

## **Sociedade do Espetáculo na Era da Acumulação Integral: o caso do Instagram**

Leonel Luiz dos Santos<sup>1</sup>

### **Introdução**

Neste artigo, busca-se fazer uma análise do aplicativo Instagram a partir da categoria de sociedade do espetáculo e do conceito de regime de acumulação integral. A contribuição de Guy Debord sobre a sociedade do espetáculo como uma “relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 2013), aonde o capital chegou a tal nível de acumulação que “tudo que era vivido diretamente tornou-se representação” (DEBORD, 2013) fornece elementos para compreender como as imagens tornam-se aparentemente autônomas na sociedade capitalista. Debord elaborou esta categoria durante a vigência do regime de acumulação intensivo-extensivo em 1967 no célebre livro “A sociedade do Espetáculo”. Na sociedade contemporânea, na era da acumulação integral, mudanças substanciais ocorreram em todas as esferas sociais. O regime de acumulação integral surge nos anos 1980 e é constituído pelo estado neoliberal, neoimperialismo e pelo toyotismo (VIANA, 2009). É logo após esse período, nos anos 1990-2000, que a internet se consolida e se desenvolve. O Instagram é uma rede social que surgiu em 2010 e tem como fundamento o compartilhamento de imagens e vídeos, seu nome “é uma mistura entre “instantcamera” e “telegram”, trazendo a ideia de instantaneidade no compartilhamento de momentos vividos” (SEVERO, 2017).

As redes sociais são atualmente uma das ferramentas mais utilizadas pelos indivíduos na sociedade contemporânea. No Brasil temos um milhão de usuários ativos no Instagram. Em 2019 o aplicativo gerou US\$ 20 bilhões de lucro apenas em publicidade. A partir de sua importância social, econômica e política na sociedade, um estudo teórico deste fenômeno torna-se relevante.

Para isso, vamos começar analisando o conceito de regime de acumulação como ferramenta de análise do capitalismo, forma de historicizar a sociedade burguesa. Iremos retomar os conceitos fundamentais de modo de produção, luta de classes, estado etc., para chegarmos a uma análise mais ampla no conceito de regime de acumulação. Seguiremos a

---

<sup>1</sup> Formado em história pelo Centro Universitário Internacional UNINTER e professor da rede pública de ensino.

exposição de Viana (2009), que parte do método dialético e do materialismo-histórico de Marx para desenvolver a sua teoria. Após isso, vamos aprofundar a ideia de espetáculo a partir da contribuição de Guy Debord, que em síntese coloca que o espetáculo é uma relação social mediada por imagens. O espetáculo como o “âmago do irrealismo”, como afirmação da aparência, e de “toda a vida humana como aparência”. Realizado estas exposições, seguiremos para uma revisão de artigos recentes que abordem o Instagram, analisando-os sob a perspectiva teórica já exposta. Utilizaremos a pesquisa bibliográfica de livros e artigos como fundamentação teórica deste trabalho. Utilizamos a busca pelas palavras chave “espetáculo”, “Instagram” e “capitalismo” na base de dados *scielo*, buscando as publicações mais recentes a respeito do tema, no período de 2017 até 2020. Os livros que fundamentam a nossa análise são O Capitalismo na Era da Acumulação Integral (VIANA, 2009) e A Sociedade do Espetáculo (DEBORD, 2013).

