

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*

2. ed. Rio de Janeiro, Contraponto, 2016

Gabriela Celestino Fontenele | gabrielafontenele@id.uff.br

Graduada em Arquivologia pela UFF

“Como alguém se torna o que é?” Com tal indagação do renomado filósofo Friedrich Nietzsche, Paula Sibilia inicia a sua obra, originalmente uma tese de doutorado. Em *O show do eu: a intimidade como espetáculo*, Sibilia ressalta como a população foi se tornando, aos poucos, refém da internet – sendo possível relacioná-la diretamente ao planejamento do capitalismo e a maneira como dominaria o mundo, já previsto por Karl Marx em *O capital*, obra na qual percebeu a capacidade do sistema capitalista gerar alienação e necessidades falsas. Curiosamente, todas essas “necessidades” capitalistas começaram a atingir não só as classes mais altas, mas também as classes menos favorecidas, como *eu* e *você*, destacados pela autora. “A necessidade de um escoamento sempre mais extenso para os seus produtos persegue a burguesia por todo o globo terrestre. Tem de se implantar em toda a parte, instalar-se em toda a parte, estabelecer contatos em toda a parte”, segundo Karl Marx e Friedrich Engels no *Manifesto comunista*, em 1848 (MARX & ENGELS, s/d, s/p).

Em sua obra, Sibilia propõe uma infinidade de “eus” aos quais estamos submetidos: o eu *narrador*, trazendo a vida como relato; o eu *privado*, gerando declínio do homem público; o eu *visível* e o eclipse da interioridade; o eu *atual* e a subjetividade instantânea; o eu *autor* e o culto à personalidade; o eu *real* e os abalos da ficção; o eu *personagem* e o pânico da solidão e, enfim, o eu *espetacular* e a gestão de si mesmo como marca. Como diz a autora, gerou-se “um verdadeiro festival de ‘vidas privadas’, que se oferecem despididamente aos olhares do mundo inteiro; basta apenas um clique do mouse. E, de fato, todos nós costumamos dar esse clique” (SIBILIA, 2016, quarta capa).

Sigmund Freud, médico neurologista conhecido como pai da psicanálise, acreditava que “o inconsciente é a verdadeira realidade psíquica”:

O inconsciente é um dos conceitos mais intrigantes da psicologia. Parece conter todas as nossas experiências acerca da realidade, mas também fora da nossa percepção e controle. É o espaço em que armazenamos todas as nossas memórias, pensamentos e sentimentos. (FREUD *apud* EDITORA GLOBO, 2013, p. 93)

O que ocorre quando tornamos esse inconsciente público? A autora conta, no *Show do eu* (2016):

Além de constituir um requisito básico para desenvolver o *eu*, o ambiente privado também era o cenário onde transcorria a intimidade. E era precisamente nesses espaços onde se engendravam, em pleno auge da cultura burguesa, os relatos de si. Pois, além de pertencerem aos gêneros autobiográficos, as cartas e os diários tradicionais são escritas íntimas. [...] Mas algo parece estar mudando também nesse terreno: a curiosidade despertada pela vida cotidiana das pessoas consideradas comuns tem aumentado muito nos últimos anos, fazendo com que esses depoimentos pessoais sejam cada vez mais valorizados em certas regiões do saber, que neles se debruçam à procura de preciosos tesouros de sentido. (SIBILIA, 2016, p. 86-87)

É cada vez mais comum pessoas – de todas as classes sociais – exporem suas vidas em redes sociais – seja por distração, solidão ou até mesmo numa tentativa falha de alimentar o que pode ser denominado de “ego”. Assim, em sua obra, Sibilial indaga:

Será que estamos sofrendo um surto de megalomania consentida ou até mesmo estimulada? Ou, ao contrário, nossa cultura foi tomada por uma repentina onda de extrema humildade, isenta de maiores ambições, uma modesta reivindicação de todos nós e de qualquer um? O que implica esse súbito resgate do pequeno e do ordinário, do cotidiano das pessoas comuns? Além de admitir o fato consumado e em evidente crescimento, não é fácil compreender para onde aponta essa tendência ainda um tanto estranha. Através de uma incitação permanente à criatividade pessoal, à excentricidade e à procura constante da diferença, não cessam de ser projetadas cópias e mais cópias descartáveis do mesmo. Mas o que significa essa repentina exaltação do banal, essa espécie de reconforto na constatação da mediocridade própria e alheia? (SIBILIA, 2016, p. 16)

