

/artigos

Do crepúsculo dos ídolos à adoração do cotidiano: ciberespaço e idealização do mundo virtual

Adriano Martins das Dores Costa

Universidade Estadual do Maranhão (UEMA)

<https://orcid.org/0000-0002-2726-5215>

admartins@gmail.com

Resumo: O avanço da internet propiciou uma situação em que a visibilidade que alguns indivíduos, grupos e entidades alcançam dentro de determinados círculos, e até mesmo em todo o globo, tem chegado a níveis de idolatria e reverência que só podem ser comparadas a um culto, uma religião ou seita. Essa construção de significados é processada através da chamada “autocomunicação de massa”, termo cunhado por Manuel Castells, na qual os próprios indivíduos estabelecem quem possui algum tipo de poder. E são essas novas relações midiáticas que constroem novos ídolos para adoração, elevados da noite para o dia da condição de mortais a deuses. O que se pretende apresentar neste texto é como a Teoria do Mundo Ideal de Platão explica a criação de um novo paraíso, um local idílico e perfeito dentro da internet e como, neste “novo céu”, os usuários da rede estão entronizando esses novos deuses e, consequentemente, prestando sua adoração, alimentando e dando poder a esse panteão forjado a partir de likes. Em contraposição a essa situação, iremos entender como a proposta da inversão das ideias de Platão, idealizada por Nietzsche, pode nos ajudar a compreender este fenômeno social e, quem sabe, superar esta idolatria.

Palavras chaves: Platão; Mundo Ideal; Ciberespaço; Redes Sociais; Nietzsche.

Abstract: The advancement of the internet has created a situation where the visibility that certain individuals, groups, and entities attain within specific circles, and even globally, has reached levels of idolatry and

reverence that can only be compared to a cult, a religion, or a sect. This construction of meaning is processed through what is known as "mass self-communication," a term coined by Manuel Castells, in which individuals themselves determine who possesses some form of power. It is these new media relationships that construct new idols for worship, elevating them from mortal status to gods overnight. What this text aims to present is how Plato's Theory of the Ideal World explains the creation of a new paradise, an idyllic and perfect place within the internet, and how, in this "new heaven," users of the network are enthroning these new gods and, consequently, offering their worship, feeding and empowering this pantheon forged from likes. In contrast to this situation, we will explore how Nietzsche's proposed inversion of Plato's ideas can help us understand this social phenomenon and, perhaps, overcome this idolatry.

Keywords: Plato; Ideal World; Cyberspace; Social Networks; Nietzsche.

1. INTRODUÇÃO

O que temos visto nos últimos anos, com o avanço das tecnologias de comunicação e o acesso cada vez mais massivo ao mundo digital, é que as relações entre os seres humanos têm sofrido mudanças, principalmente com a chegada das redes sociais. Este texto analisa como esses indivíduos, ou usuários das redes, tem criado um “Mundo Ideal” dentro do Ciberespaço - bem aos moldes da teoria platônica de mundo inteligível - e ali cultuam uma nova categoria de “deidades”, surgidas a partir de likes.

Esse debate é importante, a partir do momento em que as pessoas estão vivendo cada dia mais “dentro” da internet. O Brasil já é o segundo país em que mais se passa tempo nas redes sociais no mundo e, em média, o brasileiro fica até 3h46min por dia conectado em algum aplicativo. No país todo, são mais de 150 milhões de usuários de redes sociais. No mundo inteiro, mais de 4,76 bilhões de pessoas utilizam redes sociais, o que representa 59,4% da população no Globo (WE ARE SOCIAL; MELTWATER, 2023). E, a partir do momento em que as tecnologias tendem a se expandir e baratear ainda mais, a previsão é de que esses números deem saltos ainda maiores nos próximos anos com os investimentos que as próprias empresas de redes

sociais têm realizado e o surgimento de novas opções. Por isso, é urgente que a filosofia se ocupe em estudar e decifrar este mundo virtual, que está tomando conta da sociedade real.

