

Bruno Mota de Mello

**Sociedade do espetáculo e as redes sociais: análise do episódio Queda
Livre da série Black Mirror**

Este artigo foi julgado adequado à obtenção do grau de bacharel em Publicidade e Propaganda e aprovado em sua forma final com média 10,0, pelo Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

14/12/2020

Prof^ª.Esp. Teresinha Rublescki Silveira (Orientadora)

Prof^ª. Mestre Darlete Cardoso (Convidada)

Prof^ª. Doutor Mario Abel Bressan Jr. (Convidado)



Mauro Roberto Fucilini

Coordenador dos cursos de Design de Moda, Jornalismo e Publicidade e Propaganda

SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E AS REDES SOCIAIS: ANÁLISE DO EPISÓDIO QUEDA LIVRE DA SÉRIE *BLACK MIRROR*¹

Bruno Mota de Mello²

Resumo: Sabe-se da presença das redes sociais no cotidiano e como elas modificaram o comportamento das pessoas, fazendo com que o dia a dia, para muitos, se tornasse um grande espetáculo. Para isso, o presente estudo tem como objetivo analisar se há uma relação entre a dependência das redes sociais e a mudança no comportamento social, bem como verificar a teoria de Guy Debord (1967), A Sociedade do Espetáculo, nessas plataformas. Para tal, optouse em realizar um estudo de caso do episódio Queda Livre, da série britânica, *Black Mirror*. Utilizando-se de referências bibliográficas e análise do caso, fez-se um breve paralelo do comportamento social diante da internet. E, assim, pode-se concluir o objetivo do trabalho, verificando-se uma mudança de comportamento humano, causado pela dependência em utilizar as redes sociais.

Palavras-chave: Redes sociais. Sociedade do Espetáculo. *Black Mirror*.

1 INTRODUÇÃO

Em um mundo cada vez mais globalizado e conectado, onde a informação percorre de um ponto a outro do globo em tempo mínimo, a internet e as redes sociais estão presentes na rotina das pessoas. Números de curtidas, compartilhamentos e visualizações são angústias constantes dos usuários que buscam ser os protagonistas de uma sociedade mediada por meio de telas.

Assim, há uma grande preocupação em criar conteúdo e compartilhar um dia a dia de felicidade e ideia de vida perfeita. Isso, também, conforme Faria (2015), se dá porque os indivíduos têm a necessidade de fazer parte de um grupo, de serem aceitos.

Pesquisas, de acordo com o site Ecodebate (2020), já concluem que as redes sociais afetam negativamente a saúde mental das pessoas. Ansiedade, depressão e outros transtornos estão cada vez mais presentes no cotidiano. E, muitas delas, são desencadeadas, em parte, pela pressão de estar inserido no grupo, de estar dentro dos padrões, agora, estipulados pela internet.

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Graduação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. 2020. Orientador: Prof. Teresinha Rublescki Silveira, Esp. ² Acadêmico do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. E-mail: brunomota.m1@gmail.com.

Toda essa presença de telas no dia a dia mundial já foi explicada por Guy Debord, em 1967, com a sua teoria de Sociedade do Espetáculo. Nela, o autor diz que há uma espetacularização criada pela mídia (e pela publicidade), para que os indivíduos se tornem consumidores ativos e vivam uma vida de aparências.

Assim, viu-se a oportunidade de analisar e responder ao seguinte questionamento: realmente, há uma relação entre a dependência no uso das redes sociais e a influência no comportamento humano e social? As redes sociais, de fato, fazem parte desse espetáculo citado por Guy Debord (1967)? Para isso, utilizou-se como estudo de caso o episódio Queda Livre, da série britânica, *Black Mirror*. Atualmente, produzida e transmitida pelo serviço de *streaming* Netflix.

Para este estudo, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, consultando livros, artigos e sites. Essa é uma revisão da literatura sobre teorias que norteiam a pesquisa científica e buscam a resolução de uma hipótese (GIL, 2008). Também, para que uma melhor análise fosse realizada, optou-se por ter um estudo de caso que, conforme Gil (2008), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

2 AS REDES SOCIAIS

Com a globalização, o sucesso da internet e das tecnologias da informação, uma mudança significativa vem acontecendo na sociedade. Os jornais impressos, em sua maioria, estão com versões on-line, compartilhando notícias de forma muito rápida. Outro exemplo é o aparelho celular atual, utilizado para diversas funções, além das ligações. O comportamento do usuário da TV, também, vem se modificando, pois, cada vez mais, ela está como um plano de fundo, sendo utilizado mais para visualizar plataformas disponíveis na internet. O mundo está conectado. E, claro que com essa mudança, a interatividade entre as pessoas, igualmente, está sofrendo uma transformação. Frequentemente, as pessoas se comunicam por meio de redes sociais (FARIA, 2015).

Presente no dia a dia de toda a sociedade, as redes sociais são, basicamente, uma forma de conectar as pessoas, de modo virtual. De acordo com o portal Resultados Digitais (2020), são sites e aplicativos que permitem o compartilhamento de informações entre pessoas e empresas. Elas servem para criar um relacionamento entre os usuários. Atualmente, quando se fala em redes sociais, alguns sites como Facebook, Twitter, Instagram são os mais lembrados,

porém, o conceito de funcionamento dessas plataformas já é utilizado para a análise de interação entre usuários desde o final do século XIX.

Conforme Barnes (1987, apud SOUZA; CARDOSO, 2011), a expressão Rede Social foi criada pelo pesquisador J.A. Barnes em 1953 e publicada em 1954. Ela foi utilizada para retratar como “noções de igualdade de classes eram utilizadas e de que forma os indivíduos usavam relações pessoais de parentesco e amizade em Bremnes, uma comunidade da Noruega” (SOUZA; CARDOSO, 2011, p. 67). Os autores informam que Barnes se inspirou nas ideias de estrutura social como uma rede de relações, de Radcliffe-Brown (1940).

Assim, de acordo com Recuero (2009, apud FARIA, 2015), uma rede social é um conjunto de dois elementos: “atores (pessoas, instituições ou grupos) que são os nós da rede; e suas conexões (interações ou laços sociais)”. Dessa forma, pode-se afirmar que os atores são os indivíduos envolvidos na rede e atuam para moldar as estruturas sociais, construindo laços por meio de interações. Esses, por terem uma comunicação mediada por telas, devido à distância, são discerníveis. Sendo assim, conforme Faria (2015), trabalha-se com “representações dos atores sociais ou construções identitárias do ciberespaço”. Ou seja, um ator pode ser representado por um perfil nas redes sociais, que se tornam os pontos-chave desses espaços de interações, ou mesmo “lugares de fala construídos pelos atores para expressar sua personalidade ou individualidade”.

Na década de 1990, com a internet disponível para as pessoas, a ideia de rede social migrou para o mundo digital. Conforme o portal Resultados Digitais (2020), o primeiro site creditado como uma rede social moderna é o SixDegrees.com. A plataforma permitia que os usuários criassem um perfil, adicionando amigos. Esse site chegou a ter 3.5 milhões de membros, mas foi encerrado em 2001.

No início dos anos 2000, outros sites começaram a ganhar destaque como redes sociais. Friendster, My Space e Orkut são alguns exemplos. As redes sociais mais populares da atualidade também surgiram nessa época: LinkedIn e Facebook (RESULTADOS DIGITAIS, 2020).

De acordo com Maia (2014), o Orkut foi a principal comunidade virtual no Brasil até 2010, com 34,4 milhões de usuários no país. Entretanto, em 2011, o Facebook superou esse número, alcançando os 67 milhões em solo brasileiro. Sulz (2020) diz que, atualmente, o Facebook apresenta mais de 2,6 bilhões de usuários em todo o mundo, sendo considerada a maior rede social do mundo. Tanto que a empresa Facebook é dona de outras redes sociais como WhatsApp (que possui mais de 2 bilhões de usuários), Instagram (com mais de 1 bilhão de usuários). O Youtube é a maior rede de entretenimento, com mais de 2 bilhões de usuários.

Essa rede social pertence ao Google, maior buscador de pesquisas e dono do sistema Android, que vem instalado em grande parte dos smartphones.

Porém, conforme o site Conexão Digital (2020), até março de 2020, a rede social com mais usuários no Brasil era o Youtube. Inclusive, é uma excelente plataforma para produtores de conteúdo. Há um consumo massivo do conteúdo disponível nele. A segunda rede social com mais usuários no país é o Facebook e a terceira é o WhatsApp.

Existem categorias distintas de redes sociais, cada uma de acordo com a intenção do usuário. Elas podem ser de relacionamento, que o intuito maior é criar uma relação entre as pessoas, por exemplo, o Facebook; entretenimento, que possuem o objetivo de fazer o usuário consumir o conteúdo, como o Youtube; profissional, onde os usuários podem divulgar seus serviços e trabalho, a exemplo do LinkedIn e Behance; de nicho, que são voltadas para um público específico, com um objetivo em comum, como o TripAdvisor (RESULTADOS DIGITAIS, 2020).