E ela mesma responde:

As escritas desse tipo, íntimas e confessionais, exigem – ou, pelo menos, exigiam – a solidão do autor no momento de criá-las. Em seus tempos áureos demandavam,

também, uma distância espacial e temporal com relação ao destinatário das cartas e aos eventuais leitores dos diários. (SIBILIA, 2016, p. 87)

O que explica, então, esse estímulo capitalista de trazeremos à tona uma realidade tão íntima? E ainda, por que as pessoas se sentem estimuladas a tornar pública sua privacidade? Sibilia supõe que,

[...] apesar disso e para além da evidente sangria que há por trás dessas “alegrias do marketing”, sobretudo em sua reluzente e tão vitoriosa versão interativa, os próprios jovens costumam pedir para serem constantemente motivados e estimulados, como advertiu Gilles Deleuze no início dos anos 1990. O filósofo francês acrescentava então que caberia a eles descobrir “a que são levados a servir”; a eles, quer dizer, a esses jovens que logo ajudariam a construir o fenômeno inicialmente conhecido como Web 2.0 e que, agora, estão tão familiarizados com esse meio ambiente que alguns os denominam “nativos digitais”, em contraposição aos mais velhos que seríamos meros imigrantes nesse continente ainda em formação. (SIBILIA, 2016, p. 17)

Para Freud, a mente é como um *iceberg* que flutua com um sétimo de seu volume acima da superfície. Se antes a megalomania era tida como doença mental, hoje, com a hipervalorização do “eu”, os distúrbios psíquicos considerados perturbadores podem ser naturalizados. É o que explica Sibilia:

Qualificadas então como doenças mentais ou desvios patológicos da normalidade exemplar, hoje a megalomania e a excentricidade não parecem desfrutar daquela mesma demonização. [...] Outras são nossas dores porque outras também são nossas delícias, outras são as pressões que cotidianamente se descarregam sobre nossos corpos e outras as potências (e impotências) que cultivamos. (SIBILIA, 2016, p. 14)

A busca incessante pelo espetáculo de si mesmo, se antes privada, hoje é motivo de publicidade.

Parece-me indispensável dizer quem sou. [...] A desproporção entre a grandeza da minha tarefa e a pequenez de meus contemporâneos manifestou-se no fato de que não me ouviram, sequer me viram. [...] Quem sabe respirar o ar de meus escritos sabe que é um ar das alturas, um ar forte. É preciso ser feito para ele, senão há o perigo nada pequeno de se resfriar. (NIETZSCHE *apud* SIBILIA, 2016, p. 13)

Comentando essa e outras passagens de *Ecce Homo*, do pensador alemão, sibilia escreve o narcisismo:

“[...] pois eu sou tal e tal; sobretudo, não me confundam!”. É claro que atributos como a modéstia e a humildade estão radicalmente ausentes nesse texto, mas isso não pode surpreender em alguém que se orgulhava de ser oposto “à espécie de homem que até agora se venerou como virtuosa”, preferindo ser um sátiro a um santo. (SIBILIA, 2016, p. 13)

Narciso é um personagem da mitologia grega, filho do deus do rio, Cefiso, e da ninfa Liríope. Ele representa um forte símbolo da vaidade, personagem mitológico central para a psicologia, filosofia, música, artes plásticas e literatura. Segundo a lenda, Narciso nasceu na região grega da Boécia. De uma beleza ímpar, quando nasceu um dos oráculos, chamado Tirésias, disse que Narciso seria muito atraente e que teria uma vida longa se ele não se encantasse com a própria beleza, ou melhor, se não visse o próprio rosto, pois isso o paralisaria. Além de ter uma beleza literalmente encantadora, que atraía muitas pessoas (homens e mulheres), Narciso era arrogante e orgulhoso. E, em vez de se apaixonar por outras pessoas que o admiravam, ele ficou apaixonado por sua própria imagem, ao vê-la refletida num lago. O mito, portanto, atualiza-se perfeitamente nessa era da hipercomunicação e da exposição permanente de si mesmo – mas não por “culpa” da tecnologia:

[...] não são os espelhos que causam mudanças nos modos de ser, como costuma se afirmar com excessiva irreflexão; mas, ao contrário, parece evidente que os artefatos técnicos são resultados de processos históricos bem complexos, que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos. (SIBILIA, 2016, p. 25)