### **Revisão bibliográfica/ Estado da arte**

Para analisar o Instagram, teremos que analisar a totalidade em que ele está inserido. Essa totalidade é a sociedade capitalista. Uma sociedade é caracterizada pela sua determinação fundamental, que é o modo de produção. Este é caracterizado pelas relações de produção, relações concretas e históricas que os seres humanos constituem para poder sobreviver, se relacionar entre eles e a natureza que fazem parte. É através deste modo de produção, que já é uma forma de expressar a vida social, que temos o elemento basilar de toda a sociedade. Esta forma de produção e reprodução material da vida humana é que determinará as demais instâncias da vida social, como por exemplo, as esferas jurídica, política, estatal e filosófica, visto que é a essência de qualquer sociedade:

O modo pelo qual os homens produzem seus meios de vida dependem, antes de tudo, da natureza dos meios de vida já encontrados e que têm que reproduzir. Não se deve considerar tal modo de produção de um único ponto de vista, a saber: a reprodução da existência física dos indivíduos. Trata-se, muito mais, de uma determinada forma de atividade dos indivíduos, determinada forma de manifestar a sua vida, determinado modo de vida dos mesmos. Tal como os indivíduos manifestam sua vida, assim são eles. O que eles são coincide, portanto, com sua produção, tanto com o que produzem, como com o modo como produzem (MARX & ENGELS, 1991, p. 28-29)

No caso da sociedade capitalista, estas relações de produção são feitas pelas duas classes fundamentais, a burguesia e o proletariado, tendo como fio condutor a luta em

torno da produção de mais-valor. O proletariado vende a sua força de trabalho em troca de um salário aos proprietários dos meios de produção, a burguesia. No entanto sua produção é maior do que aquela paga pelo salário é um excedente, um mais-trabalho. O trabalho humano tem a característica de poder adicionar um excedente ao final do processo produtivo, que antes não havia, e no caso da sociedade moderna, este excedente se chama mais-valor:

Trata-se de um excedente que só pode existir devido ao trabalho humano, vivo, concreto, que transforma as matérias-primas, utilizando ferramentas e máquinas, em um produto novo, com um valor acrescido ao anterior. O trabalho humano realizado acrescenta valor às mercadorias produzidas, produz um excedente. Este excedente produzido pelos proletários é apropriado pelos capitalistas. Estes, apenas com seus meios de produção, não adquiririam nenhum excedente. Este excedente, portanto, é produto do trabalho vivo da classe operária. Esta classe, ao acrescentar valor às mercadorias, ao produzir um mais-valor (ou “mais-valia”), permite a acumulação de capital e o predomínio do trabalho morto sobre o trabalho vivo, isto é, da classe capitalista sobre a classe operária. (VIANA, 2008)

A luta de classes é o motor da história, a alavanca que impulsiona o desenvolvimento social. A história da humanidade pode ser vista como a sucessão dos modos de produção, e a história do capitalismo podem ser visto como a sucessão dos regimes de acumulação, que pode ser definido como:

(...) um determinado estágio do desenvolvimento capitalista, marcado por determinada forma de organização do trabalho (processo de valorização), determinada forma estatal e determinada forma de exploração internacional. O processo de valorização sob uma determinada forma de organização do trabalho expressa uma correlação de forças entre burguesia e proletariado em certo momento histórico. (VIANA, 2009).

Conforme Viana (2009) podemos apresentar, de forma geral, a seguinte sucessão de regimes de acumulação na Europa Ocidental e nos demais países imperialistas: depois da acumulação primitiva de capital, o regime de acumulação extensivo(que durou desde o período da revolução industrial até o final do século XIX);o regime de acumulação intensivo(vigente do final do século XIX até a Segunda Guerra Mundial); o regime de acumulação intensivo-extensivo(que vai do Pós-Segunda Guerra Mundial até o final do século XX); o regime de acumulação integral (que vai do final do século XX até a atualidade). A história de mudança de regimes ocorre pela alteração nas formas de organização do trabalho, forma estatal e exploração internacional. Essas mudanças

ocorrem como resposta da burguesia à tendência declinante da taxa de lucro e ao acirramento da luta com o proletariado, que leva a classe dominante a reformular sua estratégia de exploração e dominação. No caso do regime de acumulação integral temos o toyotismo na organização do trabalho, neoliberalismo como forma estatal e o neoimperialismo nas relações internacionais.