Na primeira parte do texto, vamos conceituar a cibersocialidade. Na segunda parte, vamos examinar a criação de um novo paradigma dentro do conceito de Mundo Ideal platônico voltado para as redes sociais e, na terceira parte, analisar como a crítica que Nietzsche faz às ideias do filósofo grego também podem ser utilizadas para criticar também o chamado “mundo virtual”.

2. CIBERSOCIALIDADE E REDES SOCIAIS

O primeiro ponto a se levar em conta, quando pensamos em relações dentro da internet, é definir o terreno em que essas conexões se formam. E, predominantemente, elas se processam dentro do que chamamos de Redes Sociais. O conceito de Rede Social surgiu na primeira metade do século XX (VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2015), e era utilizado pelos pesquisadores para explicar alguns sistemas sociais, mas, no sentido metafórico, visto que, segundo PORTUGAL (2007, p. 2), “[...] eles não identificavam características morfológicas, úteis para descrição de situações específicas, nem estabeleciam relações entre as redes e o comportamento dos indivíduos que as constituem” (PORTUGAL, 2007, p. 3). Foi só depois dos anos 1950 que o conceito entrou de vez na teoria sociológica, vindo a se ampliar no final do século XX e começo do XXI, com a expansão da informática.

O que hoje as áreas do conhecimento reconhecem sob a denominação de rede social é uma construção linguística e cultural, apoiada sobre práticas observacionais que foram se constituindo ao longo da história humana. Essas práticas tiveram um avanço significativo no Renascimento, a partir da geometrização do real e da possibilidade de geração de conhecimento em torno da relação espacial construída pela razão. É, em função disso, um conceito baseado na crença e no pensamento matemático. (VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2015, p. 866).

A atual concepção que temos de redes sociais está ligada à evolução dos meios de comunicação, com o surgimento de ferramentas, programas, sites e aplicativos que privilegiam o relacionamento entre os indivíduos, ainda que este relacionamento seja narcisista (cf. HAN, 2018, p. 45), no sentido de que ver e ser visto constitui nosso sentido de identidade, a representação que fazemos de nós mesmos, como se o olhar do outro – por mais pernicioso que este seja – determinasse quem nós somos. Essa convivência se dá através do ciberespaço, que, segundo Pierre Lévy (2000, p. 92), seria “[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Porém, o que é aparentemente uma questão técnica (como conectar pessoas distantes fisicamente), se torna uma questão para as humanidades (como o modo de interação virtual altera o modo como constituímos as nossas psiques).

Lemos (2004, p.81) afirma que esta cibersocialidade é uma “[...] sinergia entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias do ciberespaço”. Por conta dessa associação, Castells (2006) afirma que o ciberespaço transforma a sociabilidade, deixando-a hipersocial e horizontal. Por hipersocial, ele quer dizer que as redes facilitam a comunicação à distância entre as pessoas. Elas estão mais ligadas e conectadas uma às outras, sendo mediadas pelos dispositivos, isso cria uma interconexão planetária, aparentemente sem limites. Piérre Lévy (2000) descreve como: “[...] por meio dos computadores e das redes, as pessoas mais diversas podem entrar em contato, dar as mãos ao redor do mundo” (LÉVY, 2000, p. 119). Assim, as pessoas não estão mais isoladas no sentido geográfico, mas se permitem aumentar substancialmente a sociabilidade, na medida em que é potencialmente capaz de se comunicar com pessoas com diferentes backgrounds biográficos e culturais.

O conceito de rede, por si só, é ambíguo: originalmente é uma coisa que serve para prender; por outro lado, quando levado para dentro dos espaços virtuais e ao ampliar o potencial de comunicação, permite exercício da liberdade. Como diz Lévy, em seu Cibercultura (2000), o ciberespaço, do qual as redes sociais fazem parte:

[...] dissolve a pragmática da comunicação que, desde a invenção da escrita, havia reunido o universal e a totalidade. Ele nos leva, de fato, à situação existente antes da escrita — mas em outra escala e em outra órbita — na medida em que a interconexão e o dinamismo em tempo real das memórias online tornam novamente possível, para os parceiros da comunicação, compartilhar o mesmo contexto, o mesmo imenso hipertexto vivo (LÉVY, 2000, p. 118).

