas mudanças, é que hoje qualquer um (que tenha acesso à internet) tem a oportunidade de criar e empreender através de um perfil online, oferecendo os mais variados serviços.

Continuando nossa reflexão, percebemos também que a cultura midiática nos remete à sensação de um presente constantemente congelado, que promove a valorização do instante e, conseqüentemente, foge um pouco da importância da história, do nosso passado e da duração das coisas na construção do “eu”. Substituindo o “ser” pelo encantamento do “parecer”. Porém, para Sibilia: “Há algo de paradoxal nesta nova tendência: o que se busca tão avidamente nessa enorme variedade de personalidades publicamente extraordinárias é o componente ordinário de suas vidas privadas”. (p.184)

Somos estimulados a hipertrofiar as personalidades para exibí-las nas redes. Tudo e qualquer ação que narre nosso cotidiano “merece” virar um espetáculo para muitos olhos. Seja o que vamos comer no café da manhã, a vista da janela, o “look” do dia, o lugar novo que estamos conhecendo nas férias, entre tantos outros registros e a infinita coleção de relatos que podemos encontrar no *instagram*. Não é novidade, então, que os limites entre o real e o virtual, estejam se tornando cada vez mais frouxos, comprometendo essa separação que antes parecia ser tão necessária. Contudo:

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica ou verdadeira. Busca-se o realmente real, algo não encenado – ou, pelo menos, que assim pareça. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos da intimidade alheia. (p.195)

Ao que parece, as subjetividades contemporâneas não mais se amparam com tanta força nas velhas instituições que serviam como referências para construção de si. Sejam as paredes do lar, uma tradição ou seu passado individual e vida interior. Busca-se a legitimação através da necessidade de visibilidade, transformando a realidade em entretenimento. Expondo a vida antes privada e suas personalidades singulares, propondo atitudes que deveriam ser “imitadas”.

Ao mesmo tempo em que se convertem em personagens, estes artistas transformam-se em mercadorias. Entretanto, nesse movimento que os espetaculariza e os ficcionaliza, paradoxalmente, também parecem se tornar mais reais. Porque ao se transformar em personagens, o brilho da tela os contagia e então se realizam de outra forma: ganham uma rara consistência, que provém dessa irrealidade hiper-real da legitimação audiovisual. Passam a habitar o imaginário espetacular e, com isso, viram curiosamente mais reais do que a realidade. Pois dessa forma convertem em marcas registradas, tornam-se grifes ou mercadorias subjetivas. (p. 230)

De certa forma, muitos dos valores dessa cultura midiática andam de mãos dadas com o modo de vida capitalista, desenvolvendo nos sujeitos a habilidade de autopromoção, além do tão falado até aqui “mercado das personalidades”, onde a “imagem” se torna mais um ou o principal valor de troca nesse meio. As novas construções de si que surgem a partir de então, desejam mais que tudo a visibilidade.

### **2.3 A influência do uso da imagem pessoal nas relações sociais mediadas pelas mídias digitais**

No contexto discutido até então, a subjetividade de cada um seria, portanto, “algo que se vê”, personalidades que se moldam para exibir-se nas telas, que buscam validação social através do olhar alheio. Há uma famosa afirmação de Guy Debord que diz: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediadas por imagens” (DEBORD, 1997,14, apud NEGRINI; AUGUSTI. 2013). Nessa perspectiva, percebemos a interação que acontece nas redes sociais como uma das mais claras formas de espetáculo na sociedade atual. Segundo Sibilía:

Um complicado jogo de espelhos com os personagens mediatizados dispara processos de identificação efêmeros e fugazes, que promovem as inúmeras vantagens de reciclar regularmente a própria personalidade alterdirigida.(p. 242)

É nesse mundo intensamente audiovisual do século XXI que o “mercado das personalidades” alcança proporções jamais imaginadas. Hodiernamente todos podem, geralmente querem e quem sabe logo mais devam se estilizar como um personagem quase que de ficção. Para Debord, é como se nessa sociedade do espetáculo tudo se tornasse uma “mercadoria”, um modo de vida constantemente baseado nas aparências. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação” (DEBORD, 1997, 13, apud NEGRINI; AUGUSTI. 2013). A crítica do autor gira em torno do espetáculo como meio de dominação da sociedade, atuando a favor do capitalismo, se distanciando da autenticidade e estimulando o consumo das imagens e produtos divulgados na indústria cultural, que são reforçados pela publicidade nas redes. Os valores impostos pela cultura do espetáculo desenvolvem um senso de obrigação sobre as subjetividades, uma suposta necessidade de adaptação as novas engrenagens socioculturais, políticas e econômicas.

