

O Facebook não é o Jardim¹ ***Uma reflexão epicurista sobre a rede social***

Leandro Ramires COMASSETTO²
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Resumo

Este artigo procura pensar o Facebook a partir de uma dimensão epicurista. Tomando por base a proposta do “Jardim”, idealizado pelo filósofo grego Epicuro, aprofunda aspectos comportamentais observados na rede social à luz da crítica da cibercultura e sob um viés psicossocial. Discorre sobre o ideal e busca da felicidade e discute se dentro das redes sociais, mais propriamente pelo Facebook, essa dimensão poderia ser alcançada, vista a infinidade de postagens e atualizações que sugerem esse estado de espírito.

Palavras-chave: Facebook; Epicuro; narcisismo; exibicionismo, privacidade.

Promessa de um novo Jardim

A busca da felicidade é uma constante que permeia os anseios do homem desde os primórdios, ou pelo menos desde o tempo em que esse tem consciência de sua condição humana. Razoável, portanto, que a filosofia tenha se ocupado dessa questão por sucessivas vezes ao longo da história, apresentando mais indagações que certezas para uma vida plenamente feliz. Não obstante as dificuldades pelas vias da razão, outras formas menos credíveis de literatura encontraram no tema terreno fértil para suas incursões, arriscando inclusive fórmulas precisas para a felicidade, com ressonância nos ambientes mais populares de interação humana, dos quais se destacam, hoje, as redes sociais, especialmente o Facebook, transformado não apenas num infinito repositório de divagações e receituários para uma vida feliz, mas apresentado também como promessa da própria morada da felicidade.

A julgar pelas adesões sempre crescentes, não parece haver dúvidas de que o presente e o futuro da humanidade passam pelas redes sociais, o que, todavia, não significa dizer, como pregam os ideólogos e entusiastas das redes, que estaríamos próximos de concretizar o ideal tão almejado da celebração humana ou comunhão planetária, da vida cooperativa, da inteligência coletiva e, quiçá, da felicidade pelo outro. Entre os tantos princípios do Facebook, sobressaem-se, no dizer de seu criador, as relações pessoais. “É através das

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação Social; docente da Unipampa – Universidade Federal do Pampa – RS; email: leandrocomas@hotmail.com.

relações que descobrimos novas ideias, entendemos o nosso mundo e em último caso obtemos a felicidade a longo prazo”, escreveu Zuckerberg, em 2012, sobre a missão de sua rede social³. Numa explicação bem otimista dos ideais da rede, resumiu o jornalista de uma grande revista: “O Facebook quer habitar o deserto, domar a malta que uiva e transformar o solitário mundo antissocial do acaso aleatório num mundo amistoso, um universo de felizes acasos.” Na rede, concluiu ele, você nunca vai precisar ficar sozinho, “todo mundo parecerá uma família ou um escritório onde seus colegas são também seus melhores amigos” (Lev Grossman, apud KEEN, 2012, p. 36).

Concebido sob esta ótica, até poderíamos aventar que o Facebook estaria a surgir como a promessa de um novo “Jardim”, a comunhão fraternal idealizada pelo filósofo grego Epicuro de Samos no século terceiro antes de Cristo. Formador de uma filosofia que tinha por propósito atingir a felicidade, Epicuro almejou no intercâmbio fraternal de ideias a busca da sabedoria que levaria a esse ideal. Para ele, a receita para uma vida feliz passaria, sobretudo, pelo esclarecimento alcançado nas trocas, nos colóquios, nas conversas com os amigos. É na filia construída no Jardim⁴, com a sua amizade, a amizade pelo conhecimento e busca da sabedoria, e não na polis com seus antagonismos, que esse projeto poderia ser realizado (PESSANHA, 1992).

A busca da felicidade é um direito do homem e, mais que isso, uma possibilidade. É, aliás, para isso, no entendimento de Epicuro, que o homem está destinado. Cabe, pois, a ele, buscá-la. Mas será que dentro das redes sociais e, mais propriamente, pelo Facebook, essa dimensão poderia ser atingida, vista a infinidade de postagens e atualizações que sugerem esse estado de espírito?

Essa é a discussão a que este artigo se propõe, ao tomar por base a filosofia de Epicuro, mais especificamente a proposta do Jardim. Não se trata exatamente de um paralelo entre o espaço proposto pelo filósofo grego e a ágora virtual de nossos dias, mas do aprofundamento de alguns aspectos comportamentais observados na rede social à luz da crítica da cibercultura pensada sob um viés psicossocial.

³ Carta de Mark Zuckerberg ao mercado sobre os princípios do Facebook, disponível em <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm#toc287954_10>. Acesso em 14 jun. 2014.