O toyotismo é uma adaptação do método taylorista para a era contemporânea. O taylorismo é um processo de controle da força de trabalho realizado segundo uma forma “racionalizada”, ou seja, calculada, medida, normatizada, objetivando o aumento da produtividade, isto é, da extração de mais-valor relativo, e isto pressupõe a “gerência científica”, o que significa não só a aplicação do conhecimento técnico-científico ao processo de produção, como a existência dos gerentes, ou seja, um conjunto de especialistas encarregados em planejar a execução das tarefas. Estes especialistas são os burocratas, a burocracia empresarial. O toyotismo, segundo alguns, se diferencia por ser “flexível”, já que a produção está organizada para a demanda do mercado e não para a produção em massa. Na verdade, o que antes era uma produção estandardizada, agora se tornou personalizada. E o que ocorre é a inflexibilidade dos trabalhadores e do aparato produtivo submetidos ao objetivo inexorável de aumento da extração de mais-valor. A flexibilidade dos direitos trabalhistas, disposição da força de trabalho conforme demanda, grupo mínimo de trabalhadores, horas-extras, trabalhadores temporários e subcontratados. Este é o admirável mundo da flexibilização do trabalhador ao inflexível capital.

O Neoliberalismo emerge, conforme Viana (2009), a partir da década de 80 do século XX e é um complemento do toyotismo e do neoimperialismo, um dos três pilares do regime de acumulação integral. F. Hayek com a obra *O Caminho da Servidão* lança as bases ideológicas nos anos 1940, em conjunto com a Sociedade de Mont Pèlerin. Porém somente no final da década de 1970 e início da década de 1980 é que emergem o estado Neoliberal, com os governos de Margareth Thatcher (1979), Ronald Reagan (1980) e Helmut Kohl na Alemanha em 1982. Possui como objetivos, de forma descritiva, a estabilização (de preços e contas nacionais); a privatização (dos meios de produção e das empresas estatais); a liberalização (do comércio e dos fluxos de capital); a desregulamentação (da atividade privada) e a austeridade fiscal (restrições dos gastos públicos). O Estado neoliberal é a forma estatal necessária ao novo regime de acumulação integral e é um complemento a reestruturação produtiva e alterações internacionais, se

caracterizando por conter gastos estatais, desregular o mercado e “flexibilizar” as relações de trabalho, representado pelo toyotismo (VIANA, 2009).

O Neoimperialismo emerge, conforme Viana (2009) para generalizar a acumulação integral em todo o mundo e reproduzir o processo de exploração intensificado nas relações internacionais, extraindo mais-valor do capitalismo subordinado para os países imperialistas. Faz isso através da generalização mundial do neoliberalismo e do toyotismo, com a especificidade de no bloco subordinado a exploração ser mais intensa. As políticas nacionais dos países subordinados são elaboradas por órgãos como o FMI, Banco Mundial, etc. A burguesia nacional do capitalismo subordinado é débil e associada ao capital oligopolista transnacional dos países imperialistas, ficando a reboque da acumulação de capital destes. Enquanto o imperialismo pode adotar políticas protecionistas, no capitalismo subordinado são adotadas políticas de abertura comercial, exportações, pagamento de juros de dívida etc., que reforçam o domínio dos oligopólios do bloco imperialista. Isso se expressa pelo fato, por exemplo, do Banco Mundial assegurar a influência das decisões nos países que têm maior aporte de capital. Isso resulta no fato de que 75% da produção de mais-valor se concentra nos países onde estão as matrizes das empresas transnacionais, nos países imperialistas.

