



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

**HYVANA LAYSSA RODRIGUES DE SOUSA**

**SIMULACROS E SIMULAÇÃO:  
A CONSTRUÇÃO DE ESPETÁCULOS NAS REDES SOCIAIS**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**2018**

HYVANA LAYSSA RODRIGUES DE SOUSA

**SIMULACROS E SIMULAÇÃO:  
A CONSTRUÇÃO DE ESPETÁCULOS NAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de curso (TCC),  
apresentado ao curso de Jornalismo da  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB),  
como requisito para obtenção do título de  
Bacharel em Jornalismo.

**Área de Concentração:** Cibercultura e  
Sociedade

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup> Verônica Almeida de  
Oliveira Lima.

**CAMPINA GRANDE - PB**

**2018**

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.

S725s Sousa, Hyvana Layssa Rodrigues de.  
Simulacros e simulação [manuscrito] : a construção de espetáculos nas redes sociais / Hyvana Layssa Rodrigues de Sousa. - 2018.  
30 p. : il. colorido.  
  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.  
"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima , Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."  
  
1. Redes sociais. 2. Influencia digital. 3. Espetáculo. 4. Simulacros.

21. ed. CDD 303.483

**HYVANA LAYSSA RODRIGUES DE SOUSA**

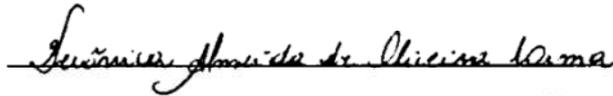
**SIMULACROS E SIMULAÇÃO:  
A CONSTRUÇÃO DE ESPETÁCULOS NAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de curso (TCC),  
apresentado ao curso de Jornalismo da  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB),  
como requisito para obtenção do título de  
Bacharel em Jornalismo.

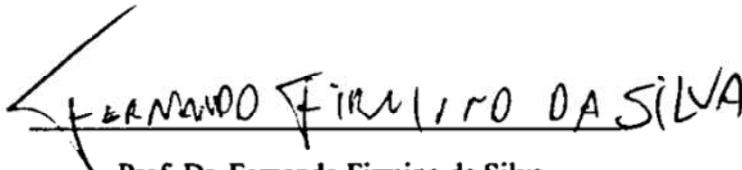
**Área de Concentração:** Cibercultura e  
Sociedade

Aprovada em: 14 / 06 / 2018

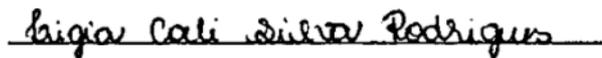
**BANCA EXAMINADORA**



Prof.ª Dr.ª Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba(UEPB)



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba(UEPB)



Prof.ª Me. Lígia Coeli Silva Rodrigues  
Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos (Cesrei)

À minha família, dedico.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela força, sabedoria e discernimento para enfrentar essa etapa da vida. Volto meu coração aos meus pais, Renato Faustino e M<sup>a</sup> Aparecida Rodrigues, que sempre me incentivaram, acreditaram e prepararam o meu caminho para que eu possa seguir a vida colhendo bons frutos, vocês são a razão de tudo isso e palavras nunca irão expressar o tamanho da minha gratidão. À minha irmã, Yasmim Rodrigues, por ser compreensiva e através do seu jeito de ver o mundo, me mostrar que tudo merece um olhar mais singelo.

À minha avó paterna, Iracema Faustino, que através da sua história me transmitiu força, garra e coragem pra vencer o mundo. À minha avó materna, Adélia Rodrigues, que nas entrelinhas da vida me ensinou que precisamos ser pacientes, fortes e ter um bom coração. Obrigada por, junto com as minhas queridas tias, sempre cuidar de mim através das suas orações.

À minha prima Paula Sampaio que, antes de todos os títulos, sempre foi a minha maior inspiração para encarar o mundo, derrubar fronteiras e lutar pelo o que sonho e acredito. Muito obrigada por todo apoio, por acreditar em mim e me incentivar a voar, obrigada por me ensinar tanto, sobre mim, sobre nós, e me fazer enxergar que a vida é feita das possibilidades que criamos.

Agradeço às minhas amigas de curso pela companhia durante essa jornada: Cecy Macêdo, Fernanda Leite, Thaísa Brandão e Débora Marx. A você, amiga, minha gratidão por dividir os fardos dos dias ruins e as gargalhadas nos dias felizes. Sou grata por todos os aprendizados que obtivemos juntas, pelo apoio de sempre, você é parte de um dos momentos mais importantes da minha vida e foi incrível dividi-lo com você.

Aos meus amigos da vida: Heloysa Guedes, obrigada por sempre me fazer olhar para tudo que faço de maneira mais generosa e por sempre me incentivar; Amanda Andrade, você é um dos meus exemplos de vida, Wagner Porto, Wisley Alexandre, Yasmin Melo e a tantos outros que a vida me deu, agradeço por sempre acreditarem em mim, pela paciência, companhia e carinho de sempre.

À minha orientadora Verônica Oliveira, agradeço por todos os ensinamentos durante a graduação, pela paciência e compreensão durante a execução deste trabalho. Sou muito grata por ter encontrado uma mestra tão inspiradora, forte e solidária como a senhora. O espaço acadêmico precisa de mais pessoas como você.

Por fim, aos meus mestres de toda a vida que me guiaram pelos caminhos do saber, a minha eterna gratidão.

“O que toda uma sociedade procura ao continuar a produzir e reproduzir, é ressuscitar o real que lhe escapa.” (Jean Baudrillard, 1981).

## SUMÁRIO

1. Introdução .....	8
2. Redes: um modelo de organização social .....	9
2.1 Transcendendo os limites das redes físicas.....	10
2.2 Topografias de rede .....	12
3. Socialidade e as tribos urbanas .....	14
3.1 Influenciadores digitais.....	15
4. Simulacro e Simulação .....	17
5. Metodologia .....	19
5.1 Compreendendo a formação dos espetáculos .....	20
6. Considerações Finais .....	26
Referências Bibliográficas.....	29

## SIMULACROS E SIMULAÇÃO: A CONSTRUÇÃO DE ESPETÁCULOS NAS REDES SOCIAIS

Hyvana Layssa Rodrigues de Sousa<sup>1</sup>

### RESUMO

A sociedade sempre esteve conectada através de redes de socialização e interatividade, porém com os avanços tecnológicos e o surgimento da internet esses laços se reconfiguraram às novas formas de comunicação. Atualmente, vivemos um período espetacular, onde tudo é pensado em termos estéticos, feito para agradar e exibir a melhor face da situação, de forma organizada e planejada para causar determinadas reações em quem observa. Porém, é necessário perguntar-se: até que ponto a realidade se encontra dentro desse espetáculo digital? O presente estudo apresenta-se como uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório que possui o objetivo de formular hipóteses sobre a construção da realidade a partir das experiências compartilhadas nas redes sociais, através disso aplicaremos nosso estudo aos conteúdos produzidos por influenciadores digitais brasileiros, visando compreender a formação desses espetáculos. Considerando o atual contexto, identificamos como o planejamento e a montagem desses espetáculos estão atrelados a uma padronização estética que preza pelo belo, nem que para isso, seja necessário camuflar a realidade.

**Palavras-chave:** Redes sociais. Influenciadores digitais. Espetáculo. Simulacros.

### 1. INTRODUÇÃO

A sociedade sempre esteve conectada por meio de elos de interesses e afinidades, as interações em conjunto que mantem esses elos fortalecidos, formam o que nós conhecemos como rede social. No decorrer dos séculos, os avanços tecnológicos e comunicacionais remodelaram a forma como os nós dessas redes se mantêm atados. Diante desse cenário de transformações, foram criadas novas formas de se relacionar e pertencer a determinados grupos: as redes sociais digitais, plataformas onde é possível encontrar os mais variados tipos de espetáculos e recortes da realidade.