Noutro ponto, ele é bem mais direto, explicitando a rede intricada de interações que se forma dentro da internet:

Qualquer que seja a mensagem abordada, encontra-se conectada com outras mensagens, a comentários, a glosas em evolução constante, às pessoas que se interessam por ela, aos fóruns onde se debate sobre ela aqui e agora. Seja qual for o texto, ele é o fragmento talvez ignorado do hipertexto móvel que o envolve, o conecta a outros textos e serve como mediador ou meio para uma comunicação recíproca, interativa, interrompida. No regime clássico da escrita, o leitor encontrava-se condenado a reatualizar o contexto a um alto custo, ou então a restabelecê-lo a serviço das Igrejas, instituições ou escolas, empenhadas em ressuscitar e fechar o sentido. Ora, hoje, tecnicamente, devido ao fato da iminente colocação em rede de todas as máquinas do planeta, quase não há mais mensagens "fora de contexto", separadas de uma comunidade ativa. Virtualmente, todas as mensagens encontram-se mergulhadas em um banho comunicacional fervilhante de vida, incluindo as próprias pessoas, do qual o ciberespaço surge, progressivamente, como o coração (LÉVY, 2000, p. 118).

Já o conceito de rede horizontal é um dos principais pilares das cibercultura, e explica-se como uma forma de produção e difusão de conteúdo, a partir do próprio indivíduo. Uma vez que nas redes tudo está ligado a tudo e todos estão ligados entre si, e mais, todo mundo produz conteúdo, diferentemente dos meios comunicacionais tradicionais onde a produção é verticalizada, isto é, parte de um ponto para ser consumido em outro. No ciberespaço, toda hierarquia de produção é abolida, conforme escreve Castells:

Com a difusão da sociedade em rede, e com a expansão das redes de novas tecnologias de comunicação, dá-se uma explosão de redes horizontais de comunicação, bastante independentes do negócio dos media e dos governos, o que permite a emergência daquilo a que chamei comunicação de massa autocomandada (CASTELLS, 2006, p. 24).

Essa comunicação de massa autocomandada é o que permite que os usuários publiquem o que quiserem dentro das redes: suas fotos das férias, do dia a dia, do

almoço, do jantar, do treino “pago” do dia, seus pensamentos, poemas, ideias, qualquer coisa. Permite até mesmo, que eles forjem situações que não existem, inventem notícias, fraudem imagens e até a própria vida, já que não existe mais um mediador, censor ou um gatekeeper, que, dentro do jargão das teorias da comunicação, é aquele que define o que tem valor de notícia. Castells vem dizer que:

A elasticidade da Internet a torna particularmente suscetível a intensificar tendências contraditórias presentes em nosso mundo. Nem utopia nem distopia, a Internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico, que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade. (CASTELLS, 2003, p. 75).

3. O MUNDO IDEAL DAS REDES SOCIAIS

O mundo nas redes sociais pode ser caracterizado como platônico. No sentido de que ele, em muitos aspectos, se expressa como perfeito e inalcançável. Perfeito, porque as pessoas publicam apenas aquilo que elas querem que os outros vejam e isso, quase sempre, é apenas o melhor delas. Inalcançável, porque os seguidores comuns nunca irão chegar neste arquétipo de vida impecável e quimérica forjada diariamente dentro dos stories. E, isto, se torna um padrão em que as pessoas têm que sempre superar a sua última postagem, ou a de seu “amigo”.

Essa intensidade emocional na maior parte das vezes é expressa em sua forma mais idealizada. As ideias ou são muito belas e perfeitas, sob o ponto de vista platônico, ou opostas à estas, representando a feiura e a imperfeição, à primeira vista como se fossem um contraponto às primeiras. Entretanto, tanto umas quanto outras seguem a mesma visão platônica do mundo, no sentido de que se visa o ideal a ser alcançado de perfeição estética, moral e ética (HERRANS, 2019, p. 7).

