

FIAM-FAAM – CENTRO UNIVERSITÁRIO  
PIVIC – PROGRAMA INSTITUCIONAL VOLUNTÁRIO DE  
INICIAÇÃO CIENTÍFICA

**DIÁLOGOS ENTRE DEBORD E HUXLEY**

Autora: Gabriela Gomes da Costa

RA: 2736121

Orientador: Prof. Me.Kaluan Boarini Bernardo

Comunicação Social – Bacharelado em Jornalismo

2020

**Resumo:** Este artigo visa discutir a temática de redes sociais, tendo como ponto de partida o Instagram, a partir da teoria crítica de Guy Debord “ A sociedade do espetáculo”, criando uma conexão com a distopia clássica “Admirável mundo novo”, de Aldous Huxley. O objetivo é discutir com o leitor alguns pontos em relação ao uso de redes sociais, na perspectiva temática, dos respectivos autores.

**Palavras chave:** Instagram, Guy Debord, Aldous Huxley, Sociedade do Espetáculo, Admirável Mundo Novo.

## INTRODUÇÃO

Este artigo, tem como objetivo discutir a relação dos conceitos de espetáculo, a distopia de “Admirável Mundo Novo” e a fetichização das imagens postadas na rede social *Instagram*.

Criada em 2010, a plataforma do Instagram conta com mais de 1 bilhão de usuários ativos no mundo todo<sup>1</sup>. Estudaremos a mudança de percepção de imagem e comportamento dos usuários com o uso recorrente da rede social — em especial o aumento do uso das chamadas “selfies”<sup>2</sup>.

A partir do trabalho de Guy Debord, escritor da teoria crítica, que em 1967 publicou o livro “Sociedade do Espetáculo”, iremos relacionar seus pensamentos ao uso e a popularização das imagens narcisistas nas redes sociais. Em sua teoria, o espetáculo tem sua origem na economia, com excedentes de mercadoria que levam ao consumo e se tornam algo exacerbado e alvo de paixões, marcas e peças publicitárias que ganham força com o crescimento do capitalismo.

A partir do século XX, a imagem, segundo Debord, passa a ser usada como modo de propagação de peças publicitárias atrelada às compras e a uma espécie de fetichismo. O espetáculo se torna não apenas em ver, mas fazer parte e se manter dentro deste corpo capitalista.

“É o princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por “coisas supra sensíveis embora sensíveis” que se realiza absolutamente no espetáculo, onde o mundo sensível se encontra substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência”. ( DEBORD, 1967,p.29)

---

<sup>1</sup> Disponível em <<https://epoca.globo.com/instagram-tem-1-bilhao-de-usuarios-mas-nao-oferece-sistema-de-denuncia-de-fake-news-23370668> > **acessado em 07 de outubro de 2020**

<sup>2</sup> Segundo o dicionário Oxford, é uma fotografia tirada de si mesmo, com o intuito de postar nas redes sociais.

Neste sentido, podemos traçar paralelos com “Admirável Mundo Novo”, obra distópica de Aldous Huxley que aborda mudança de comportamento humano se adequando a tecnologias e entretenimento. Huxley publicou o romance em 1932, que conta a história de um futuro em que a desumanização da sociedade se mostra a partir da felicidade e prazer momentâneo. Neste universo fictício, a ciência é extremamente valorizada, as relações humanas supérfluas e seres humanos nascidos através de proveta, enquanto uma droga chamada “*soma*” enche os indivíduos de prazer e os afasta da percepção da realidade. A droga é usada como forma de controle pelo governo, ela é distribuída com o intuito de evitar críticas e pensamentos em torno da economia local e a desigualdade social demonstrada.

Estas obras centrais nos ajudam a discutir de que maneira o espetáculo, dentro das redes sociais, dialoga com o comportamento dos usuários e como uma noção particular de felicidade pode ser usada na venda de produtos e estilos de vida utópicos.

Este artigo pretende responder à seguinte pergunta: de que forma as fotografias publicadas no Instagram, fetichizam a concepção de felicidade a partir de produtos e/ou um estilo de vida específico?

Discutiremos a influência do uso das redes sociais na vida em sociedade e como as fotografias postadas por usuários (pessoas e empresas) passam por uma fetichização a partir da estética visual e uso de propagandas de produtos, afetando a construção de imagem individual dos usuários da plataforma.

## Redes sociais e suas adaptações

Nesta etapa, discutiremos como a imagem tem se tornado extremamente importante na sociedade atual. O espetáculo se mostra como uma conservação da sociedade capitalista, em que a imagem é tudo aquilo que pode ser visto, alterado, comprado. O espetáculo é mediado também pela imagem, mas não apenas por ela, é uma espécie de comportamento adquirido em sociedade e repetido durante as décadas:

“A raiz do espetáculo está no terreno da economia que se tornou abundante, e daí vem os frutos que tendem afinal a dominar o mercado espetacular.”  
(DEBORD, 1967, p.11).