Devido a esses avanços e aos novos meios de gerar socialização, os papéis sociais dentro da rede ganham novos significados, pois, por mais que pensássemos em algo descentralizado, identificamos que existem sim, elos mais fortes que promovem maior número de interações em meio às suas conexões, atribuímos esse papel ao que conhecemos hoje como influenciadores digitais.

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: hyvanarodrigues@gmail.com

Esses personagens são figuras que produzem conteúdo para as redes sociais pautados em temas específicos como, por exemplo, estilo de vida, moda, beleza, comportamento e afins. As duas plataformas que ganharam mais ênfase por conta da atividade desses produtores foram a plataforma de vídeos YouTube e o Instagram, uma rede social dedicada à fotos, que funciona como uma espécie de vitrine pessoal para essas personalidades.

A partir da observação dos conteúdos que relacionam essas duas redes, este trabalho busca reunir elementos e levantar hipóteses sobre a formação das imagens publicadas no Instagram como forma de espetacularização e formação de simulacros. Nosso objetivo é mostrar como esses simulacros compõem as experiências compartilhadas dentro das plataformas de conteúdo e interação e nesse mesmo contexto entender o funcionamento e organização dessa vitrine que prioriza a exibição do belo, o perfeito e, muitas vezes, o inalcançável.

O trabalho se justifica por tratar de um tema extremamente pertinente à sociedade contemporânea, onde os indivíduos estão cada vez mais conectados através das tecnologias de comunicação e por estarmos nos tornando uma sociedade ainda mais visual que preza muito pela estética e boa aparência em todos os meios. Nós, como estudiosos da Comunicação Social, precisamos estar atentos a esses fenômenos e ao impacto que eles causam dentro de um sistema de rede comunicacional tão abrangente como a internet.

Para discutir as questões apresentadas foi necessário realizar uma revisão bibliográfica sobre teorias das redes e suas topologias, para compreender como esse conceito se estabelece; as relações de socialidade no âmbito virtual e como as tribos urbanas se formam a partir das identificações geradas na rede e a relação da teoria do espetáculo com a criação dos simulacros, com destaque para a criação dessa espetacularização vinculada com a simulações dentro das redes sociais.

## **2. Redes: um modelo de organização social**

Com base nas pesquisas e conceitos estabelecidos na área, buscaremos entender como as relações em rede se formam e como esse tipo de organização perpassa décadas, se reestrutura e se mantém como um modelo de organização social.

As redes sociais são estruturas formadas a partir das identificações entre pessoas e grupos. A partir do reconhecimento de ideias, objetivos e visões de mundo, os indivíduos formam conexões mantidas através das interações geradas na rede. Entre as décadas de 1930 e 1940, o conceito de rede social permaneceu indefinido, sendo apenas utilizado de forma

metafórica, pois os autores não encontraram características relacionadas às redes e ao comportamento dos indivíduos (PORTUGAL, 2007). A partir da segunda metade do século XX o conceito de redes sociais começou a ser melhor debatido, se apresentando de forma sistemática com as relações sociais.

Durante a segunda metade do século XX, o conceito de rede social tornou-se central na teoria sociológica e deu azo a inúmeras discussões sobre a existência de um novo paradigma nas ciências sociais. No decorrer das últimas décadas, a sociologia das redes sociais constituiu-se como domínio específico do conhecimento e institucionalizou-se progressivamente. (PORTUGAL, 2007, p. 03).

Entre esses debates, o primeiro a utilizar o conceito de “rede social” para descrever uma estrutura social de fato, foi J. A. Barnes, em seu trabalho “*Class and committees in a Norwegian Island Parish*”<sup>2</sup> de 1964 (ENNE, 2004). Diante dos avanços apresentados nos estudos da época e da necessidade de compreender melhor as relações em rede, Barnes (1987) categoriza essas relações em dois termos: Redes sociais totais e Redes sociais parciais.

Entende-se por redes sociais totais a estrutura que engloba várias redes menores, que não deixam de pertencer a outros grupos, unindo-as a um “alfa” que exerce o papel de manter essas conexões através da interação e experiências compartilhadas. Ainda sobre isso, Barnes (1987), afirma que “[...] a rede é uma abstração de primeiro grau da realidade, e contém a maior parte possível da informação sobre a totalidade da vida social da comunidade à qual corresponde.”. Se caracteriza por rede parcial “qualquer extração de uma rede total, com base em algum critério que seja aplicável à rede total.” (BARNES, 1987), ou seja, a rede divide-se para se multiplicar, formando núcleos maiores que geram interações e fortalecem o todo.

Com os avanços nos métodos de comunicação, a adaptação aos novos meios e plataformas, as redes sociais começaram a se modificar em sua estrutura topográfica, e a se sustentar através da criação de elos por meio das mídias digitais, espaço que reconfigurou métodos de sociabilidade e a forma com que as pessoas se conectam e interagem.

## 2.1 Transcendendo o limite das redes físicas

Dentro da perspectiva de formação de laços em rede, as redes sociais digitais surgem para realizar esse propósito de conectar pessoas, através de plataformas na internet. A popularização desses espaços virtuais se deu na primeira década dos anos 2000, com a

---

<sup>2</sup> Classes e Comitês em uma paróquia da ilha norueguesa

propagação do acesso à rede de internet e a criação de plataformas como o Orkut<sup>3</sup>, Facebook<sup>4</sup>, Instagram<sup>5</sup>, Flickr<sup>6</sup> e Twitter<sup>7</sup>. Desses, o Facebook é a plataforma que se tornou mais popular, chegando a mais de 2 bilhões<sup>8</sup> de usuários mensais ao redor do mundo em 2017. Construídas com funções de interação específicas, as redes sociais digitais estão sempre voltadas ao compartilhamento de informação, ideias e principalmente recortes da vida dos usuários, através de registros fotográficos.

Para Recuero (2009), essas plataformas são locais de integração, ambientes onde todos têm a oportunidade de fala e direito de se expressar conforme sua personalidade, opinião e individualidade. Dentro desse contexto, é notória a apropriação do espaço para a construção da identidade do indivíduo, a partir dos elementos apresentados por ele junto aos demais atores encontrados na rede, com os quais ele se identifica e se sente representado. Utilizando como referência os estudos de Goffman (1959), podemos entender o ciberespaço<sup>9</sup> a partir de uma metáfora teatral, onde cada indivíduo se torna um ator exercendo um “papel social”, a partir da criação de uma *persona* adaptada a cada situação dentro desse espaço. Elementos imagéticos se tornam o piloto dessa aparição, pois é a partir da visibilidade obtida ali que o “eu” ganhará relevância e significado. Fatores de comportamento e a linguagem individual, ou de grupo, utilizada na forma de expressar-se completam essa composição. A organização desses elementos faz parte da construção do “personagem” que será lido e observado pela perspectiva do outro sujeito e da sociedade.

A partir dessa construção, outros personagens se identificam com o “ator principal” e começam a se integrar a determinada rede que o conecta à semelhantes, formando grupos onde esses atores compartilham ideias, estilo de vida e pensamentos, assim, mantendo a rede em funcionamento. Ao analisarmos as conexões a partir dessa perspectivas, compreendemos

---

<sup>3</sup> Rede Social desativada em 2014, depois de 10 anos de atividade, foi um dos primeiros espaços a se popularizar no Brasil, e tinha como propósito unir os usuários através de grupos de amigos e comunidades abertas.

<sup>4</sup> Rede Social criada em 2004, com o propósito de gerar interação entre os usuários através de grupos, páginas, fotos, vídeos, texto e links.

<sup>5</sup> Rede social de compartilhamento de fotos e vídeos criada em 2010. Uma das características da rede é a aplicação de filtros nas cenas do dia-a-dia, gerando uma nova perspectiva sobre a cena registrada.

<sup>6</sup> Rede Social de compartilhamento de fotos profissionais. A maioria dos cadastrados na rede são fotógrafos profissionais e/ou amadores.

<sup>7</sup> Rede Social de compartilhamento caracterizada como microblog, por permitir que os usuários façam posts com até 280 caracteres, junto à fotos, gifs ou até mesmo pequenos vídeos, que geram interação constante entre os usuários.

