



O MODO DE SER-NO-MUNDO VIRTUAL: O DASEIN E O FACEBOOK

Glênio Carneiro Maciel Júnior

Graduação em Psicologia pela Universidade Veiga de Almeida.

Marcelo Henrique da Costa

Professor Adjunto do curso de Psicologia da Universidade Veiga de Almeida.

Resumo: O presente trabalho traz consigo uma proposta para que se pense o modo de ser atual do homem, trabalhando a partir da perspectiva de Martin Heidegger. É explicitado a forma como o filósofo descreve o modo de ser do homem sendo abertura e como ser-no-mundo. Em seguida, é feita uma análise desse mundo como um horizonte de sentido, histórico-temporal, que é o mundo atual. Desta forma, pretende-se mostrar como é a maneira de ser do *Dasein*, que é a nomenclatura que o autor utiliza para que se possa compreender o homem sem nenhuma característica já sedimentada no mundo contemporâneo e, em especial, na rede social no Facebook. O Facebook aparece como uma metáfora do mundo atual, uma parte do mundo, que só ilustra o que já se está vivendo fora dele. A rede social é, portanto, uma versão virtual do mundo, cabendo aqui ser pensado como se é dentro dela, a fim de que se compreendam principalmente as relações do *Dasein* em tal rede, assim como a espetacularização da existência e o predomínio da linguagem e do olhar impessoal para os fenômenos que ali se apresentam. A pesquisa mostrou que o modo de ser no Facebook corrobora para a manutenção do *Dasein* dentro do seu ser cotidiano e impessoal, o qual o autor chama de decadência.

Palavras-chave: Martin Heidegger. Dasein. Sociedade contemporânea. Facebook. Ser-no-mundo. Rede social.

THE WAY OF BEING-IN-THE-WORLD: THE DASEIN AND THE FACEBOOK

Abstract: This work is proposed as a way to think our present being, working from the perspective of Martin Heidegger. It is made explicit the way the philosopher describes the way of being of men as an opening and as *Dasein* (Being There). We then proceed to do an analysis of this world as an horizon of meaning, in history and time, which is the present world. In this way, the world of the *Dasein*, which is the concept that the author uses as a mean to understand the men with no characteristics whatsoever, on the contemporary world and specially on the social platform Facebook. The social network appears as a metaphor of the present world. As a part of the world that only illustrates what we already live outside of it. The social network is, therefore, a virtual reality of the world, and should be thought of in ways of being inside of it, to understand the way

the *being* relates on this network, also as the spectacularization of the existence, the preponderance of language and the impersonal look of the phenomena that there occurs.

Keywords: Martin Heidegger. Dasein. Contemporary society. Facebook. Being there. Social network

Introdução

O mundo atual é marcado pela rapidez e falta de tempo dos homens, é complexo e, muitas vezes, parece que o indivíduo pertence a uma máquina e que é uma engrenagem funcionando da maneira a qual foi programado. Este artigo visa analisar o modo de ser do homem atual, compreendendo os sentidos que estão sedimentados no espaço histórico-temporal, fazendo com que seja possível uma compreensão do modo de ser dentro da rede social Facebook. O estudo foi desenvolvido a luz do pensamento do filósofo alemão Martin Heidegger, e busca tal compreensão a partir de conceitos como *Dasein* (ser-aí), ser-no-mundo e no entendimento que o mundo é uma estrutura de significação que é parte do *Dasein*.

Com o aumento do número de usuários na rede social, uma possível análise existencial torna-se necessária para que se entenda a importância da rede para o homem no cenário mundial. A partir dessa compreensão se pensará o modo de ser nessa rede social, focalizando principalmente no tipo de visão utilizada na rede e na forma em que o discurso aparece nela. O pensamento sobre a cotidianidade em Heidegger ilustrou muito bem a visão e o discurso na rede que se caracterizam como decadência do *Dasein*, onde o ser-aí decai no “todo mundo” que “no final das contas” não é ninguém.

O modo do “todo mundo” é onde o *Dasein* se encontra de início e na maior parte das vezes, isso significa que apesar do *Dasein* poder-ser próprio ou impróprio, ele se encontra constantemente imerso na cotidianidade mediana de modo impróprio, onde esse caráter de ser próprio aparece como uma possibilidade que pode ser assumida ou não.

Dessa maneira, é preciso compreender primeiramente o que significa o conceito heideggeriano de *Dasein* para depois se compreender o ser-no-mundo e a visão sobre o que é mundo para o autor. Feito isso, dar-se-á os sentidos desse mundo no qual o *Dasein* está lançado para que se possa entendê-lo, já que este não é um apêndice do ser-aí, mas sim parte dele. E por fim, pensar-se-á a respeito do Facebook, que além de ser um importante meio de comunicação, também é uma metáfora do mundo atual, onde reinam a espetacularização, o consumo e a liquidez de relações.

Dasein, o ser-aí

Tudo que está no mundo é denominado ente, inclusive o homem. Este por sua vez, se difere dos outros entes por sua interrogação sobre o seu ser. Pode-se dizer que o homem é a morada do ser, ou melhor, que ele resguarda o ser. Somente o homem existe, dando sentido ao mundo, e desta maneira ele é “mundano”; os demais entes estão no mundo como simplesmente dados, e por isso são intramundanos. E é a partir do conhecimento sobre este ente, que dá sentido¹ e que se interroga pelo próprio ser, que Rodrigues (2006) afirma que através desse questionamento torna-se possível o desvelamento de sentidos e até uma analítica da existência. O *Dasein* se interroga, se questiona e “ao se questionar, busca-se o sentido. Para tanto, tem-se que retirar daquilo que se procura a sua direção prévia. Ciente da procura do ente tal como ele é, o questionado é ser-dos-entes que, em si mesmo, apenas é si próprio” (FEIJOO, 2010, p.78).

Essa distinção entre o homem e os outros entes é clara para Heidegger; os autores Sá e Rodrigues (2008) confirmam isso ao dizer que “Heidegger faz uma distinção radical entre o modo de ser do homem, o *Dasein*² ou Ser-aí, e o modo de ser dos outros entes. Somente o homem é o ente cujo ser, ou o sentido, está sempre em jogo na sua existência” (p.39). Essa afirmação caracteriza um caráter de abertura e o seu devir de possibilidades dentro do tempo, dentro de sua existência.

E é justamente pelo homem ser essa abertura que Heidegger não pretende utilizar a palavra homem; segundo Casanova (2013), “ao escutarmos a palavra homem, sempre pensamos imediatamente em algo assim como animal racional, como ser vivo que possui linguagem, como animal social, como animal político, etc.” (p.28), portanto, é preferível que se utilize um termo o qual não haja tantas pré-compreensões já sedimentadas. Feijoo (2010) explica que o termo *Dasein* caracteriza o ser em relação, a abertura, e ainda enfatiza a questão do ser como lançado no mundo, caracterizando o *Dasein* como possibilidade completa e total da existência.

Essa possibilidade do *Dasein* de pensar ou refletir sobre o seu próprio existir acarreta uma responsabilidade. Sá e Rodrigues (2008) afirmam que “uma possibilidade é dada ao

¹ Sentido é aquilo em que se mantém a compreensibilidade de algo.

² “Este ente que nós mesmos somos, e que – diferentemente dos entes que não têm o modo de ser do homem – não possui uma essência positiva determinada a *priori*. Em vez disso, o que ele é, seu ser, está sempre em jogo no seu existir.” (SÁ, 1994 apud DANTAS, 2011, p.4).

homem como ente e que essa possibilidade acarreta uma responsabilidade – o que implica em uma consequência ética” (p.40). Ou seja, essa possibilidade que é dada ao *Dasein*, implica uma responsabilidade a ele perante os entes, que a partir do sentido dado por ele são desvelados nessa abertura de mundo; o *Dasein* é, portanto, responsável pelas suas possibilidades de ser, pelo modo o qual este vai existir conforme as possibilidades virem a se desvelar para ele.