O livro “Admirável mundo novo” de Aldous Huxley, ilustra a importância da criação de uma *persona* e como a amostra delas mantém um bem social comum a todos. Seu futuro distópico se inspira em uma cultura de prazer. Sendo ilustrada na passagem “Tal é a finalidade de todo o condicionamento: fazer as pessoas amarem o destino social a ponto de não poder escapar” ( HUXLEY,1932, p.38).

Na obra, ver e ser visto é extremamente importante. É comum os cidadãos tomarem “*soma*”, como forma de controle populacional. Tal controle é mantido por um governo totalitário que abomina a história da humanidade segundo sentimentos e pensamentos genuínos.

E então há soma, que permite uma fuga à realidade. E sempre a soma para acalmar a cólera, para nos reconciliar com os inimigos, para nos tornar pacientes e nos ajudar a suportar os dissabores ( HUXLEY, 1932,p. 283).

Por outro lado, a teoria de Debord nos mostra a mudança de um *eu social* perante a sociedade capitalista, como podemos conferir no fragmento 4 de seu livro: “ O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” ( DEBORD, 2013, p.14); e no fragmento 19 como um braço do capitalismo: “O espetáculo é o herdeiro de toda a *fraqueza* do projeto filosófico

ocidental, que foi o um modo de compreender a atividade dominada pelas categorias do *ver(...)*” (DEBORD, 1967, p.19).

O Instagram como objeto de estudo mostra em sua própria plataforma a adaptação de seus usuários como forma de usar a rede social de maneira a ser um trabalho e um modo de *marketing* pessoal. Assim temos a profissão de digital influencer, uma pessoa que estimula o consumo a partir do uso de tecnologia usada como plataforma de divulgação quanto a um estilo de vida. Um exemplo de digital influencer no ramo fitness é Gabriela Pugliesi, com 4,2 milhões de seguidores, que começou sua trajetória nas mídias sociais em 2014 e moldou seus conteúdos a elas. Ela foi uma das precursoras a usar as hashtags “#publi e #publicidade” como maneira de sinalizar uma parceria com alguma marca. A própria plataforma<sup>3</sup> tornou possível o uso em seu sistema de mencionar as marcas parceiras em publicações, mostrando como o algoritmo se adapta às necessidades dos usuários. Segundo dados da Qualibest<sup>4</sup> na pesquisa “ Influenciador Digital” o Instagram está em quarto lugar, como a rede social mais escolhida pelos influencers ( 74% usam a rede).

A criação dos stories em agosto de 2016 também foi um dos “avanços” dentro da plataforma, pois torna o contato dos usuários mais dinâmico e rápido (o conteúdo fica disponível por até 24 horas, podendo ser repostado ao haver marcação de outros usuários), cada foto é exibida por 5 segundos e os vídeos têm o tempo máximo de 15 segundos. É possível também o uso de efeitos que deixam o conteúdo mais atrativo ao seu público e assim mais fácil engajar. A pesquisadora Paula Sibilía explica esse fenômeno exibicionista em um de seus livros como, “autênticos e verdadeiros porque supõe-se que são experiências íntimas de um indivíduo real” (SIBILIA, 2008, p. 37).

---

<sup>3</sup> Disponível em <[https://business.instagram.com/a/brandedcontentexpansion?locale=pt\\_BR](https://business.instagram.com/a/brandedcontentexpansion?locale=pt_BR)> acessado em 12 outubro. 2020

4

<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/04/01/influenciadores-ganham-importancia-na-decisao-de-compra.html#>

Por outro lado, o cientista da computação, Jaron Lanier explica em, que o dinamismo e rapidez são formas de prender os usuários na plataforma, mostrando mais publicidades e anúncios a eles. Ele cita em seu livro as palavras do primeiro presidente do Facebook Sean Parker:

“Precisamos lhe dar uma pequena dose de dopamina de vez em quando, porque alguém deu like ou comentou em uma foto ou uma postagem, ou seja lá o que for (...) Isso é um circuito de feedback de validação social (...) exatamente o tipo de coisa que um hacker como eu inventaria, porque explora uma vulnerabilidade na psicologia humana (...) Os inventores, criadores — eu, Mark [Zuckerberg], Kevin Systrom no Instagram, todas essas pessoas —, tinham consciência disso. E fizemos isso mesmo assim (...) isso muda a relação de vocês com a sociedade, uns com os outros (...) Isso provavelmente interfere de maneiras estranhas na produtividade(..)” (LANIER,2018, p. 15)