Percorrido o caminho de exposição sobre o capitalismo na era da acumulação integral, passaremos ao segundo ponto, a respeito da sociedade do espetáculo. A teoria de Guy Debord, elaborada em 1967 no livro “A sociedade do espetáculo” foi publicada durante o regime de acumulação intensivo-extensivo. Sua tese de que a acumulação de capital em tal grau se torna imagem foi feita anterior a acumulação integral, a internet e ao aparecimento das redes sociais. Se foi possível afirmar que o espetáculo corresponde a uma “fabricação concreta” da alienação em um período marcado apenas por televisores, cinema e rádio, na era dos smartphones e da conexão *integral das redes sociais*, estamos diante de um aprofundamento da “passividade”, do “parecer” e dos “comportamentos hipnóticos”. Faremos primeiro uma exposição da teoria de Debord, depois analisaremos as pesquisas contemporâneas a respeito do Instagram buscando sintetizar o conceito de regime de acumulação integral, espetáculo e Instagram.

## A Sociedade do Espetáculo em Guy Debord

A paráfrase de Guy Debord revela a crítica central de sua teoria. Retomando Marx, ele diz que todas as sociedades modernas onde reinam as condições de produção capitalista, aparecem como uma "imensa acumulação de espetáculos". Assim, "tudo o que era vivido diretamente, tornou-se representação". E não se trata de um mero conjunto de imagens, porém "relação social entre pessoas, mediadas por imagens". Debord tece comentários sobre o espetáculo e afirma que ele é "o capital, em tal grau de acumulação que se torna imagem." A partir dos conceitos marxistas de fetiche da mercadoria, alienação, valor-de-troca, abstração, etc, Debord deriva as consequências do espetáculo como o irrealismo, aparência, passividade e o comportamento hipnótico. Produto do modo de produção capitalista, o espetáculo:

(...) é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as formas particulares - informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o modelo atual de vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha (DEBORD, 1997).

A partir de sua obra *A Sociedade do Espetáculo* (DEBORD, 1997), traçaremos um breve itinerário sobre a sua teoria. No início o capital havia degradado o ser para o ter, na fase atual, onde a vida social foi totalmente tomada pelos resultados da produção capitalista há um "deslizamento generalizado do ter para o parecer." Toda a vida social é dominada pela aparência. Exigindo a aceitação passiva, por ter o monopólio da aparência, o espetáculo se impõe. Essa representação se torna independente de tal forma que a vida de todos se degrada em um universo especulativo. É a "reconstrução material da religião". Encontra-se na raiz do espetáculo o poder, a mais velha especialização da separação. A unidade da sociedade e sua comunicação são atributos exclusivos do espetáculo. Ele aparece tanto através da informação e da propaganda, como pela publicidade e pelo consumo direto de divertimentos, sendo o âmago do irrealismo da sociedade capitalista.

O modo de produção capitalista, seja pelo carro ou pela televisão, faz a produção circular do isolamento, criando verdadeiras "multidões solitárias". Sendo assim o espetáculo a "linguagem comum da separação" liga os espectadores através do seu próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado. A alienação do espectador é em favor da contemplação das mercadorias, dos

objetos e quanto mais contempla menos vive realmente. Esse fetiche da imagem decorre da consequência do trabalho alienado. Pois o trabalhador não produz a si mesmo, mas produz uma força independente. A abundância dessa produção volta-se para o trabalhador como a abundância da despossessão. Essa acumulação dos produtos alienados, o tempo, o espaço se tornam estranhos para ele.

No capítulo dois do livro (DEBORD, 1997) aparece uma análise de uma velha inimiga, que à primeira vista, mostra-se como algo trivial e fácil de compreender, mesmo sendo tão complexa e cheia de sutilezas metafísicas, a mercadoria. O fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por coisas suprassensíveis embora sensíveis se realiza completamente no espetáculo, o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele. A mercadoria domina tudo que é vivido. Os objetos perdem sua qualidade concreta, seu valor de uso em para uma lógica quantitativa. O dinheiro aparece como o emissário munido de plenos poderes que fala em nome dessa potência quantitativa abstrata. Nesse momento, após a II Guerra Mundial, o consumismo torna-se um suplemento necessário ao trabalho alienado. A abundância das mercadorias cria a necessidade do consumismo que se expressa em uma “sobrevivência ampliada”.