⁴ O Jardim, lugar escolhido por Epicuro para sua escola, a primeira das grandes escolas helenísticas, assim se denominava porque funcionava num prédio com um jardim nos subúrbios de Atenas. Longe do tumulto da vida pública citadina e próximo do silêncio do campo, era um ambiente propício aos colóquios e à meditação pretendida por seus seguidores. A filosofia helenística pode ser considerada um movimento intelectual que tinha por base filosófica o amor e investigação da sabedoria como modo de vida.

Desejo de substituição do real

A evidente expansão das redes sociais denota, entre outras motivações, um desejo de substituição do real, uma ilusão de encontrar um lugar melhor que o da vida real pelo recurso da tecnologia. Ao analisar o impacto de ambientes virtuais como o Second Life e o Facebook, a socióloga e também psicóloga Sherry Turkle concluiu, em “Alone together” (2011), que a tecnologia acaba funcionando como um lugar de conforto para pessoas emocionalmente vulneráveis. A tecnologia remodela a paisagem de nossa vida emocional. Nos ambientes virtuais, embora estejamos sozinhos, criamos a ilusão da companhia, da intimidade, sem demandar reais amizades. Sentimentos dessa natureza são acentuados pela própria publicidade dos produtos oferecidos, como o Second Life, que vende a ideia de que finalmente encontramos um lugar onde é possível “amar o seu corpo, amar seus amigos e a sua vida” (TURKLE, 2011, p. 13).

Turkle considera que, nas redes sociais, as pessoas se sentem, ou tem a ilusão de se sentirem constituídas, percebendo-se integradas, mais sociáveis e até melhor preparadas. Ela toma o Facebook como um ambiente encorajador para que as pessoas se mostrem de maneira mais reveladora, apresentando-se não exatamente como são, mas como gostariam de ser. Se, sem a tecnologia, as pessoas se sentem nuas ou sozinhas, em ambientes como Second Life e Facebook, funcionamos como um avatar, e a vida digital se constitui como um lugar de esperança, onde é mais fácil compartilhar nossas angústias e ansiedades e ao mesmo tempo almejar algo novo, na ânsia de felicidade.

É como se, pela tecnologia, vivêssemos uma vida paralela, que, dependendo do tempo que passamos nela e do modo como a incorporamos, passa a ter mais significado que a própria vida real. E então tanto a forma de se manifestar quanto as relações humanas são estruturadas em torno dessa vida editada no ciberespaço, onde é possível criar a pessoa ideal, bem como eleger e direcionar os contatos em função da autoafirmação de nosso ego.

A rede funciona como um lugar em que podemos nos constituir, para aqueles que queremos que nos vejam, da forma que julgamos útil ou reconfortante para nós. Para a autora, fazemos do outro, dos “amigos”, objeto, útil para as nossas finalidades ou pretensões e, por conta disso, não raramente, nas redes sociais as pessoas se descrevem como na melhor das vidas.

A projeção do nosso ser além da vida real tem sido uma temática recorrente nas investigações de Turkle, que, em trabalhos anteriores, já reconheceu as potencialidades do ciberespaço enquanto lugar que torna possível a flexibilização libertária de nossa

personalidade e a exploração de outros eus (RÜDIGER, 2012). Mas a questão que estamos a problematizar aqui é se a vida online pode funcionar como uma alternativa de existência mais feliz ou, ao menos, mais reconfortante, como uma espécie de jardim epicurista.

Para Turkle, o grande problema está justamente no risco de se encarar o ciberespaço ou a vida online como uma alternativa de substituição à vida real, ao invés de se buscar nele, pelas experiências ali permitidas, a exploração de potencialidades que contribuam para o crescimento integral de nossa personalidade. Muitas vezes, mesmo sem nos darmos conta, acabamos por adentrar em um mundo idealizado, que momentaneamente nos conforta, pelo mascaramento da vida real, mas que resultará em frustração e desgosto com nosso eu cotidiano.

A proposta epicurista

A diferença da proposta epicurista reside no fato de o filósofo propor não o isolamento do homem ou a fuga para outra realidade, mas a renúncia consciente à competição, às preocupações sociais e políticas e aos antagonismos e contradições da pólis. Para Epicuro, o grande problema está em não sabermos identificar ou escolher o que nos traz felicidade, razão principal da existência, e, por conta disso, tornamo-nos prisioneiros de desejos substitutos ou de vidas ilusórias. Não é a vida luxuosa, de excessos ou consumo, nem o desvio para outras esferas coletivas, em busca de autoafirmação, o que resulta num modo de viver mais feliz, mas a libertação interior, a capacidade de renunciar às distrações mundanas, e o tempo para refletir e analisar junto a amigos verdadeiros que compartilham do mesmo propósito.