O Instagram, em 2020, completou seus 10 anos. Essa rede social é de foco visual, onde os usuários postam suas fotos e vídeos, aplicam efeitos e podem interagir com seus seguidores, por meio de marcações, comentários, curtidas e envio de mensagens direta. Ao seguir um perfil, a pessoa acompanha as postagens do outro usuário, sendo que o número de seguidores também contribui para dar importância ao perfil (AGUIAR,2018).

Inicialmente, a rede social recebeu o nome de *Burbn*, fazendo uma brincadeira com o nome *Bourbon*, um tipo de uísque. No início, o aplicativo era um pouco confuso, sendo que sua funcionalidade envolvia uma ferramenta de localização, para a realização de *check-in*. Com a entrada do brasileiro Mike Krieger no desenvolvimento da plataforma, a mesma passou a focar no compartilhamento de imagens. Em 2010, após o lançamento do Instagram para o iPhone, o aplicativo se tornou a categoria com mais *download* na categoria fotografia. Em 2012, a rede social também ganhou uma versão para Android e, depois, o Facebook comprou o aplicativo (G1, 2020).

Atualmente, o Instagram possui algumas funcionalidades como: edição de imagem, curtidas (*likes*), comentários, seguidores, opção de explorar outras publicações, marcação de fotos, mensagens diretas, localização, stories, vídeos ao vivo (*lives*) (AGUIAR, 2018).

As redes sociais, além de serem uma forma de comunicação entre as pessoas, também, se tornaram excelente plataformas de mídia para a publicidade. Marcas, empresas, pessoas públicas são grandes produtores de conteúdo para essas plataformas. Dessa forma, são bons agentes de mudança no comportamento social.

2.1 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO SOCIAL

Conforme Silva e Silva (2017, apud SOUZA; CUNHA, 2019), há uma dependência das redes sociais, pois são utilizadas todos os dias. E isso já causa uma mudança no padrão de comportamento social, inclusive provoca conflitos familiares, em consequência da falta de diálogo, criando relações superficiais e cheias de conflitos. Ainda, é causadora de déficit na aprendizagem, bem como transtornos de ansiedade e de atenção. Isso porque a maioria da comunicação se dá através de uma tela, por redes sociais, que se tornaram uma extensão da vida dos usuários.

A utilização em excesso das redes sociais já é considerada uma das causas de problemas de saúde mental. Menezes (2019) afirma que o uso diário das redes sociais não é o grande problema, mas que, sim, a forma como as pessoas utilizam-nas. Um exemplo é a luz azul emitida pelas telas dos dispositivos de celulares e computadores. Ela é prejudicial à qualidade do sono. Entretanto, na pesquisa realizada pelo autor, 87% dos entrevistados afirmam acessar redes sociais antes de dormir e 94% desses participantes são pessoas de 18 a 24 anos de idade. O uso nesse momento, causa agitação e uma ansiedade, que afeta o sono. Também, é responsável por influenciar a forma de consumo dos alimentos, pois os usuários estão cada vez mais conectados na hora de realizar suas refeições. Ao se concentrarem na tela, não priorizam a atenção à alimentação. Sem mencionar que afetam, também, a vida em sociedade, principalmente dos jovens. As conversas pessoais não acontecem sem a presença de uma rede social, e muitas vezes, o que acontece na rede é o assunto da conversa.

De acordo com uma pesquisa realizada no Reino Unido, o Instagram é uma das redes sociais mais prejudiciais à saúde mental dos usuários, pois afeta não só o sono e a alimentação, mas, também a sua percepção de acontecimentos e autoimagem. Isso porque, acredita-se que o que acontece na rede social é uma espécie de encenação da vida, onde há bastante ostentação de uma vida perfeita e padrão de beleza. Como as redes sociais são ferramentas de marketing, o consumo excessivo de produtos e serviços também são consequências dessas plataformas (ECODEBATE, 2020).

O ano de 2020, por exemplo, foi marcado pela pandemia de Covid-19, isso, também, fez com que, em um primeiro momento, as pessoas migrassem para as redes sociais, em razão do isolamento social. Inclusive, segundo Malavé (2020), as redes foram excelentes ferramentas para manter a população atualizada sobre medidas de prevenção e sobre os casos. Campanhas criadas pelos órgãos públicos foram disseminadas em massa na internet. Tanto que, como forma de diminuir a distância, as videochamadas e as trocas de mensagens em

aplicativos aumentaram consideravelmente. Entretanto, conforme o autor, com o passar do tempo em isolamento, as redes sociais se tornaram, para muitas pessoas, um fator agravante de problemas, como a ansiedade.

Conceição e King (2014, apud FARIA, 2015) afirmam que há uma relação direta às necessidades íntimas de pertencimento do ser humano, de fazer parte de um grupo, se sentir reconhecido, amado e especial. Alguns estudos afirmam que ao divulgar as informações pessoais sobre o dia a dia nas redes sociais, o cérebro ativa um sistema de recompensa, criando uma experiência boa para o usuário. Dessa forma, ao divulgar uma foto e receber curtidas (likes), comentários positivos, compartilhamentos, o ser humano se sente feliz, pois está inserido no padrão que acredita estar correto.

Conforme Faria (2015), nas redes sociais as pessoas podem ostentar um padrão idealizado de si, com perfis desejáveis, mas, que muitas vezes, não são reais na vida. Isso porque há uma necessidade de ser reconhecido e de ganhar atenção, também identificado como carência afetiva coletiva. Ou seja, as “projeções e necessidades humanas de afeto são transportadas para a rede.” (MEDEIROS, 2014, apud FARIA, 2015).

Outro ponto que é bastante recorrente é a autoimagem. A satisfação e insatisfação corporal é um assunto que mexe bastante com o pensamento do usuário. Como há a necessidade de se sentir pertencente a um grupo, a pessoa busca por conteúdos que proporcionem essa experiência. Entretanto, a imagem corporal perfeita, antes idealizada pela TV, por exemplo, hoje ocorre em redes sociais como o Instagram, onde usuários que têm influência ditam o que deve ser feito para encontrar a imagem corporal ideal (SANTOS; GONÇALVES, 2020).

Conforme um estudo divulgado por Sacchitiello (2019), as pessoas seguem os influenciadores porque acreditam que as dicas de compras, viagens, receitas, serviços entre outros, são de grande interesse. Além disso, os usuários acabam se sentindo próximos dessas pessoas, pois, muitas vezes conseguem interagir com os seus ídolos.

Também, nas redes sociais há um certo imediatismo. Segundo Tubino (2015), existe uma aceleração de todos os sentimentos e emoções, provocados pela troca de mensagens. Estas não se referem apenas às trocadas em conversas ativas, mas, inclusive, nessa ideia de influência. Quando alguém publica algo em uma rede social, está emitindo uma mensagem que é compreendida pelo usuário destinatário. Assim, ansiedade, raiva, ódio também são acelerados com esse processo.

Atualmente, vive-se em meio a exposição de vidas nas redes sociais. As pessoas fazem autopropagandas, tanto de si quanto do que consomem. Tanto que a selfie é mais um

fenômeno de autoafirmação do que uma simples fotografia. Segundo Batista (2017), “as imagens dos indivíduos se convertem em fetiches audiovisuais que se eternizam por meio das redes sociais”. Dessa forma, as pessoas buscam ser percebidas nas redes sociais.

2.2 AS REDES SOCIAIS E O SERVIÇO DE STREAMING

Não últimos anos, o mundo mudou a forma de consumir filmes, séries, música e outras mídias de entretenimento. Tanto que a existência de locadoras e lojas de CD, por exemplo, parecem ideias arcaicas. Atualmente, grande parte da população utiliza o serviço de *streaming* para assistir a esses conteúdos.

Uma das plataformas mais conhecidas é a Netflix, uma empresa que começou suas atividades em 1997, cujo serviço era de locação de DVDs por correio. Em 2007, o serviço começou a mudar, quando a empresa criou uma plataforma de streaming paga, onde as pessoas poderiam assistir aos filmes lá disponibilizados. Desde então, essa plataforma só cresce (TUCCI, 2020).

Segundo Gogoni (2020) o *streaming* é uma “tecnologia de transmissão de dados pela internet, principalmente áudio e vídeo, sem a necessidade de baixar o conteúdo”. Dessa forma, o arquivo é acessado pelo usuário on-line, assim, os filmes, séries e músicas não ocupam espaço no computador ou celular.

Conforme Oliveira e Ranieri (2017), essa tecnologia é uma ferramenta inovadora, que está cada vez mais em ascensão. Conteúdos são criados especialmente para essas plataformas, além de disponibilizarem, também, filmes e séries já consagrados pelo público.

Atualmente, junto às redes sociais, os serviços de *streaming* já fazem parte do dia a dia das pessoas. Tanto que emissoras famosas, como Telecine, HBO, e as nacionais, Globo e RecordTV também estão se adequando ao novo perfil de consumo de mídia e já possuem seus serviços de *streaming* (CROSSHOT, 2020).