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-alcanca-2-07-bilhoes-de-usuarios-no-mundo,70002069551>> Acesso em: 27 mar. 2018

<sup>9</sup> “O Ciberespaço é o ambiente, o espaço constituído com base em uma comunicação, em linguagens e diálogos homem-máquina, máquina-máquina. Vemos a tela, mas não visualizamos a quantidade informações, de comandos, expressões e códigos que estão por trás das imagens inônicas que vemos nas telas.” (COSTA e SOUZA, 2005, p.03)

as redes sociais digitais como uma verdadeira tela de exibição de contextos e realidades pautados em atuações, não no sentido de ser algo falso, mas pensando como algo montado para passar determinada mensagem que agrada e agregue mais pessoas a esse elo.

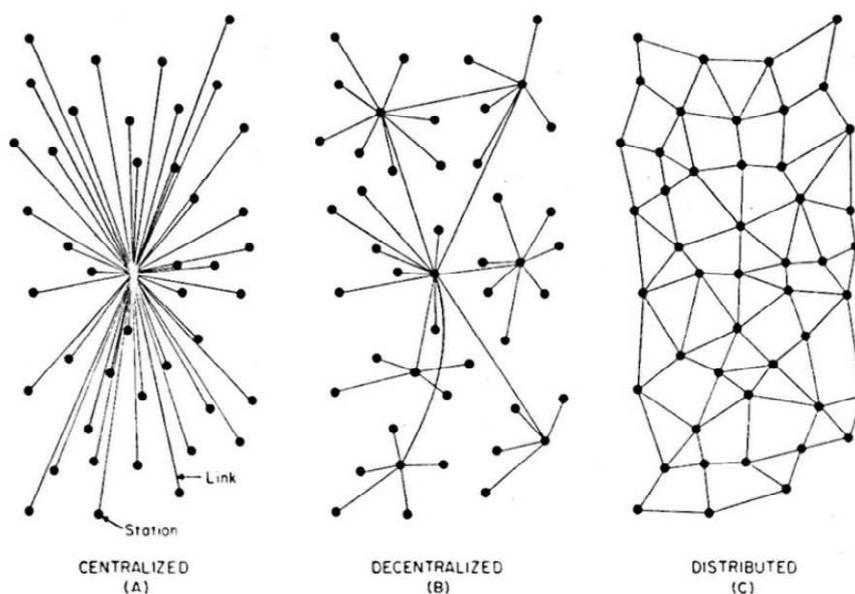
Os elos das topografias de rede podem ser centralizados em apenas um ponto, um ator, como também pode estar distribuído de forma descentralizada, isso pode alterar a forma como elas funcionam e se mantêm conectadas.

## 2.2 Topografias de rede

As redes são geradas de acordo com identificações e interação entre os indivíduos. A partir da formação dessas redes, podemos analisá-las de acordo com determinadas topologias. Como apresentado no tópico anterior, o estudo das redes surge exatamente com o propósito de qualificar e compreender essas conexões, e com a interferência dos avanços tecnológicos nas formas de se relacionar, novas interpretações e aplicabilidades foram dadas a esses estudos.

O pesquisador Augusto de Franco (2008, apud RECUERO, 2009), com base na teoria de Baran (1964), que classifica as redes em três estruturas, a centralizada, descentralizada e distribuída, pôde observar como as redes sociais digitais também podem ser classificadas com base nessas topografias, principalmente na que apresenta os elos da rede de forma distribuída.

Figura 1: Topologias básicas de redes de Paul Baran



Fonte: Baran (1964)

A rede centralizada é aquela em formato de estrela, onde um nó central e unitário sustenta toda a rede. Já a rede descentralizada possui vários nós centrais, formando um conjunto de nós que se conectam a vários outros conjuntos. Se tratando da rede distribuída, aquela que usamos para classificar as redes sociais digitais, todos os nós têm, em média, a mesma quantidade de conexões, e dessa forma “não há valorização hierárquica desses nós” (RECUERO, 2009), por mais que existam elos mais fortes dentro dessa rede social, ele não se torna um concentrador de ações ou de ligações, mas algo que mantém a interação entre os grupos em funcionamento. Considerando essas interações, podemos supor que, através dos compartilhamentos de informação os grupos se fortalecem e se firmam dentro do espaço virtual.

Observando a formação dos nós dentro das redes, podemos perceber a formação de laços entre indivíduos, porém esses agrupamentos têm características de “laços fracos”, pois, são conexões distantes às quais não há pertencimento genuíno e profundo, ao contrário dos “laços fortes” que carregam com si a identidade e histórico do indivíduo (GRANOVETTE, 1973 apud. KAUFMAN, 2012). Todavia os “laços fracos” se fazem importante na formação do indivíduo, pois funcionam como o uma ponte que o liga à novos ambientes de interação, novas ideias e informações.

Os “Laços Fracos” são vitais para a integração dos indivíduos à sociedade, e os sistemas sociais carentes de “Laços Fracos” serão fragmentados e incoerentes, novas ideias vão se espalhar lentamente, esforços científicos ficarão em desvantagem, e subgrupos separados por raça, etnia, geografia ou outras características terão dificuldade em chegar a um *modus vivendi*. (KAUFMAN, 2012, p. 208).

Quando pensamos em redes sociais digitais, mesmo dentro do conceito de rede distribuída, também pensamos em pontos de força maiores, que concentram mais atenção por compartilharem de um conteúdo pensado para obter tal retorno, pois, esses atores sociais se tornam um tipo de referência a ser seguida como objetivo, algo que se quer alcançar ou por identificação. Analisando por essa perspectiva, é possível identificar agentes que se tornam representantes, como um modelo ou porta-voz, dos grupos e das tribos que se formam a partir do conjunto: identificação + interação, que gera as movimentações e a sociabilidade dentro das redes.

### 3. Socialidade e as tribos urbanas

Se relacionar em sociedade faz parte da existência humana e da manutenção dos laços construídos através da vida, sendo assim, um processo contínuo. A maneira de formar e sustentar essas interações acabaram se modificando através do tempo e a partir dos avanços das tecnologias de comunicação, que possibilitam novas formas de manter a socialização entre grupos e pessoas. Analisando esse conceito a partir das redes sociais, podemos dizer que a sociabilidade gerada naquele espaço vai depender do desempenho do ator social dentro do contexto da rede.

Maffesoli (1987) traz a visão da socialidade para observar a cultura moderna. Esse conceito surge em oposição ao de sociabilidade, pois busca enfatizar a “tragédia do presente”, do que está sendo vivido ao invés de mirar em resultados futuros e de forma institucionalizada.

A socialidade “daria o tom” aos agrupamentos urbanos, diferenciando-se da sociabilidade por colocar a ênfase na “tragédia do presente”, no instante vivido além de projeções futurista ou morais, nas relações banais do cotidiano, nos momentos não institucionais, racionais ou finalistas da vida de todo dia. Maffesoli procura olhar “a vida como ela é”, como diria Nelson Rodrigues. (LEMOS, 2002, p.82).

Dentro dessa perspectiva da socialidade, Maffesoli (1987), trabalha com o hedonismo<sup>10</sup>, tribalismo<sup>11</sup> e presentéismo<sup>12</sup>, como pilares das práticas sociais cotidianas, não só da vida moderna, mas em todos os períodos da vida em sociedade (LEMOS, 2002). Podemos observar que esses três elementos são voltados a questões do bem-estar, prazer e reforço da identidade do indivíduo, como é o caso do tribalismo, e tudo isso concentrado em momentos presentes e efêmeros, características das redes sociais *off-line* e *online*. Esses pilares sustentam as relações que se dão a partir dos papéis sociais dos indivíduos dentro dos espaços, como as redes sociais digitais, por exemplo, exercendo sua “teatralidade cotidiana”.