(...) o conhecimento seguro dos desejos leva a direcionar toda escolha e toda recusa para a saúde do corpo e para a serenidade do espírito, visto que esta é a finalidade da vida feliz: em razão desse fim praticamos todas as nossas ações, para nos afastarmos da dor e do medo. Uma vez que tenhamos atingido esse estado, toda a tempestade da alma se aplaca, e o ser vivo não tendo que ir em busca de algo que lhe falta, nem procurar outra coisa a não ser o bem da alma e do corpo, estará satisfeito. (...) Convém, portanto, avaliar todos os prazeres e sofrimentos de acordo com o critério dos benefícios e dos danos. (...) Medita, pois, todas estas coisas e muitas outras a elas congêneres, dia e noite, contigo mesmo e com teus semelhantes, e nunca mais te sentirás perturbado... (EPICURO, 2007, p. 2-4).

O que o filósofo defende é a construção de um campo próprio de autarcia, que vise à busca do conhecimento aclarador objetivando a saúde da alma. Epicuro não nega a

realidade, mas entende que o homem, com sua inteligência e racionalidade, pode dar conta dela, estabelecendo o seu itinerário e a sua meta. Nas dimensões do real, existe espaço para a felicidade do homem, desde que este saiba compreender sua própria dimensão, seu próprio papel, direcionando sua vida para onde ele quer e de fato deseja. O que não se pode é mascarar a felicidade com desejos introjetados e quererem que não são seus, visto que nem todo desejo é próprio, natural ou necessário.

No entender de Epicuro, o homem não foi dado para o sofrimento, logo, desviar-se da dor e da perturbação é não só um direito como um ideal a ser perseguido. Esta, todavia, é uma conquista que não vem fácil, mas que resulta de um exercício trabalhoso, pois há um imenso interior a ser alcançado, a partir do conhecimento da natureza das coisas e do próprio desejo do ser. Só o conhecimento esclarecedor pode levar à independência interior e proporcionar a autogestão de si mesmo, em direção a uma dimensão pessoal de felicidade, de prazer e de serenidade. E esta é uma tarefa exclusivamente subjetiva, que só pode ser feita por cada um e junto dos que se aproximam do mesmo ideal e se propõem ao mesmo tipo de existência. Para atingir a felicidade e a paz interior, de nada servem a cidade, as instituições, as riquezas, as coisas, os deuses. Desviar-se das fatalidades que negam a felicidade é desviar-se das turbulências da sociedade, do universo político, da vida pública, que é, por natureza, um campo de antagonismo, de disputa, de luta, enquanto que a vida pessoal pode ser uma vida de serenidade. Não se pode, enfim, pretender que o território público esteja a serviço da felicidade pessoal (PESSANHA, 1992).

Vivendo a vida dos outros

Uma das críticas comumente dirigidas ao Facebook e às demais redes sociais é que ambientes dessa natureza funcionam mais como lugar de distração e fuga da realidade que de debate e reflexão. Ao contrário do proposto por Epicuro, que pregava a sabedoria e descoberta interior, ou seja, o homem em busca de sua essência e libertação pessoal, o que se observa nas redes sociais é uma preocupação e práticas mais focadas na autoexibição e especulação sobre a vida alheia. Ao invés de pensarem e se voltarem para a descoberta de si, as pessoas estão mais interessadas na vida dos outros, tanto quando especulam sobre seus semelhantes como quando, direta ou indiretamente, buscam a afirmação ou estima focados no próximo. Em suma, vive-se para o outro e vive-se a vida dos outros.

Não por acaso, estudiosos da cibercultura como Turkle, que viam nas redes um enorme potencial para a experimentação e simulação de novas manifestações existenciais,

como é visível em “Life on the screen” (1995), manifestam, em trabalhos mais recentes, certo desapontamento com a forma como as pessoas estão dando significado às suas vidas e às relações humanas. Em “Alone together” (2011), a autora traz dezenas de depoimentos, principalmente de jovens, ansiosos por alguma razão existencial em meio a uma infinidade de contatos que, no mais das vezes, não passam de relacionamentos frágeis ou simulacros de amizade, em que o que só existe de fato é uma ilusão de intimidade, quando não um diálogo que se dá única e exclusivamente com a máquina, como deixam transparecer as inúmeras mensagens postadas a esmo na esperança de que façam algum sentido.