Ainda, conforme Tubino (2015), toda essa mudança é um “pacote completo do espetáculo e da sociedade de consumo”, conforme diz a obra “A Sociedade do Espectáculo” do autor francês Guy Debord, escrita em 1967. A obra critica a nova forma de capitalismo de alterar o comportamento das pessoas por meio desse espetáculo. Dessa forma, é necessário expor o conceito de espetáculo, apresentado no capítulo seguinte.

3 SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Em sua obra mais conhecida, “A Sociedade do Espetáculo”, Guy Debord (1967) apresenta uma acusação polêmica da nossa cultura de consumo de imagens, fazendo uma análise do espetáculo, termo que o autor utiliza para descrever o cenário de uma vida mediada através de imagens.

De acordo com Costa (2017), o espetáculo é uma relação entre o social e o interpessoal, mediada por imagens. É o que justifica as condições e objetivos do capitalismo e é o modelo que domina a sociedade, atualmente. A autora também fala que é um monólogo laudatório, que se inicia no pseudodiálogo do dia a dia, pessoal, profissional e familiar, desenvolvendo-se na economia e sendo indispensável para os meios de comunicação e para a publicidade.

O espetáculo, compreendido, na sua totalidade é o resultado e o projeto do modo de produção existente. É o coração da irrealidade da sociedade atual. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência. O espetáculo é o mau sonho da sociedade moderna acorrentada, que ao cabo não exprime senão o seu desejo de dormir (DEBORD, 2003, p. 16).

Observando que esse espetáculo altera ativamente as interações e relacionamentos humanos, Debord (1967) diz que as imagens acabam influenciando a vida da sociedade, assim como suas crenças, e são movidas pelo interesse econômico. Também, afirma que a publicidade é quem fabrica, diariamente, novos desejos, produtos e transforma a maneira como a sociedade vive. Igualmente, informa que o espetáculo substitui a realidade vivida pela contemplação do mesmo. Dessa forma, o ter é mais importante que o ser. Pode-se dizer que, mesmo com o passar de alguns anos, a dependência pela tecnologia caracteriza, cada vez mais, uma sociedade de espetáculo, criando uma imaginação de viver mais presente nesse espetáculo.

Ser uma sociedade do espetáculo é conseguir reduzir a realidade vivida e ter uma vida de aparências. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação” (DEBORD, 1967, p. 22).

A Era Digital não é apenas uma questão de comunicação. Cada vez mais, a sociedade se torna dependente do uso de inovações e tecnologias no cotidiano, muito em função da

globalização. Com mudanças rápidas, seja no modo de vida ou nas estruturas sociais, a comunicação está cada vez mais instantânea, o que influencia nesse processo citado, tornando-se um ciclo.

As redes sociais, meios que são utilizados, muitas vezes, para a comunicação, troca de mensagens, para socialização e para acompanhar os passos dos outros indivíduos são imediatistas. Com elas, há uma aceleração em todos os sentimentos e emoções dos indivíduos. Segundo Debord (1967), o espetáculo é uma maneira de expansão também do capitalismo, que influencia no comportamento das pessoas. Se o outro tem, eu também quero ter. Se o outro faz, eu também vou fazer.

Segundo o comunicólogo Juremir Machado da Silva (2007), os indivíduos já deixaram de viver na sociedade do espetáculo. Vive-se, agora, no hiperespetáculo. No espetáculo, vivia-se em contemplação, as pessoas eram espectadores, a exemplo do papel do indivíduo diante da TV, onde ele apenas assistia aos programas. Agora, se abdica desse papel. Porém, se continua em contemplação, mas não só da vida do outro: e sim da sua própria. As pessoas querem ser protagonistas. Debord (1967) mostrava o espetáculo como uma imagem do mundo. Já o hiperespetáculo é a imagem de si no mundo.

Tanto que há alguns anos, programas de *realities shows*, como o Big Brother, são campeões de audiência. Porque é o espetáculo de pessoas normais e não de famosos. Qualquer um pode ser um *brother*. Visto isso, pode-se perceber que o hiperespetáculo nada mais é que uma atualização na maneira de fazer o espetáculo, que ainda existe.

Acredita-se que o espetáculo na Era Digital traz consigo um mundo de aparências, onde as pessoas demonstram nas redes uma vida perfeita. Tanto que, atualmente, faz parte da estratégia de marketing de muitas empresas contar com os chamados influenciadores digitais, que são pessoas famosas nas redes sociais específicas – ou em todas. Inclusive, muitos cantores, atores, modelos também são considerados influencers.

Desse modo, na internet, por exemplo, um corpo malhado pode passar a ideia de sucesso, autoestima, saúde, felicidade. Já um corpo gordo, é tratado com desleixo e falta de vontade de se cuidar. Assim, a imagem do bem-estar associada ao corpo ideal “atravessa, contemporaneamente, os diferentes gêneros, faixas etárias e classes sociais, compondo de maneira diferenciada, diversos estilos de vida” (CASTRO, 2007, apud BATISTA, 2017). E esse conceito se forma na cabeça das pessoas por intermédio do espetáculo criado pelas imagens da TV, da publicidade, da imprensa e das redes sociais e seus influenciadores.

Por influência de seus ídolos – ou de pessoas que o indivíduo admira – acaba-se tendo a necessidade de mostrar sua vida, também, nas redes sociais. Porém, o que muitos não têm

ciência é de que, por trás de uma pessoa pública, normalmente, há uma equipe de pessoas preparadas para construir a imagem que será mostrada ao público.

O espetáculo, compreendido, na sua totalidade é ao mesmo tempo resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um suplemento ao mundo real, é o coração da irrealidade da sociedade atual. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante (DEBORD, 1967, p. 24).

Muitas vezes, as pessoas têm certa necessidade de aprovação do outro, e apenas fazem as coisas para ver o outro feliz, e não a si mesmo. “No mundo realmente reinvertido, o verdadeiro é um momento do falso” (DEBORD, 1967, p. 23).

Tonin (2007) diz que o espetáculo estabelece a relação social, mas é um relacionamento mediado pela imagem, porém de forma menos criativa. Cabe aqui, inclusive, uma famosa frase do apresentador Chacrinha: “Na TV, nada se cria. Tudo se copia”. No espetáculo atual, ou hiperespetáculo, também é assim. Ao acompanhar a vida perfeita de uma pessoa na internet, sofre-se influência (inclusive, indiretamente) para se ter as atitudes daquela pessoa. A imagem do outro é copiada, ao invés de uma pessoa criar a sua própria imagem.

Debord (1967, apud NEGRINI; AUGUSTI, 2020) enfatiza que o espetáculo é uma fábrica de alienação do público e que isso alimenta o crescimento da economia. Sendo assim, um indivíduo alienado tem seu pensamento moldado de forma fácil, se tornando um consumidor em potencial. Por isso, o espetáculo possui algumas estratégias para identificar os receptores da sociedade de consumo, pois, o capitalismo está firmemente atrelado à sociedade do espetáculo e o lucro é o objetivo do mesmo. Assim sendo, o espetáculo aliena o indivíduo para que este se torne submisso ao próprio espetáculo, desvinculando-o da sua história, de suas origens e do modo de pensar e agir criativamente. Os autores, também, apresentam que o espetáculo possui uma estrutura de aparência, mostrando ao espectador apenas o que é bom, despertando seu desejo de consumir um produto ou ter certa experiência, por exemplo.

Para Debord (1967), na sociedade do espetáculo não existe mais uma união entre qualidade e quantidade, então o que importa é o que mais aparece, e o conteúdo exposto é um exame qualitativo. Trazendo para a atualidade, se algo viralizou, é porque é bom. E se é bom, é porque fez sucesso. E isso se aplica diretamente às redes sociais como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, entre outros. Os conteúdos considerados interessantes são os mais compartilhados, assistidos e reproduzidos. O sucesso depende mais do quantitativo do que do qualitativo (GOLDBERG, 2014).

Atualmente, as exigências estão com foco na conquista de uma vida brilhante, perfeita, para que o outro olhe e admire o sucesso. Por isso, Birman (2009) classifica esse marco como cultura da imagem, ou seja, o indivíduo vale pelo que parece ser, por meio das imagens que produz ou consome e apresenta à cena social, garantindo o espetáculo. Aqui, pode-se citar as *selfies*, autorretratos para a exposição de si nas redes sociais e, assim, mostrar onde e o que se está fazendo, ganhar *likes*, comentários e compartilhamentos. É a era da exaltação do eu. Todo mundo pode ser espectador e protagonista. As pessoas compartilham conteúdo, muitas vezes, apenas pensando em quantas curtidas irão ganhar, qual a nota que terão em determinada rede social etc.