Se em um primeiro momento da acumulação capitalista a economia apenas concebe o proletário como operário, devendo receber o mínimo indispensável para reproduzir a sua força de trabalho. Com essa nova abundância atingida pela produção ele se torna também um consumidor. Isso faz com que o produto do trabalho alienado, que é a “negação total do homem” assuma a totalidade da existência humana. Assim o espetáculo se esforça para que se aceitem seus bens e mercadorias. Porém esse aumento do consumo infinito existe porque essa sobrevivência ampliada não se situa além da privação, sendo uma privação mais rica. O valor de troca dirige o valor de uso. Porém esse consumo, acaba sendo o consumo de ilusões. As ondas de entusiasmo por determinado produto, propagado nos meios de comunicação, lançam tendências de consumo. A partir de filmes e modas criam-se promoções. Isso cria pseudonecessidades que não se fundam em desejos autênticos, mas em uma necessidade artificial ilimitada. Cada promessa de realização pelo consumo fica suspensa até a próxima não realização. Essa onda fugaz decorre do fato dessa mercadoria ser colocada por um momento no centro da vida social como o “mistério revelado da finalidade da produção”.

A partir do cálculo mercantil imposto pelo modo de produção capitalista, o tempo passa a ser regulado pela produção de mercadorias e pela abstração. O tempo deixa de ser o “campo de desenvolvimento humano” conforme coloca Marx e passa a ser o tempo pseudocíclico regulado pelo trabalho, descanso e período de férias. O tempo espetacular, segundo Debord, é o tempo transformado pela indústria. Isso se revela inclusive na expansão de serviços e lazer, como férias, assinaturas de consumo cultural e os famosos “encontros com personalidades”. Porém, isso revela algo profundo, pois esse tempo espetacular só existe em função da penúria das realidades correspondentes. O ganho de tempo que se tem com transporte rápidos e comidas fast-food traduzem-se com mais tempo para assistir à televisão. A realidade do tempo é substituída pela publicidade do tempo.

### **Instagram**

O Instagram é uma rede social online para compartilhar fotos e vídeos e atualmente pertence a empresa Facebook. Segundo Wallterm (2021) o Brasil tem cerca de 99 milhões de usuários ativos no Instagram. Dado a amplitude de seu alcance torna seu estudo relevante. Sobre seu surgimento:

O aplicativo e rede social online Instagram surgiu em outubro de 2010, criação dos engenheiros de software Kevin Systrom e do brasileiro Mike Krieger. A origem do nome é uma mistura entre “instantcamera” e “telegram”, trazendo a ideia de instantaneidade no compartilhamento de momentos vividos. O Instagram surgiu, primeiramente, como opção para usuários da plataforma iOS, sistema operacional implementado nos aparelhos da Apple. Em abril de 2012, começou a funcionar em aparelhos com o sistema Android, iniciando, assim, a popularização do aplicativo e no final de 2013 o sistema também ficou disponível para Windows Phone. O Instagram, portanto, é um aplicativo que é utilizado somente por usuários desses tipos de smartphones e tablets (SEVERO, 2017).

Para ingressar nesta rede, se faz necessário o cadastro no site do aplicativo. Após o cadastro o usuário possui um avatar que agrupa suas postagens de forma cronológica. Este avatar é a produção de um “eu” virtual, imagético, uma representação. É a partir desta conta que no interior do aplicativo as relações sociais são mediadas pelas imagens:

Essas representações submetem aos usuários a criarem personagens de si mesmos, para que possuam uma boa imagem e visibilidade. Esses personagens fazem parte da persona do indivíduo já construída, com o adicional da exposição imagética em rede, o que potencializa o poder que essa persona possui (SEVERO, 2017).



