

Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando?

TAUANA MARIANA WEINBERG JEFFMAN

Professora substituta da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

[<tauanamwj@hotmail.com>](mailto:tauanamwj@hotmail.com)



RESENHA DE:

KEEN, Andrew.

Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando?

Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

A obra de Andrew Keen (2012) é profundamente inspirada em Hitchcock, especialmente em seu filme *Vertigo* (que, no Brasil, ganhou o título *Um corpo que cai*). Para o autor, a vertigem apresentada por Hitchcock também reflete o atual momento da sociedade. O livro *1984*, de George Orwell, *O Processo*, de Franz Kafka e o filme *O show de Truman* (1998), de Peter Weir, também atuam como referências para o desenvolvimento da argumentação do autor.

Aguardando o voo para mais de um de seus compromissos, Keen (2012, pp. 19-21) decidiu visitar a Universidade de Londres

e conheceu o corpo de Jeremy Bentham, um filósofo e jurista inglês que decretou, em seu testamento, que o seu esqueleto deveria ser preservado “vestindo suas roupas habituais e sentado em sua poltrona favorita”, com a cabeça embalsamada colocada no topo. Bentham, juntamente com John Stuart Mill e James Mill, difundiu o utilitarismo. Mas, ao contrário destes, não queria ser esquecido. Atentando-se ao que via, Keen (2012, p. 21-22) percebeu que Jeremy Bentham era o “verdadeiro retrato do futuro”, mas um “futuro antissocial, a solidão do homem isolado na multidão conectada”, onde a “realidade da mídia social é mais uma arquitetura de isolamento humano que de comunhão”. Em outras palavras, o autor acredita que “estamos nos tornando esquizofrênicos – a um só tempo desligado do mundo, porém de uma forma irritantemente onipresente” (Keen, 2012, p. 22).

Refletindo sobre esse futuro excessivamente social e, no entanto, solitário, Keen (2012, p. 22) resgata alguns preceitos de Jean Baudrillard e Umberto Eco sobre a hipervisibilidade. Eco define hipervisibilidade como “uma filosofia da imortalidade como duplicação”. Já Baudrillard (1991, p. 8) fala sobre uma hiper-realidade, a vida através de simulações e simulacros. Para este, “a simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem, nem realidade: hiper-real”. Guiado por tais preceitos, Keen (2012, pp. 22-23, grifo do autor) afirma que, “nesse mundo todo transparente, estamos ao mesmo tempo em toda a parte e em parte alguma, a irrealidade absoluta é a presença real; o *totalmente falso* é também o *totalmente real*”. Para ele, esse é o verdadeiro retrato da “vida conectada do século XXI”, onde as mídias sociais não nos unem, mas sim, estilhaçam “nossas identidades, de modo que sempre existimos fora de nós mesmos, incapazes de nos concentrar no aqui e agora, aferrados demais à nossa própria imagem”. Desse modo, Keen (2012, p. 24) acredita que felicidade é ter o direito de ficar sozinho.

No capítulo 1, *Uma ideia de arquitetura*, Keen (2012, pp. 29-30) lembra-nos que “o que antes vimos como prisão é agora considerado um parque de diversões; o que antes era encarado como dor hoje é visto como prazer. A era analógica da grande exibição é substituída pela era digital do grande exibicionismo”, o que nos lembra um alerta feito por Foucault: “a visibilidade é uma armadilha”. Keen (2012, p. 30) critica Clay Shirky (autor de *A cultura da participação*, 2011), pois este acredita que a arquitetura digital é “o tecido conjuntivo da sociedade”, onde a mídia social é o meio que nos tornará unidos na busca de objetivos em comum. Ao contrário disso, Keen (2012, pp. 30-31) afirma que essas plataformas estão se transformando em ambientes de exibicionismo, pois, além do *Facebook*, que permite a exposição de nossas vidas e o conhecimento da vida alheia, também se proliferam serviços de geolocalização, como *Foursquare*, *Facebook Places*, *Google Latitude*, que nos deixam “efetivamente ver através das paredes” e “saber a localização exata de todos os nossos amigos, [...] permitindo, dessa forma, que todos nós sejamos lidos, no bom estilo casa de inspeção, ‘como um livro’”. Desta forma, “a sociedade em rede se tornou um bacanal transparente, uma orgia de superpartilhamento” (Keen, 2012, p. 33).

A grande transformação da internet, na visão do autor (Keen, 2012, pp. 40-41), é que esta deixou de ser “apenas um canal para a distribuição de informação impessoais” e passou a ser “uma rede de empresas e tecnologia, concebida em torno de produtos, plataformas e serviços sociais – transformando-se [...] num cérebro digital global que transmite publicamente nossas relações, intenções e nossos gostos pessoais”, pois, “ao permitir que nossos milhares de ‘amigos’ saibam o que fazemos, pensamos, vemos e compramos, os produtos e serviços da *web* fortalecem nossa era hipervisível de grande exibicionismo”. Isso nos permite compreender que o entretenimento, a fotografia e, até mesmo, a leitura (que, para o autor, é “a mais intensamente particular

e ilícita de todas as experiências individuais”) estão transformando-se em “espetáculos sociais” (Keen, 2012, pp. 47-52).