Assim, prossegue a autora, as justificativas de uso das redes sociais como lazer ou ferramenta de trabalho mascaram a alienação causada pela busca excessiva da satisfação dos diversos “eus”:

A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, os prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo. [...] Tanto as paredes como os pudores que costumavam proteger a intimidade em boa parte desses espaços – outrora considerados pessoais – sofreram a infiltração das ubíquas redes, que logo permitiriam a circulação de um fluxo crescente de presenças virtuais e olhares reais. (SIBILIA, 2016, p. 21-23)

Com isso, o Instagram – antes apenas mais uma rede social – tornou-se um meio de interação entre a maioria dos jovens, incentivando a “criatividade domesticada” e a procura constante da diferença, projetando – como diz a autora – cópias

e mais cópias de uma mesma versão que, no fundo, é padronizada. Com isso, novas “armas” são criadas.

Novas armas; ou seja, estratégias capazes de opor resistência aos cada vez mais ardilosos dispositivos de poder, criando interferências ou “vacúolos de não-comunicação, interruptores”, na tentativa de abrir o campo do possível para desenvolver formas inovadoras – e mais libertárias – de ser e estar no mundo. [...] Tanto na internet como fora dela, uma característica da sociedade globalizada do século XXI é que a capacidade de criação costuma ser capturada pelos tentáculos do mercado, que atacam como nunca essas forças vitais e, ao mesmo tempo, não cessam de transformá-las em mercadorias. Assim, em certo sentido a sua potência de invenção é desativada pois a criatividade tem se convertido no combustível de luxo do capitalismo contemporâneo: seu “protoplasma”, como diria a psicanalista brasileira Suely Rolnik. (SIBILIA, 2016, p. 17)

A busca incessante por um padrão ou ideal de vida “perfeito” ou até mesmo por uma realidade ideal, gera uma ansiedade na busca pela interatividade incessante e a produção de novos conteúdos. “Por toda parte, então, os usuários, leitores e espectadores são convocados a participar, compartilhar, opinar e se exhibir de um modo considerado ‘proativo’” (SIBILIA, 2016, p. 24). Parece inegável, pois,

[...] que tudo isso tem ajudado a desatar uma revigorada eficácia na instrumentalização dessas forças, que são avidamente capitalizadas a serviço de um mercado capaz de tudo devorar para – não raro – convertê-lo em lixo e descartá-lo a toda velocidade. É por isso que grandes ambições e extrema modéstia aparecem de mãos dadas nesta insólita promoção de *você* e *eu* que se espalha pelos novos circuitos digitais: glorifica-se a menor das pequenezas, enquanto parece buscar-se a maior das grandezas. (SIBILIA, 2016, p. 18)

Fantasia-se, através da versão otimizada de si mesmo encenada nas redes, uma vida que, na maioria das vezes, está dissociada da realidade:

[...] as complexas fronteiras entre realidade e ficção ficam cada vez mais embaçadas nesses jogos, pois as telas interconectadas parecem cenários muito adequados para que cada um realize a performance de si mesmo. Entre outras ferramentas usadas para essa *mise-en-scène*, destacam-se os testemunhos em primeira pessoa, que de algum modo remetem a outro recurso antigo: a “técnica da confissão”. Esse eficaz instrumento para a produção de verdades tem sido utilizado há vários séculos no Ocidente, e sua genealogia foi traçada por Michel Foucault em seu livro *A vontade de saber*. (SIBILIA, 2016, p. 105)

A realidade fictícia e a gestão de si como marca, assuntos abordados nos capítulos finais de *O show do eu*, retratam uma realidade percebida pela autora desde 2002, nos primórdios de sua pesquisa. Ainda hoje, é possível perceber que a evolução dessa realidade tem afetado jovens e adultos que acreditam fielmente em uma realidade paralela, onde é possível o alcance de uma vida perfeita e sem falhas, como é exibida na rede – como se não fosse apenas a edição dos melhores momentos. Em essência, essa é a grande questão que atravessa o livro todo.

Referências

- EDITORA GLOBO. *O livro da psicologia: as grandes ideias de todos os tempos*. Rio de Janeiro, Editora Globo, 2013.
- MARX, K.; ENGELS, F. *Manifesto do Partido Comunista*. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/marx/1848/ManifestoDoPartidoComunista/cap1.htm>>. Acesso em: 24 dez. 2020.
- SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro, Contraponto, 2016.