Para fazer uma postagem na sua conta o usuário pode tirar uma foto instantaneamente ou escolher na sua galeria de imagens. A postagem vai para a linha do tempo do usuário, permitindo curtidas e comentários de outros usuários. O aplicativo disponibiliza quase 40 filtros que podem modificar a foto na saturação, iluminação e contraste. Além da foto em si é possível a modificação dessa imagem. O irrealismo advém de uma aparência modificada e ilusória. Por isso o Instagram pode ser considerado parte do espetáculo visto que ele é, como definiu Debord, a “negação visível da vida”, da realidade concreta.

Desde o seu aparecimento, o aplicativo passou por inúmeras mudanças, principalmente a partir de 2012 quando o aplicativo foi vendido para o Facebook. Podemos elencar, conforme Montardo (2019): 1) Possibilidade de postar vídeos de 60 segundos além das fotos; 2) Instagram Direct (mensagens privadas); 3) veiculação de publicidade; 4) alteração na ordem de apresentação, com algoritmo que privilegia o histórico de interação; 5) Mudança logotipo; 6) Recurso Histórias, com fotos e vídeos disponíveis por apenas 24 horas. Percebe-se que há um maior desenvolvimento da mercantilização do aplicativo na questão da publicidade, da burocratização em relação ao algoritmo de apresentação e do efêmero com as postagens de 24 horas. Essas características reforçam a tese 16 do livro de Debord (1997):

O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é do que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção de coisas, e a objetivação infiel dos produtores (DEBORD, 1997).

Esse domínio se expressa nas imagens criarem, como disse Debord (1997), os “comportamentos hipnóticos”, que se reproduzem pela passividade dos usuários. As necessidades sociais da nossa época são medidas pelas redes sociais, incluindo o Instagram. Se a comunicação entre os seres humanos se faz por intermédio dessa comunicação instantânea, necessariamente por ela, é porque essa comunicação é unilateral; deixando nas mãos das empresas capitalistas os meios que permitem que elas continuem a mediar essa comunicação, por isso, segundo Leitzke (2020): “é nas redes sociais que se evidencia como se operacionaliza uma sociedade de controle na contemporaneidade, em que as relações de poder constroem engrenagens reais-virtuais-reais”.

Nesse sentido, vemos o surgimento dos influenciadores digitais. Se no passado o papel de marketing ficava a cargo de personagens da televisão, agora o Instagram e outras redes sociais criaram os “*digital influencers*”, que movimentam engajamento e dinheiro. Debord (1997) chamava a atenção para as vedetas como representação espetacular do homem vivo, um objeto de identificação à vida aparente e sem profundidade. Elas figuram tipos variados de estilos de vida e de compreensão de sociedade. Estes agentes do espetáculo renunciam a sua autonomia para se identificar com a obediência ao curso das coisas. Embora representem exteriormente vários tipos de personalidade, encontram no acesso à totalidade do consumo a sua felicidade. No caso do capitalismo na era da acumulação integral, com o desenvolvimento da internet e do Instagram, esse processo se intensifica. Antes eram programas televisivos com horário estipulado, exibições fixadas de cinema. Na contemporaneidade os *digital influencers* podem produzir o espetáculo em tempo integral, a qualquer momento. Esta mudança fica evidente na importância comercial assumida cada vez mais por essas vedetas contemporâneas, os influenciadores digitais.

A influência dessa rede tem sido tão significativa para o mercado que cursos de graduação estão sendo criados com o propósito de formar digital influencers, ou influenciadores digitais. O Centro Universitário Brasileiro (Unibra), no Recife, anunciou a criação da primeira turma de graduação do curso de Digital Influencers. Tal segmento profissional atua por meio de indivíduos que se disponham a usar determinadas marcas, comer em determinados restaurantes ou ir a determinados lugares, sempre divulgando tais produtos ou segmentos com objetivo de influenciar seus seguidores a também consumir o que ali é apresentado. Bosi (1995, p.2) já dizia que a tecnologia, vem para multiplicar imagens, multiplicar palavras, multiplicar elementos de informação e multiplicar instrumentos práticos cujo desígnio é abreviar o tempo e poupar esforço, quer o esforço muscular, quer certo tipo de esforço mental, como, por exemplo, o da memória. Essa rede social por meio dessa influência de mercado revoluciona não apenas a rede social *Instagram*, mas o modo como as pessoas interagem com as outras nas redes, como vivem suas vidas e como preservam suas memórias. O *Instagram* pode vir a se tornar o que Debord (2003) chamou de acumulação de espetáculos, onde não há mais vida direta, só fumaças de representações (GRIMALDI *et. al* 2019).