Michel Maffesoli (1987) aponta essa teatralidade como característica da socialidade, pois, entende-se que o indivíduo representa papéis, como por exemplo, em seu ambiente de trabalho diferente dos papéis representados dentro das tribos que participa, travestindo-se de

---

<sup>10</sup> Teoria que afirma que o prazer é o bem supremo da vida humana.

<sup>11</sup> Organização social a partir de identificações tribais.

<sup>12</sup> Comportamento organizacional onde o indivíduo está presente, mas não possui produtividade.

acordo com o que cada âmbito exige de si. É perceptível a grande valorização da imagem e cuidado com a estética, pois, ela funciona como elemento de reconhecimento que irá gerar a identificação e a partir disso a agregação de mais atores sociais aquele núcleo. “No sentido indicado, a estética é um meio de experimentar, de sentir em comum e é, também, um meio de reconhecer-se.” (MAFFESOLI, 1987, p. 134). Dentro desse contexto de identificação, algo extremamente importante e presente nas relações sociais, podemos observar as formações das tribos urbanas e como elas se constituem dentro do universo tecnológico.

Essa representação acontece em tribos tradicionais e *online*, porém, dentro do ambiente virtual, essas relações possuem outras características, por estarem dentro de um contexto totalmente diferente que, mesmo preservando características do “mundo físico”, tem suas particularidades. Para, Michel Maffesoli, esses grupos possuem a mesma estrutura funcional de uma arcaica tribo, os indivíduos se sentem, de fato, pertencentes àquilo, porém, a durabilidade da relação entre os participantes é muito variante e efêmera, como afirma o sociólogo:

O tribalismo de que tratamos pode ser perfeitamente efêmero, e se organiza conforme as ocasiões que se apresentam. [...] Cada uma delas tem durações variáveis de vida, conforme o grau de investimento de seus protagonistas. (MAFFESOLI, 1987, p.225).

Isso acontece graças ao grande número de possibilidades de oferta na rede, onde a cada instante surge uma nova tendência, *hobbie*, conceito, estilo ou pessoa a ser seguida, porém, outro ponto que podemos destacar aqui, é a pluralidade de tribos/ciclos em que um único indivíduo pode estar inserido. Podemos aplicar a tipologia da rede distribuída, onde os grupos se intercalam, gerando mais interação, os indivíduos se doam a cada uma dessas tribos, investem seu tempo e se, com tempo, ele perde a identificação com aquele grupo de pessoas, ele vai irromper em novos ambientes e gerar um novo ciclo sustentado nos parâmetros que já abordamos neste tópico.

### **3.1 Influenciadores digitais**

Como vem ficando cada vez mais perceptível, a imagem é algo muito importante dentro do processo da formação de redes de identificação, seja no âmbito físico ou virtual, e tudo isso faz parte de um grande espetáculo. Ao refletir sobre a formação das redes, podemos notar a presença de elos mais fortes, que acabam guiando a formação dessas relações. Dentro da nossa proposta, iremos analisar o comportamento dos influenciadores digitais e a sua

importância como “gestores” de elos na rede e a sua relação com a imagem dentro de todo esse contexto.

O termo influenciador digital surgiu originalmente em inglês “*Digital Influencer*”, e começou a ser utilizado no Brasil no ano de 2015, para denominar personagens ou grupos que produzem conteúdo para internet e acabam se popularizando, através das redes sociais, para além do conteúdo produzido. Entretanto, antes desse termo surgir, nós conhecíamos essas figuras como blogueiros, por conta da plataforma Blog onde existia o compartilhamento de conteúdo em textos robustos, fotos produzidas e um maior tempo para o *deadline*. Porém, com o crescimento das redes sociais e das plataformas de vídeo, os blogueiros acabaram migrando a produção de conteúdo para essas plataformas onde o tempo de resposta, o compartilhamento e o acesso são mais rápidos e frequentes. Dessa forma, o termo “blogueiro” não abarcava mais as diversas funções exercidas por um só indivíduo no espaço virtual, a partir disso o uso dos termos criadores de conteúdo digital, youtubers, *social celebrity*, formadores de opinião, entre outros, começou a surgir.

Por vezes, o termo Influenciador digital é tratado de forma pejorativa por ser visto como um grupo de pessoas que tratam de conteúdos fúteis, principalmente com questões ligadas à aparência, porém o termo escolhido para ser utilizado neste trabalho carrega uma série de significados que trazem para ele o peso que possui. Como o próprio nome já diz os indivíduos presente nas redes que expõe sua opinião, seus valores, estilo de vida e etc, acabam causando influência de compra, comportamento e pensamento nas pessoas que o acompanham.

O discurso circulante sustenta que os influenciadores são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede. (KARHAWI, 2017, p. 48).

Existem algumas categorias nas quais podemos classificar esses personagens: estilo de vida, humor, moda e beleza, maternidade, arquitetura, entre outros nichos. Os influenciadores estão sempre nas redes sociais, pois é ali que eles se constroem, promovem sua imagem, se auto afirmam. “É preciso ser ‘visto’ para existir no ciberespaço. É preciso constituir-se parte dessa sociedade em rede, apropriando-se do ciberespaço e constituindo um ‘eu’ ali.” (EFIMOVA, 2005 apud RECUERO, 2009, p. 27).

Corroborando com tais perspectivas recorreremos às palavras de Debord (1997), que diz: “Considerado segundo os seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência.” (DEBORD, 1997, p.16). Aplicando esse conceito ao presente estudo, podemos intuir que a exposição e formação de influenciadores digitais parte da ideia de exposição e auto afirmação do próprio estilo de vida, para contribuir de forma planejada com um espetáculo social. Para o autor:

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. (DEBORD, 1997, p.14)

A partir desse contexto, podemos perceber o quanto estamos ligados a uma trama de teatro, onde a aparência, imagem e estética, aquilo que parece ser, domina as relações sociais *online* e *offline*. Neste sentido, buscamos compreender como esse palco funciona na internet, até que ponto nós visualizamos a realidade ou se tudo é apenas uma projeção, uma atuação, ou um recorte do que ela seria.

Em meio a essa espetacularização da vida cotidiana através das imagens, podemos perceber que as mesmas funcionam como um objeto de manutenção das relações sociais: "As imagens é que fazem o elo entre os seres humanos: 'o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens'" (DEBORD, 1991 apud. SAISI, 2006, p. 166). A partir disso, podemos compreender que, o espetáculo se sustenta sobre a criação de grandes mitos que crescem a partir de uma mistura de cultura e consumo, onde, a partir do contexto do nosso estudo, o indivíduo populariza algo e gera consumo midiático, cria experiências de realidade.

Ao questionar o teor da realidade presente nas ações virtuais, colocamos em cheque o que acreditamos e transmitimos como verdade. A ideia de que uma imagem vale mais que mil palavras, perpetuou o ditado popular durante muitos anos, mas será que hoje, as imagens trazem a verdade absoluta ou elas são mais uma ferramenta de manipulação para fazer crer que aquilo que está sendo mostrado é de fato real e alcançável?

#### **4. Simulacros de simulação**

O sociólogo e filósofo francês, Jean Baudrillard (1981), traz à luz em seus estudos e questionamentos sobre os conceitos da realidade, a teoria do simulacro. Sua tese trata o

simulacro como a representação de algo feito a partir de uma simulação, ou seja, algo criado para imitar, ou até mesmo substituir a realidade.