Assim como está ocorrendo com os corpos humanos e seus diversos componentes, os modos de ser também se transformam em mercadorias: pequenos espetáculos efêmeros, lançados aos nervosos vaivéns do mercado global. As personalidades se tornam fetiches desejados e cobiçados, que podem ser comprados e vendidos, repentinamente valorizados quando irrompem no espaço visível como lustrosas novidades, e logo descartados como obsoletos, fora de moda, out. (p. 257)

Debord complementa as reflexões de Sibilía quando nos faz pensar no espetáculo atuando nos processos de identificação com a sociedade do consumo, tendo o lucro como finalidade e prejudicando a autonomia dos indivíduos, que o tempo todo recebem as influências desse espetáculo. Deixando, de certa forma, de levar em conta todo seu histórico pessoal, prioridades e opiniões. A exposição das imagens chega a ser tão constante que provoca a ideia de serem até mais reais que a própria realidade.

Se esse espetáculo vira o centro de tudo, as relações sociais se mercantilizam e passam a ser mediadas por essas imagens, assim, é natural que se torne comum um modo de vida sempre baseado na visibilidade, gerando um

distanciamento e uma superficialidade nessas relações. Na visão de Debord, diante de uma realidade onde tudo se torna “mercadoria”, o consumo agora não acontece somente pelo valor de uso dos produtos, mas, pela aparência e significado que trazem consigo. Contudo, é o valor de troca que realmente interessa, sua realização final se legitima na visibilidade. Um ciclo sem fim, espectadores que diariamente acompanham espetáculos reais e desenvolvem necessidades de consumo por meio de publicidades. “O espetáculo, como organização social da paralisia da história e da memória, do abandono da história que se erige sobre a base do tempo histórico, é a falsa consciência do tempo” (DEBORD, 1997, 108). Segundo o autor, é nesse tempo espetacular que os indivíduos inconscientemente se afastam do tempo presente, e inserem-se num tempo virtual. Além do espaço, que perde suas configurações normais e também se torna virtual.

Com essa classe de personagens se mostrando sem pausa nas vitrines midiáticas, e operando como os modelos mais admiráveis de “modos de ser” e “estilos de vida” que se possam imaginar e cobiçar, não surpreende que as subjetividades introduzidas estejam em crise. É que hoje prolifere um tipo de eu que se ocupa de colocar em cena constantemente sua personalidade, porém sem diferenciar claramente entre os âmbitos públicos e privados da existência. (p. 249)

Ainda de acordo com a lógica de Debord, temos como consequência uma submissão dos indivíduos ao espetáculo, que através da contemplação constante, perdem parte de sua autonomia, capacidade autocrítica e direito de escolha. Cabe a eles apenas a passividade e o consumo daquilo que é imposto pelo sistema vigente. O autor reitera a importância de movimentos práticos que contestem essa realidade, lembrando que a ausência de posicionamento e opinião do público, pode prejudicar diretamente o cenário político e social. Porém, embora Debord seja incisivo em sua leitura apenas negativa do espetáculo, não podemos esquecer que os indivíduos são inseridos em um contexto cultural em que particularidades de cada um que irão influenciar na forma como estes receberão as mensagens midiáticas. E que o espetáculo, apesar de todos os pormenores desse fenômeno, faz parte de diversos momentos das sociedades.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A crescente transformação das vivências cotidianas em imagens no ciberespaço, novas possibilidades de ser, estar, relacionar-se com o mundo, a cibercultura influenciando as construções subjetivas, são questões fundamentais como ponto de partida para uma melhor compreensão a respeito de quem somos, como nos tornamos o que somos e porque não: o que queremos ser? Portanto, os questionamentos colocados nesta pesquisa são extremamente relevantes e contemporâneos. Nesse novo contexto cabe à visibilidade o papel de conceder um brilho extra às vidas comuns que são estilizadas através dos recursos audiovisuais no ciberespaço. Os registros legitimam as histórias contadas virtualmente, por mais banais que possam parecer.

O mundo contemporâneo, aparentemente, tem se desenvolvido tendo como base a cultura do espetáculo e da visibilidade, as subjetividades adequam-se para realizar-se. Afinal, essas subjetividades só parecem se tornar reais quando se convertem em imagens, para que possam ser vistos pelos outros. Paula Sibilia

confirma que é assim como se encena, todos os dias, “o show do eu”, fazendo da própria personalidade um espetáculo, vendo o olhar alheio não mais no sentido de invasão à privacidade, mas como uma vontade de evasão da própria intimidade.