De acordo com Luz e Moraes (2016), a internet como meio de expressão, aumentou a quantidade de produtores de mensagens. É um local onde alguns usuários ficam por trás de um falso anonimato, e até mesmo criam perfis para isso, que funcionam como uma máscara para a preservação de identidade. Os ataques, as piadas, as notícias falsas (*Fake News*), em sua maioria, são disseminadas por perfis assim. E, em contramão ao anonimato, há usuários que querem mais visibilidade, que utilizam a internet para a autopromoção, compartilhando as *selfies*, conteúdos de suas vidas e que, muitas vezes, são forjados ou construídos por outras pessoas, como os produtores de conteúdo.

Dessa forma, em meio às mudanças da sociedade no século XX, seguidas pelo *boom* da internet, Reule (apud FARIA, 2015) diz que o sujeito da pós-modernidade necessitou se adequar às transformações e rever sua posição neste mundo, analisando sua própria identidade. Assim, o usuário de uma rede social, por exemplo, quer estar conectado, interagir com o outro, necessita compartilhar conteúdo e, também, tem o desejo de saber como o outro indivíduo responde ao que é compartilhado. Nessa cultura digital, o apoio e aceitação do outro vem em forma de *like*, comentário, compartilhamento. Essa é forma de medir se o usuário está sendo aceito pelo seu público e a falta de retorno de números em curtidas, por exemplo, dá a entender que o emissor está transmitindo a mensagem, mas sem que o destinatário a receba ou a interprete corretamente, demonstrando, assim, uma falha na comunicação. É o falar sozinho da atualidade.

Uma metáfora sugerida por Bauman (2001) caracteriza o estado em que a sociedade moderna se encontra, incapaz de manter formas. É a liquidez. Esse conceito agrega o da sociedade do espetáculo porque explica que antes de se solidificar, as ideias, crenças, convicções dos indivíduos sofrem mudança. As coisas são voláteis e flexíveis. Inclusive, segundo o mesmo autor, as salas de bate-papo são novas drogas e quem não consegue acessá-las, ou fica de fora, entra em estado de abstinência, com solidão e angústia. A internet e

os aparelhos eletrônicos interligam as conexões humanas, fazendo com que ninguém se sinta só.

Conforme Faria (2015), a internet possibilita que qualquer indivíduo publique o que quiser e tenha visibilidade com coisas antes ditas a diários, por exemplo. Serve como meio de confissão, como acontece no Twitter, por exemplo. A rede social possui bilhões de publicações com assuntos íntimos. E o homem dessa pós-modernidade tem caráter de pluralidade, interagindo com o ambiente diversificado e instável, tendo a possibilidade de ter vários *eus*.

Para Bauman (2008), o indivíduo contemporâneo vive em crise de identidade, tentando descobrir quem realmente é e, nas redes sociais, essa busca é facilitada. Isso porque, nesses ambientes, a pessoa pode construir e compartilhar várias personalidades que, nem sempre, existem em sua vida real. Dessa forma, a era do hiperespetáculo faz com que internautas compartilhem seus textos, fotos e vídeos de forma caseira, tudo com naturalidade e dando espaço para que ele vire uma celebridade da internet.

Exposto o conceito e ideias acerca da teoria de Guy Debord, “A Sociedade do Espetáculo”, bem como de redes sociais e sobre o seu impacto na vida das pessoas na sociedade moderna, o próximo capítulo traz o estudo de caso do presente artigo, com a análise do episódio Queda Livre, da série inglesa *Black Mirror*.

4 ESTUDO DE CASO: EPISÓDIO QUEDA LIVRE DA SÉRIE BLACK MIRROR

A presente pesquisa tem como estudo de caso o episódio Queda Livre da série *Black Mirror*. Este que é um seriado televisivo antológico de ficção científica. Foi criada por Charlie Brooker e tem como foco temas obscuros da sociedade moderna, geralmente voltados às consequências das tecnologias, e se passa em um presente distópico ou futuro próximo. Tanto que traduzindo para o português, o nome da série fica “Espelho Preto”, fazendo alusão às telas de TVs, monitores, celulares quando desligados. Foi criada para a TV britânica e seu primeiro episódio foi transmitido em dezembro de 2011, na emissora Channel 4 (WORTHAM, 2015, *tradução nossa*). Em setembro de 2015, a série foi comprada pela Netflix, responsável por produzir a série a partir da terceira temporada.

Segundo o autor da série, Charlie Brooker, “cada episódio tem um elenco diferente, um cenário diferente, até mesmo uma realidade diferente. Mas todos têm a ver com a forma como vivemos agora – e como poderemos estar vivendo em 10 minutos se formos envergonhados” (THE GUARDIAN, 2011, *tradução nossa*). Dessa forma, não precisa assistir

a *Black Mirrorem* sequência ou em ordem cronológica de lançamento: cada episódio é um filme independente (IWASHITA, 2020).

A série fez bastante sucesso desde sua estreia e já ganhou prêmios importantes como o *Emmy Awards Internacional* em sua 40ª edição, como melhor série de TV. Um dos episódios que teve bastante repercussão foi escolhido para este estudo. *Queda Livre* (*Nosedive*, nome original) é o primeiro episódio da terceira temporada da série. O enredo do episódio se passa em um futuro onde uma personagem se torna impopular na rede social (WHITBROOK, 2016, *tradução nossa*).

De acordo com Covaleski e Vasconcelos (2020), o episódio de estudo narra a história de uma sociedade onde todas as ações dos indivíduos são avaliadas nas redes sociais, com notas que podem ir até cinco pontos. Essas avaliações afetam todos os aspectos de vida representadas na trama: desde relacionamentos interpessoais, acesso a bens e serviços e oportunidades de trabalho. A narrativa destaca o estabelecimento de relações medidas por algoritmos, assim, as pessoas fazem de tudo para não sofrer punições e, assim, não baixarem seu score. “Na obrigatoriedade de estar sempre bem, busca-se relação com quem tem mais pontos, entrando em uma espécie de ‘gamificação’. No episódio, as pessoas parecem zumbis, de cabeças baixas, o tempo todo olhando para suas telas” (LEMOS, 2018, apud COVALESKI; VASCONCELOS, 2020, p. 44).

Segundo Pereira (2017), o episódio em estudo traz uma sociedade preocupada com sua aparência, tendo a confirmação de felicidade por meio dessas avaliações em um aplicativo que conecta a retina humana a celulares, *tablets*, computadores. A nota de cada cidadão indica as suas condições de vida, pois é ela que regulamenta o acesso a serviços como transporte, aluguel, profissão, moradia e relacionamentos, tanto comerciais quanto afetivos.

Autores como Lima et al. (2017, apud PEREIRA, 2017) dizem que *Queda Livre* faz uma crítica à maneira como as redes sociais se tornam supervalorizadas “e escravizam os indivíduos em torno do status. A estética utilizada para retratar este mundo é pautada na artificialidade” [...]. Os autores também afirmam que no enredo, todos são conectados, retratando uma sociedade funcional, que tem suas ações de acordo com seu ranking. Todos os relacionamentos têm o objetivo de conseguir receber uma nota boa. Assim, as pessoas agradam a todos, simulando uma felicidade e bem-estar o tempo todo, mesmo que sua vida seja vazia.

Nesse episódio, as pessoas agem sempre corretamente umas com as outras, com gentileza, o que muitas vezes, incomoda o telespectador, pois este sabe que ninguém é assim o tempo todo e que aquilo é um egoísmo puro, apenas para melhorar sua própria nota no

aplicativo. Essa extrema preocupação com a própria imagem é o que mexe com quem assiste ao episódio, pois apresenta muitas situações parecidas com a que vivemos atualmente. O compartilhamento de fotos, bem enquadradas, bonitas, de viagens, comidas e experiências boas são manipuladas para que o outro possa avaliar o estilo de vida daquele que compartilha o conteúdo. E no episódio, quanto mais você demonstrar essa perfeição, as chances de ser bem avaliado serão maiores. Conforme o site Pensar Contemporâneo (2018), é o condicionamento da vida dos indivíduos. Um verdadeiro baile de máscaras, com filtros e aparência perfeita, mas ninguém é realmente feliz.

Para uma melhor análise, na sequência, apresenta-se o enredo da trama, com imagens e detalhes dos personagens do episódio.

4.1 ENREDO DO EPISÓDIO QUEDA LIVRE

O episódio começa com uma situação normal do dia a dia: uma mulher correndo, utilizando um celular enquanto pratica a atividade. Dá a entender que ela está dando likes nas fotos de amigos, em alguma rede social. Porém, quando um grupo de pessoas se aproxima, correndo em sua direção, o celular é apontado para um rapaz que a cumprimenta (e também direciona seu aparelho para ela). Na sequência, ouve-se um som de um aplicativo no celular (Figura 1).

Figura 1 – Cena 01 – protagonista correndo



Fonte: Black Mirror (2016)

Essa é Lacie Pound, personagem principal do episódio. Na cena seguinte, ela aparece fazendo uns exercícios de alongamento e, depois, curtindo as fotos dos amigos com estrelas em um aplicativo parecido com o Instagram.