No capítulo 2, *Vamos ficar nus*, Keen (2012, p. 55-56) observa que “tudo parece desalentadoramente *orwelliano*”, lembrando-nos as palavras de Orwell: “em princípio, um membro do Partido não tinha tempo livre e nunca estava sozinho, a não ser na cama”. No entanto, nessa obra, expressar-se era um crime, mas hoje “está se tornando deselegante, talvez até socialmente inaceitável, não se expressar na rede”. Além dessa hipervisibilidade, Keen (2012, 60) lembra que, cada vez, mais realizamos ações em conjunto (consumindo, publicando, entretendo), o que constitui um contexto em que pensar por si só está cada vez mais raro. Mas esse “pensar coletivamente” não é um “pensar de forma mais inteligente” para o autor, pois “a verdade trágica é que ficar nu, *ser você mesmo*, sob os olhares públicos da rede digital nem sempre resulta na derrubada de antigos tabus”, pois “há pouca evidência de que redes como o *Facebook*, o *Skype* e o *Twitter* nos tornem compassivos e tolerantes” (Keen, 2012, p. 63, grifo do autor). Para ele, vamos ficar nus porque não existirá mais privacidade. Detalharemos e publicaremos quem somos, isto é, “os livros que lemos, as músicas que escutamos, as distâncias que corremos, os lugares para os quais viajamos, as causas que defendemos, os vídeos de gatos dos quais rimos, nossos gostos e ligações” (Sheryl apud Keen, 2012, p. 67). Nesta nova era, a riqueza também se transfigura, transformando-se em conectividade. Quanto mais amigos, seguidores, curtidas você contabilizar, “mais potencialmente valioso você se torna em termos de levar seus amigos a comprar ou fazer coisas” (Keen, 2012. pp. 71-72).

No capítulo 3, *A visibilidade é uma armadilha*, Keen (2012, p. 76) observa: “em vez de nos tornar mais felizes e conectados, o canto de sereia da mídia social [...] é, ao mesmo tempo, uma causa significativa e um efeito da natureza cada vez mais vertiginosa da vida social no século XXI”. A vertigem digital não nos permitiria perceber que, ao invés

de unir a sociedade, as mídias sociais estariam fragmentando-a, pois, ironicamente, “nos tornamos mais divididos que unidos, mais desiguais que iguais, mais ansiosos que felizes, mais solitários que socialmente conectados”. Até mesmo “nossos tuítes estão se tornando mais tristes”, lembra-nos Keen (2012, p. 77). Ele ressalta que a finalidade das mídias sociais, ou seja, o objetivo de quem as concebe, não é gerar a união e a felicidade da sociedade, mas sim, permitir que marcas e empresas tenham acesso às pessoas, “em vez de sermos clientes do *Facebook*, ‘somos seu produto’. Somos as informações personalizadas que o *Facebook* e muitas outras empresas sociais vendem a seus anunciantes” (Keen, 2012, pp. 88-89).

No capítulo 4, *Vertigem digital*, o autor explica detalhadamente por que utiliza a expressão “vertigem”, e quais vertigens já ocorreram no Vale do Silício. A primeira aconteceu em 1849, com a “mais frenética corrida ao ouro da história”. Com a possibilidade de enriquecimento rápido, a cidade de São Francisco viu sua média populacional dobrar a cada dois dias. A cidade foi praticamente devastada por garimpeiros que não encontraram aquilo que procuravam. A segunda vertigem é cinematográfica, pois foi em locações na baía de São Francisco que se realizaram as gravações do falso suicídio de Judy Barton, rodado no início de 1957. Judy é a personagem de *Um corpo que cai*, que atrai e confunde Scottie Ferguson. A vertigem se dá porque ela se passa por uma mulher que já morreu e cujo suicídio Scottie presenciou e nada pode fazer, por ter medo de altura. A terceira vertigem ocorreu em 1967, ano conhecido como *Love in*, que foi marcado pelo festival *Monterey Pop*. As pessoas queriam conhecer mais pessoas, celebrar o amor, a música, a vida. As canções mostravam o *zeitgeist* da época, proclamando: “se você estiver indo para São Francisco, não esqueça de por flores nos cabelos”, “se você está indo para São Francisco, irá conhecer algumas pessoas legais por lá”. No entanto, o Verão do amor não deu certo, pois “muitas das ‘pessoas gentis’ de São Francisco se tornaram violentas

e cínicas no fim dos anos 1960, em parte enlouquecidas com a overdose ímpia de comunitarismo e individualismo radicais”, lembra-nos Keen (2012, p. 115). A quarta vertigem seria a nossa vertigem digital, ou seja, aquilo que pensávamos que nos unia está nos fragmentando e dividindo. Os quatro contextos aparentemente mostram “cor, agitação, poder, liberdade”, mas na realidade, carregam sentidos que não existem, de fato (Keen, 2012, p. 101). Para o autor (Keen, 2012, p. 115), esses quatro momentos de São Francisco formam “um cemitério tomado pelos cadáveres de pessoas e sonhos partidos”; segundo ele, a geração do Verão do Amor não morreu, entrou em rede.