Os simulacros estão em três categorias: naturais, produtivos e de simulação. O primeiro deles, os simulacros naturais, é baseado na imagem como correspondente de um imaginário utópico, sempre buscando resgatar a natureza divina de forma harmônica e otimista. Os simulacros produtivos estão atrelados ao conceito de ficção científica, pois são movidos pelo desejo de expandir de forma contínua e universal, são “baseados na energia, na força, na sua materialização pela máquina e em todo sistema de produção” (BAUDRILLARD, 1981, p. 151). Já os simulacros de simulação surgem dentro do contexto de um jogo cibernético<sup>13</sup>, baseando-se nas informações disponíveis a esse simulacro, nos modelos usuais, na hiper-realidade, na operacionalidade e no controle total. Ao tratar dessa categoria de simulacro, o autor traz a reflexão de um lugar ainda desconhecido e indefinido, que deixa apenas a entender que “o bom e velho imaginário da ficção científica morreu e que alguma outra coisa está a surgir” (idem. p. 151). Aplicando ao conceito a nossa pesquisa, podemos entender essa nova “coisa” como as possibilidades despertadas por essa categoria de simulacro, que atrelada ao sistema cibernético e as novas tecnologias de comunicação, nos apresenta um quadro cada vez mais palpável dentro das perspectivas das redes sociais digitais.

Ao refletirmos sobre os simulacros de simulação, entramos em outro conceito abordado por Baudrillard, o do hiper-real. Esse conceito mostra que a hiper-realidade surge a partir do âmbito do simulacro, como algo projetado para parecer real, porém, acaba ultrapassando a realidade de forma exagerada. É como pensar em um universo ficcional totalmente atrelado aos modelos de realidade, pois, mesmo supervalorizando o imaginário, é necessário ter referências do real dentro desse contexto, porém de uma forma mais atrativa e espetacular e sem vínculo com o real. Sobre isso Baudrillard diz:

O que toda uma sociedade procura ao continuar a produzir e reproduzir, é ressuscitar o real que lhe escapa. É por isso que esta produção “material” é hoje, ela própria, hiper-real. Ela conserva todas as características do discurso da produção tradicional, mas não é mais que a sua refração desmultiplicada. Assim, em toda parte o hiper-realismo da simulação

---

<sup>13</sup> “A noção original de cybernetics, “cibernética”, foi uma elaboração teoria da relação entre informação, comunicação e controle de sistemas específicos. [...] A base é uma concepção instrumental de informação: são dados que alimentam um sistema e permitem a tomada de decisões que, por sua vez, vão retroagir sobre esse sistema alterando potencialmente seu funcionamento, e assim por diante. A cibernética procura compreender e prever acontecimentos dentro de um sistema.” (MARTINO, 2015. p.21)

traduz-se pela alucinante semelhança do real consigo próprio. (BAUDRILLARD, 1981, p.34)

Os conceitos de simulacros, simulações e hiper-realidade, caminham juntos para o despertar de um novo olhar sobre as nossas leituras e percepções sobre os conteúdos e informações que recebemos o tempo inteiro e de forma não linear, através dos meios de comunicação, principalmente os meios digitais. Observando dessa perspectiva, podemos refletir até que ponto vai o real e onde começa um simulacro, porém, isso não é possível, pois, enquanto as coisas estão no campo da simulação, nós conseguimos identificá-las, mas quando elas partem para uma hiper-realidade dentro de um simulacro, tendemos a entender aquilo como realidade absoluta.

A realidade poderia ultrapassar a ficção: seria o sinal mais seguro de uma sobrevalorização possível do imaginário. Mas o real não poderia ultrapassar o modelo, do qual é apenas o álibi. O imaginário era o álibi do real, num mundo dominado pelo princípio de realidade. Hoje em dia, é o real que se torna álibi do modelo, num universo regido pelo princípio de simulação. (BAUDRILLARD, 1981, p.153)

Pensando as teorias aplicadas ao objetivo do nosso estudo, ao refletir sobre o comportamento dos indivíduos nas redes sociais digitais através do contexto dos simulacros, percebemos que esses conceitos estão cada vez mais presentes e entranhados no nosso cotidiano, seja através da televisão, das fotos de celebridades em revistas físicas e digitais, seja no Instagram de um famoso ou, até mesmo, de um “anônimo”.

## 5. Metodologia

Dentro do contexto das interações em redes sociais *online* e *off-line*, das identificações com tribos urbanas, espetacularização do cotidiano e dos recortes da realidade, nós observamos o influenciador digital como um forte nó dentro das redes, funcionando como um elo entre pessoas e comunidades, gerando interação, inovando, produzindo conteúdo e simulacros. Nosso objetivo é mostrar como esses simulacros compõem as experiências compartilhadas dentro das plataformas de conteúdo e interação.

Para obter os objetivos traçados, além da pesquisa bibliográfica, este estudo será de caráter exploratório, uma vertente que “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.” (GIL, 2007 apud. SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009, p. 35). A partir do estudo exploratório, iremos apontar

casos que podem estruturar e reforçar a hipótese de que o ambiente virtual utilizado e montado pelos influenciadores digitais faz parte do que foi dito e “previsto” pela teoria de Baudrillard (1981).

A nossa pesquisa consiste em, através de recortes dos conteúdos publicados por influenciadores digitais nas redes sociais, mostrar como essa realidade inventada está presente em nosso dia-a-dia. É notável que existe a percepção de uma realidade não tão fiel ao que acontece e geralmente essas percepções, estão ligadas a questões comportamentais e psicológicas, onde os próprios influenciadores se sentem “reféns” dessa trama do ter, do mostrar e do (a)parecer, porém, mesmo com esses “alertas” os indivíduos seguem alimentando esses simulacros.

### 5.1 Compreendendo a formação dos espetáculos

A partir dessa perspectiva, selecionamos exemplos de como as simulações e o espetáculo estão intrínsecos à construção dos influenciadores digitais, de forma consciente ou não. Como objeto de pesquisa, traremos como exemplo três vídeos publicados por influenciadores digitais no YouTube<sup>14</sup>, com conteúdo voltado à relação dos indivíduos com seus perfis nas redes sociais, mais especificamente no Instagram. Os vídeos pertencem aos canais Boca Rosa e Marieli Mallmann, possuem conteúdos na categoria de tutorial, vlog e o último um diálogo entre o produtor e público. Esses vídeos possuem conteúdos voltados para personalização e padronização dos perfis no Instagram, e mostram de forma significativa como existe um padrão a ser seguido e como o todo é formado a partir de camadas de tratamento. Neste sentido, nossa amostra foi selecionada a partir de uma escolha pessoal acompanhada de alguns fatores midiáticos envolvendo um dos perfis, outra questão para a escolha de dois perfis de estilos diferentes é mostrar que a espetacularização e o simulacro estão presentes em tribos distintas.

Debord (1997), diz que o espetáculo é o ambiente da aparição, sempre revelando e prezando pelo positivo, o bom, por aquilo que se mostra belo e inalcançável:

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, ela já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência. (DEBOARD, 1997, p. 16-17)