Uma jovem, por exemplo, expressa que, se está chateada ou triste, contacta seus amigos no Facebook, que, ela sabe, vão estar lá para confortá-la. “Se algo emocionante acontece, vão vibrar comigo”. Diz que está sempre à procura de uma expressão que diga: “oh, eu sinto muito” ou “oh, isso é ótimo”, e conclui que é doloroso quando não obtém respostas (TURKLE, 2011, p. 160-1). Outra revela que, se tem algum sentimento feliz, tem que ligar para alguém ou postar alguma mensagem, para compartilhar sua felicidade com os outros. Um rapaz confessa que toma cuidado ao informar a banda ou rádio preferidas no perfil, preocupado com o julgamento que os outros, sobretudo as meninas, vão fazer dele. Uma menina gaba-se por ter mais álbuns e fotos no Face que seus amigos: “gosto de me sentir, de mostrar que a minha vida está lá em cima” (p. 175).

Se, por um lado, ao buscarem sempre a autoafirmação ou validarem suas ideias nos outros, as pessoas perdem a capacidade de terem pensamentos próprios e de refletirem sozinhas sobre suas próprias emoções, por outro, vivem numa espécie do que Turkle denomina “isolamento coletivo”, visto que os laços e interações nesses ambientes, que ela recusa a conceber como comunidades, são bastante frágeis, dificilmente estabelecendo-se relacionamentos concretos. No entendimento da autora, “comunidades são constituídas por proximidade física, preocupações semelhantes, consequências reais e responsabilidades comuns, e seus membros ajudam uns aos outros nas questões mais práticas” (p. 215). Nas redes sociais, por sua vez, usa-se do outro para confortar-se e sentir-se incluído, como expressa uma usuária que gosta de confessar seus segredos e compartilhar seus sentimentos com “amigos” estranhos para ver as reações e constatar que “um monte de gente tem feito quase as mesmas coisas que você fez” (p. 210).

Para algumas pessoas, tais atitudes podem até funcionar como terapia. Revelar inseguranças, medos e dividir momentos difíceis, assim como ocupar-se da intimidade dos outros, pode ser ao mesmo tempo uma distração como uma forma de amenizar uma carga

emocional desfavorável e aliviar o peso de nossos problemas⁵. Contudo, a exposição de questões muito pessoalizadas pode suscitar reações diversas, por vezes com consequências desagradáveis. Além do que, na visão de Turkle, o simples ato de exteriorizar os problemas não significa que estejamos olhando para eles, em busca de soluções. Confessar-se online não necessariamente acarreta pensar sobre as situações que nos afligem.

Pensar, aliás, em meio ao bombardeio de estímulos informacionais que recebemos simultaneamente tornou-se tarefa que requer muito esforço e concentração, atitudes para as quais cada vez menos pessoas parecem estar dispostas, pelo menos quando se encontram conectadas às redes sociais. Para o crítico da Web 3.0, Andrew Keen, autor de “#Vertigem Digital” (2012), o que tem se observado é que as pessoas estão reduzindo sua capacidade de ter ideias próprias. O que está sendo disseminado é um pensamento de grupo, em que nossas crenças são terceirizadas “para celebridades, sabichões e amigos do Facebook. Em vez de pensar por conta própria, simplesmente citamos o que já foi citado” (p. 60). Para Keen, a rede está criando conformismo social e um comportamento de rebanho, por conta de uma necessidade desesperada de “pertencer”.

Epidemia narcisista

A sensação de pertencimento proporcionada pelas redes sociais, sobretudo para as pessoas que levam vidas mais solitárias, não seria de todo ruim se a interação virtual não acabasse por desencorajar ainda mais as relações concretas e a perda de contato com amigos reais. Uma vida em que tudo pode ser editado de acordo com nossas expectativas, de amigos à própria identidade, aparenta ser mais cômoda e reconfortante, mas, na medida em que optamos por nos expor somente a situações que nos agradam ou que representam algum tipo de ganho, como sensação de conforto, acolhimento ou projeção, acabamos por minar experiências essenciais à vida comunitária e a estreitar nossa faixa de interesses. A impressão que vamos desenvolvendo de que tudo no mundo online tende a ser mais atraente, mais fácil e interessante chega a ponto de provocar a mudança da própria personalidade e a alteração do comportamento, concluiu o psiquiatra Elias Aboujaoude, que criou o conceito de *e-personality* (personalidade virtual). No estudo que deu origem ao livro “Virtually You: the dangerous powers of the e-personality” (2011), Aboujaoude diz que a

⁵ A título de ilustração, ver reportagem da Revista Época (ed. Globo), “O Facebook é uma terapia”, publicada em 14/05/2010. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI140154-15230,00-O+FACEBOOK+E+UMA+TERAPIA.html>>. Acesso em 25 jun. 2014.

internet está dando vazão a alguns de nossos piores instintos, como narcisismo, exibicionismo, inveja e impulsividade.