Esse caráter de ser possibilidade faz com que o *Dasein* seja caracterizado pela sua incompletude ontológica, sendo o seu modo de ser algo sempre incompleto e em jogo no seu próprio existir. Segundo Feijoo (2010), esse caráter de indeterminação e esse poder-ser do *Dasein* fazem com que ele esteja lançado a duas possibilidades: a propriedade e a impropriedade, sendo esta segunda onde o ser-aí se encontra na maior parte das vezes, porém, a primeira possibilidade nunca se perde completamente. Cabe salientar que a autora afirma que “o ser-aí existe de modo próprio e impróprio, mesmo que disto não se dê conta” (p.82). Apesar do *Dasein* se encontrar na maioria das vezes em seu modo impróprio de ser, ele pode, ao apropriar-se de sua existência, exercer o seu caráter próprio. Exercer o caráter próprio aqui é sair da idéia de tomar o mundo de modo simplesmente dado, como uma verdade, é questionar o seu próprio modo de existir e o que está sendo feito desse seu caráter de abertura. Questionar acerca do ser é ser próprio, e em última instância é manter a clareira que se é.

A partir disso, Pereira (2008) traz a noção de que não há essência no ser humano que não seja possibilidade, a essência do ser humano é essa abertura, é a sua própria existência. Assim, é importante ratificar que o *Dasein* não é algo que tenha uma essência universal, não é algo simplesmente dado no mundo. Muito pelo contrário, a caracterização do *Dasein* é justamente essa condição de abertura, a clareira do seu existir, a condição de ser possibilidade, onde não há definição ou qualquer característica ou configuração para o *Dasein* além do ser de possibilidades, como o próprio autor afirma:

A “essência” da presença³ está em sua existência. As características que se podem extrair deste ente de não são, portanto, ‘propriedades’ simplesmente dadas de um ente simplesmente dado que possui esta ou aquela ‘configuração’. As características constitutivas da presença são sempre modos possíveis de ser e somente isso. (HEIDEGGER, 2012, p.85).

³ Presença é o termo utilizado para traduzir o termo alemão *Dasein* nesta edição. O termo ainda pode ser encontrado como “ser-aí” ou até mesmo “pré-sença”.

Percebe-se que ao falar da questão do ser em Heidegger não se pode levar o *Dasein* como algo que é dado a priori, pode-se somente conhecê-lo pelo seu caráter de abertura, e o seu “aí” que seria o seu ser jogado no tempo e no mundo, onde ele está em jogo no tempo e sempre no mundo, onde ele além de Ser-aí é também ser-no-mundo.

Heidegger (2012) afirma que o *Dasein* se configura como ser-no-mundo, e que este é o ponto de partida para o analisar. Ser-no-mundo implica em ser sempre em um contexto, em habitar, morar, existir nele, imerso em uma conjuntura de sentidos já dada historicamente. Desta maneira se trará à reflexão esse contexto de “ser-em” onde o “ser é junto ao mundo, ou seja, encontra-se faticamente como já sendo assim e já sendo mundo” (DANTAS, 2011, p.15). O *Dasein* só pode existir em um mundo, pois quando ele se dá, ele sempre já é no mundo, dessa maneira o ser-aí se configura como “mundano”; ele não pode ser pensado fora de outro contexto a não ser no mundo, que é sempre um mundo compartilhado com o outro, portanto, o *Dasein* é essencialmente ser-com-os-outros. *Dasein* e mundo são um mesmo, são inseparáveis, não há *Dasein* sem mundo e não há mundo sem o *Dasein*, eles são cooriginários, se dão ao mesmo tempo um para o outro, como explica Sá (2010):

O *Dasein* é ‘mundano’, cooriginário ao mundo, diferenciando-se dos entes simplesmente dados, ‘intramundanos’, mas destituídos de mundo. Por exemplo, pedras e árvores estão no mundo, mas não têm mundo, não são aberturas de sentido, não se podendo dizer que ‘existem’ (SÁ, 2010, p.183).

A idéia dos entes intramundanos pressupõe que estes estão contidos em um mundo, como pertencente a este, algo acabado em si, simplesmente dado ao mundo, e sendo dado ao mundo, os entes intramundanos não são abertura de sentido. E o modo do *Dasein* ser como um ser mundano o diferencia drasticamente do ente simplesmente dado, mesmo que a expressão “ser-em” pareça dizer a mesma coisa que ser intramundano. Para Heidegger (2012) o “ser-em” é justamente o contrário disso, “ele significa uma constituição de ser da presença e é um *existencial*”⁴ (p.100). Ou seja, “ser-em” não quer dizer que o ser está contido no mundo, mas sim que ele é no mundo, que ele existe e é abertura no mundo. Dessa maneira, “mundo é estrutura de sentido, contexto de significação, linguagem, sempre historicamente em movimento” (SÁ, 2010, p.184).

⁴ Faz menção a estrutura que revela o modo de ser do mundo como existência, tendo em vista os modos de ser do *Dasein*.

Ser-no-mundo é uma propriedade ontológica do *Dasein*, porém não é porque ele é em mundo que ele se determina por isso. Heidegger (2012) põe isso da seguinte maneira: “O ser-no-mundo é sem dúvida, uma constituição necessária e a *priori* da presença, mas de forma nenhuma suficiente para determinar por completo o seu ser.” (p. 99). Sendo assim, no máximo é possível explicitar os três momentos constitutivos de ser-no-mundo, segundo Sá e Rodrigues (2008): “a idéia de ‘mundo’ como estrutura de sentido; ‘quem é no mundo’, que se revela de início como impessoalidade cotidiana; o modo de ‘ser-em’ um mundo, cuja constituição se desdobra em compreensão e disposição” (p. 41).

Para Casanova (2013), mundo nunca é um campo abstrato de indeterminação do *Dasein*, mas sim um campo de manifestação dos entes em geral, é o horizonte onde acontecem e se dão os sentidos e dessa maneira o mundo é um horizonte hermenêutico essencial para todos os comportamentos possíveis do *Dasein*. Todas as relações, sendo elas com os entes intramundanos, com outros *Dasein* ou consigo mesmo acontecem nesse horizonte, portanto, o mundo é o horizonte de possibilidades do *Dasein*. O mundo como horizonte de possibilidades já traz com ele também significados dados a priori, “somente em um mundo determinado, cadeira significa o que cadeira significa, e eu posso usar a cadeira em sintonia com o seu significado” (p. 32) e isso constitui a “facticidade” da existência, onde o *Dasein* abruptamente habita este mundo com significados já existentes dele.

Então pode-se ver que, apesar do *Dasein* e mundo serem cooriginários, o segundo já traz uma série de significados e é justamente pelo *Dasein* estar sempre lançado no mundo de maneira repentina, em um corpo e envolvido por uma série de particularidades e sentidos já dados pelo mundo, que pode-se dizer que a existência é facticidade. Essa “facticidade” faz com que o ser-no-mundo possa ser, delineando suas aberturas e limites através da compreensão (*Verstehen*). Segundo Sá (2010), a compreensão é uma estrutura originária que possibilita uma margem de movimentos, um espaço de poder-ser. Sendo assim a compreensão é uma estrutura para os desvelamentos de sentidos do *Dasein* para a compreensão de mundo. Portanto, pode-se afirmar que a cada maneira de existir dos diferentes *Dasein* há uma possibilidade de diferente significação; o *Dasein* é sempre um projeto, que ao ser seu também é sempre de seu mundo.

Após embarcar no mundo como uma estrutura de sentidos e sua facticidade, pode-se retornar ao conceito de “ser-em” já dito anteriormente. Desta vez desdobrar-se-á os conceitos

de compreensão e de disposição, visto que o “ser-em” constitui na abertura do *Dasein* e que se desdobra nesses dois conceitos. A disposição, também conhecida em termos ônticos como humor, é em si algo que está sempre presente no *Dasein*. Dantas (2011) diz que “A abertura ao sentido está sempre ‘sintonizada afetivamente’. Nada de ‘neutro’ tem lugar nesse âmbito” (p. 16). Pode-se perceber que, com isso, em toda e qualquer ação do *Dasein* desde físicas até pensamentos, há uma disposição afetiva presente e esta disposição que influencia na abertura de mundo, pois a partir dela que os sentidos serão desvelados dessa maneira ou de outra.

A compreensão também é um *existenciário*, ou seja, algo que caracteriza e diferencia o *Dasein* dos entes cujo modo de ser é simplesmente dado. Portanto, a compreensão é uma característica constitutiva daquilo que o ser-aí é, e dessa maneira se afasta a compreensão de maneira cognitiva, a qual pode ou não se dar. A compreensão, para Heidegger, sempre se dará, porque ela é exatamente a abertura de ser-no-mundo, e se o ser é abertura, logo podemos dizer que o ser é compreensão. Para facilitar o entendimento, Rodrigues (2001) afirma que é justamente nessa abertura da compreensão que o mundo se dá, e à medida que o *Dasein* é esse contexto de sentido, possibilidades e significados. É exatamente, essa abertura que permite todas as formas de “compreensões” as quais o ser-aí está habituado, conforme esse termo é entendido no senso comum.