Não há como desconsiderar as inúmeras vantagens que a cibercultura proporciona, as novas possibilidades de sociabilidade, oportunidades de divulgação de trabalho, porém, nossa discussão têm como finalidade estimular uma reflexão a respeito do redirecionamento de valores que agora são mais centrados no consumo e no espetáculo, na necessidade de validação social, gratificação instantânea, além da materialização das relações. Visibilidade e subjetividade caminhando juntas, e a grande produção de informações que é diariamente bombardeada sobre o sujeito contemporâneo, influenciando suas escolhas e modo de vida. A sociedade do espetáculo vem ganhando força desde o desenvolvimento do capitalismo, da cultura de massa, onde já podíamos perceber uma exaltação do consumo, da publicidade e meios de comunicação, como também da multiplicação de imagens e de uma felicidade visível. A democratização no ciberespaço é algo histórico e que vem gerando inúmeras transformações na sociedade, nos sujeitos e nas relações, abrindo cada vez mais espaço para a possibilidade de expressão e socialização.

Os indivíduos são incentivados a administrar suas personalidades sempre utilizando os recursos midiáticos, gerando uma produção desenfreada de informações sobre si, tanto ao ponto de se despersonalizar e tornar-se uma mercadoria, algo a ser consumido por outros. Em um mundo fluído e imediatista, as conexões tornam-se mais instantâneas e vulneráveis, devido ao cenário precário em que são construídas. Percebe-se que, mesmo o ciberespaço aumentando as possibilidades de interações, os sujeitos conectados participam de muitas redes e grupos simultaneamente, gerando uma fragilidade nesses vínculos. O fato é que quanto mais dedicamos nosso tempo ao virtual e menos às reais conexões humanas, mais propensos estamos à sensação de solidão e de uma identidade sem bases fortes, sem pilares que a sustentem diante da fluidez dessa geração. As redes sociais só potencializam as necessidades humanas, seja de se expressar artística ou intelectualmente e relacionar-se.

O todo da sociedade é formado pelas várias relações sociais que desenvolvemos durante a vida, desde o espaço familiar, escola, trabalho e mundo virtual. Na cibercultura, os sujeitos têm sua própria identidade, função social e a demanda de relações que formam as redes sociais, acarretando diversas configurações de redes no ciberespaço. Portanto, essa promoção de si torna-se uma característica fundamental da cibercultura, transformando o mundo virtual numa “vitrine”, um espetáculo em que relações imagéticas são constantemente construídas, onde há compartilhamento de todo tipo de conteúdo, ideias, hábitos, escolhas etc, os sujeitos convertem-se em produtores e consumidores ativos dessas informações. Em qualquer lugar do mundo, estando conectado, todos podem interagir ou tornar públicos seus valores e interesses pessoais.

Nesse contexto, a produção dessas informações, os relatos de experiências e interações tornaram-se valores fundamentais. Por um lado, pode acontecer de aproveitarmos as tantas possibilidades de construções existenciais, criando novos modos de ser e mundos onde exercê-los, porém, há também o risco de que essas subjetividades sofram tão grande influência do mercado tornando-se de fato só mais uma mercadoria, um produto desejado, marcas virtuais que precisam estar em circulação e sempre atualizadas acompanhando o ritmo frenético da mídia. É provável que isso possa explicar um pouco da fragilidade e instabilidade dessas

novas personalidades que são construídas visando a espetacularização nas vitrines midiáticas.

## REFERÊNCIAS

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed.34, 1999. 264p. Coleção Trans. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf> Acesso em: agost. 2021.

MIRANDA, Horácio Leal. MARBACK, Heitor Ferrari. **A liquidez das relações afetivas no ciberespaço**. XV Enecult – Encontro de estudos multidisciplinares em cultura. Salvador – Ba. 01 a 03 de agosto de 2019. Disponível em: <http://www.xvenecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111658.pdf> Acesso em: agost. 2021

NEGRINI, Michele. AUGUSTI, Alexandre Rossato. **O legado de Guy Debord: Reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra**. Disponível em: <file:///C:/Users/josil/Desktop/TCC/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf> Acesso em: out. 2021.

SANTOS, Júlio César Gomes. Couto, Edvaldo Souza. **O fascínio e a espetacularização como pedagogias do corpo – No World ofwarcraft. Interfaces Científicas**. Março, 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/josil/Desktop/TCC/7548-Texto%20do%20artigo-23379-1-10-20200323.pdf> Acesso em: set. 202.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. Tese de doutorado em Comunicação e cultura na ECO – UFRJ.

SILVA, Alana Vieira. PINTO, Fernanda Sales. SILVA, Marta Lorena Bezerra. TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **A influência do instagram no cotidiano: Possíveis impactos do aplicativo em seus usuários**. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXI Congresso de Ciências da comunicação na Região Nordeste. São Luís – Ma. 2019. Disponível em: <file:///C:/Users/josil/Desktop/TCC/R67-0490-1.pdf> Acesso em: set. 2021

SILVA, Ellen Fernanda Gomes. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade**. Disponível em: <file:///C:/Users/josil/Desktop/TCC/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%C3%84ncia%20da%20m%C3%8Ddia.pdf> Acesso em: set. 2021.