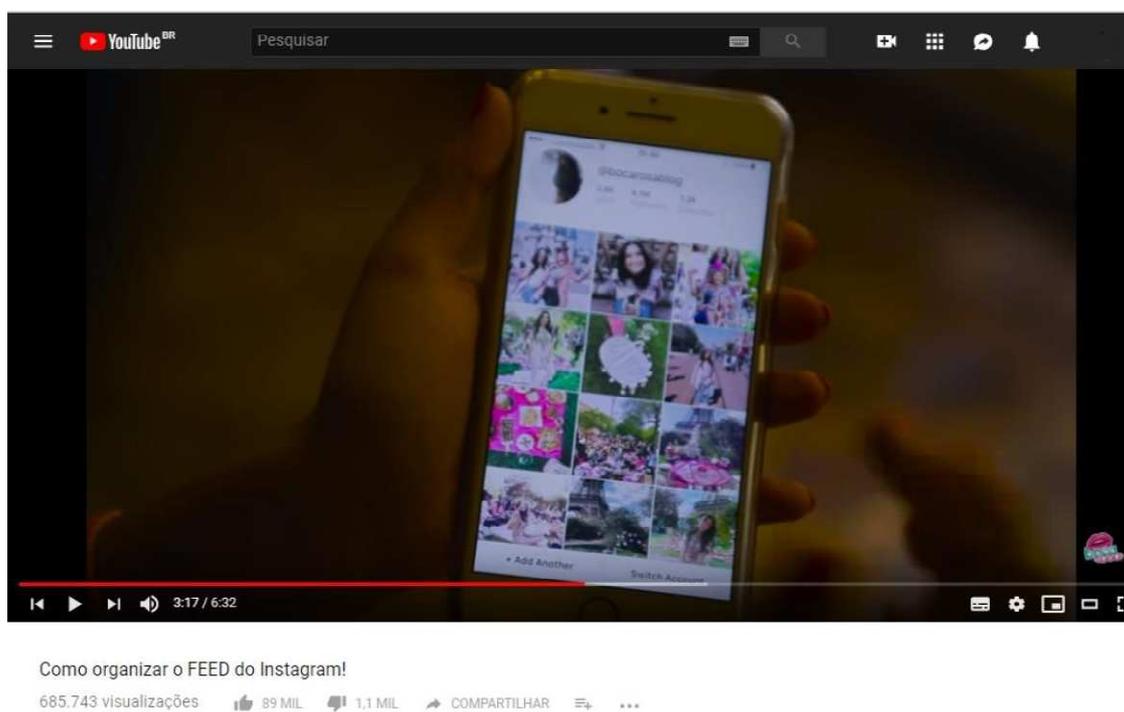
---

<sup>14</sup> Plataforma de compartilhamento de vídeos. Fundada em 2005 por, na época, funcionários da *Paypal*, em 2006 foi vendida ao Google se tornando, atualmente uma das maiores plataformas streaming do mundo.

Ao analisarmos os perfis nas redes sociais digitais, percebemos que tudo que está neste ambiente recebe uma espécie de tratamento, embelezamento, padrão e previsão. Atualmente, existem diversos recursos para organizar e montar o que conhecemos como “*feed*”<sup>15</sup> perfeito no Instagram”, que nada mais é do que combinar suas fotos para que elas ornem dentro da grade do aplicativo trazendo uma estética bem linear. Por conta da mania de fazer essas composições foram criados aplicativos específicos para planejar o seu *feed*, como é o caso do UNUM, que monitora seu perfil, te dá a possibilidade de organizar suas postagens e ainda possui recurso de edição de fotos, que é outro ponto extremamente importante para a manutenção da estética desse espetáculo.

Graças a esse movimento dentro da rede social, vários influenciadores digitais fazem tutoriais em vídeo de como os demais usuários da rede podem obter esse visual organizado, mostrando ensaios fotográficos, ensinando poses e truques de edição para tratamento das fotos e indicando aplicativos para essa finalidade.

Figura 2: Canal Boca Rosa



Fonte: Captura de tela de vídeo do YouTube.<sup>16</sup>

O canal Boca Rosa, pertence à blogueira e maquiadora Bianca Andrade e possui cerca de 5 milhões de inscritos, sendo um dos canais mais populares do Brasil no eixo maquiagem

<sup>15</sup> Nomenclatura atribuída ao perfil do usuário na rede social digital Instagram.

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://goo.gl/TUv1zc>> Acesso em: 01 jun. 2018

e estilo de vida. Recentemente “Boca Rosa” esteve envolvida em uma polêmica<sup>17</sup> relacionada ao conteúdo publicado em seu Instagram, onde ela propagava a ideia de um corpo saudável obtido através de exercícios físicos e alimentação saudável com alimentos naturais, o consumo do que ela chamava de “comidinhas da terra”, porém em um intervalo de uma entrevista em rádio, que estava ao vivo no Facebook, a influenciadora disse que fez um procedimento de lipoaspiração, dessa forma, colocando em cheque o seu simulacro de corpo naturalmente perfeito.

O primeiro vídeo da nossa análise foi publicado em maio de 2017, e tem um conteúdo que costumamos encontrar em canais do mesmo gênero, dicas de organização para o *feed* do Instagram. No vídeo, Bianca fala sobre a harmonia do seu *feed* e como ela se esforça para manter um padrão entre as imagens, ela começa o vídeo fazendo a indicação de um aplicativo que simula o perfil da rede social e exerce a função de organizar as fotos para formar um padrão estético atrativo, dá dicas e ensina como montar o “*feed* perfeito” através das cores, filtros e estilos de composição fotográfica. Dessa forma, é possível controlar a ordem das postagens, o que elas vão representar de forma conjunta e definir o “valor simbólico” de cada imagem.

Figura 3: Bianca Andrade

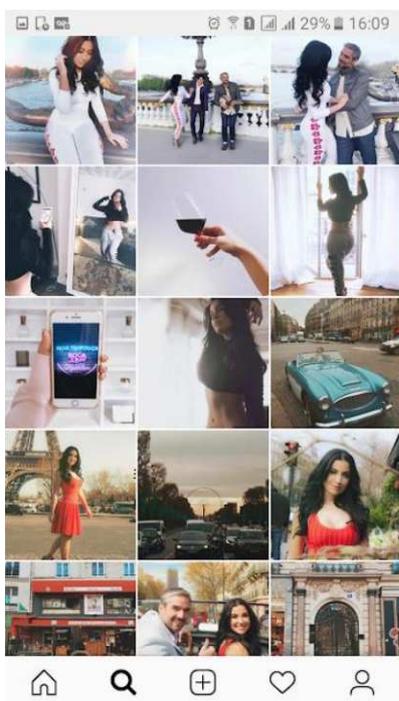
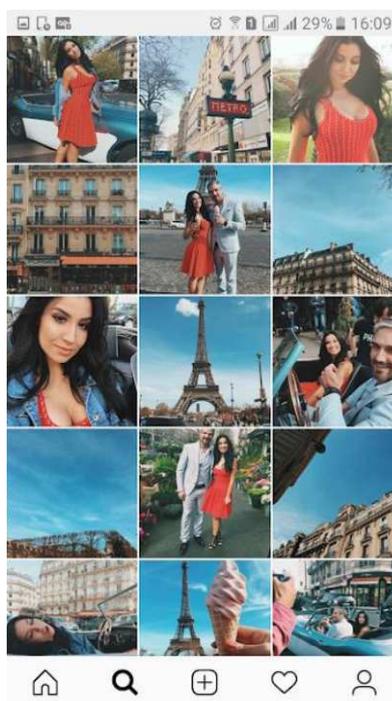


Figura 4: Bianca Andrade

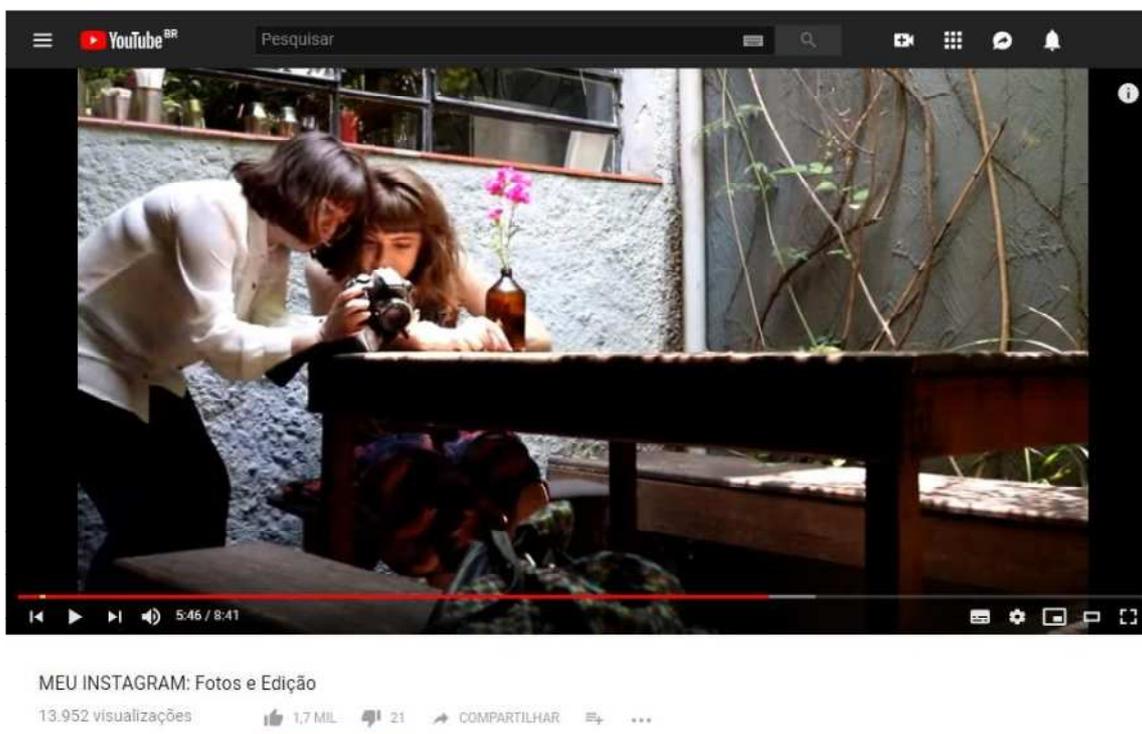


Fonte: Captura de tela de perfil no Instagram.