Compreendendo os conceitos que caracterizam o “ser-em” pode-se então fazer a pergunta: “quem se é no mundo?”. Com isso, abrem-se diversas questões para pensar a existência e principalmente o existir como algo singular. Dessa maneira pensar-se-á os modos de ser-no-mundo. A partir disso têm-se o modo da cotidianidade mediana, onde Heidegger afirma que o *Dasein* se encontra de início e na maior parte das vezes, e o modo próprio, onde ele se apropria da sua existência. Para isso, tratar-se-á nessa seção do modo da cotidianidade e o modo próprio de existir, a fim de compreendê-los para que depois sejam analisados na contemporaneidade.

Essa “indiferença cotidiana” onde a cotidianidade o mantém faz com que o *Dasein* se limite e impede que este exerça a sua condição de abertura. Sá (2010) esclarece ao dizer que é na cotidianidade que o “*Dasein* foge de si, esquecendo-se do seu ‘ser próprio’, relacionando-se com ele como algo que já tem uma configuração estabelecida” (p. 185). Pode-se dizer, assim, que o *Dasein* toma como dado os sentidos do mundo que para ele aparecem, ou melhor, ele enclausura-se e passa a tomar a si próprio como se tivesse uma configuração pré-

estabelecida, assim como um ente simplesmente dado e não exercendo o seu caráter de abertura, caracterizando o que Heidegger (2012) chama de decadência. O que configura o modo de ser cotidiano é: o modo de falar e escrever descomprometido – que ele chama de falatório –, a forma despersonalizada e insaciável de lidar com o novo para preservar o conhecido, evitando as transformações – curiosidade – e ambiguidade, que é a impossibilidade de distinguir a compreensão autêntica.

O falatório é a linguagem cotidiana, superficial e sem profundidade que, na realidade, somente é passada a diante e repetida. A linguagem, que de início e a maior parte das vezes, se encontra no *Dasein*. Para Araújo (2005) essa repetição vazia e sem nexos das coisas, sem de fato se apropriar originariamente dela, – leva o ser-aí para um modo impessoal, impróprio e inautêntico de ser. Então o *Dasein* que se encontra no modo impessoal tem um modo de utilizar a linguagem tão impessoal como a sua existência, o discurso da repetição, um discurso igual, ou muito parecido com o do “todo mundo”. Toma-se aqui como o discurso do todo mundo, algo “sobre o qual” não é refletido, “sobre o qual” só se passa, sendo muito comuns opiniões iguais sobre o mesmo tema, mas não porque foi pensado sobre, mas sim porque é falado daquela maneira por “todo mundo”. O falatório é uma reprodução da linguagem imprópria, da linguagem da multidão, o falatório é um fenômeno impróprio e em última instância é uma característica da cotidianidade e o seu modo de ser impessoal.

A curiosidade é outra característica da cotidianidade mediana, que, conforme Araújo (2007), é um modo de ver próprio de tal estado do *Dasein*, porque assim como o falatório é destituído de enraizamento ontológico, ou seja, é algo superficial, é uma visão imediata. Imediata porque, por não ter propriedade e não querer apropriar-se do conteúdo, passa para o próximo, ou seja, olha já para o próximo. Se no falatório tem-se a visão do a frente, da repetição e da passagem do que é falado, na curiosidade tem-se a visão de “ver apenas para ver”. Pode-se completar para entender melhor com Heidegger (2002) apud Araújo (2007): “Esse ver não cuida em apreender nem em ser e estar na verdade, através do saber, mas sim das possibilidades de abandonar-se ao mundo”. Essa curiosidade sendo destituída de enraizamento ontológico leva o ente humano à superficialidade do que se vê, sendo assim, o breve olhar sobre não o leva a conhecer de fato o fenômeno que aparece para ele, caracterizando uma experiência desprovida de aprofundamento, podendo-se dizer uma experiência pobre. A caracterização da curiosidade como parte da cotidianidade encobre o

olhar para si mesmo e para os entes que aparecem, de modo a tomar eles como sentido dado, fechando o *Dasein* para a sua abertura.

Na ambiguidade “tudo parece ter sido compreendido, captado e discutido autenticamente quando, no fundo, não foi. Ou então parece que não o foi quando, no fundo, já foi” (HEIDEGGER, 2012, p.238). Pode-se dizer que há na cotidianidade mediana uma ambiguidade onde não se consegue distinguir o autêntico do inautêntico em suas atitudes, devido à imersão do *Dasein* na forma decadente e dessa forma “essa ambiguidade oferece o que ela busca e confere à falação a aparência de que nela tudo se decide” (Id, p.239).

Esse modo de ser que é impróprio deixa de enxergar a sua condição de possibilidade. Heidegger (1989) apud Dantas (2011) lembra que “de início e na maior parte das vezes, não existe um ‘sujeito’ que realiza suas possibilidades a partir de escolhas próprias” (p.9). Isto é, na maior parte das vezes o *Dasein* se encontra na decadência, na impropriedade do seu existir, fazendo o que todos fazem e não exercendo a sua capacidade de ser singular. Por mais que se pareça redundante falar em *enclausuramento de sentido* e o ser singular, deve-se salientar que o falatório, curiosidade e a ambiguidade como características da cotidianidade mantém o *Dasein* nesse estado inautêntico, portanto, são partes extremamente importantes para que se compreenda seu estado na cotidianidade mediana.

Porém, a apropriação de ser algo em aberto, ou seja, de perceber o conjunto de possibilidades que se é, faz com que o *Dasein* se dê conta de sua facticidade assumindo assim sua capacidade de ser singular e único, em real condição de abertura, e é a essa condição de abertura que se dá o nome de “autenticidade”, onde o *Dasein* se encontra no modo próprio de ser. Sá e Rodrigues (2008) complementam essa afirmação dizendo que na medida em que se é *Dasein*, percebe-se em aberto, como abertura e provisoriedade, pode-se apropriar as outras possibilidades de ser e existir, construindo novas identidades e estabelecendo outras formas de lidar com o mundo e com os outros. O apropriar-se de si mesmo traz a clareira do existir, a reflexão do ser, isto é, retira do modo de ser do “todo mundo” levando a uma reflexão ontológica a respeito de si como ser-no-mundo. Dessa forma, o *Dasein* não toma os sentidos do mundo como simplesmente dados, mas compreende e interpreta os sentidos dos entes que lhe aparecem de maneira *apropriativa*.

É interessante que se observe o modo de ser do homem já que hoje há certa facilitação para que ele se mantenha decadente. Desta forma, os sentidos estão cada vez mais sendo

tomados como fechados em si e, portanto, o esquecimento do ser se dá de forma iminente. A tecnologia invade a sua existência, seu modo de relação com o mundo e com o outro; a sociedade está cada vez mais rápida e seu modo de existir acompanha essa liquidez do mundo. O existir hoje é atravessado por questões que modificam a existência desse sujeito: consumo, padronização de vestimentas com a moda, exposição via internet e padronização dessas exposições. Todos esses fenômenos comuns na sociedade atravessam esse modo de existir do homem, contribuindo para que o *Dasein*, que já tende ao fechamento, continue fechado ao seu caráter de abertura. Dessa maneira procura-se compreender os sentidos do mundo atual, ou seja, os significados que ele já traz para o *Dasein*, e que influenciam a existência do mesmo. A partir desses sentidos procurar-se-á analisar o ser com ênfase na ferramenta contemporânea Facebook.

O mundo atual e a existência

Como foi dito que o *Dasein* se dá no mundo, deve-se entender primeiramente como também se configura esse mundo o qual é parte do *Dasein*. Deve-se, então, passar a conhecer o mundo no qual ele se dá, o mundo contemporâneo que é marcado por componentes como o consumo, a aparência, a superficialidade e a tecnologia. Esta última é o principal enfoque desta pesquisa, visto que será trabalhado com um componente da Internet, estrutura tecnológica que é um retrato virtual do que o mundo atual é. Desta maneira a Internet não é só mais um componente do mundo, pois além disso ela reflete todos os sentidos que o “mundo real” nos dá.

