

## **O Belo e o Outro: da exposição social ao agenciamento de desejo em redes sociais virtuais**

JULIO MARINHO FERREIRA

Universidade Federal de Pelotas – juliomarferre@hotmail.com

**Introdução:** O resumo aqui apresentado é um recorte de uma pesquisa de Mestrado, em andamento, pela Universidade Federal de Pelotas, que pauta-se na problemática das mídias virtuais do final do século XX, no caso, as redes sociais virtuais, que tem como objetivo o contato ou interação com finalidade de produzir amizades ou relações de afeto, como o *Facebook*<sup>1</sup>.

Nesta pesquisa procura-se desenvolver e discutir as relações entre o agenciamento de desejos, e a criação de perfis falsos em redes sociais virtuais – os chamados *Catfish*<sup>2</sup> – e como a mesma, promoveria uma interação pautada na simulação de afetos, visando enganar e agenciar terceiros para fins escusos. A beleza vista enquanto uma categoria de análise sociológica é inserida na pesquisa a partir de categorias como “o belo” e “o outro”, que discutidas sob o prisma sociológico, guiam o debate até os tempos atuais, momento em que a pesquisa está inserida.

A proposta teórica da pesquisa parte de um surgimento na modernidade da crescente preocupação com os sujeitos, com a vigilância e o disciplinamento de corpos, como Michel Foucault procurou observar com seu estudo do panóptico de Jeremy Bentham (séc. XVIII). Foucault observou nas sociedades modernas, a partir do século XVIII, um cuidado com a vida (*bíos*) dos sujeitos, que deveria ser mantida como meta dos Estados pós-absolutistas. O corpo sadio e belo é uma busca de sociedades antigas, que durante períodos obscuros da sociedade humana – como

---

<sup>1</sup>Rede social virtual criada em 2004 por Dustin Moskovitz, Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin e Chris Hughes. Atualmente conta com mais de um bilhão e meio de usuários ao redor do mundo.

<sup>2</sup>Expressão cunhada recentemente nos Estados Unidos, refere-se ao ato de atrair pessoas em redes sociais virtuais mediante “iscas”, por isso a analogia ao *catfish* (peixe-gato ou bagre para nós), que utiliza seus “bigodes” como engodo para pegar peixes menores.

na Idade Média – acabou por ser relegado como pecado, e com o Renascimento passou a ser uma busca. Assim com a modernidade e principalmente com o avanço das mídias como jornais, fotografia, cinema etc pôde, essa “beleza” pôde ser pensada como alcance.

Ao trazermos o estudo do panóptico de Bentham pelas lentes de Foucault, procuramos uma conexão para o problema aqui buscado: que o sociólogo sueco Thomas Mathiesen procurou responder com sua teoria chamada de sinóptica, o elo que liga os estudos da exposição e da disciplina com os desdobramentos atuais pautados pelo avanço e predomínio das mídias informacionais. A teoria sinóptica, de Mathiesen, percebe em Foucault uma falta acerca da mídia e a relação social a partir da mesma. Na modernidade, onde Foucault percebeu a sociedade disciplinar, a mídia de massa surgiu, no caso, a mídia impressa dos grandes jornais. O leitor do jornal via e vigiava a ação das pessoas distanciadas, tendo dessa forma, uma forma de perceber o mundo e não apenas ser o vigiado. O modelo disciplinar trouxe a ideia da visibilidade dos indivíduos – os poucos vigiavam os muitos – ao contrário do que falou Mathiesen (1997), na sociedade moderna, com o surgimento da mídia de massa, os “muitos” puderam ver os “poucos”.

O indivíduo exposto na modernidade precisou lidar com sua imagem, com a representação social da beleza como mecanismo de aceitação, a partir da visão sobre os mais ricos, o que acarretaria toda uma problemática no século XX, que podemos perceber com a analogia da modernidade líquida de Zygmunt Bauman, a sociedade mudou de um tipo sólido para um líquido: os poderes que liquefazem passaram do “sistema” para a “sociedade”, da “política” para as “políticas da vida” ou desceram do nível “macro” para o nível “micro” do convívio social (2000).