A facilidade com que a rede permite às pessoas se “recriarem como celebridades inventadas”, no dizer de Keen (2012, p. 31), está potencializando a “epidemia narcísica” já observada pelos psicólogos Jean Twenge e Keith Campbell (2009), para quem a cultura de nossa época permite perceber um foco cada vez maior na autoadmiração, uma regressão infantil, um desejo da glorificação experimentada pelas celebridades, a necessidade de chamar a atenção da mídia e a autopromoção e reconhecimento fácil na internet. As redes sociais, segundo os autores, têm levado as pessoas a se apaixonar cada vez mais por elas mesmas, a desenvolver uma busca frenética pelos fatos relacionados a elas, consequentemente desinteressando-se por qualquer coisa a que não estejam relacionadas, e a alimentar uma propensão excessiva de promoção pessoal. E tudo num ritmo de impulsividade que dificulta antever consequências, numa atitude que beira à regressão infantil.

A cultura da rede social não só “medica nossa necessidade de autoestima”, como também funciona como uma “extensão de nossos eus narcisistas” (KEEN, 2012, p. 32), impulsionando a incansável busca pela ampliação do número de seguidores que formam nosso grande círculo de exibicionismo, a quem insistentemente despejamos nossas manifestações, mesmo que falsas, de felicidade, nossa reputação, itinerários de viagem, as fotos de nossa última refeição e até nossos hábitos sexuais e o paradeiro exato. E não sem uma dose de exagero. Primeiro, pelo medo de ser ignorado; segundo, porque o mundo virtual também tornou-se um campo de competição, em que os sujeitos com maior número de “amigos” e *likes* (curtidas) para suas postagens julgam-se os mais populares e admirados, razão pela qual as pessoas vão desenvolvendo uma ansiedade de ter que atualizar a todo momento o Facebook e outras redes das quais fazem parte. Tornam-se, como diz Turkle (2011, p. 226), “reféns dessa preocupação”. E quanto maior a tendência ao narcisismo, maior a necessidade de publicação de conteúdo para se promover, com fotos parecendo atraentes ou sensuais ou frases de autopromoção⁶.

Exibicionismo, irritação e inveja

⁶ Cf. pesquisa desenvolvida por dois pesquisadores da Universidade da Geórgia (EUA) com usuários do Facebook, citada por BUSCATO, M. e CARRERA, I. *Quem aguenta tanto exibicionismo nas redes sociais?*. Revista Época (Ed. Globo). Rio de Janeiro, 07 fev. 2014. Disponível em < <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/02/quem-aguenta-tanto-exibicionismo-nas-redes-sociaisb.html> > Acesso em 03 jul. 2014.

Se, pela proposta epicurista, o objetivo era a busca da sabedoria pelo colóquio, pela troca e interação de ideias, no Facebook está claro que toda falação evidenciada tem por finalidade maior o exibicionismo e a satisfação de uma necessidade de ser percebido, não importando se o dito é um comentário rápido ou superficial ou mesmo irrelevante sobre algo. O que importa é que, se “atualizo, logo existo” (KEEN, 2012, p. 20). Logo, emitir uma opinião como justificativa da existência tem muito mais importância que ouvir a opinião alheia. E como opinar sobre algo de maior relevância ou significado é uma tarefa que exige esforço intelectual, mais cômodo, fácil e rapidamente gratificante é fazer propaganda de si mesmo.

Essa tendência exibicionista, que por vezes chega a ultrapassar os limites do tolerável, já diagnosticaram alguns estudos, tem despertado um dos piores sentimentos nutridos pelo ser humano, a inveja. Estudo realizado com 357 universitários por pesquisadores da Universidade de Humboldt, em Berlim, constatou que 30% deles nutrem esse sentimento “ao ver, no Facebook, posts sobre atividades de lazer dos amigos e indícios de sucesso de qualquer espécie (acadêmico, profissional, sexual)”⁷. E mesmo os exibidos dizem chatear-se quando sua própria ostentação não é notada suficientemente pelos amigos, o que só faz por acentuar ainda mais atitudes de exibicionismo e, conseqüentemente, a inveja, numa espécie de círculo vicioso.

Ainda que, aos olhos da psicologia, quem tem a necessidade de se autopromover e de demonstrar uma imagem de vida feliz a todo instante, faça-o como forma de compensar justamente o contrário, ou seja, um sentimento de inferioridade ou um estado de infelicidade ou insatisfação, a percepção advinda para muitos dos que costumam seguir os outros nas redes sociais é que a vida alheia é sempre melhor. Foi o que constatou, por exemplo, estudo de dois pesquisadores da Universidade de Utah (EUA)⁸, realizado com 425 estudantes, concluindo que a maioria dos internautas fica triste ou se deprime ao se deparar com o estado de felicidade esboçado por seus semelhantes. Segundo a mesma pesquisa, as pessoas que passam mais tempo no Facebook são também as mais propensas a afirmarem que “a vida é injusta” e, por conseguinte, a acreditarem menos em seu potencial. De outra parte, quando os amigos do Facebook são, em sua maioria, também os da vida real e é possível uma visão mais ampliada que a proporcionada pela rede, o que se denota é um sentimento de irritabilidade com quem vive se gabando, se autopromovendo ou se

⁷ Reportagem citada na nota 4.