Conteúdos mais esteticamente pensados têm sido comuns e também uma forma de deixar os usuários conectados. Uma espécie de adaptação física causada por essa rede social, em que o ambiente se torna mais aconchegante e esteticamente pensado, para este conceito houve a criação de uma palavra: *instagramável*.<sup>5</sup> Em outubro de 2019, o McDonald's, ou melhor “MÉQUI 1000”<sup>6</sup>, localizado na Paulista foi inaugurado. Ele pode ser entendido como uma espécie de marketing digital, usado para impulsionar o restaurante e sua franquia, colocando os próprios clientes como parte da divulgação do produto ou serviço. O local foi considerado um ponto turístico e com produtos exclusivos, se mostra uma forma de branding da franquia, em que o ambiente possibilita e instiga os consumidores a postagens e fotos no local.

---

<sup>5</sup> Disponível em <<https://gummy.digital/ambiente-instagramavel/>> acessado em 27 maio. 2020

<sup>6</sup>Disponível em

<<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/10/18/ponto-turistico-e-produtos-exclusivos-como-se-ra-a-loja-1000-do-mcdonalds.htm>> acessado em 27 maio.2020

## Distopias e sua conexão com a realidade

O episódio “*NOSEDIVE*”<sup>7</sup> da série *Black Mirror* mostra a protagonista Lacie Pound vivendo em um mundo distópico, porém com grande semelhança ao estilo de vida atual. A importância dos likes e de se fazer pertencer é um dos grandes pontos criticados no episódio. Podemos entender como desumanização, pois a forma de interação e aceitação social se dá a partir do uso de eletrônicos, esquecendo durante o episódio a interação entre humanos, fisicamente falando.

Também podemos perceber o sentimento de FOMO<sup>8</sup> (Fear of missing out), considerado uma forma de ansiedade social online, em que o usuário sente que está perdendo notícias e postagens na rede, ao passar uma quantidade de tempo sem checá-la; visto que a personagem passa a maior parte em ambiente digital durante o episódio e se sente incomodada ao passar um tempo offline. Vemos sob a perspectiva da protagonista as consequências da criação de um *Eu social, uma persona* em suas redes sociais ao longo do episódio, assim como a dificuldade de manter essa criação perante a realidade, quando a protagonista perde seus “amigos sociais” e briga com seu irmão, a única relação considerada realmente genuína, além de ser presa após seu colapso no final do episódio.

A partir da classificação social por meio de likes, vemos o impasse da personagem ao querer comprar uma nova propriedade, porém não tem a classificação social necessária. Ela vê a casa como um objetivo de contentamento social e possibilidade de crescimento em meio a essa rede. Podemos ver Pound passando por grandes questionamentos, sobre sua posição social, seus relacionamentos intrapessoais e sua própria estima, características de uma heavy user de mídias sociais.

---

<sup>7</sup> Série: Black Mirror <Disponível na Netflix>

<sup>8</sup> Disponível em <<https://www.psicanaliseclinica.com/fomo-fear-of-missing-out/>> acessado em 12 outubro. 2020

Por outro lado consequências ligadas ao grande estímulo perante a rede não são apenas comentadas no meio audiovisual e artístico. O meio científico já se preocupa com essas causas, um exemplo é um dos capítulos do livro “Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais”, em que o cientista da computação Lanier, fala sobre como as redes sociais usadas em longos períodos de tempo podem prejudicar sua percepção da realidade e de si mesmo:

O indivíduo que recebe uma recompensa (uma demonstração positiva de estima social ou uma bala, por exemplo) sempre que faz algo tende a repetir o ato. Quando recebem uma resposta lisonjeira a alguma publicação nas redes sociais, as pessoas adquirem o hábito de postar mais. (LANIER,2018, p.20)

Assim como a estética, a auto estima também é prejudicada, pesquisas feitas em 2019, pela “Sociedade Americana de Cirurgias-plásticas” mostram que a *dismorfia do Instagram*<sup>9</sup>, acontece devido ao uso de filtros na publicação de stories, o que mudou o comportamento dos usuários em frente a cirurgias plásticas e autoestima. Essa demonstração pode ser vista no mesmo episódio falado acima, em que Lacie se sente pouco estimada com sua aparência, dentro dos meios digitais.

“ *A lifestyle community*”<sup>10</sup>, frase citada pela protagonista da série ,diz muito sobre nosso objeto de estudo. O uso das hashtags é efêmero com o passar do tempo, visto que sendo usadas seu filtro de buscas está ligado as postagens mais recentes ou mais populares, ou seja as fotos antigas são difíceis de encontrar, o que torna a ligação do eu social perante as redes sociais cada vez mais conectados.