A aceitação do mundo atual não é algo a qual se esquivava ou se passa a esquivar com facilidade; segundo Bauman (1999b) se é intimado a participar do jogo, esse jogo tecnológico, se é convidado a estar ligado em tempo integral a essas redes de conexão. Caso o *Dasein* não esteja a participar desse jogo tecnológico, ele é visto como excluído socialmente, visto que, cada vez mais se torna importante o universo virtual para a sociedade, além de que a tecnologia avança a ponto de se estar conectado a todo momento e de qualquer lugar via celular, computador ou qualquer outro meio de acesso a grande rede. O indivíduo é convidado a aceitar que a internet e a tecnologia são parte do mundo e a tomá-las como fundamentais para a sua existência a fim de não ficar excluído.

Estando sempre em movimento nesse contexto, a mudança do mundo acontece independente do indivíduo propriamente dito. Mesmo que esteja parado, não pode estar, pois não é permitido pelo mundo atual tal possibilidade. Para Dantas (2011) a imobilidade não é uma opção realista em um mundo que se sustenta por estar em permanente mudança. Mesmo que se queira estar parado fisicamente, é cobrado movimento pela sociedade, que se sustenta em cima de um movimento que causa uma impermanência, uma liquidez. Dessa forma as relações são fluidas e superficiais, a insegurança é permanente e o que o mundo traz é essa não-solidez das coisas.

O mundo, através dos sentidos que traz, facilita que o *Dasein* permaneça no modo de ser da decadência. Não há uma crítica formal a esse modo de ser, mas cabe pensar como há uma maneira de trazer ao *Dasein* a compreender-se e apropriar-se dentro desse mundo que o rodeia e o qual ele faz parte, ou seja, fazer com que este exerça sua condição de ser singular na sociedade. Giovanetti (2010) ajuda a ilustrar a sociedade atual da seguinte maneira:

Essa sociedade de consumo, juntamente com a sociedade do espetáculo, molda o modo de ser do homem atual. Estas provocam grande transformação na maneira de ele organizar sua vida, já que a sensação tomou o lugar do sentido, e o pensamento cede o lugar à imagem (GIOVANETTI, 2010, p.241).

O homem hoje é caracterizado não mais pelo sentido do seu existir, esse está esquecido. O homem contemporâneo não tem controle sobre o porquê e o para quê de si mesmo. Leão (1977) apud Sleutjes afirma que “é por isso que nos lançamos a construção de um mundo de funções e consumo onde tudo já está preestabelecido e esquecemos completamente de ser”. A questão do sentido da existência e do dar sentido às coisas que fazem parte dela deu lugar à sensação, onde por estar feliz superficialmente, ocupando-se do mundo para ter tal sensação de felicidade, impede o *Dasein* de se apropriar do sentido de felicidade próprio, fazendo com que ele tome como dado os sentidos desse mundo de padrões já previamente estabelecidos. Essa condição do momentâneo faz com que esteja em um novo tempo, uma nova era que, segundo Lipovetsky (1993), é denominada de *A era do vazio*.

O vazio da existência do indivíduo atual é tanto que Barus-Michel (2004) apud Giovanetti (2010) caracteriza que “o indivíduo hipermoderno é um personagem fictício suscitado pela nossa fascinação frente ao progresso estrondoso da tecnologia” (p. 242). Ou seja, a existência é tão inautêntica que o indivíduo é um personagem de ficção que apenas exerce o fascínio de se mostrar, deslumbrando o progresso tecnológico, exercendo uma

existência do momentâneo, vazia e esquecida. O *Dasein* é visto como apenas um expectador do mundo, que toma a tecnologia com tal vislumbre a ponto de ocupar a sua existência com tal avanço tecnológico.

A relação por ser superficial, aumenta mais ainda a idéia da imagem e do ser visto. O fenômeno da curiosidade, do ver por ver, está tão presente que a imagem toma um papel importante na sociedade a ponto de todos quererem ser vistos e causarem bom impressão do que se mostra. Para Soares e Ewald (2014) “na pós modernidade o homem almeja ser divertido, superficial, leve e prazeroso (...)”. É um jogo onde um lado investe na imagem e o outro dita o que é “bom” para aparecer, ser divertido e prazeroso; dessa maneira o investimento na imagem e no ser admirado atraem mais relações que melhoram a sua imagem, fazendo com que haja uma padronização do que se mostra. Dessa maneira tem-se um ciclo onde nada é realmente profundo e verdadeiro, mas sim onde tudo é um jogo de imagens.

A existência fica no âmbito da impropriedade a qual o *Dasein* está de início e na maior parte das vezes, muito por conta do mundo atual, visto que este é sempre um homem de seu tempo, logo não há como se desvincular de sua cultura e seus hábitos. Hábitos que hoje são cada vez mais massivos e iguais, cada vez mais superficiais, que trazem ocupação a existência do indivíduo, dificultando que este olhe para si. Pode-se conhecer agora mais a fundo esses componentes que caracterizam a sociedade atual, e compreender como influenciam o modo de ser atual do *Dasein*.

O espetáculo é um evento social, acontece particularmente nas relações sociais mediadas por imagens, porém esse evento social, que é o espetáculo, faz com que surjam outros eventos dele derivados, que configuram a maneira que sociedade se comporta hoje, como o consumo. O consumo é uma maneira de se organizar da sociedade atual onde objetos passam a ter mais valores que pessoas e até pessoas se tornam objeto. Baudrillard (2000) coloca que: “Consumo é um modo ativo de relação não somente dos objetos, mas da coletividade e do mundo, um modo de atividade sistemática e de resposta global sobre a qual se funda todo o nosso sistema cultural” (p. 52). O consumo é então um modo pelo qual o homem age a partir da utilidade; consumir é utilizar algo, e a atual sociedade é moldada não só por consumir os objetos que são úteis como também consumir as relações, se aproximando de pessoas que são úteis.

É nesse cenário que Bauman (1999b) estabelece os termos “vagabundos” e “turistas”, onde segundo o autor os “vagabundos” “são luas escuras que refletem o brilho de sóis brilhantes; são os restos do mundo que se dedicaram aos serviços dos turistas” (p. 36), enquanto os “turistas” “tornam-se andarilhos e colocam os sonhos agri doces da saudade acima dos confortos do lar” (p. 35). O autor considera que os “turistas” são assim por julgarem mais racional essa vivência pelas circunstâncias que eles se encontram ou porque foram seduzidos pelos prazeres reais ou imaginários de uma vida hedonística. Campbell (2006) traz que os nossos hábitos de “querer” ou “desejar” algo são o que sustentam a economia, então temos tanto nos “vagabundos” quanto nos “turistas” o desejo de consumir, um por consumo propriamente dito, no caso dos segundos, e o querer consumir no caso dos primeiros.

Lasch (1984) afirma que a “cultura organizada em torno do consumo de massa estimula o narcisismo” (p. 24). O indivíduo procura consumir o que é de seu desejo, onde o consumo é um desejo, dessa forma o indivíduo consome a sua própria vontade de consumir, então, não há um modo de satisfazer o seu desejo, este nunca será satisfeito, e por isso Bauman (1999b) defende que o desejo de consumir pede mais desejo de consumir e o consumo em massa busca sempre mais consumo.

Para Bauman (1998) os turistas são pessoas que podem deslocar-se e usufruir de sua liberdade e por isso são turistas. Eles podem pertencer ao lugar através do consumo e não pertencer por estar livre e ser de outro lugar simultaneamente. Porém, estar livre não significa ter de viajar, eles se movem segundo o desejo de seus corações, consomem, *experienciam*, dessa forma o mundo parece demasiadamente atrativo para os turistas, enquanto os vagabundos se movem por achar o mundo insuportavelmente inóspito. Dessa maneira o consumo se mostra como uma condição para o turista de benefício, onde este se aproveita consumindo a fim de exercer essa sua condição de liberdade e saciar o seu desejo. No caso dos vagabundos, esse consumo soa praticamente como uma obrigação de sobrevivência, de adequação, para que este se sinta pertencente ao mundo.