⁸ CHOU, Hui-Tzu Grace; EDGE, Nicholas. 'They Are Happier and Having Better Lives than I Am': The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. In. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*; Feb 2012, Vol. 15 Issue 2, p117. Disponível em: <<http://connection.ebscohost.com/c/articles/71528600/they-are-happier-having-better-lives-than-am-impact-using-facebook-perceptions-others-lives>> Acesso em 18 jun. 2014.

proclamando feliz o tempo todo. “Não pode haver algo mais irritante que o discurso “brega” da felicidade, diz o filósofo Luiz Felipe Pondé, para quem as redes sociais são “a grande experiência masturbatória do século XXI”. “A falsa imagem de felicidade é um dos maiores sintomas da infelicidade que as pessoas têm”. Para Pondé, as redes sociais têm seus atributos, mas são também “o maior indício do quanto as pessoas são solitárias, sem vínculos mais concretos, viciadas em *likes*; quanto mais viciadas em *likes*, mais angustiadas demonstram ser”⁹.

Baseado em fatos relatados pela mídia norteamericana, o crítico Andrew Keen vê mais um problema, geralmente intensificado pela exposição excessiva e pela inveja, que são os núcleos de fofoca e os ressentimentos, comuns nas pequenas comunidades, onde as pessoas têm laços mais profundos e as lembranças duram mais. Para ele, “há pouca evidência de que redes como o Facebook, Skype e Twitter nos tornem mais compassivos e tolerantes”. Keen acredita que “essas ferramentas virais de exposição em massa não apenas parecem transformar a sociedade em algo mais lascivo e voyeurista, mas também alimentam uma cultura da multidão intolerante, sádica e vingativa” (2012, p. 63).

Fim da privacidade

Uma das principais razões pelas angústias e dissabores com que se depara o cidadão de nossos dias derive, talvez, do entendimento, tão propagado pelos idealizadores das redes, de que o presente e o futuro de nossas vidas é e será intrinsecamente social. Tese central do pensamento desenvolvido por Andrew Keen (2012) no livro que traz por subtítulo “por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando”, o autor culpa, sobretudo, a superexposição que aniquila a privacidade e desvia o homem de sua finalidade, na medida em que, como pressuposto de existência, passa a pautar sua vida pelas expectativas alheias. Nessa condição, ao mesmo tempo em que se esforça para viver uma vida de aparências, o sujeito, no entendimento de Keen, exagera na exposição de sua intimidade e se submete ao escrutínio público, nem sempre bem orientado e livre de preconceitos. “A mídia social é o romance confessional que estamos todos não apenas escrevendo mas também coletivamente publicando para que todos os outros leiam” (p. 31), condena ele, ao criticar o fato de o homem estar abrindo mão de um direito essencial de sua existência, que é o da invisibilidade e, conseqüentemente, da individualidade.

⁹ ONDE está a felicidade? Programa Canal Livre (Rede Bandeirantes de Televisão). Direção: Fernando Mitre. Exibido em 12 jan. 2014. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=H-71KAnKIHA>>. Acesso em 25 mai. 2014.

Já muito se falou e se escreveu sobre os interesses subjacentes à forma como as gigantes da informação (Google, Facebook, entre outras) armazenam, controlam e usam as informações pessoais que, espontaneamente, disponibilizamos na rede e sobre as consequências advindas dessa prática. Bastante esclarecedor nesse sentido é o premiado documentário “Terms and conditions may apply” (2013), que retrata o modo como empresas e governos se apropriam desses dados para suas finalidades mercadológicas, políticas e sociais. “Muitas pessoas não têm consciência da gravidade do que acontece e ainda dizem ‘tudo bem, eu não tenho nada a esconder’, mas a questão não é a de não ter o que esconder”, explica o diretor Cullen Hoback, para quem algo mais sério está em jogo, que é “o nosso direito de ter privacidade”, de resguardar para si o controle de informações pessoais e de nos mantermos protegidos e à parte de qualquer monitoramento, registro e conhecimento público de nossos atos. Ao criticar os modos e técnicas empregados para a captura e controle de informações e dados dos usuários da internet, especialmente no que diz respeito à forma como somos induzidos a concordar com isso, o problema, segundo o cineasta, é que estamos abdicando de nossa liberdade e concedendo o controle, inclusive de nossa identidade, para a manipulação de terceiros¹⁰.