Acredita-se que essa a rede social do episódio seja inspirada no Instagram, porque essa rede social, além de possuir mais de um bilhão de usuários, conforme a Resultados Digitais (2020), também, possui uma dinâmica parecida com a mostrada em tela.

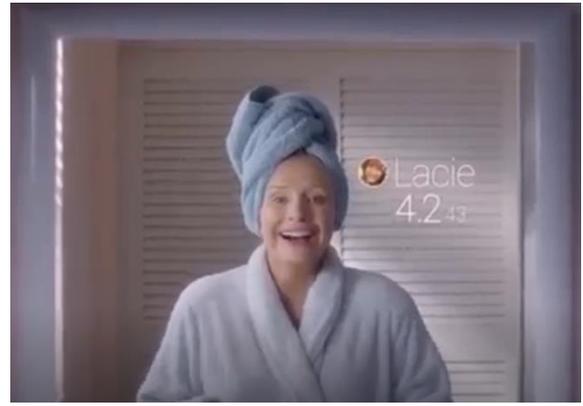
Na cena três, a personagem principal está em frente a um espelho, “ensaiando suas risadas” (Figura 2) para passar uma impressão de que iria participar de algum evento. Na sequência, uma informação importante é revelada ao telespectador: uma nota de 4.243 é apresentada ao lado de Lacie (Figura 3).

Figura 2 – Cena 03



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 03 – Cena 03



Fonte: Black Mirror (2016).

Conforme Santos e Gonçalves (2020), a satisfação (e insatisfação) corporal mexe muito com a cabeça do usuário. Isso porque as pessoas querem pertencer a um grupo, fazer parte do padrão estipulado, por isso, criam conteúdos em rede social que sejam aceitos pelos demais elementos do grupo a que pretende pertencer. Como percebe-se nesse momento do episódio, a protagonista “ensaia” feições no espelho, para usá-las no dia a dia.

Na próxima cena, aparece Lacie falando para seu irmão Ryan (com quem divide a residência) que eles precisam se mudar, porque acha que comprarão a casa que vivem. Na sequência, ela aparece em uma lanchonete esperando um café. Quando o atendente a chama para pegar o seu pedido, pode-se perceber que o que ela carrega consigo é um aparelho (ou aplicativo) utilizado para avaliar as pessoas, seja pelo seu atendimento, simpatia, generosidade ou, também, características negativas (Figura 04).

Lacie continua na lanchonete, tentando conseguir boas avaliações das pessoas. Ela se senta para tomar seu café e experimenta o pedido. Mesmo parecendo não ter gostado do biscoito, o ajeita próximo à xícara e tira uma foto para postar em uma rede social e obter notas positivas (Figura 05).

Figura 04 – Cena 04



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 05 – Cena 04



Fonte: Black Mirror (2016).

Nessa cena, pode-se perceber o discurso de Faria (2015), que diz que os usuários nas redes sociais, muitas vezes ostentam um padrão idealizado de si. Com perfis desejáveis, mas que nem sempre são a realidade. Conforme o autor, necessitamos de um reconhecimento e de atenção. Assim, toda a nossa carência afetiva é transferida para a rede social. Muitas vezes, criamos uma vida *fake* apenas para nos sentirmos aceitos socialmente. Na cena, a protagonista ensaia uma felicidade que ela não está realmente vivenciando, provavelmente para demonstrar esse sentimento aos demais indivíduos do seu círculo. Na sequência, vê-se que a personagem continua a sua construção social, planejando suas fotos, já pensando no like.

Na concepção de Conceição e King (2014, apud FARIA, 2015), há uma associação relacionada diretamente às necessidades íntimas de pertencer, fazer parte de um grupo, de se sentir especial, reconhecido pelo seu ciclo de pessoas. E a validação desse pertencimento é receber curtidas, comentários positivos e compartilhamento de suas postagens. Como mencionado pelo autor, há estudos que afirmam que com o compartilhamento de informações pessoais nas redes sociais, o cérebro ativa o sistema de recompensa, fazendo com que essa experiência seja positiva.

Na próxima cena, a protagonista encontra Bethany no elevador do seu trabalho. A outra personagem é uma mulher mais velha que tenta interagir de alguma forma, mesmo, aparentemente, não demonstrando muita simpatia com Lacie. Nesse momento, é revelado que existe uma tecnologia ocular que funciona como extensão do aparelho de mão (Figura 06). Por ele, Lacie observa o que vem acontecendo na vida da segunda personagem, para continuar a conversa. Bethany questiona se Lacie ainda trabalha no mesmo local, sem mostrar muita curiosidade em saber a resposta.

Figura 06 – Encontro no elevador



Fonte: Black Mirror (2016).

Na sequência, mostra Lacie chegando no seu trabalho e fazendo uma análise da repercussão da foto do café com biscoito, o que a faz ficar muito animada, porque recebeu algumas avaliações nota 5. Porém, uma usuária chamada Naomi Blestow lhe dá nota 4,8 (Figura 07), o que a faz analisar o perfil dessa outra personagem, pegando, simultaneamente, um ursinho de pelúcia. Será revelado, mais adiante, que ambas tinham uma relação anterior, mas estavam afastadas, provavelmente, pelas notas do aplicativo. Naomi, era amiga de infância da protagonista, sendo que a ajudou a fazer o ursinho de pelúcia. Como se percebe, é uma usuária com excelente nota, então, possui bastante relevância social e essa, ao que se entende, é a razão pela qual a amizade acabou.

Figura 07 – Nota mais baixa



Fonte: Black Mirror (2016).

Porém, nesse momento, é interrompida por um dos colegas, que oferece um smoothie, como um ato de gentileza. Porém, quando Lacie vê a nota desse outro personagem, percebe um 3,1 e entende que algo está errado. Então, outro colega aparece informando que aquele só estava tentando melhorar suas notas que caíram depois de terminar um relacionamento, do qual todos eram contra o término.

Como dá para perceber, a protagonista continua a sua busca pela aceitação. Tanto que ao postar sua foto, ela consegue medir essa aceitação. Debord (1967) diz que na sociedade do espetáculo, o conteúdo exposto é um exame qualitativo. Dessa forma, se tem aceitação, se viraliza, é porque é bom. Porém, nas redes sociais precisa haver um equilíbrio, pois o conteúdo também é medido em números. Assim, o sucesso nessas plataformas, depende do número de likes, de compartilhamentos, de reproduções. Aqui, vale o quantitativo.

Quando a protagonista não recebe a nota que idealiza, acaba se frustrando. Pode-se perceber, na sequência, também, que as pessoas são julgadas por sua nota. Nesse mundo da série, o que vale é o quantitativo. A pessoa pode ser maravilhosa, mas se não tiver uma boa nota, é automaticamente excluída por todos. É a cultura da imagem, defendida por Birman (2009), onde o indivíduo vale mais pelo que parece ser, pelo que suas imagens apresentam. Isso garante o espetáculo que é, nesse contexto, bem sucedido por meio dos números. Com as selfies, existe a exaltação do eu. Todos viram protagonistas e espectadores. Pode-se dizer que os indivíduos produzem conteúdo em suas redes já pensando que nota receberão.

Em seguida, a protagonista visita uma nova casa para morar na Enseada do Pelicano, um residencial da alta sociedade e, como é de se esperar, frequentado por pessoas com avaliações altas, como Lacie. A corretora de imóveis cria uma simulação de vida perfeita (Figura 08), para a protagonista vivenciar a experiência, aparentando tomar café da manhã, utilizando os serviços do condomínio etc. Entretanto, quando o valor semanal para se morar lá é apresentado, Lacie se desanima, porque não tem condições de arcar com essa despesa. Nesse momento, a vendedora mostra uma alternativa: o Programa de Influenciadores Premium. Nele, os usuários que tiverem nota 4,5 ou mais, ganham 20% de desconto no aluguel.

Figura 08 – Simulação de vida perfeita



Fonte: Black Mirror (2016).

Chegando em sua atual residência, Lacie começa a ver o perfil de Naomi, idealizando que sua vida também poderia ser assim, se ela tivesse uma nota 4,5. Ela chega à conclusão de que o início é ir morar no condomínio que visitou.

Nessa hora, a protagonista visita um especialista em alavancar resultados das pessoas e explica sua situação atual e os objetivos que quer alcançar. A solução encontrada pelo agente é que ela invista em relacionamentos com pessoas influentes, com notas próximas a 5.

Na sequência, aparece ela sendo forçosamente simpática com várias pessoas (Figura 09). Depois, acontece um reencontro com Bethany, a mulher do elevador. Porém, nessa vez, ela tenta ser forçadamente simpática e gentil, que dá para ver que está sendo forçada, o que faz a segunda personagem dar menos estrelas.

Figura 09 – Simpática com as pessoas



Fonte: Black Mirror (2016).