A teoria das ideias - do mundo ideal, das formas, do mundo inteligível - de Platão, provoca a reflexão, na medida em que pressupõe que aquilo que vemos neste mundo material é uma sombra de algo que está num mundo ideal e perfeito. Nas redes sociais, o que fazemos é abarcar este conceito. Enquanto o mundo material segue igual, imperfeito e fugaz, o Mundo Ideal se estabelece no virtual. E não como

uma metáfora ou alegoria, verdadeiramente a sociedade moderna do início do século XXI migrou o seu conceito de mundo supra-sensível do etéreo para o cibernético. Este mundo virtual se tornou o novo Olimpo, novo céu, paraíso, mundo perfeito, ou seja, uma idealização e uma abstração do mundo real, concreto, cotidiano. “É um mundo criado pela vontade e para a vontade, sem o espaço real e sem as limitações da realidade” (HERRANS, 2019, p. 4). Não é à toa que um dos termos técnicos mais utilizados para se definir um tipo de relação com o ciberespaço seja “computação na nuvem” (cloud computing).

Neste novo Éden, todas as cadeiras são perfeitas, todas as viagens são magníficas. Todo almoço é maravilhoso. Não existe espaço para o desânimo, a dor e o sofrimento. E tudo é muito limpo e cheio de filtros com cores saturadas e brilhantes.

Byung-Chul Han ressalta essa fuga que o digital proporciona ao ser humano destacando o papel do smartphone como uma das principais portas de entrada no ciberespaço.

Ele (o smartphone) abafa toda forma de negatividade. Desse modo se desaprende a pensar de um modo complexo. Ele também faz com que definhem formas de comportamento que demandam uma amplitude temporal ou uma visibilidade ampla. Ele demanda o curto prazo e oculta o longo e o lento. O curtir sem lacunas produz um espaço da positividade. Por causa de sua negatividade a experiência enquanto irromper do outro interrompe o autoespelhamento imaginário. A positividade que habita o digital reduz a possibilidade de uma tal experiência. Ela promove o igual. O smartphone, como o digital em geral, enfraquece a capacidade de lidar com o negativo. (HAN, 2018, p. 45)

E claro, existem também as relações de poder, domínio e adoração. Pois, conforme ressaltado por Castells:

Eu defendo que o poder social ao longo da história, mas ainda mais na sociedade em rede, opera principalmente pela construção de significado na mente humana por meio de processos de comunicação. Na sociedade em rede, isso é realizado em redes multimídia globais/lokais de massa comunicação, incluindo a autocomunicação de massa, ou seja, a comunicação organizada em torno do Internet e outras redes de comunicação digital horizontal (CASTELLS, 2011, p. 779).

Deste modo, consideramos que as redes permitem uma construção de significados nos quais os próprios usuários definem quem tem poder, ou não. Isso é totalmente diferente das relações de poder que vinham se construindo com as mídias antigas, nas quais os grandes astros eram pessoas de relevância política, financeira, artística, esportiva ou até mesmo intelectual. Trata-se, assim, de reconhecer dois pontos: primeiro, que o poder não se apresenta mais com um lugar privilegiado; segundo, que as interações nas redes, embora proporcionem a liberdade de expressão devido à comunicação à distância e à produção de conteúdo pelos usuários, tais conteúdos estão sujeitos à crítica e ao embate com opiniões destoantes.

Não por acaso, este novo Olimpo consegue entronizar figuras que são apenas “personalidades da mídia”, ou digital influencers, sem terem nenhum realizado nenhum outro feito mais relevante à sociedade, nem mesmo lançado uma música considerada pelos especialistas como de má qualidade. Além disso, o número de influenciadores existentes no mundo poderia ser comparado à quantidade de deuses gregos e romanos cultuados durante a Idade Antiga, o que promove uma polifonia na comunicação e uma busca incessante por mais seguidores e mais likes. Uma vez que, sendo bastante claro, aqueles que possuem mais seguidores/adoradores detêm uma cota enorme de poder de influência, que poderia rivalizar, até mesmo, com aquele exercido por governos e megacorporações tradicionais.