A internet de hoje é, no entendimento de Keen (2012), “a maior máquina de espionagem que o mundo já viu, e o Facebook é a mais completa base dados mundial sobre pessoas, suas relações, seus nomes, endereços, localizações, comunicações umas com as outras, tudo à disposição dos serviços de informações” (p. 31). É, na conclusão do autor, “o sonho da CIA tornado realidade” (p. 36), além do imenso valor financeiro que têm as informações sobre nós. São elas que movem a economia da publicidade e, ao invés de clientes do Facebook, fazem de nós seu objeto ou produto. “Nossos corpos e nossas histórias estão sendo abertos, colonizados e esgotados pelas mesmas pessoas que querem nos vender coisas (...). Os anunciantes querem comprar indivíduos, não páginas na rede” (p. 88-9).

Mas é preciso convir que boa parte desse controle e uso de nossos dados pessoais deve-se, obviamente, à nossa permissividade, a nosso desejo exibicionista que nos mostra por inteiro e clama insistentemente para que os outros bisbilhotem nossas vidas. Queremos revelar ao mundo tudo o que fazemos ou pensamos e achamos que a ordem natural das coisas é viver se expressando por tuites e atualizações no Facebook, em suma, se exhibir na

¹⁰ Cf. entrevista a O Globo, publicada em 30/09/2013. Disponível em < <http://oglobo.globo.com/cultura/a-era-digital-em-debate-nos-encontros-globo-durante-festival-do-rio-10198398>>. Acesso em 05 jul. 2014.

rede. Keen conclui que o problema está no fato de que “queremos ficar expostos”, para saciar nosso narcisismo. “O narcisista não pode viver sem uma plateia que o admire” (p. 113).

Quem são os amigos da rede?

A saciedade de nosso desejo narcisista está diretamente relacionada ao número de amigos que cultivamos na internet. Quanto mais amigos, maiores as chances de ‘likes’ que tanto saciam nosso desejo de autoestima. Mas cabe questionar aqui quem são, de fato, os “amigos” das redes sociais.

Todo mundo sabe que, no mundo virtual, os contatos são aleatórios, e as pessoas, na verdade, não tem valor para nós, como também não temos valor para elas. Como observa Turkle (2011), “não há espaço suficiente de nosso tempo para os outros” (p. 246) e, em razão do fato de que a maioria de nossos “amigos” não tem nenhum vínculo mais concreto conosco, é natural que esses contatos desapareçam e reapareçam a qualquer momento, sem sequer nos darmos conta ou relegarmos qualquer importância a isso.

Os levantamentos mais recentes constataram que o usuário típico do Facebook tem, em média, 338 amigos¹¹, mas, segundo o antropólogo evolucionista Robin Dunbar, nossa capacidade biológica limita nossa capacidade de fazer amizades íntimas a menos da metade disso. Só conseguimos acompanhar as relações envolvidas e os intrincados detalhes sociais numa comunidade de 150 seres. “Esse é o número de Dunbar, nosso círculo social ótimo, para o qual nós, como espécie, somos projetados” (KEEN, 2012, p. 183).

Daí que, em se tratando de rede social, não causa nenhum estranhamento campanha publicitária como a realizada pela rede de fast-food Burger King em 2009, nos Estados Unidos, que resolveu presentear com um hambúrguer quem fosse capaz de deletar dez de seus amigos do Facebook e, em apenas dez dias, distribuiu 233.907 unidades¹². Logicamente que a intenção da campanha denominada “Whooper Sacrifice” (Sacrifício pelo ‘Whooper’, nome do sanduíche mais famoso da casa) tinha uma finalidade mais enaltecida, mas a mensagem daí deduzida foi mesmo a de que “o amigo do Facebook é algo tão trivial, barato e descartável como um fast-food”, ou seja, não vale mais que um hambúrguer (THE VIRTUAL..., 2010).

¹¹ Cf. FACEBOOK: os motivos para a queda no alcance. Meio&Mensagem, 11 mar. 2014. Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/03/11/Facebook-os-motivos-para-a-queda-no-alcance.html>>. Acesso em 05 jul. 2014.

¹² Cf. WORTHAM, Jenna. ‘Whooper Sacrifice’ De-Friended on Facebook. NYT, 15 jan. 2009. Disponível em <http://bits.blogs.nytimes.com/2009/01/15/whooper-sacrifice-de-friended-on-facebook/?_php=true&_type=blogs&_r=0>. Acesso em 07 jul. 2014.