Nisso, seu orientador informa que ela não deve forçar relações, mas que deve agir naturalmente para ser respeitada. Chegando ao seu local de trabalho, ela posta uma foto do seu

ursinho de pelúcia, com o intuito que Naomi curta a foto e, dessa maneira, sua nota aumente (Figura 10).

Figura 10 – Ursinho de pelúcia



Fonte: Black Mirror (2016).

No mundo criado pelo episódio, as pessoas com boas avaliações são as que são mais influentes. Assim, estão no “topo” da sociedade. Sacchitiello (2019) diz que no dia a dia, as pessoas acompanham os influenciadores digitais porque estes ditam o que deve ser adquirido.

O pensamento é “Se uma pessoa de tanto prestígio disse que é bom, por que não utilizar?”. Além disso, eles fazem o papel de “estrelas” das novas mídias, sendo que, pelas redes sociais, as pessoas “normais” podem interagir com os famosos. Assim, quando há uma resposta, seja por like ou por comentário, o usuário se sente mais próximo daquele que o influencia.

Batista (2017) fala que na Era Digital, o espetáculo é exatamente este mundo de aparências. Os influenciadores demonstram uma vida perfeita, felicidade e bem-estar. E, claro que, na sociedade atual, isso é a tática do espetáculo criado pela publicidade e marketing. Muitos, apenas estão compartilhando publicações como estratégias de marcas para alcançarem mais pessoas.

Tanto que, essa influência, faz com que os usuários normais queiram compartilhar, também, as suas vidas para os seus seguidores. O que, às vezes, gera uma frustração, pois, a vida real não é a perfeição compartilhada em rede. Mas, pode-se dizer, que a maioria dos usuários também querem, por algum motivo e/ou vantagem, se tornar influenciadores.

Isso porque, segundo Silva (2007), a sociedade já vive um hiperespetáculo. Resumidamente, no Espetáculo, vive-se em contemplação, as pessoas são espectadoras, apenas assistem aos programas, por exemplo. Já no hiperespetáculo, os indivíduos querem ser

os protagonistas, mas, ao mesmo tempo, continuam contemplando outros protagonistas. Assim como se vê no episódio, em que a protagonista precisa ser relevante para poder pagar o seu novo aluguel.

No próximo momento, Lacie está em casa e tentando seguir os padrões dos influenciadores, decide fazer tapenades, mas não se sai muito bem (Figura 11).

Figura 11 – Fazendo tapenades



Fonte: Black Mirror (2016).

Então, recebe uma ligação de Naomi. Essa personagem conta para a protagonista que está noiva e deseja que ela seja sua madrinha de casamento, pela proximidade que as duas já tiveram (Figura 12). Lacie não pensa duas vezes e aceita a proposta, porque é a chance de mudar de vida.

Figura 12 – Ligação de Naomi



Fonte: Black Mirror (2016).

Quando vai viajar para o casamento de Naomi, Ryan (irmão da protagonista e que possui uma nota baixa) pergunta o motivo de ela estar fazendo tudo aquilo e a sua obsessão por chegar aos 4,5 pontos, mesmo tendo consciência de que Naomi não é sua amiga de verdade, que fez coisas ruins no passado (Figura 13).

Figura 13 – Briga com o irmão



Fonte: Black Mirror (2016).

A sociedade do espetáculo, conforme entendimento de Tonin (2007), cria uma relação social mediada por imagem. Ao se ver a perfeição de vida compartilhada na internet, os usuários acabam copiando aquele padrão para criar sua própria imagem. Debord (1967) diz que o espetáculo é uma grande alienação social, para que o usuário vire consumidor, seja de produtos, serviços ou da imagem que um influenciador possui. Sendo assim, aliena o indivíduo para que esse esqueça a sua própria história.

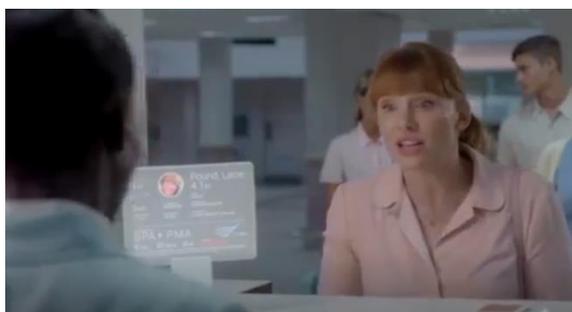
É o que se percebe em partes desse episódio, quando a protagonista quer mudar toda a sua vida para fazer parte dos influenciadores. Ela precisa construir uma imagem de si, conforme a existente no espetáculo. Por isso, seu irmão, que não segue o que é estabelecido como padrão, tenta alertar a protagonista, dizendo que a outra personagem não se preocupa de fato com a antiga amizade delas, mas, sim, com a avaliação que receberá por trazer uma pessoa do seu passado, com uma boa nota, para o seu casamento.

Pode-se até perceber, que nesse meio, os relacionamentos, como são baseados pelas imagens, perdem os laços afetivos e, quando esses ainda existem, trazem mais relevância ao conteúdo dos influenciadores que mostram uma vida perfeita. As redes sociais são de grande importância para que essa alienação se concretize. Pois, ver como o outro vive, influencia aquele usuário a criar uma história baseada em uma falsa felicidade. É visível que a

protagonista, que precisa ter uma nota boa e se tornar uma influenciadora, tem a vida dessa sua ex-amiga como base. Tanto que ela faz o mesmo prato que a influenciadora postou em suas redes. É a criação de uma história baseada na outra, com o objetivo de se tornar uma protagonista, como na teoria do hiperrespetáculo.

Esse é o momento que a vida de Lacie começa a sofrer uma reviravolta. Ao sair de casa, esbarra em uma mulher e recebe uma nota baixa, quando desce do táxi, recebe outra. Então, no aeroporto, descobre que seu voo foi cancelado e fica transtornada com a situação, porque não pode perder o casamento (Figura 14). Nesse momento, o segurança tira 1 ponto da nota de Lacie, como medida provisória, sendo que todas as notas negativas que ela receber terão valor dobrado pelas próximas 24 horas (Figura 15).

Figura 14 – Descobrendo voo cancelado



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 15 – Medida provisória



Fonte: Black Mirror (2016).

Assim, Lacie resolve alugar um carro e ir dirigindo até o casamento. Como a sua pontuação está baixa, só consegue carros mais antigos. Durante sua viagem, o carro fica sem bateria e não há nenhum carregador que seja compatível com esse modelo de veículo. É quando a protagonista decide pedir carona, sem muito sucesso inicial, pois sua nota está baixando e, à medida que alguns carros passam, dão uma nota baixa para Lacie.

Nesse momento, surge Susan, uma caminhoneira com nota 1,8, oferecendo carona para Lacie (Figura 16). Mesmo com sua nota baixa, Lacie fica com receio de seguir viagem no caminhão, mas acaba aceitando a ajuda. Durante a viagem, outra reviravolta surge. Susan conta sua história de vida, revelando que já teve uma nota 4,6, mas depois da morte do marido, ela percebeu que o sistema de avaliação não adiantava em nada, a não ser para quem era privilegiado. Durante a conversa, Susan diz que as pessoas não se importam com as outras e nem como as notas negativas afetam a vida dos demais, mas só se preocupam consigo mesmas e que não levam uma vida espontânea, só de aparências (Figura 17).

Figura 16 – Carona com Susan



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 17 – Conversa com Susan



Fonte: Black Mirror (2016).

Sabe-se, conforme Menezes (2019), que as redes sociais já causam alguns problemas de saúde mental. As formas como elas são utilizadas está influenciando a vida de muitas pessoas. A ansiedade é um dos problemas mais relacionados ao uso dessas plataformas. Assim como as refeições feitas sem se desconectar dos celulares. A Ecodebate (2020) afirma que o Instagram é uma das redes sociais que mais impactam negativamente a vida das pessoas, influenciando a percepção da autoimagem. Ali, a encenação da vida perfeita, do padrão de beleza, da felicidade plena, passa realidade que não existe. Infelizmente, nem todos os usuários conseguem se dar conta dos problemas que o uso em excesso das redes sociais causa em suas vidas.

Esse episódio analisado ilustra bem isso, mostrando a protagonista totalmente obcecada para se inserir no grande grupo, onde, na verdade, as pessoas produzem um conteúdo irreal. Tudo é realizado pensando em ter boas notas nas plataformas digitais. Pode-se, até mesmo, perceber que não vivem a vida como gostariam, com exceção de personagens como o irmão da protagonista e a caminhoneira que lhe dá carona. Essa, inclusive, relata que já esteve no grupo de influência, mas, quando perdeu seu esposo, percebeu que aquela vida era tudo uma falsidade. Mesmo assim, a protagonista continua sua busca por fama nos aplicativos.

