

SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: BLOGS E BLOGUEIRAS COMO PRODUTOS

Dayane Souza – Faculdade Araguaia – Unidade Bueno

Gabriela Nascimento – Faculdade Araguaia – Unidade Bueno

RESUMO: Analisando o formato da vida humana, dentro dos estudos do sociólogo *Zygmunt Bauman*, podemos dizer que vivemos numa sociedade do espetáculo. Como a mídia faz parte dessa sociedade, ela não poderia ser diferente. Vemos comunicadores se tornarem produtos, e dentro dessa nova configuração de mídia que são as redes sociais, temos aí os blogs e blogueiras que transmitem informações como se fossem especialistas em assuntos como moda ou saúde, por exemplo. E é perceptível que as mesmas lançam essas informações em busca de fama e dinheiro. Ou seja, é fácil identificar um dos pontos relatados nos estudos de Bauman, que é o importante para a sociedade atual é o parecer e não ser. Este trabalho faz uma análise de um vídeo produzido com base nessas temáticas.

PALAVRAS-CHAVE:

Vida como Mercadoria; Ser x Parecer;
Modernidade Líquida; Redes Sociais.

Artigo Original

Recebido em: Set/2017

Publicado em: Dez/2017

Publicação

Sistema Integrado de Publicações

Eletrônicas da Faculdade Araguaia – SIPE

INTRODUÇÃO

Sabemos do poder das jovens blogueiras como formadoras de opinião na atualidade através das redes sociais e que se tornaram uma importante ferramenta de comunicação, ainda mais se tratando do público feminino.

Estas blogueiras têm como trabalho expressar a sua opinião quanto a uma determinada marca de produtos de maquiagens, ou moda. E essa proximidade que as redes sociais proporcionam faz dessas blogueiras um vínculo fiel com suas seguidoras, tornando cada vez mais influentes. Assim a sua opinião é de extrema relevância não só para suas seguidoras, mas principalmente para empresas, que veem nesse mundo a possibilidade de engrenar cada vez mais a sua marca, no caso elas próprias.

Dentro do contexto da sociedade do espetáculo, sabemos que a representação é maior que a realidade e a aparência têm mais força e importância que o ato de SER. E com esse setor econômico avançado que traz essa ideia, ou seja, que tudo o que é bom aparece, escancara, essas imagens/objetos, ou melhor, dizendo, as blogueiras são a principal produção da sociedade atual.

Foi feito um vídeo, que iniciamos exemplificando grandes blogueiras saudando de forma costumeira suas seguidoras. Já nesse momento consegue-se perceber a dedicação imensa em criar ali uma afinidade com o público que está do outro lado. Idealiza-se uma amizade, uma sensação de

confiança e isso, nesse meio, é de extrema importância, até porque o que vai ser falado ali, terá que ser vendido com êxito, para assim conquistar os benefícios de uma blogueira de sucesso.

DESENVOLVIMENTO

É perceptível a mudança que sofremos nos últimos tempos quanto à visão sobre privacidade. Os que antes certos assuntos eram vivenciados somente entre as pessoas mais íntimas, agora é difícil diferenciar o que é privado ou público dentro da web. Ou seja, o que antes era escrito num diário, guardado a sete chaves, hoje passou a ser exposto de forma natural, esse é o trabalho das blogueiras, compartilhar com suas leitoras os seus dias a dia.

E é nesse compartilhar de assuntos íntimos com seguidores, é que se formam as chamadas formadoras de opinião ou *digital influencer*. Mesmo não sendo especialistas no assunto, as mesmas expressam sua opinião atingindo milhares de pessoas, e essas leitoras com o desejo de serem iguais seus ídolos, acreditam fielmente naquilo que foi dito pelas blogueiras. Fazendo delas celebridades referências da noite para dia somente com compartilhamento de informações de seu conhecimento empírico

Analisando os estudos do sociólogo Zygmunt Bauman, ele fala exatamente que a representação é maior que a realidade, ou seja, a vida passa a ser uma representação, uma exibição da intimidade.

Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. (BAUMAN, 2008a, P.110)

A representação espetacular do homem, esse é o papel das blogueiras, que trazem a ilusão de que se consumirmos tal coisa, seremos felizes. Criando na sociedade atual uma pseudonecessidade. Não há questionamentos quanto a essa dica, mesmo que não seja de um especialista, absorvemos a ideia transmitida e repassamos a informação mesmo sem saber se aquilo é certo ou não. Ou seja, passamos a obedecer às normas do espetáculo passivamente.

As blogueiras utilizam a sua vivência sobre um determinado assunto para vender a sua própria imagem a fim de ganhar espaço comercial, ou seja, visibilidade de grandes empresas para promover seus produtos, e quem conquista esse patamar dentro da internet, já é considerada um *digital influencer*. E com uma quantidade razoável de seguidores, divulgam novos trabalhos em vendem publicidade. Portanto esse é o real interesse das blogueiras, interesse na visibilidade que esse meio proporciona.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa sociedade em que tudo é espetáculo, a internet não poderia ficar de fora, e é ela quem possibilita que essas blogueiras compartilhem informações sem ao menos ter especialização sobre o assunto. Estas atingem milhares de pessoas, consideradas seguidoras e/ou leitoras, que agarram qualquer ideia transmitida pelas blogueiras.

Não estão ali só para vender o produto, mas a si mesmas, onde através desse meio, blogs adquirem grande visibilidade, e ali expõem as suas vidas sem a menor cerimônia. Confirmando que é mais importante parecer do que ser.

E é avaliando essa exposição que conseguimos identificar a necessidade de buscar o equilíbrio, ou seja, nem tudo precisa se tornar público, mesmo com o avanço das tecnologias e as gradativas atualizações das redes sociais, podemos sim fazer essa separação.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo – A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Hazar, 2008.