E é para esses amigos que, no mais das vezes, estamos nos expondo, revelando nossas intimidades e entregando nossos segredos, sem se aperceber de que os laços formados pela internet, ao contrário do que almejava Epicuro em seu Jardim, não são laços de compartilhamento, de interação, de troca de ideias ou de solidariedade, mas são laços frágeis, de indivíduos “em movimento constante, que reinventam suas identidades quando querem e se integram, desintegram e reintegram com o clique de um mouse” (KEEN, 2012, p. 80). E esta é a razão pela qual seus integrantes, conforme o apropriado título conferido por Turkle a seu estudo, estão “sós-juntos”. A mídia social, como conclui Keen, “a despeito de todas as suas promessas comunitárias, nos divide, em vez de nos aproximar”. Ela cria uma sociedade fragmentária, que, ironicamente, nos torna “mais divididos que unidos, mais desiguais que iguais, mais ansiosos que felizes, mais solitários que socialmente conectados” (p. 77).

Considerações finais

A adesão em massa às redes sociais, tendo em vista a migração da maioria das atividades humanas para o ambiente virtual, é, indiscutivelmente, uma tendência tecnológica e social. Não obstante, a internet e suas redes que se propõem a ampliar a interação e as relações entre pessoas e grupos não resolvem por si só ou pela simples conexão as angústias e os problemas existenciais vivenciados pelos indivíduos de nossos dias. Muito menos carregam consigo a fórmula para a felicidade.

Ao contrário do proposto pelo filósofo grego Epicuro, cujas ideias serviram de ponto de partida a esta reflexão, pudemos verificar que, diferentemente dos ideais epicuristas de intercâmbio e aprofundamento das ideias, fortalecimento dos laços de amizade, busca da sabedoria e conhecimento interior, as redes sociais mais funcionam como mecanismo de distração, desvio e fuga de nossos propósitos. Servem mais ao deleite de desejos superficiais, redundando em atitudes narcisistas e exibicionistas, que, não raro, fomentam a inveja e a insatisfação com os outros e com nós próprios e, paradoxalmente, ao invés de aproximar, promovem ainda mais solidão.

A felicidade, como pregou Epicuro, é uma busca eterna e permanente e está sujeita a uma dimensão que é subjetiva e intransferível. Resulta de uma vida analisada, da reflexão sobre nossos problemas e preocupações, e da sabedoria que aclara a vida interior e nos põe ao encontro da compreensão de nosso papel enquanto seres autônomos e libertos, cientes de nossos próprios desejos e querer. O desenvolvimento pessoal, enfim, essencial ao

progresso humano, só se dá, como arguiu o filósofo utilitarista John Stuart Mill, numa visão claramente epicurista, com autonomia individual e privacidade e aliada à “nossa capacidade de nos destacarmos da multidão e de pensarmos e agirmos por conta própria” (KEEN, 2012, P. 201). Quem deve pensar o que é bom, útil para seu bem-estar, para si, é o indivíduo e não o homem enquanto integrante de um rebanho.

Mas também é importante considerar que se a internet, mais especificamente as redes sociais, tornou-se um vício que rouba nosso tempo e nos desvia de nossas reais finalidades, não podemos, em razão de sua onipresença na sociedade dos dias atuais, simplesmente achar que vamos bani-la de nossas vidas. A saída, como diz Turkle, está em achar um jeito de fazê-la funcionar para os nossos propósitos (2011, p. 263).

REFERÊNCIAS

ABOUJAOUDE, Elias. *Virtually you*. New York – London: W.W. Norton & Company, 2011.

EPICURO. Carta sobre a felicidade. Tradução baseada na edição de Arrighetti. Epicuro. *Opere*. Torino, 1973. CEFA e Portal Brasileiro de Filosofia, 2007. Disponível em: <http://ghiraldelli.files.wordpress.com/2008/07/epicuro1_1.pdf>. Acesso em 18 abr. 2014.

KEEN, Andrew. *#Vertigemdigital*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PESSANHA, José Américo. A Ética de Epicuro. In. *Diálogos impertinentes – Ética*. Direção Paulo Morelli e Dario Vizeu. Produção: TV Cultura e 02 Filmes Cultural. São Paulo: Produção Padre Anchieta, 1992. Formato VHS.

RÜDIGER, Francisco. Sherry Turkle, percurso e desafios da etnografia virtual. *Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, n. 14(2), p. 155-163, mai/ago 2012.

TERMS and conditins may apply. Direção: Cullen Hoback. Gênero: documentário. Hyrax Films, USA, 2013.

THE VIRTUAL Revolution – homo interneticus. Direção: Dan Kendall. Gênero: documentário. BBC, Open University, Reino Unido, 2010.

TURKLE, Sherry. *Alone together*. New York: Basic Books, 2011.

TURKLE, Sherry. *Life on the screen*. New York: Touchstone, 1995.

TWENGE, Jean.; CAMPBELL, Keith. *The narcissism epidemic*. New York: Simon & Schuster, 2009.