Com relação à criação de mitos, Friedrich Wilhelm Joseph Schelling classifica-os em dois grupos: “o histórico, que se constitui de mitos cujo conteúdo é considerado historicamente válido, o segundo grupo pode ser chamado de ‘doutrina’, é o conjunto de mitos cujo conteúdo é uma mensagem, ensinamento ou teoria, e sua validade não depende de sua historicidade” (GÓES, 2019, p.29-30). A partir dessa interpretação, algumas figuras mitológicas realmente teriam existido em algum lugar e tempo para depois serem elevadas à categoria de deuses e lendas. No primeiro grupo, por exemplo, entrariam casos de superação heroica contra ameaças a uma nação ou povo – como no caso de Moisés –, os mitos genealógicos e os mitos que tratam de grandes descobertas ou invenções. Livremente, poderíamos

acrescentar os influenciadores digitais, já que através da sua exposição midiática eles têm sido transformados em deuses.

Lúcia Santaella (2004, p.123) destaca o papel do corpo nessa transformação de homens em deuses.

O corpo está em todos os lugares. Comentado, transfigurado, pesquisado, dissecado na filosofia, no pensamento feminista, nos estudos culturais, nas ciências naturais e sociais, nas artes e literatura. Nas mídias, suas aparições são levadas ao paroxismo. Como explicar essa onipresença? Para aqueles que estão refletindo sobre as novas formações culturais na era digital da comunicação em escala planetária, esse fenômeno pode ser em parte explicado pelas inquietações provocadas pelos processos de corporificação, descorporificação e recorporificação propiciados pelas tecnologias do virtual e pelas emergentes simbioses entre o corpo e as máquinas. Ao criarem a ilusão de que é possível transcender o corpo carnal através das descorporificações da simulação, tais processos e simbioses colocam em crise as crenças em uma relativa estabilidade dos limites corporais, pondo em questão as tradicionais estratégias identificatórias constitutivas da subjetividade (SANTAELLA, 2004, p.133).

Esse papel que o virtual tem em descorporificar, criando essa ilusão de transcendência e eterno, favorece o distanciamento entre os seguidores e seguidos. Assim, aquela pessoa que está lá, do outro lado da tela, ao alcance dos dedos, ao mesmo tempo está distante, em outro plano. Byung-Chul Han (2018, p.56) conclui que “a mídia digital cria mais distância do real do que as mídias analógicas”.

Lúcia Santaella (2004) conecta a questão com o crescente aprimoramento da fotografia e da imagem digital, que, desde o começo do século XX, tem contribuído para a forma como nós vemos o corpo. Principalmente por conta da manipulação das imagens, permitida pela computação gráfica, que tornou possível transformar completamente o que vemos e até mesmo apagar os defeitos mundanos.

Em função disso, nas imagens os rostos e os corpos das atrizes e das modelos atingem o paroxismo da perfeição. Pares complementares dos

corpos de aparência plastificada dos self-built-men, seus corpos são tão perfeitos que parecem cobertos de verniz, de uma película transparente que vitrifica o corpo, um corpo sem poros, sem exsudação, nem excreção, funcionalizado como um revestimento de celofane, exibindo a imortal juventude da simulação (SANTAELLA, 2004, p.129).

Han complementa trazendo a informação de que hoje produzimos, com a ajuda da mídia digital, imagens em quantidade gigantescas, e que esta grande produção é um sintoma de proteção e fuga da realidade e da mortalidade. “Não é com a ajuda de religiões, mas sim com técnicas de otimização que nos contrapomos a facticidades como corpo, tempo, morte etc” (HAN, 2018, p.57). Afinal:

Quem ganha a batalha no coração dos incautos? Certamente, as mídias, pois as imagens, que elas incessantemente passam, dão robustez ao imaginário que alimenta as miragens do ego. (...) não parece haver outro caminho para a grande maioria dos seres humanos senão se reconhecer, se relacionar consigo mesmo e com suas vidas de acordo com os discursos, as imagens das mídias e os pressupostos em que se sustentam. Ora, nas mídias, aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo, o corpo reificado, fetichizado, modelizado como ideal a ser atingido em consonância com o cumprimento da promessa de uma felicidade sem máculas (SANTAELLA, 2004, p. 125).