Durante o regime de acumulação intensivo-extensivo há o surgimento do consumismo como estratégia de integração da classe proletária na sociedade burguesa. É após a II Guerra Mundial que se popularizam as televisões, rádios e cinema que conforme Debord (1997) fazem a propaganda, publicidade e o consumo de divertimentos. O que o espetáculo exigia era a aceitação passiva dos espectadores, já que eles detinham o

monopólio da aparência. No caso das redes sociais das plataformas online, existe uma mudança para uma passividade ativa. O próprio usuário torna-se também uma representação que curte, comenta e compartilha as postagens produzidas pelas celebridades, artistas, políticos e toda a gama de vedetas. Os usuários espectadores fornecem suas informações e preferências, podendo acessá-las também 24h por dia, de forma integral:

Nas plataformas *online*, uma pessoa pode ser consumidora dos dados fornecidos por outros, ao mesmo tempo que também é produtor do conteúdo do seu perfil. Com isso, há uma hibridação dos papéis entre oferta e procura, produção, consumo e distribuição de dados, de modo que o consumidor se torna coprodutor (Lipovetsky & Serroy, 2015). Nas redes sociais, os usuários exibem suas informações, bem como suas preferências. Além disso, eles estão explicitamente conectados aos seus amigos e, ao fazê-lo, revelam seus prováveis padrões de comunicação. A ideia essencial é que, a partir da compreensão da estrutura das mídias sociais, os consumidores individuais podem ajudar a implementar estratégias eficazes de marketing viral, já que os consumidores são também divulgadores das suas experiências com o serviço (Katona, Zubcsek, & Sarvary, 2011; Xiang, Wang, O’Leary & Fesenmaier, 2014). (AVELINO *et.al*, 2020)

Esta participação ativa dos usuários na lógica do espetáculo do Instagram traz consequências psíquicas. A transformação do indivíduo em um avatar com imagens que recebem curtidas e comentários pode agravar o narcisismo, visto por Monteiro (2020, *et al.*) como “um padrão consistente de grandiosidade, necessidade constante de ser admirado, acompanhado por falta de empatia e senso de direitos, tendo comportamento explorador e usando os demais em benefício próprio”. Narciso olhava para si próprio na água, os narcisistas contemporâneos olham para sua própria imagem na tela do celular. Após a postagem de uma foto esperam o feedback com comentários positivos, curtidas e o aumento dos seguidores. Esse retorno, conforme Monteiro (2020, *et al.*) “os ajuda em sua autoafirmação e na manutenção do autoconceito grandioso e irrealístico” (CAMPBELL & MCCAIN, 2018). A imagem autonomizada do espetáculo permite um reforço da autoimagem ilusória inédita. A invenção de Gutenberg fez uma mudança significativa na comunicação na história, permitindo a impressão em larga escala. A internet e as redes sociais fizeram uma grande mudança ao permitir que a mediação das relações sociais por imagens se tornasse instantânea.