Para Debord (1967), o espetáculo altera essa percepção de vida. E isso acontece por meio de ferramentas da publicidade, que são capazes de persuadir o cidadão, transformando sua maneira de viver, assim como suas necessidades e desejos. Mesmo sendo criada há alguns anos, a sociedade do espetáculo vem se expandindo cada vez mais, principalmente pela dependência em tecnologia. As pessoas estão com as telas ligadas todo tempo. Celular, *tablet*, TV, computadores e outros dispositivos, muitas vezes, até estão ligados entre si. Isso faz com que os indivíduos continuem a alienação e sendo persuadidos para seguirem o padrão do grande grupo, mesmo sem chegar no mesmo nível dessas pessoas. Quem não se encaixa nos

padrões, pertence a um outro grupo, muitas vezes, considerado inferior. É o que acontece na vida real e, também, é ilustrado no episódio em análise.

A caminhoneira precisa deixar Lacie na metade do caminho, onde a protagonista fica pensando em como chegará ao casamento. É quando descobre um grupo de jovens que estão indo para uma convenção na cidade. Se faz passar por uma participante e consegue uma carona. Nesse momento, recebe uma ligação de Naomi, que diz para ela não ir mais ao casamento, pois sua nota está em 2,8 e que seria muito ruim para a imagem dos noivos receber uma convidada com essa nota. Mesmo assim, Lacie continua sua viagem, obcecada em chegar à festa, indiferente da maneira como consiga isso. Então ela pega uma moto emprestada, usa um caminho alternativo, cheio de obstáculos, inclusive, cai na lama (Figura 18). Chegando no local, ela entra escondida no casamento e pega o microfone (Figura 19).

Figura 18 – Caindo na lama



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 19 – Chegando na festa



Fonte: Black Mirror (2016).

Demonstrando estar transtornada, faz um discurso revelando quem é Naomi para os convidados (Figura 20). Lacie chama a noiva por um apelido antigo: Ney Ney, dizendo que essa é uma das suas amigas mais antigas e que ela jamais abandonou Lacie, mesmo em momentos difíceis, como seu transtorno alimentar, informando que a noiva segurava seu cabelo, enquanto vomitava. Ela agradece a noiva por ser sua amiga. E começa a revelar que sempre sentiu inveja da noiva, em especial por ela ter conquistado novos amigos e ter esquecido dela.

Ao mesmo tempo que acontece o discurso, o noivo tenta colocar Lacie para fora do casamento, mas não consegue, pois a protagonista está determinada a terminar o seu discurso. Ela, então, pega uma faca e ameaça o noivo. O discurso continua até que uma convidada coloca o pé e Lacie tropeçar. Nesse momento, dois seguranças a colocam para fora da festa (Figura 21).

Figura 20 – Fazendo o discurso



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 21 – Sendo expulsa da festa



Fonte: Black Mirror (2016).

A cena seguinte, mostra Lacie presa, participando do processo de remoção da sua lente ocular. Quando chega na cela (Figura 22), começa a refletir sobre tudo o que fez. Depois disso, olha para o lado e vê um homem a observando. Ela tenta avalia-lo e percebe que não possui mais o equipamento. Ambos trocam xingamentos e elogios, como se estivessem brigando pelas redes sociais. Então, o episódio termina (Figura 23).

Figura 22 – Chegando na cela



Fonte: Black Mirror (2016).

Figura 23 – Fim do episódio



Fonte: Black Mirror (2016).

A aceleração de sentimentos criada pelas redes sociais é bem visível durante todo o episódio. Tanto que a protagonista ilustra o que Debord (1967) diz, o espetáculo influencia no comportamento das pessoas. Se o outro tem, eu também quero ter. Se o outro faz, eu também vou fazer. Durante todo o episódio, a personagem principal, fez de tudo para chegar ao topo, ao grupo de influência da sociedade. Suas ações, muitas vezes, foram copiadas de outros usuários e é visível que tudo o que ela fazia era pensando em ter uma nota boa. No episódio, a vida é uma grande rede social, onde cada passo recebe a avaliação de outro. Agir errado ali é o mesmo que compartilhar uma publicação ruim, chamada de close errado nas redes sociais.

As redes sociais são mídias de expressão. É onde os usuários se escondem atrás de perfis para, muitas vezes, preservar sua identidade. Porém, é um ambiente onde existe muita mentira, como as Fake News, muitos ataques, onde muitos falam o que querem, sem medir as consequências. Porém, também há pessoas que apenas querem visibilidade, se tornar protagonistas do espetáculo, como os influenciadores.

É o que se percebe na protagonista do episódio. Quando ele termina, ela fala tudo o que pensa para o outro personagem que também foi preso. Ambos simulam uma briga em rede social.

A internet permite que qualquer pessoa fale o que quiser. Nesse ambiente, o indivíduo constrói vários *eus* (FARIA, 2015). A sociedade moderna está incapaz de manter formas, tanto que Bauman (2001) fala em sociedade líquida, que, junto a do espetáculo, explica o porquê de os indivíduos se transformarem. Todos são voláteis. Na internet, não há ninguém sozinho. Você pode falar com ninguém e, ao mesmo tempo, com todo mundo. Nas redes sociais, o que vale hoje, amanhã, muitas vezes, não tem mais validade.

Analisando o episódio em estudo, percebe-se, por exemplo, que a amizade de Lacie com Naomi foi algo descartado pela segunda personagem, assim que alcançou o grupo de influência. Já para a protagonista, aquele afeto continuou e foi alimentado pela vontade de se tornar igual a amiga, para poder ser aceita pelo grupo dela e, claro, por sua própria amiga. Mas, como tudo muda, durante a própria viagem, a personagem principal foi descartada pela outra, pois começou a receber muita avaliação negativa. Algumas dessas, sem motivo. É o que acontece na vida das redes sociais. Uma palavra mal interpretada, pode criar o que se chama de cancelamento. E é isso o que acontece com Lacie. No momento em que discutiu com seu irmão, começou a perder o controle de suas avaliações, pois, com os imprevistos que surgiram, não conseguiu mais manter o comportamento gentil e meigo, ensaiado no início do episódio. Tanto que, ao chegar no casamento, ela está totalmente diferente do começo da história. Foi mudando conforme os eventos da ocasião. Pertenceu ao espetáculo e, por não conseguir manter a história que queria criar, foi expulsa do mesmo.

Michael Schur e Rashida Jones escreveram o roteiro para o episódio, baseado em uma história do criador da série e showrunner Charlie Brooker. O episódio estreou na Netflix no dia 21 de outubro de 2016, e foi bastante comentado em todo o mundo (WIKIPÉDIA, 2020).

5 CONCLUSÃO

Reduzir a realidade vivida e transformá-la apenas em uma vida de aparências é fazer dessa uma sociedade do espetáculo. E na Era Digital, cada vez mais, a sociedade vem se tornando dependente do uso de tecnologias e inovações. A comunicação é instantânea.

Assim como no episódio Queda Livre, da série Black Mirror, a sociedade encontra-se alienada, sofrendo influência das redes sociais e, claro, mantendo o ciclo do espetáculo. Telas, pessoas famosas, ferramentas da publicidade, juntos contribuem para que os usuários queiram ostentar uma vida perfeita e feliz.

Atualmente, a ligação espectador e protagonista mudou. Todo mundo é protagonista, todos compartilham suas rotinas na internet. No episódio analisado, a própria sociedade simula uma rede social. As notas de avaliação, a produção de conteúdo, a felicidade e cordialidade falsa, tudo em busca de ser um perfil bem visto naquela grande rede. Quanto maiores os números, mais influência o indivíduo tem.

Mesmo que as redes sociais já sejam a causa de muitos problemas de saúde mental, devido à essa busca da ascensão e da vida feliz, sabe-se que muito do que é compartilhado na internet, especialmente por pessoas de grande influência, são conteúdos elaborados, para persuadir os usuários a terem uma vida boa e, dessa forma, se tornarem parte do grande espetáculo. Portanto, o objetivo desta pesquisa foi alcançado. Sendo que depois desta breve análise, pode-se entender que realmente há uma relação entre a dependência das pessoas em utilizar as redes sociais e que isso é fator de mudança no comportamento social e humano. Também porque tudo isso é uma nova maneira de o espetáculo, sugerido por Guy Debord, em 1967, continuar presente na sociedade. Afinal, vive-se, cada vez mais mediado por telas e influenciados pelos agentes protagonistas delas, tudo para que a sociedade continue alienada e consumista, seja de um produto ou de um padrão.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Adriana. **Instagram**: saiba tudo sobre esta rede social! Rock Content. [s.l.]. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>. Acesso em: 05 nov. 2020.

BATISTA, Aron Rodrigo. A Sociedade do Espetáculo de Guy Debord, Redes Sociais e o indivíduo líquido-moderno de Zygmunt Bauman. In: JORNADA INTERDISCIPLINAR DO PPGCOM. **Anais eletrônicos**[...]. Palmas: UFT, 2017. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/ppgcom/40288-a-sociedade-do-espetaculo-de-guy-debord-redes-sociais-e-o-individuo-liquido-moderno-de-zygmunt-bauman/>. Acesso em: 20 out. 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2008.