4. A PROPOSTA DA INVERSÃO DAS IDEIAS

Se o mundo dentro das redes sociais é o platônico, Nietzsche vem dizer que ele é apenas “[...] uma ilusão, algo criado pelos homens e que não possui valor real” (COSTA, 2013, p. 5). O que pode ser entendido como uma ilusão dos sentidos, ou as sombras apresentadas por Platão na alegoria da caverna, de acordo com Junglhaus:

A ilusão é criada pelo intelecto para que os seres mais frágeis e efêmeros (como o homem) possam sobreviver no mundo. O homem se ilude no momento em que dá à existência um valor que não possui. E é por meio dessa ilusão que o homem desenvolve os valores que sobreponem a vida (JUNGLHAUS, 2010, p. 12).

Esta ilusão serve apenas para encobrir a própria existência humana, mascarando o mundo real – que seria feio, vulgar, doente –, e forçando as pessoas a viverem e existirem apenas esperando chegarem ao mundo inteligível, como afirma o filósofo alemão em *O Crepúsculo dos Ídolos*: “[...] falar de outro mundo distinto

deste carece de sentido, supondo que não nos domine um instinto de calúnia, amesquinhamento e de suspeita contra a vida. Neste último caso nos vingamos da vida com a fantasmagoria duma vida distinta, duma vida melhor” (NIETZSCHE, 2001, p. 25).

Traduzindo para as redes sociais, os usuários não conseguem mais viver as suas próprias vidas, enquanto se preocupam unicamente em seguir o mundo ideal disponibilizado como conteúdo na internet, sem que a sua própria experiência real corresponda àquela imagem idealizada. Em comparação com o que os influenciadores postam, minha casa sempre vai ser inferior, meu emprego sempre vai ser o pior, minhas viagens nunca terão tanto glamour e até meus filhos serão mais feios. O padrão que é estabelecido nas redes sociais torna-se inalcançáveis para meros mortais, construímos, assim, um novo panteão de figuras a serem idolatradas, às vezes não por suas conquistas ou por aquilo que elas são, mas apenas por aquilo que aparecem ou por aquilo que possuem, conforme escreve Junglhaus:

Pode-se dizer, com base no exposto acima, que a natureza da moral platônica, na compreensão de Nietzsche, é constituída pela [...] valoração de coisas que não são a vida. Isso é fruto da vontade de verdade que incuba ao homem a necessidade de buscar uma verdade. Ela é o fundamento da desvalorização da vida. É ela que possibilita ao homem desenvolver novos valores, negando a vida. Tais valores desenvolvem, no platonismo, uma dualidade que nega a vida e enaltece um valor inexistente (JUNGLHAUS, 2010, p. 43).

Costa (2013) vai corroborar esse pensamento ressaltando que:

[...] o mundo inteligível é desvantajoso à vida na medida em que encobre o próprio existir humano, o que o homem é de fato. O mundo inteligível não coloca a vida em evidência. Ao contrário, mascara-a. Ao depositar toda a sua “confiança” no mundo inteligível, o ser humano acaba por sair de um mundo autêntico e passa a refugiar-se em uma realidade produzida (COSTA, 2013, p. 5).

No Crepúsculo dos Ídolos, o filósofo alemão, dedica várias e várias páginas, a tratar o caráter ilusório do Mundo Ideal platônico e pede, simplesmente, que demos um fim a ele.

O Mundo-verdade inacessível, indemonstrável, que não se pode prometer, porém que mesmo supondo-se seja imaginário, é um consolo e um imperativo. [...] O Mundo-verdade... inacessível? Pelo menos não

alcançado em caso algum. Logo desconhecido. Por isso nem consola, nem salva, nem obriga a nada; como pode obrigar a algo uma coisa desconhecida? [...] O Mundo-verdade; uma ideia que não serve mais para nada, não obriga a nada; uma ideia que se tornou inútil e supérflua; por conseguinte, uma ideia refutada: suprimamo-la! (NIETZSCHE, 2001, p. 26).