### Considerações finais

O presente texto buscou fazer uma análise do Instagram a partir das contribuições de dois conceitos fundamentais. O conceito desenvolvido por Guy Debord de espetáculo como uma “relação social entre pessoas, mediadas por imagens” onde o capital chegou a tal grau de acumulação que se tornou imagem. Porém esta ideia foi desenvolvida em um livro publicado em 1967 chamado “A Sociedade do Espetáculo”. Passados mais de 50 anos o espetáculo tornou-se ainda mais complexo. Para podermos atualizar essa crítica da sociedade contemporânea, nos remetemos ao referencial teórico marxista elaborado por Nildo Viana e seu conceito de regime de acumulação. Assim como a história das sociedades é a história das sucessões dos modos de produção, a história do capitalismo é a história da sucessão dos regimes de acumulação. O regime de acumulação se caracteriza por um “um determinado estágio do desenvolvimento capitalista, marcado por determinada forma de organização do trabalho (processo de valorização), determinada forma estatal e determinada forma de exploração internacional” (VIANA, 2009).

Percebemos ao longo deste artigo as consequências do capitalismo na era da acumulação integral na questão da internet e do Instagram, ou seja, no espetáculo. As contribuições teóricas de Nildo Viana, bem como de Guy Debord nos permitiram uma análise crítica das pesquisas contemporâneas a respeito do Instagram. Se por um lado a internet pode conectar os indivíduos, isso não ocorre em um espaço neutro. Os interesses das empresas capitalistas que lucram com as redes sociais e da classe burguesa como um todo que tem interesse em manter a dominação de classe, se expressam nessa aparente e inofensiva “rede social”. O comportamento hipnótico dos usuários, cada vez mais passando horas na frente de seus celulares, mostra a miséria reinante que a sociedade burguesa criou. Narcisismo, individualismo e o frio interesse monetário ficam intensificados. Sendo assim, o trabalho teve o objetivo de demonstrar essa realidade, não para que a contemplemos passivamente, mas para que avancemos na crítica teórica para uma transformação radical. Para uma sociedade onde a aparência não substitua a essência e a imagem seja apenas uma imagem e não controle os seres humanos.

### REFERÊNCIAS

AVELINO. M. R.; SILVA. A. S; LEAL. S. R. *DEIXE SEU LIKE!O Engajamento nas Publicações com Digital Influencers no Instagram das DMOs Brasileiras*. São Paulo, RBTUR, 14 (3), p. 50-67, set./dez. 2020.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GRIMALDI. S.S.L; ROSA. M.N.B; LOUREIRO. J.M.M; OLIVEIRA. B.F. *O patrimônio digital e as memórias líquidas no espetáculo do Instagram*. *Perspect. ciênc. inf.* 24 (04) • Oct-Dec 2019

LEITZKE. A. T. S; RIGO. L. C. *Sociedade De Controle e Redes Sociais na Internet: #Saúde e #Corpo no Instagram*. Pelotas, Movimento, v. 26, 2020.

MONTARDO, S.P. *Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa*. São Paulo: Galáxia [online]. n. 41 2019.

MONTEIRO.P.R; MONTEIRO. T. M.C; MACIEL.V.C; MASOTTI.F.N; FREITAS.I.M.S; CANDIDO. J. *Essa eu vou postar: Explorando as relações entre narcisismo, uso do Instagram e a moderação da autoestima*. *Psicol. Conoc. Soc.* vol.10 no.2 Montevideo 2020, Epub 01-Ago-2020.

SEVERO, M. L. *Leia-me como uma história: Mulheres e a construção de narrativas da felicidade no Instagram/ Mariana Leoratto Severo*. 2017. 162 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

WALLITER, C. *8 estatísticas Instagram para acertar na mosca e fazer dinheiro*. SHOPIFY, 8 de out. de 2021. Disponível em: <https://www.shopify.com.br/blog/estatisticas-instagram>

VIANA. N. Debord: *Espectáculo, Fetichismo e Abstratificação*. *Revista Panorama*. Vol. 1, agosto. 2011.

VIANA, Nildo. *O capitalismo na era da acumulação integral*. Aparecida, SP: Ideias e letras, 2009.

Texto aprovado para publicação em 11 de maio de 2022.