A cultura do consumo é tão arrebatadora ao deixar o *Dasein* na impropriedade e fazer com que ele se mantenha em um estado de alienação da existência que Dantas (2014) afirma que o “capital parece ter absorvido qualquer costume, qualquer ideia” (p.93) e ainda acrescenta que “muitas vezes nos reconhecemos como inseridos e atuantes num contexto

social no único horizonte oferecido pelo sistema”. Então o capital assume o lugar de muita importância na existência humana fazendo com que só se pareça inserido na sociedade se o possuir, o que lembra o trecho sobre os vagabundos e turistas. Essa visão, como inseridos, tomando o capital como única possibilidade de inclusão na sociedade, faz com que haja uma ocupação e, com isso, sejamos mais uma vez do “todo mundo”.

Toda essa estrutura sem profundidade leva a um fortalecimento do marketing e da publicidade, onde por status muitas vezes é vendido produtos que o indivíduo não necessita, porém, como este se encontra na ordem do todo mundo e busca admiração e que o vejam, compra, fortalecendo ainda mais a ideia de consumo que já foi dita. Não há como se pensar o mundo hoje apenas como mundo da imagem, ou apenas como mundo do consumo, o que se vê hoje é um mundo misto de sentidos que se complementam, onde a imagem influencia o consumo e vice-versa, onde tudo que é aparente tem valor. Então, o consumo é aqui um modo como se interage com o meio do mercado e o meio pessoal, um fato que influencia diretamente o modo como se existe hoje, um modo superficial e líquido.

Para Bauman (2001) a sociedade atual é caracterizada pela sua liquidez, ou fluidez, que seria uma certa dissolução dos aspectos vivenciais por meio da razão e seu poder libertário, onde essa seria um caminho para a tão desejada felicidade. Bauman chama a atual sociedade de “Modernidade líquida”. A modernidade líquida, segundo Tfouni e Silva (2008) é caracterizada pelo desapego, provisoriedade e processo de individualização, um tempo de liberdade, mas com insegurança. Uma metáfora com os líquidos realmente, uma sociedade totalmente fluida, onde a solidez, a segurança, pode escapar. Bauman (2001) apud Tfouni e Silva (2008) justifica essa nomenclatura dizendo que:

Os fluidos se movem facilmente. Eles 'fluem', 'escorrem', 'esvaem-se', 'respingam', 'transbordam', 'vazam', 'inundam', 'borrifam', 'pingam', são 'filtrados', 'destilados'; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos - contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho... Associamos 'leveza' ou 'ausência de peso' à mobilidade e à inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leves viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos.

Então, pode-se definir a sociedade como algo não palpável, como escorrida e fluida, uma sociedade em movimento; dessa maneira, não se está propenso ao mergulho nas relações com o mundo, esquecendo então do caráter de abertura. Além desse caráter de superficialidades nas relações com o mundo, onde toma-se o sentido como já dado e

ocupando-se dele, tem-se uma relação com o outro totalmente superficial e provisória, individualista e em diversos casos até egoísta, praticamente uma relação de consumo.

A sociedade atual é pautada “em modelos fluidos de controle da subjetividade, em prazeres descartáveis, em relações passageiras e obsoletas” (DANTAS, 2011, p.34). E, por isso, cada vez mais se consome coisas as quais não se precisa, há cada vez mais relações e com cada vez mais superficialidade. A visão da curiosidade heideggeriana aqui também parece exacerbada, onde se olha já querendo descobrir o próximo. Esse controle da subjetividade citado pela autora ainda facilita o fenômeno da impessoalidade por manter pessoas com opiniões parecidas, ambíguas, quase que padronizadas, contribuindo para a massificação do homem.

Outra característica da sociedade pós-moderna é a utilização de imagens para a relação. Guy Debord (1997) traz a sobreposição da imagem sobre o discurso no livro *A sociedade do espetáculo*. O autor define que antes tudo que era vivido agora é apenas uma representação, e explica que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social de pessoas mediatizada por imagens” (p.14) e em última instância o espetáculo é uma visão cristalizada do mundo. Essa última expressão remete a questão do aprisionamento do *Dasein* na decadência visto anteriormente. Essa relação que é baseada em uma sociedade que valoriza a imagem cristaliza a visão do mundo e o mantém no mundo aparente.

Para Dantas (2011) é pela mediação das imagens e mensagens por meios de comunicação em massa que os indivíduos em sociedade abdicam da dura realidade dos acontecimentos da vida, passando a viver num mundo das aparências. E nesse mundo das aparências não há mais espaço para as aparências “ruins”. Qualquer superficialidade que não pareça agradável não tem lugar no mundo. E a tão sonhada felicidade, a tão sonhada realização pessoal já não importa tanto assim, o que importa é parecer ser feliz, é parecer estar bem. Nada mais é verdadeiro. Debord (1997) ainda afirma que nesse mundo invertido, o verdadeiro é apenas um momento do falso.

Giovanetti (2010) destaca que a “primeira propriedade do predomínio da imagem é a superficialidade” (p. 240), e isso não quer dizer que as imagens não dizem a respeito da realidade, mas que “é próprio da imagem destacar a aparência, enaltecendo o que aparece aos olhos, deixando o discurso, a reflexão, para segundo plano” (Id, p. 240). Aqui fica claro o quanto o espetáculo e seu modo de funcionamento na sociedade contribuem para a questão da

decadência, visto que a *mediação* por imagens do mundo facilita o fenômeno da curiosidade já visto anteriormente, e como se sabe, a curiosidade é o modo de visão da cotidianidade mediana, do *Dasein* em estado impessoal.

Para Debord (1997) a única mensagem do espetáculo é “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (p. 16). E com isso uma necessidade gigantesca de parecer “bons” surge e logo, procura-se aparecer da melhor forma. Por isso há tanto investimento na estética, há tanto consumo com roupas e produtos de moda assim como produtos de beleza. O consumo e o espetáculo se complementam, pois parecer ser consumidor é uma forma de espetáculo. Os indivíduos se relacionam como forma de consumir e modificam o modo como se relacionam para parecer um consumidor. O que importa é parecer “ser” ou “ter”.

Essa cultura do “parecer” invés do “ser” nos traz uma relação de superficialidade do ser, de que ser superficial é bom, pois a aparência no mundo das imagens é mais importante que qualquer outra coisa. Nesse caso há cada vez mais uma contribuição para que esse estado se mantenha, e que se fique a deslumbrar o que é aparente, movimentando a economia e esquecendo-se de si mesmo, porque na grande maioria das vezes a cotidianidade mediana está mergulhada no espetáculo, interpretando o que não se é, vivendo como é interessante ser visto, e é por isso que Giovanetti (2010) conclui que “o que se retrata é a vida aparente, sem profundidade” (p. 240).

O espetáculo leva a manter a representação do que se agrada ao outro, fazendo parecer ao invés de ser, a representar papéis que não são os seus próprios, mas que, por admiração, faz-se. O espetáculo, então, contribui para que o *Dasein* se mantenha na superficialidade Segundo Dantas (2011) “vivendo nesse imaginário, ele se perde no impessoal que lhe fornece toda estrutura de sentido esperada e prevista” (p. 36). O espetáculo é uma grande forma de manter o homem no impessoal na sociedade atual, e mais a frente será discutida a importância deste na internet e consequentemente no Facebook.

Para Castells (2006) essa estrutura repleta de fluxos de riquezas, poder e imagem, busca de identidade, tanto a coletiva como a individual, torna-se a fonte básica da sociedade atual. A internet se encontra como ponto crucial para a constituição da sociedade contemporânea, ela é hoje o elo de pessoas do ocidente e do oriente, ela estabelece um novo modo de ser, ela mostra, ela cria relacionamentos e com isso um novo modo de ser-no-

mundo. Modo este que veio a ser diferenciado nos últimos 30 anos, onde, na internet toma uma proporção maior e mais escancarada, muitas vezes até com a perda da privacidade.

O mesmo autor traz que “novos e eletivos modelos de relações sociais substituem formas de interação humanas limitadas territorialmente” (CASTELLS, 2004, p. 145). Ou seja, além de ter um novo modo de ser-no-mundo, tem-se também um novo modo de ser-com-o-outro, onde barreiras físicas não existem mais. Essas barreiras físicas podem ser quebradas pela internet com a utilização de correios eletrônicos, vídeos chamadas e as tão famosas redes sociais, das quais se falará mais a frente. Essa nova interação com o outro leva também a um novo modo de ser, então pode-se dizer que o ser virtual é um novo modo de ser-no-mundo-com-o-outro que se difere principalmente por falta de barreiras físicas.