Em sua tese de mestrado, o pesquisador Fábio del Nero após grande análise do comportamento em rede social no ano de 2015 diz “A participação nas redes sociais, à obsessão pelo selfie, a necessidade em aparecer, podem ser vistas como resultado de uma sociedade que acentua o desejo de ser feliz a todo instante”.

---

<sup>9</sup> Disponível em <<https://gq.globo.com/Corpo/Saude/noticia/2020/05/excessos-da-vida-digital-selfie-perfeita-pode-causar-dismorfia-instagram.html>> **Acessado em 12 de outubro.2020.**

<sup>10</sup> “ Uma comunidade” < tradução livre>

## Considerações finais

A coleta de informações, a medição do número de usuários entre outras buscas específicas, tem se provado um desafio para pesquisadores do tema, ainda mais sobre um objeto que fala sobre a complexidade humana perante a Internet.

Seja a partir da leitura de Huxley ou da teoria crítica de Debord, a tecnologia se mostra aplicada a evolução da sociedade, sendo ao mesmo tempo, distópica e preocupante. As redes sociais se mostram como um braço capitalista na palma de nossas mãos, onde a propaganda e as interações se misturam.

A Internet se torna então uma forma de conexão, entre o real e o irreal, a um simples toque de uma tela. Porém, nossas interações estão sendo controladas a partir de algoritmos<sup>11</sup>, que mudam nossas percepções e consumo dentro das *social medias*.

Considerando em sua totalidade, o espetáculo é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento ao mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares - de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimento-, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante em sociedade. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e o conteúdo do espetáculo são a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente.

(DEBORD, 1967, p. 14)

O uso de uma *persona*, a incitação ao um exibicionismo em rede, o uso de efeitos que alteram a aparência física, seriam alguns dos pontos vistos em pesquisa que mostram o quanto o *Instagram*, mas não apenas ele, prejudicam sua relação consigo mesmo e com a sociedade. Seriam então as distopias, tanto “Admirável mundo novo”, quanto “NOSEDIVE”, ilustrações lúdicas de uma crescente necessidade de se mostrar “feliz”.

Chegamos ao pensamento de que as redes sociais interferem sim, nos objetos de desejo, sensações, experiências e em sua vivência interpessoal e social.

---

<sup>11</sup> Documentário Dilema das Redes <Disponível na Netflix>

## REFERÊNCIAS

DEBORD, G. Sociedade do espetáculo. 13ª Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

Disponível

em <<https://epoca.globo.com/instagram-tem-1-bilhao-de-usuarios-mas-nao-oferece-sistema-de-denuncia-de-fake-news-23370668> > **acessado em 07 de outubro de 2020**

Disponível

em <[https://business.instagram.com/a/brandedcontentexpansion?locale=pt\\_BR](https://business.instagram.com/a/brandedcontentexpansion?locale=pt_BR)> **acessado em 12 outubro. 2020**

Disponível em <<https://gummy.digital/ambiente-instagramavel/> > **acessado em 27 maio. 2020**

<<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/10/18/ponto-turistico-e-produutos-exclusivos-como-sera-a-loja-1000-do-mcdonalds.htm> > **acessado em 27 maio. 2020**

Disponível em <<https://www.psicanaliseclinica.com/fomo-fear-of-missing-out/>> **acessado em 12 outubro. 2020**

Disponível em <<https://gq.globo.com/Corpo/Saude/noticia/2020/05/excessos-da-vida-digital-selfie-perf eita-pode-causar-dismorfia-instagram.html> > **Acessado em 12 de outubro.2020.**

HUXLEY, Aldous .Admirável Mundo Novo. 22ª ed. São Paulo: Abril Cultural, 2019.

LANIER, Jaron. Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca,2018.

NERO, Fábio Del. IMAGENS EXIBICIONISTAS NO FACEBOOK: ESPETÁCULO, NARCISISMO E SIMULACRO. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/11/F%C3%81BIO-DEL-NE RO.pdf>

NOSEDIVE(Temporada 3, ep. 1). Black Mirror[Seriado]. Direção:Joe Wright: Netflix, 2016. (63 min.), son., color.

REDES, Dilema das. Direção de Jeff Orlowski. Estados Unidos, Netflix, 2020. 94 minutos.

SIBILIA, Paula: Drogas do esquecimento e implantes cerebrais: a informatização da memória. Dossiê Infopolítica da revista Ciência e Cultura, coordenado por Laymert Garcia dos Santos; Ano 60, Número 1, Jan.-Fev. 2008. Campinas: Labjor/Unicamp e SBPC; p. 37. 2008