<sup>17</sup> Disponível em: <<https://goo.gl/yeYmRA>> . Acesso em: 25 mai. 2018

Como podemos observar a partir do perfil de Bianca, com as fotos publicadas na mesma época do vídeo, existe de fato, um controle e um padrão estético a ser seguido de acordo com cada seção que forma a grade do perfil no Instagram. Assim como diz em seu vídeo, a influenciadora monta sua “vitrine” de acordo com padrões e programações pré-estabelecidas para obter uma melhor estética em seu espetáculo.

Figura 5: Marieli Mallmann



Fonte: Captura de tela de vídeo do YouTube.<sup>18</sup>

O segundo vídeo que selecionamos para análise foi publicado em dezembro de 2017, no canal da Marieli Mallmann, que leva o mesmo nome da produtora. O canal possui cerca de 200 mil inscritos, e tem o conteúdo voltado para estilo de vida, moda e consumo consciente. Nesse vídeo, que possui o formato de *vlog*, onde ela leva o espectador para acompanhar os bastidores de um ensaio fotográfico com uma fotógrafa profissional que, de certa forma, acaba divulgando seu trabalho através do vídeo. Depois dos diálogos e do processo do ensaio, Marieli retorna falando sobre as edições das fotos dela para o Instagram, assim como no caso da Boca rosa, ela seleciona filtros específicos que irão padronizar a estética do seu feed na rede e ao final, ela ainda comenta sobre a edição profissional que as fotos daquele dia irão

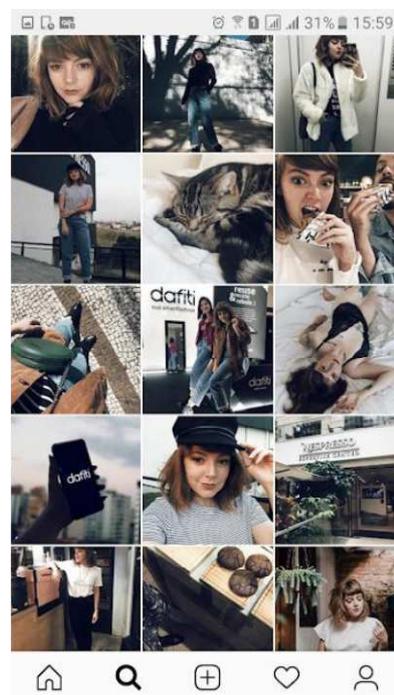
<sup>18</sup> Disponível em: <<https://goo.gl/KjWwbe>>. Acesso em: 01 jun. 2018.

receber. A questão que fica aqui é a da perda de espontaneidade, que não é algo escondido, e a questão da padronização estética e programada dessas imagens se reforça.

Figura 6: Marieli Mallmann



Figura 7: Marieli Mallmann



Fonte: Captura de tela de perfil no Instagram.

No nosso segundo exemplo também é possível identificar a padronização das postagens para formar uma harmonia entre as fotos na grade no *feed*. Inclusive, identificamos algumas imagens da mesma época da publicação do vídeo, o que nos traz mais confirmações da programação e planejamento para vinculação dessas fotos.

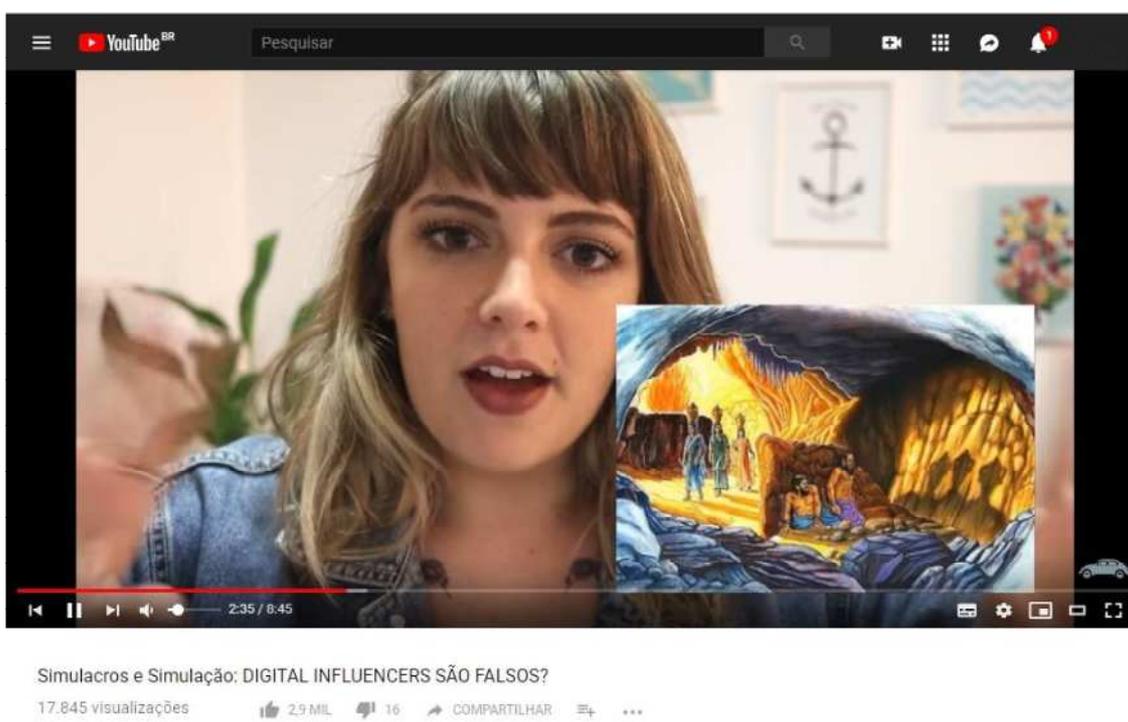
Como podemos observar nos dois casos, existe, de fato, uma espécie de controle e montagem sobre as experiências compartilhadas na internet, o que nos leva a refletir sobre as simulações que regem esse jogo cibernético. Pois, tudo é calculado para representar algo sobre o indivíduo, porém, isso não acontece de forma espontânea e sem disfarces, tudo recebe camadas de tratamento que manipulam a realidade, nenhum céu é tão azul e nenhuma vida é tão perfeita, mas, apenas o belo, o atrativo que agrada os olhos, merece ser mostrado/visto. A ideia de “compartilhar momentos enquanto vivemos” é deixada de lado para dar lugar a um planejamento.

Vivemos um momento em que os indivíduos estão sempre em busca de produzir, recriar e projetar a própria realidade de forma extrapolada, onde existem modelos ficcionais

para serem seguidos, porém travestidos com a aparência do real. (BAUDRILLARD, 1981). O simulacro permanece oculto, pois, se assim não fosse perderia sua característica de simulacro.

Ao pesquisar sobre questões ligadas a aparências, comportamento, “vida perfeita” relacionada às redes sociais, não é difícil encontrar vídeos com depoimentos e reflexões sobre o tema e sobre a legitimidade das experiências compartilhadas através das redes sociais digitais. Porém, mesmo com esse despertar, os indivíduos continuam a arquitetar, estetizar e manipular suas realidades, expondo na internet e retroalimentando esses simulacros.