Para Bauman (1999) o mundo parece uma versão monstruosamente obesa e pantagruélica da internet, onde por toda parte, todo mundo aumenta o montante de lixo despejando na internet coisas que muitas vezes não são relevantes. A internet então seria uma metáfora em menor escala do que o mundo é hoje, com todos os sentidos que o mundo traz, todos os sentidos já vistos, desde o consumo até a necessidade de aparecer que denominamos espetáculo. Nesse cenário o autor afirma que “ninguém parece visualizar as consequências, quanto mais controlá-las” (p. 149). Pode-se entender então a internet como um veículo de mídia que serve tanto para o controle, como para a exposição da existência. Vê-se então um fortalecimento da decadência por parte da internet, onde o sujeito não visualiza as consequências de suas ações individuais na rede, como não visualiza ações coletivas e suas consequências.

Segundo Bauman (1999b), as pessoas, em sua maioria, não precisam mais viajar para estar nos locais, podem se atirar à Web. Apesar de “viajar” pela Web e outros meios de comunicação, não estão em lugar algum tempo suficiente para ser mais que visitantes. Nesse mundo no qual se vive hoje, a distância já não parece ser de tanta importância quanto se era há décadas passadas, e segundo o autor “às vezes parece que só existe para ser anulada, como se o espaço não passasse de um convite contínuo a ser desrespeitado, refutado, negado”. (p. 85) e, então, dessa maneira, o espaço deixou de ser um obstáculo.

Assim, a internet constitui um espaço que quebra a ideia de espaço, onde a comunicação face a face começa a perder força. Giovanetti (2010) diz que “é mais significativo entrar em contato com uma pessoa, por exemplo, no Japão, por meio da internet,

do que estabelecer um contato pessoal com o vizinho”. Ou seja, a sociedade superficializada prefere relações superficiais virtuais que relações humanas reais; encontram por meio da internet pessoas que conhecem o mundo inteiro e pessoas do mundo inteiro, mas não lembram qual o nome do vizinho.

A internet e esse novo meio de ser-com-outro desvaloriza as relações interpessoais concretas e fortalece a ideia da imagem que chega até elas, onde a internet é justamente o seu maior veículo de divulgação. Além desse novo modelo de ser-com-outro sem barreiras físicas, o meio nos traz um fortalecimento das próprias características atuais como o consumo influenciado pela rede e a necessidade de espetacularização que veremos mais a frente com o Facebook.

Desta maneira, o Facebook, que é uma ferramenta da internet, mas que reflete muito do mundo atual, absorve tudo que foi dito e repassa ao usuário da própria rede. Então, cabe no presente artigo entender a ferramenta do Facebook e o quanto este se parece com o mundo para, assim, compreender o modo de ser-no-mundo virtual, o modo de ser no Facebook, que se assemelha ao modo atual de ser-no-mundo, mas em escalas e com circunstâncias diferentes.

O Facebook e a relação do ser-em

A partir da compreensão do homem na visão de Martin Heidegger foram compreendidos os sentidos que o mundo atual traz a esse homem, e, por último, desses sentidos foi explicada a internet. Com a internet surgiram as famosas “redes sociais”, onde os usuários se relacionam com seus amigos pessoais, familiares e até mesmo pessoas que conheceram na própria rede. O fenômeno das redes sociais já está difundido e o número de usuários só aumenta; segundo o jornal Estadão, em outubro de 2014, o Facebook – maior rede social atual e a rede a qual foi estudada – ultrapassou os 1,35 bilhão de usuários, aumentando em um trimestre cerca de 14%, sendo a maior rede social no momento. O Facebook aparece como uma ferramenta para a comunicação com os amigos, familiares e afins, além de compartilhamento de fotos, piadas, vídeos, etc.

Na página principal da rede há a seguinte frase: “No Facebook você pode compartilhar o que quiser com quem é importante na sua vida”. Por meio dos compartilhamentos a rede social veio a se tornar um dos principais meios de comunicação na sociedade que preza pela

rapidez e segurança. Na rede tem-se contato com diversas pessoas e isto faz com que se consiga conversar com dezenas ao mesmo tempo e conhecer uma gama de pessoas que há anos seria praticamente impossível. Além disso, os modos de relação são completamente diferentes, o “conhecer” não é o mesmo, e a relação se torna como a maioria das relações atuais, superficial.

Na rede social também se pode conversar em tempo real ou deixar mensagens para os seus amigos. A ferramenta também é utilizada para ter acesso a pessoas públicas, que publicam as suas fotos e algumas coisas do seu dia-a-dia, mantendo assim uma relação mais fácil com os fãs, que por sua vez podem “curtir” os momentos dos ídolos. A utilização do “curtir” funciona da seguinte maneira: o usuário curte aquilo que lhe agrada, como se estivesse admirando tal coisa. Apesar da proposta de comunicação em massa e ampliação dos horizontes sociais, pode-se também destacar uma tentativa de padronização. Isso acontece quando há sugestões do que se é, pretendendo então encaixar os usuários em categorias. Quando o usuário cria seu perfil, além do seu nome, data de nascimento e informações pessoais básicas, há uma procura pelo que interessa àquele indivíduo, e é aí que pode ocorrer uma padronização.

Dessa maneira, o Facebook é uma boa ferramenta virtual para uma possível análise do ser contemporâneo como um ser no mundo virtual, favorecendo então os fenômenos mundanos que foram vistos anteriormente nesta pesquisa. O Facebook, portanto, aparece em última instância, como uma metáfora do mundo atual, na qual todos os sentidos que o mundo sedimenta estão nele contido. A rede social, então, não aparece como um apêndice do mundo, ela é um componente do mundo, uma ferramenta importante para o modo de ser atual, o modo de relacionar-se que abraça tal usuário como se fosse obrigatório estar lá.

O Facebook como uma ferramenta técnico-científica traz consigo também os sentidos do mundo em que ele foi criado, com isso, este também favorece os fenômenos mundanos citados: consumo, espetáculo e liquidez. Os fenômenos do mundo atual ganham uma proporção gigantesca, pois são visualizados por milhares de pessoas. A própria cultura do consumo, que segundo Dantas (2014) “oferece um modelo ideologicamente construído e difundido de bem-estar e de felicidade como sinônimos de sucesso e de uma situação ideal a ser atingida” (p. 113), ganha muito mais força no Facebook. O *Dasein* é influenciado a todo momento a consumir, de diversas maneiras e formas. Na rede social existe uma ferramenta

chamada “feed de notícias”, onde o usuário recebe todo tipo de informação de seus amigos na rede. Além do que os seus amigos os influenciam a obter, através da espetacularização de si, há propagandas nas laterais da janela de produtos que você visitou recentemente naquele dispositivo (computador, celular, tablet, etc.) e produtos que se assemelham, enquanto a utilização, àquele procurado. Desta forma o usuário não só estabelece uma relação de utilização com o produto, como uma relação de consumo, onde, na maioria das vezes não se tem a necessidade de obter aquilo.

Com o oferecimento desses produtos, o usuário pode comprar a qualquer momento por meio do “cartão de crédito”, que, segundo Giovanetti (2010), faz com que o homem se sinta poderoso e que este se mantenha a satisfazer-se diante do seu desejo: “Não temos dinheiro hoje, mas, mesmo assim, não deixamos de consumir, já que podemos pagar amanhã” (p. 238); e é justamente por esse pensamento que o indivíduo se vê em dívidas financeiras, porém, satisfaz seu desejo pessoal de consumo. A oferta para que se consuma é tão grande que é impossível não fazer uma escolha (Id, 238) e dessa maneira o indivíduo se vê pressionado a escolher. Bauman (1999b) ainda afirma que o consumo age de modo compulsivo; esse consumo demanda mais consumo e mais consumo e, dessa maneira, o indivíduo consome a própria ideia de consumir e nunca basta por si só, pois ele só quer mais. Assim, o Facebook contribui não só para o modo de consumo no qual se vive, mas para que o *Dasein* tenha sempre a sensação de bem-estar.