BLACK MIRROR. Queda livre. Direção: Joe Wright. [s.l.]. Netflix, 2016. Acesso restrito via Netflix.

CONEXÃO DIGITAL. **Redes sociais no Brasil**: Quais são as mais utilizadas. 2020. Disponível em: Acesso em: <http://www.equipedigital.com/noticia/redes-sociais-no-brasilquais-sao-as-mais-utilizadas-->. Acesso em: 20 out. 2020.

COSTA, Iná Camargo. **Para compreender a Sociedade do Espetáculo. Outras palavras**. [São Paulo, 2017]. Disponível em: <https://outraspalavras.net/sem-categoria/paracompreender-a-sociedade-do-espetaculo/>. Acesso em: 30 set. 2020.

COVALESKI, Rogério Luiz; VASCONCELOS, Juliana Kathleen Barbosa de. “Queda livre”: o consumo como instrumento mestre na construção da felicidade. **Signos do Consumo**, São Paulo, v.12, n.1, p 42-56, jan/jun. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.19845057.v12i1p42-56>. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/164399>. Acesso em: 22 out. 2020.

CROSSHOST. **Como entender a mudança do perfil do consumidor de streaming?**. 2020. Disponível em: <https://www.crosshost.com.br/streaming/como-entender-a-mudanca-do-perfil-do-consumidor-de-streaming/>. Acesso em: 07 nov. 2020.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.

ECODEBATE. **Uso acríptico das redes sociais pode levar a manipulação de consumo e massificação de gostos**. 2020. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2020/01/15/uso-acritico-das-redes-sociais-pode-levar-a-manipulacao-de-consumo-emassificacao-de-gostos/>. Acesso em: 10 out. 2020.

FARIA, Natyelle Gonçalves de. **Fiz logout do mundo**: dependência de redes sociais. Patologia moderna ou nova forma de subjetividade?. 2015. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/827/1/NFaria.pdf>. Acesso em: 20 out. 2020.

G1. **Instagram faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer**. Tecnologia. [s.l.]. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 04 nov. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOGONI, Ronaldo. **O que é streaming?** [Netflix, Spotify, mais o que?]. Tecnoblog. [s.l.]. 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/290028/o-que-e-streaming/#:~:text=O%20streaming%20%C3%A9%20a%20tecnologia,%C3%A9%20acessado%20pelo%20usu%C3%A1rio%20online>. Acesso em: 03 nov. 2020.

GOLDBERG, Leonardo André Elwing. **Redes sociais "virtuais": o Facebook na sociedade do espetáculo**. 2014. Dissertação (Mestrado em Educação, arte e história da cultura) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/1906/1/Leonardo%20Andre%20Elwing%20Goldberg.pdf>. Acesso em: 25 out. 2020.

IWASHITA, Shoichi. **Black Mirror, uma série desconfortavelmente incrível**. Simonde. [s.l.]. 2020. Disponível em: <https://www.simonde.com.br/black-mirror-uma-seriedesconfortavelmente-incrivel/>. Acesso em: 20 out. 2020.

BIRMAN, Joel. **Mal-estar na atualidade: A psicanálise e as novas formas de subjetivação**. 7. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

LUZ, Edla Maria Silveira Luz; MORAES, Heloísa JuncklausPreis Moraes. **Espetacularização e morte nas redes sociais. Criar educação**, Criciúma, [s.v], [s.l], 2016. Disponível em: <http://periodicos.unesc.net/criaredu/article/view/2897>. Acesso em: 20 out. 2020.

MAIA, Marta Campos. O impacto das redes e mídias sociais na estratégia corporativa. In: CANDELORO, Ana Paula P.; BENEVIDES, Marilza M. **Governança Corporativa em Foco: Inovações e Tendências para a Sustentabilidade das Organizações**. São Paulo: Saint Paul, 2014.

MALAVÉ, Mayra. **O papel das redes sociais durante a pandemia**. Fio Cruz. [Rio de Janeiro, 2020]. Disponível em: <http://www.iff.fiocruz.br/index.php/8-noticias/675-papelredes-sociais>. Acesso em: 20 out. 2020.

MENEZES, Beatriz. **Redes Sociais e Saúde Mental**. Mindminers. [s.l.]. 2019. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/redes-sociais-saude-mental/>. Acesso em: 25 out. 2020.

NEGRINI, Michele; AUGUSTI, Alexandre Rossato. **O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra**. 2013. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf>. Acesso em: 20 out. 2020.

OLIVEIRA, Tamires Camargo Lietti Lippi de; RANIERI, Paulo Rodrigo Ranieri. As redes de streaming e a mudança no cenário de consumo de conteúdos audiovisuais. In: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E VII MOSTRA DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA, 13., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos**[...]. São Paulo, Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2017. Disponível em: <http://eventoscopq.mackenzie.br/index.php/jornada/xiii/jornada/paper/view/381/350>. Acesso em: 05 nov. 2020.

PENSAR CONTEMPORÂNEO. **Black Mirror: “Queda livre”, a desumanização do futuro**. 2018. Disponível em: <https://www.pensarcontemporaneo.com/black-mirror-queda-livre/>. Acesso em: 15 out. 2020.

PEREIRA, Orcione Aparecida Vieira. Análise do episódio queda livre da série Black Mirror através de conceitos da tradição durkheimiana. **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, Juiz de Fora, n. 23, pp. 1-15, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/csonline/article/view/17534>. Acesso em: 15 out. 2020.

RESULTADOS DIGITAIS. **Redes Sociais**. 2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/especiais/tudo-sobre-redes-sociais/#>. Acesso em: 20 out. 2020.

SACCHITIELLO, Bárbara. **Por que as pessoas seguem os influenciadores?**. Meio e Mensagem. [s.l.]. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/12/19/redes-sociais-por-que-as-pessoas-seguem-as-outras.html>. Acesso em: 20 out. 2020.

SANTOS, Mariany Silva; GONÇALVES, Vivianne Oliveira. Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. *Itinerarius Reflectionis*: Revista UFG, Jataí, v. 16, n. 03, p. 1-18, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/rir/article/view/58815/34630>. Acesso em: 30 out. 2020.

SILVA, Juremir Machado da. Depois do espetáculo: Reflexões sobre a tese 4 de Guy Debord. In: GUTFRREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado da. (Org.). **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007. p. 31-42.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; CARDOSO, Carla. As Redes Sociais Digitais: um mundo em transformação. **Agenda Social**, Campos dos Goytacazes, v.5, n.1, p. 65-78, 2011. Disponível em: http://www.uenf.br/Uenf/Downloads/Agenda_Social_8427_1312371250.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.

SOUZA, Karlla; CUNHA, Mônica Ximenes Carneiro da. Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Educação, Psicologia e Interfaces**, Pioneiros, v. 3, n. 3, p. 204-219, 2019. DOI: <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>. Disponível em: <https://educacaoepsicologia.emnuvens.com.br/edupsi/article/view/156>. Acesso em: 20 out. 2020.

SULZ, Paulino. **O guia completo de Redes Sociais**: saiba tudo sobre as plataformas de mídias sociais!. Rock Content. [s.l.]. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/>. Acesso em: 20 out. 2020.

THE GUARDIAN. **Charlie Brooker**: the dark side of our gadget addiction. 2011. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2011/dec/01/charlie-brooker-dark-side-gadgetaddiction-black-mirror>. Acesso em: 21 out. 2020.

TONIN, Juliana. A imagem em Guy Debord. In: GUTFRREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado da. (Org.). **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007. p. 31-42.

TUBINO, Najar. **A nova fase da Sociedade do Espetáculo**. Carta Maior [s.l.]. 2015. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Conexoes-envenenadas-apidacao-dos-u21Ccoisa-u21D/12/33134>. Acesso em: 08 out. 2020.

TUCCI, Amanda. **Streaming ganha ainda mais relevância com o isolamento social**. Forbes Brasil. [s.l.]. 2020. Disponível em: <https://www.forbes.com.br/negocios/2020/08/streamingganha-ainda-mais-relevancia-com-o-isolamento-social/>. Acesso em: 02 nov. 2020.

WHITBROOK, James. **Black Mirror Season 3 Will Premiere Sooner Than We'd Thought**. Gizmodo [s.l.]. 2016. Disponível em: <https://io9.gizmodo.com/black-mirrorseason-3-will-premiere-sooner-than-wed-tho-1784411507>. Acesso em: 29 out. 2020.

WIKIPÉDIA. **Black Mirror**. 2020. https://pt.wikipedia.org/wiki/Black_Mirror. Acesso em: 05 nov. 2020.

WORTHAM, Jenna. **'Black Mirror' and the Horrors and Delights of Technology**. The New York Times Magazine. [New York, 2015]. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2015/02/01/magazine/black-mirror-and-the-horrors-and-delights-oftechnology.html>. Acesso em: 30 out. 2020.