Figura 8: Marieli Mallmann



Fonte: Captura de tela de vídeo do YouTube.<sup>19</sup>

O vídeo ilustrado acima foi publicado em junho de 2017, assim como o último exemplo, esse vídeo também pertence ao canal Marieli Mallmann, nele, a mesma questiona a legitimidade do conteúdo publicado por influenciadores digitais em suas redes e traz dois exemplos de situações em que as experiências compartilhadas online eram divergentes da realidade. Durante o vídeo, Marieli faz uso de algumas teorias filosóficas como justificativa para ações de “falsa realidade” publicadas nas redes, e acrescenta:

“Existe uma linha muito tênue entre você conseguir distinguir isso dentro das redes sociais de verdade. Porque, é claro, existem pessoas reais, verdadeiras. A gente nunca pode generalizar absolutamente nada, tem gente que gosta

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://goo.gl/WNaLPb>> Acesso em: 25 mai. 2018

muito de compartilhar partes boas e bonitas do seu dia e eu não vejo isso como um problema. Entretanto, eu não acredito que você pode, ou que você deveria, estar construindo essas partes apenas para vender uma mentira sobre quem você é ou o que você está fazendo.”<sup>20</sup>

Na maioria das vezes, discursos como esse estão atrelados a questões de autoestima, pois, como essas pessoas são influenciadoras elas podem, evidentemente, causar uma influência negativa, no que diz respeito a propagação de uma vida perfeita demais, porém, a fala dela é aplicável a qualquer indivíduo que faz uso das redes, pois, querendo ou não, a rede social também é uma rede de influências e se você está nela, também faz parte desse ciclo e da propagação desses conteúdos. Todavia, mesmo com essa perspectiva e visão consciente da formação de simulacros, continuamos produzindo-os e consumindo-os a todo o momento.

Como podemos perceber, todos esses vídeos são voltados para a produção veiculada no Instagram, a rede social criada especificamente para publicação de fotos e vídeos com o objetivo de compartilhar momentos com as pessoas que o seguem, entretanto, por ser uma rede que mostra apenas imagens no perfil, algo que podemos comparar com uma espécie de vitrine da vida do usuário, sempre foi muito voltada às questões estéticas, como abordamos durante esta pesquisa.

O que nos leva a refletir especificamente sobre a formulação dos simulacros e da hiper-realidade dentro dessa plataforma, pois, quando observamos um perfil de influenciadores digitais, colocamos aquelas imagens na mesma linha da nossa realidade, e de uma forma naturalmente exaltada, como se elas não tivessem sido pensadas e até mesmo manipuladas para aparecerem daquela forma. Então, nesse caso não se trata intencionalmente demonstrar uma vida falsa, mas sim, seguir os padrões estéticos impostos por aquele ambiente e para isso se distanciar da realidade em diferentes níveis, e mesmo surgindo uma consciência em relação a determinados tipos de manipulação, muitos outros ainda estão ocultos e seguem sendo alimentados. Como colocamos anteriormente, a realidade como ela é, tem escapado das mãos dos indivíduos e por isso está sendo recriada, manipulada e melhorada para agradar aos olhos de quem a consome de forma “conformada”.

## **6. Considerações finais**

Com o fácil acesso à internet e com redes sociais digitais cada vez mais amplas em números, recursos e alcance, percebemos que o mundo está cada vez mais imagético e exigente em relação à estética das imagens, pois, como podemos perceber durante nossa

---

<sup>20</sup> Transcrição realizada em vídeo. Disponível em: <<https://goo.gl/WNaLPb>>. Acesso em: 25 mai. 2018

pesquisa, o belo recebe atenção e aplausos no palco desse grande espetáculo em que vivemos através das mídias digitais.

Em meio a essa trama, podemos perceber as manobras existentes para sustentar essa espetacularização da vida cotidiana através da exibição de autoimagens, onde o indivíduo constrói, de fato, um perfil fotográfico que diz “tudo sobre si” e como a sociedade cede a essa forma de mediação que sustenta os laços sociais construídos através das redes, e consome e retroalimenta esse processo de demonstrar a vida perfeita através de recortes planejados.

Por serem usuários 100% ativos internet, os influenciadores se tornam figuras observáveis dentro desse contexto de formação de um espetáculo simulado dentro da rede. Nosso objetivo não foi julgar o conteúdo como “verdadeiro ou falso”, e sim, analisar essa formação e formular hipóteses sobre como ela tem se tornado frequente e cada vez mais intrínseco ao nosso cotidiano.

A partir das nossas análises iniciais, buscamos identificar camadas que formulam os simulacros dentro das esferas digitais, como ele vêm, de forma sutil, nivelando-se a nossa atual noção de realidade, fixando-se de forma natural e alimentando a nossa necessidade de recriar aquilo que vivenciamos ou desejamos.

Como podemos perceber, não é possível julgar a intenção de quem promove e participa dessas formações, não podemos dizer que os influenciadores digitais projetam coisas para parecerem reais e “enganar” seu público, mas é notório que as coisas são pensadas e executadas para estarem dentro de padrões, nem que para isso o indivíduo use de artifícios que sugam parte da realidade e, em seu lugar, coloque pequenos simulacros e simulações.

Por fim, é perceptível que estamos envoltos em uma trama espetacular, onde a sensação de contemplação da realidade poderá estar sempre atrelada a questionamentos sobre até que ponto o que estamos vendo está no mesmo patamar do que estamos vivendo de fato.

SIMULATION AND SIMULATION:  
THE CONSTRUCTION OF SPECTACLES ON SOCIAL NETWORKS

## **ABSTRACT**

Society has always been connected through networks of socialization and interactivity, but with technological advances and the emergence of the internet, these ties have been reconfigured to new forms of communication. Today we are living in a spectacular period, where everything is thought in aesthetic terms, done to please and show the best face of the situation, in an organized and planned way to cause certain reactions in those who observe. However, it is necessary to ask: to what extent is reality within this digital spectacle? The present study presents as an exploratory bibliographic research that has the objective of formulating hypotheses about the construction of reality from the shared experiences in social networks, through this we will apply our study to contents produced by Brazilian digital influencers, aiming to understand the formation of these spectacle. Considering the current context, we have identified how the planning and assembly of these spectacle are linked to an aesthetic standardization that values the beautiful, even if, it is necessary to camouflage reality.

**Keywords:** Networks. Digital Influencer. Spectacle. Simulacrum.

## Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1981.

BARNES, J. A. Redes Sociais e o Processo Político. *In*: FELDMAN-BIANCO, Bela (Org.). **Antropologia das Sociedades Contemporâneas**. São Paulo: Global, 1987.

COSTA, Marco Aurélio Borges e SOUZA, Carlos Henrique Medeiros. **Abordagens Antropológicas do Ciberespaço e da Cibercultura**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/164913370240515589548494073408862492935.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2018.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ENNE, Ana Lúcia S. Conceito de rede e as sociedades contemporâneas. **Revista Comunicação e Informação**, V 7, n° 2: pág. 264 - 273. - jul./dez. 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/ci/article/viewFile/24452/15165>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

KAUFMAN, D. A força dos “laços fracos” de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Revista Galáxia**, n° 23, p. 207-218. - jun. 2012. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/5336>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: Conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, V 17, Ed. Especial: pág. 46 – 61. 2017. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>> Acesso em: 16 jun. 2018.

LEMOS, André. **Cibercultura**. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das Tribos**. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

PORTUGAL, Sílvia. **Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica**. Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/271.pdf>>, Acesso em: 16 abr. 2018.

RECUERO, Raquel. **As redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SAISI, Kátia. Estética e política, mais um espetáculo de consumo na sociedade midiática. *In*: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José. **Comunicação e Sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

SILVEIRA, Denise Tolfo e CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. Pesquisa Científica. *In*: GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.