Com esse contexto Dantas (2011) afirma que “a sociedade imprime um novo contorno do social no qual somos intimados a agir incessantemente na busca pelo prestígio, pelo reconhecimento, pela informação e pelo conhecimento” (p.34). Então, o *Dasein* acaba por expor a sua existência na rede como um modo de obter esse prestígio que é buscado a todo o momento, e o favorecimento do Facebook quanto a este fenômeno é justamente a exposição para um número enorme de pessoas que visualizam as publicações do usuário. Este usuário se vê intimado a postar um conteúdo a fim de que os outros usuários o admirem. Além disso, a rede também funciona como uma grande ferramenta para o acesso a outros veículos midiáticos, tendo assim o acesso a informação facilitado. No Facebook você encontra página de jornais, revistas e outros meios de comunicação que ali divulgam suas notícias e pesquisa, facilitando com que o usuário tenha acesso a um número de informações que não se tinha sem o acesso à internet. Em um mesmo dia, pode-se ter acesso a jornais de um mesmo país e de

vários em questão de segundos e é por esse excesso de informação que Castells (2006) chama os tempos modernos de *A era da informação*.

Como já foi compreendido que segundo Heidegger (2012) “*Ser-em* é ser-com outros” (p. 175), pode-se pensar que esse modo de ser-com outros está diferente no Facebook, caracterizando um novo modo de ser-com. E o *ser-em* é necessariamente ser-no-mundo, pois quem é, é no mundo. Porém, o novo sentido sedimentado que o Facebook traz consigo afeta diretamente o modo de ser-em e conseqüentemente o modo de ser-no-mundo-com-os-outros.

Visto que “ser-no-mundo é essencialmente ser-com-os-outros” (DANTAS, 2011, p. 10), e que o Facebook estabelece uma nova possibilidade de ser dessa maneira, deve-se entender de que maneira se é em tal rede, compreendendo então a liquidez que o Facebook facilita nas relações. Primeiramente, o Facebook permanece um espaço uniforme e a princípio bem democrático, todos podem se expressar e manter relações com quem compreende ou compartilha de suas opiniões, enquanto outros podem, apenas olhar e então seguir para outras postagens. Segundo Bauman (2004) quanto mais esse ambiente é uniforme e mais as pessoas podem ser compreendidas de modo prosaico e superficial, e quanto mais superficial for essa relação, mais custosa é uma discussão sobre os significados que se compartilha. Em outras palavras, se manter nesse estado de superficialidade os mantém na zona do “todo mundo” como afirma Heidegger (2002).

Além do relacionamento interpessoal, há também uma mudança nas relações amorosas, como já ditas, trabalhada pelo mesmo Bauman em *Amor líquido* (2004). Já que aqui trata-se de um veículo midiático da internet, pode-se pensar o modo de relacionamento via grande rede. Segundo o autor, as relações virtuais parecem feitas sob medida para a época moderna, em que se espera as atitudes românticas e não-românticas o mais rápido possível e de maneira que mais pareça completa, isto é, que aparente ser mais perfeitas e profundas. A tentativa de sanar a carência afetiva é feita por meio de relacionamentos superficiais via internet, via Facebook, onde a relação não necessita ser completa, mas pareça ser, porque “diferentemente dos ‘relacionamentos reais’ é fácil entrar e sair dos “relacionamentos virtuais”” (BAUMAN, 2004, p.8). E dessa maneira se vê mais ainda a característica da busca pela segurança que caracteriza a modernidade líquida.

E, então, pode-se falar a respeito do sentido que parece mais gritante dentro da rede social, a espetacularização. Como já foi falado a respeito do fenômeno do espetáculo na

sociedade, agora irá se entender porque este fica visivelmente grandioso no Facebook, a fim de parecer que a rede não só favorece o espetáculo, como ela é o próprio espetáculo.

O espetáculo é o sentido do mundo moderno que aparece mais claramente na rede social; é uma relação entre seres humanos mediatizada por imagens, como deixou claro Debord (1997). Dessa forma o Facebook vem ilustrar o espetáculo, como meio pelo qual as imagens são compartilhadas, onde as imagens ganham o mundo e são vistas de diversos modos e em uma proporção gigantesca.

O Facebook é, portanto, uma ferramenta de compartilhamento de idéias, fotos, vídeos, produtos etc. de enorme repercussão. E como o campo do espetáculo é composto, segundo Dantas (2011), por “todo e qualquer tipo de imagem que leve o homem à passividade e à aceitação dos valores preestabelecidos pelo capitalismo” (p.35), o Facebook é então um campo para o espetáculo onde o Dasein está inserido. Ao compartilhar uma foto ou qualquer coisa na rede o indivíduo tende ao aparecimento, ao se mostrar, e isso acontece na rede social a cada momento. As imagens que são vistas no Facebook não têm mais o caráter de recordação que se tinham há tempos atrás, hoje têm um caráter passageiro, que é uma característica própria do espetáculo. “A rapidez com que uma imagem é substituída por outra mostra que, propositalmente, ela está ali para ser trocada imediatamente por outra” (GIOVANETTI, 2010, p. 241). Há um excesso de informações sem muita relevância e as imagens ganham um caráter de glamorização, tentando torná-las mais bonitas e de uma maneira que chame mais atenção.

Tal glamorização da imagem, pela mensagem do espetáculo de “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 1997, p. 16), faz com que sejam modificadas tanto por programas de computador e até mesmo por teatralização frente às câmeras, e, assim, o que se passa no Facebook não é o que condiz com a total realidade. O que o espetáculo faz aqui, para Dantas (2014), é modificar a vida real que é pobre, fazendo o indivíduo consumir de modo passivo as imagens de tudo que falta em sua vida real. Dessa maneira, pode-se retornar à fábula dos turistas e vagabundos, onde os vagabundos passam a consumir por imagens aquilo que lhes faltam.

Os vagabundos aqui procuram consumir as imagens da mesma maneira que os turistas e então mostrar na rede social. O que se chama “postagem” é o que o indivíduo lança para a rede, e as postagens em si procuram ser muito parecidas. Até as desigualdades levam a

produção de espetáculo, pois caso o ser apareça ele pode suprir aquilo que lhe falta. Então, encontram-se diversas postagens como bebidas caras, boates de luxo, carros e motos de luxo etc. O Facebook favorece a multiplicação das imagens do espetáculo em massa, assim como os outros meios de comunicação.

A principal ferramenta da rede social que fortalece a espetacularização é a ferramenta “like” ou “curtir” em português. Após o usuário postar fotos, comentários ou opiniões, os outros usuários podem curtir ou não tal publicação, contribuindo assim para o aparecimento de mais e mais espetáculos. O indivíduo procura mais “likes” e, portanto, mais postagens, onde a publicação com um maior número de “likes” parece ser mais interessante e, dessa maneira, o Facebook também funciona como um formador de opinião. Essa opinião que a rede social forma não é uma opinião pessoal, muito pelo contrário, a rede nos mantém na opinião impessoal, a opinião do “todo mundo”. Dessa maneira, Heidegger (2012) afirma:

Assim nos divertimos e entretemos como *impessoalmentese* faz; lemos, vemos e julgamos sobre a literatura e a arte como *impessoalmentese* vê e julga; também nos retiramos das “grandes multidões” como *impessoalmentese* retira; achamos “revoltante” o que *impessoalmente* se considera revoltante. O impessoal, que não é nada determinado, mas que todos são, embora não como soma, prescreve o modo de ser da cotidianidade (p. 184).

Dantas (2014) afirma que o espetáculo não só é multiplicado através dos meios de comunicação, mas também pelos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, e “tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias” (p. 100). Percebe-se que todos esses componentes citados pela autora são encontrados na rede social aqui estudada. No Facebook, celebridades postam o seu dia-a-dia, os políticos falam sobre as suas ideias, pessoas públicas demonstram opiniões e tudo isso é absorvido como espetáculo por aqueles que não possuem tanto poder de mostrar-se, embora procurem fazê-la.

A alienação de o indivíduo se ocupar em contemplar aquilo que lhe falta por meio de imagens faz com que ele viva menos, “quanto mais ele aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo” (DEBORD, 1997, p. 24). Esse pensamento corrobora com tudo aquilo que já foi dito; o espetáculo aqui assume um papel crucial para a não-análise do seu ser, para a manutenção do *Dasein* em sua condição impessoal. Os gestos que aparecem no Facebook já não são do indivíduo, “mas de um outro que lhes apresenta” (Id, 1997, p. 24), o que permite dizer assim

que nesse “impessoal” – que é o modo de ser do todo mundo – acaba por não ter singularidade alguma. Nele “não há comprometimento singular e no qual acabamos por ser ninguém” (SÁ E RODRIGUES, 2008, p.43).