No capítulo 5, *O culto do social*, Keen (2012, p. 118) lembra que Tim Berners-Lee, “o arquiteto original da *world wide web*”, afirmou que projetou a internet “para ter um efeito social – ajudar as pessoas a trabalhar juntas –, e não para ser um brinquedo técnico”, deste modo, “o objetivo final é sustentar e melhorar nossa existência em rede no mundo. Nós nos agrupamos em famílias, associações e empresas. Nós desenvolvemos a confiança ao longo de milhares e a desconfiança na esquina”. Nesse contexto, Keen (2012, p. 118) compreende que “o computador pessoal e a internet surgiram como o lar natural do sem-teto, dos refugiados do *love-in*”, pessoas “que já não tinham qualquer ligação com uma comunidade física, mas que, por intermédio da tecnologia em rede, se transformaram em membros de uma comunidade global de almas gêmeas”. Entretanto, lembra-nos, “o que a tecnologia em rede produziu de verdade foi a ressurreição do Autoícone de Jeremy Bentham”, ou seja, “uma máquina de autoglorificação que promete, com toda a sedução de uma heroína coercitiva de Hitchcock, nos tornar imortais” (Keen, 2012, p. 128).

Em *A era da grande exibição* (capítulo 6), Keen (2012, p. 135-146) afirma que estaríamos vivendo uma nostalgia, uma tentativa de voltar a viver como simples comunidades da Idade Média, com sua “democracia participativa na vida comunal”. Porém, a tecnologia atual não unifica a sociedade, mas segrega os “homens em classes

sociais, tribos e Estados-nação desconfiados, sempre em guerra uns com os outros”. Este “sonho da unidade dos homens” foi “ressuscitado por utopistas como Philip Rosedale” e é levado adiante por pessoas como Mark Zuckerberg, com seu desejo de “transformar a internet num dormitório brilhantemente iluminado”, o que, para Keen (2012, p. 151) “nos encarcera numa prisão global absurda onde todos somos obrigados a viver em público”. A partir disso, ele sugere que “Mark Zuckerberg é o Stálin 2.0” e que “o Facebook é a nossa Stasi”.

No capítulo 7, *A era do grande exibicionismo*, Keen (2012, p. 157) mostra que estamos vivendo um *O show de Truman* voluntário. Nesse capítulo, fala-nos sobre Robert Scoble, “uma pequena celebridade entre geeks de todo o mundo” (Keen, 2012, p. 164-165). Scoble é defensor do que ele chama de “rede aberta”, ou seja, compartilha, com seus milhares de amigos das redes sociais, praticamente tudo sobre a sua vida. Ele é um Truman da era digital, mas ao contrário do que ocorre com o personagem, Scoble é quem decidiu expor-se à sua rede. Keen, ao visitá-lo para uma entrevista, percebe duas contradições: primeiro, para um adepto da hipervisibilidade, Scoble é incoerente ao escolher morar em um condomínio fechado e afastado; segundo, seu vizinho de porta há dois anos não o conhece. Questionado sobre essa questão, Scoble afirma que prefere decidir quem são as pessoas dos seus círculos, não deixando esse papel para circunstâncias geográficas, por exemplo.

Por fim, no capítulo 8, *O melhor filme de 2011*, Keen (2012, pp. 176-179) faz uma breve comparação entre dois filmes que concorreram ao Oscar de Melhor Filme em 2011. Um é *A Rede social* e o outro é *O discurso do rei*. Para o autor (Keen, 2012, p. 187), *A Rede social* é “sobre um bilionário sem amigos que inventou a economia do ‘curtir’”, enquanto *O discurso do rei* é “sobre um pai, marido e amigo amoroso que permaneceu fiel a si mesmo e uniu um país”. Ironizando, ele questiona: “você consegue adivinhar qual film ganhou quatro Oscar na 83ª cerimônia de premiação da Academia?”.

Concluindo suas argumentações sobre a vertigem digital, Keen (2012, pp. 192-201) destaca que a “transformação da própria vida num *Show de Truman* voluntário” é, acima de tudo, o reflexo de “um mundo no qual muitos de nós esqueceram o que significa ser humano”, isto é, “estamos esquecendo quem realmente somos”. Consequentemente, conclui o autor, “o futuro, portanto, deve ser tudo, menos social”. ●

Recebido em: 10 mar. 2014

Aceito em: 30 abr. 2014

Endereço da autora:

Tauana Mariana Weinberg Jeffman <tauanamwj@hotmail.com>

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)