A tecnologia do século XX, a partir do surgimento do computador, na chamada sociedade informacional presente na reconfiguração capitalista de mundo – do modelo fordista para um pós-fordista – possibilitou uma alteração, o indivíduo pôde inserir-se em um ambiente tecnológico e adaptar suas relações a partir disso, possibilitando um agenciamento. O agenciamento de desejos é discutido com

ênfase nas propostas teóricas de Gilles Deleuze e em certa medida de Jacques Lacan, inseridas nas relações surgidas nos ambientes virtuais das redes sociais, em que pessoas buscam amizades e formas de afetos e são constantemente enganadas por *Catfish* ou perfis falsos.

O “belo” dentro das redes sociais virtuais é um tipo buscado como amigo e como produtor de relação, e um indivíduo que busca agenciar desejos, precisa criar um perfil falso utilizando a beleza de outras pessoas para sua “nova imagem”, um novo perfil. O *Catfish* transforma-se no “outro”, em uma imagem ideal para uma possível vítima.

**Metodologia:** A partir da intersecção entre os indivíduos que seriam *Catfish* com os indivíduos que sofreriam o agenciamento, surge a necessidade de contato com os mesmos. Os *Catfish* são categorizados em tipos, como por exemplo, ser um *Catfish* local e ser um global, o primeiro tipo procura contato, amizades e afetos na região próxima de onde está vivendo, e o segundo tipo está em busca de um número grande de amigos, sem necessitar de contatos físicos. Ambos os tipos descritos utilizam formas de extrair imagens das vítimas agenciadas, como fotos e vídeos.

A teoria trabalhada funde-se com uma pesquisa de dados, na imersão do ambiente virtual do *Facebook*, com a coleta de modelos de perfis falsos (*print screens*<sup>3</sup>) que servem para ilustrar como seria o perfil falso e seus mecanismos de atração. A partir dos dados trabalhados, foram entrevistadas algumas pessoas, entre elas, um *Catfish* e um homem que teve contato com *Catfish*, sendo inúmeras vezes agenciado para ter “extraída” sua imagem. Esse homem trabalha com fisiculturismo, e intrinsecamente exporia seu corpo, dessa forma sendo o perfil buscado por um *Catfish*, que precisam utilizar a beleza de terceiros para produzir perfis.

**Resultados e discussões:** As discussões acerca das teorias que tem nas mídias de alcance global uma crescente submissão social às relações mediadas pela Internet, a relação sócio histórica da vigilância e da exposição na modernidade,

---

<sup>3</sup>Tecla presente nos computadores serve para capturar tudo que estiver na tela transformando em imagem.

aprofundam o debate. E essas mesmas teorias fundidas com a interação, a vigilância e a exposição nas redes sociais virtuais de hoje, surgem como formas de mostrar o agenciamento de desejos a partir da categoria beleza, vista sociologicamente. E como os afetos e as amizades tornam-se fragilizados dentro desse contexto falso de ambientes virtuais. Ao tentarmos relacionar a busca pela beleza, que seria o mecanismo de agenciamento dos indivíduos nas redes sociais virtuais, buscaremos na relação da vigilância e exposição da imagem em redes sociais virtuais o problema a ser discutido: O que procuram os sujeitos, ou “outros” que escondem-se em corpos de terceiros?

### Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

BENTHAM, Jeremy. **O panóptico**. Belo Horizonte/MG: Editora Autêntica, 2010.

CRARY, Jonathan. **24/7. Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

DELEUZE, Gilles. **Désir et plaisir**. *Magazine Littéraire*. Paris, n. 325, oct, 1994, pp. 57-65. Disponível em: [espaço michel foucault – www.filoesco.unb.br/foucault](http://espaço.michel.foucault-www.filoesco.unb.br/foucault)

FIDALGO, Antônio. **O modo de informação de Mark Poster**. IN: CORREA, João C. (org), *Comunicação e Poder*, Universidade da Beira Interior, 2001, pp. 345-363.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir. O nascimento da prisão**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1999.

MATHIESEN, Thomas. **“The viewer society: Michel Foucault’s ‘Panoptical’ revisited”** IN: *Theoretical criminology: an international journal* 1(2) pp. 215-232, London: Sage, 2007.