Portela Júnior (2009) defende que Debord (1997) queria com o conceito de espetáculo apreender a “colonização da vida cotidiana” empreendida pelo capital – a artificialização do dia a dia dos indivíduos, povoados agora por imagens e objetos através do consumo – e no Facebook o que se consegue é justamente isso. Como já foi visto, na cotidianidade mediana “Há uma tendência para o ‘encobrimento’. O *Dasein* foge de si, esquecendo-se do seu ‘ser próprio’, relacionando-se com ele como algo que já tem uma configuração pré-estabelecida”. (SÁ, 2010, p.185), e com o fenômeno do espetáculo – a colonização dessa vida cotidiana feita por imagens – o ser é mantido como se o consumo e a espetacularização fossem a configuração já estabelecida de como ele deve se relacionar consigo mesmo. O que acontece quando o *Dasein* se mantém nessa “zona de impropriedade” mediada por imagens, é que ele acaba se esquecendo desse ser próprio, portanto, o espetáculo no Facebook é decadência como esquecimento do ser caracterizado pela alienação de que o *Dasein* tudo “compreende”.

Conclusão

Com o presente artigo procurou-se pensar sobre as condições de existência do homem atual a partir do pensamento de Martin Heidegger. O caráter de abertura do *Dasein* constitui uma condição originária do homem, embora este se encontre, de início e na maior parte das vezes, tomando o mundo no qual ele está como verdade.

Desse modo, o pensamento de Heidegger é articulado com os sentidos que a sociedade atual possui e transmite ao homem, tal como o consumo, a espetacularização da existência, a liquidez da modernidade e a internet. Essa articulação só é permitida, pois o homem, como ser-no-mundo, não pode se desvincular do contexto no qual se vive, sendo sempre um homem de seu tempo, baseado no seu contexto histórico de sentido.

Após compreender o homem na visão heideggeriana e o mundo articulado com essa visão de homem, buscou-se compreender o principal objeto de estudo dessa pesquisa: a rede social Facebook. Compreendeu-se como os sentidos dados pelo mundo apareciam na rede e como esses mantinham o homem na decadência, no impessoal. Compreendeu-se também que a rede social estabelece um papel crucial na comunicação e mediação da sociedade atual,

ligando muitas vezes pessoas que não se conhecem, mas também abrindo espaço para a espetacularização da existência que é a característica mais gritante dentro de tal rede. Além disso, também são encontradas características dos modos impessoais que Heidegger descreveu do homem na cotidianidade mediana: falação, curiosidade e ambiguidade.

Além do fenômeno espetacular de caráter do Facebook, este surge como um modo de consumo em relações, pois nessa busca por privilégios e admiração o ser se molda a fim de “ser consumido”, ser visto e em última instância ser curtido. Não há aqui nenhuma crítica moral quanto à utilização da rede, mas sim uma tentativa de pensarmos o modo de ser nessa rede social que tem cada vez mais adeptos. Com isso cada vez mais pessoas estão valorizando as imagens como discurso contemporâneo e utilizando a rede social para isso.

O Facebook é, portanto, uma rede social que – apesar de sua importância objetiva de oportunidade de conexão entre milhões de pessoas, com diversos benefícios eventuais para a sociabilidade na contemporaneidade – é caracterizada pelo modo da decadência do *Dasein* por um modo de ser impessoal, onde tudo parece ser discutido e falado quando na realidade o que se deve compreender continua intocável, além de um grandioso espaço para o consumo e a espetacularização.

Referências

ARAÚJO, Renata Frederico Silva. O fenômeno do falatório no pensamento de Martin Heidegger. **Existência e Arte – Revista eletrônica do grupo PET**. Ciências Humanas, Estética e Artes da Universidade Federal de São João Del-Rei. Ano I, nº I, janeiro a dezembro de 2005.

ARAÚJO, Renata Frederico Silva. A cotidianidade do Dasein. **Revista Ética e filosofia política**, Juiz de Fora, vol. 10, nº 2, 2007.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **A modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2001.

_____. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1999.

_____. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1999b.

_____. **O amor líquido: Sobre a fragilidade dos afetos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2004.

_____. **O mal-estar na pós-modernidade**. Tradução Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

CASANOVA, Marco Antonio. Heidegger e o escuro do existir: esboços para uma interpretação dos transtornos existenciais. In: EVANGELISTA, Paulo Eduardo R. A. **Psicologia fenomenológico-existencial – Possibilidades da atitude clínica fenomenológica**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Via Verita, 2013.

CASTELLS, Manuel. **The internet galaxy: reflections on the internet, business and society**. Edição Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

DANTAS, Jurema Barros. **Angústia e existência na contemporaneidade**. Rio de Janeiro: Editora Rubio, 2011.

DANTAS, Jurema Barros. **Tecnificação da vida: uma discussão sobre o fenômeno da medicalização na sociedade contemporânea**. 1ª ed. Curitiba, PR: CRV, 2014.

FEIJOO, Ana Maria Lopez Calvo de. **A escuta e a fala em psicoterapia**. Rio de Janeiro, IFEN: 2010.

GIOVANETTI, José Paulo. O Tédio Existencial na Sociedade Contemporânea. In: FEIJOO, Ana Maria Lopez Calvo de (org.). **Tédio e Finitude: Da filosofia à psicologia**. Belo Horizonte: Fundação Guimarães Rosa, 2010.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e Tempo**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2012.

LASCH, Christopher. **O mínimo eu: Sobrevivência psíquica em tempos difíceis**. Ed. Brasiliense S.A, Brasil, 1984.

PEREIRA, Newton Gomes. **O Ser da política e a política do Ser: O confronto entre Hannah Arendt e Martin Heidegger em Ser e Tempo**. Tese de doutorado defendida no programa de pós-graduação em filosofia da USP. São Paulo, 2008.

PORTELA JUNIOR, Aristeu. Para Compreender a Sociedade Esptacularizada: revisitando do pensamento de Guy Debord. **Revista Anagrama: Revista Interdisciplinar da Graduação**, ano 2, edição 3. Cidade Universitária, São Paulo. Março-Maio, 2009.

RODRIGUES, Joelson Tavares. **Terror, medo e pânico: manifestações da angústia no contemporâneo**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2006.

_____. A possibilidade de uma Psicologia não cartesiana. **Rev. Fenômeno Psi.**, Rio de Janeiro, nº1, ano 2, maio de 2004.

SÁ, Roberto Novaes de. A Analítica Fenomenológica da existência e a psicoterapia. In: FEIJOO, Ana Maria Lopez Calvo de (org.). **Tédio e Finitude: Da filosofia à psicologia**. Belo Horizonte: Fundação Guimarães Rosa, 2010.

SÁ, Roberto Novaes de. MATTAR, Cristine Monteiro, RODRIGUES, Joelson Tavares. Solidão e relações afetivas na era da técnica. **Revista do departamento de psicologia – UFF**. v. 18, nº 2, p.111-124, jul./dez. 2006.

SÁ, Roberto Novaes de. RODRIGUES, Joelson Tavares. A questão do sujeito e do intimismo em uma perspectiva fenomenológico-hermenêutica. In: FEIJOO, Ana Maria Lopez Calvo de (org.). **Interpretações fenomenológico-existenciais para o sofrimento psíquico na atualidade**. Rio de Janeiro: GdN Ed., 2008.

SLEUTJES, Maria Helena. Pós-modernidade em Heidegger. **Rev. Univ. Rural, Ser. Ciênc. Humanas**, Rio de Janeiro, vol. 23 (2): 189-193, jul/dez, 2001.

SOARES, José Coelho; EWALD, Ariane. Reflexões à sombra de adorno: cultura do consumo, vazio existencial e sofrimento psíquico. **Revista Crítica de Ciências Sociais y Jurídicas**, Madrid, p. 1-12, 2004. Disponível em: <http://www.existencialismo.uerj.br/pdf/Nomadas.pdf>. Acesso em: 4 de maio 2015.

TFOUNI, Fábio Elias Verdiani. SILVA, Nilce da. A modernidade líquida: o sujeito e a interface com o fantasma. **Rev. Mal-estar e Subj.**, Fortaleza, v.8, nº 1, março de 2008.

Recebido em: 17/08/2015.

Aceito em: 07/01/2016.