Supõe-se, então, que este mundo ideal não existe, senão para enganar e ludibriar o ser humano, sendo mais uma criação, uma pantomima do homem, para se ver livre de suas obrigações e até mesmo para não ter que abraçar o amor fati.

O ponto neste texto é mostrar que, assim como Nietzsche destroça esse mundo ideal platônico, suas críticas também servem para o novo mundo ideal, forjado dentro da internet. Dessa forma, segundo o filósofo alemão, o que teríamos hoje, é uma sociedade que não vive mais a sua vida mundana e simples, pois se preocupa em alcançar sempre um mundo melhor, porém inalcançável, uma vez que se trata de ilusão das redes sociais.

E o que a sociedade deve levar em conta é que o caminho a ser percorrido é o proposto por Nietzsche, o da inversão das ideias de Platão, em que o mundo ideal, inteligível, é o projetado e o sensível, das aparências, é o real. Giacóia Jr. diz que “inverter seria, então, simplesmente reverter, revalorizar o extremo oposto daquele valorizado pelo Sócrates platônico” (GIACÓIA, 1997, p.33), ou seja, valorizar aquilo que estamos deixando de lado, que é a nossa vida comum e cotidiana, e que no final será tudo o que nos resta.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que este texto tentou mostrar é que a sociedade moderna do início do século XXI vivencia uma abstração, que identificamos com o Mundo Inteligível de Platão, uma vez que as redes sociais têm mudado, mesmo que inconscientemente, a nossa percepção de mundo inteligível ou ideal, transferindo-a para o ciberespaço. Em certo sentido nos tornando insensíveis ao cotidiano, à vida real. Dentro deste ciberespaço, o principal ponto de convergências entre os usuários são as chamadas redes sociais, que congregam bilhões de pessoas em todo o mundo. Estas redes têm servido, então, como escape do mundo real e mortal mostrando uma sociedade idealizada e inalcançável, pela qual as pessoas têm almejado.

Neste mundo ideal constituído nas redes sociais, supõe-se a criação de um panteão de figuras que, por vezes, são elevadas à categoria de divindades, como nos moldes das divindades greco-romanas. Porém, neste panteão formado pelas redes sociais, verificam-se poucos privilegiados que têm realmente acesso a tudo o que existe de bom e perfeito no mundo, bem como exibem sua riqueza material a um séquito, sempre sedentos por acompanhar e saber mais e mais sobre esta nova “deidade” adorada através de uma tela. Estes seguidores sonham com o dia em que poderão alcançar toda essa perfeição, chegar a este paraíso, a esta terra (virtual e fluida) de onde promana o aparentemente ilimitado hidromel, porém esquecem de viver suas vidas reais, ou ainda não querem viver suas vidas reais, uma vez que o mundo real pode revelar o feio, sujo e imperfeito. Neste sentido, o cotidiano é a oportunidade de transformar a vida vivida em obra de arte, sendo o mundo real a condição de possibilidade para a encarnação da beleza no mundo.

* * *

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A Network Theory of Power.** International Journal of Communication, University of Southern California, ano 2011, v. 5, p. 773-787, 2011. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1136>. Acesso em: 14 nov. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet:** Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. **A Sociedade em Rede:** Do Conhecimento à Ação Política. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2006. 439 p. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/329970512_A_Sociedade_em_Rede_Do_Conhecimento_a_Accao_Politica_-_Manuel_Castells_Gustavo_Cardoso.
Acesso em: 14 nov. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede:** A era da informação: economia sociedade e cultura. 6. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

COSTA, Izanete de Medeiros. **Apreciação Nietzscheana do Idealismo Platônico e sua inversão.** Revista Lampejo, Fortaleza/CE, ano 2013, v. 1, ed. 3, p. 3-15, 06 2013. Disponível em: http://revistalampejo.org/edicoes/edicao-3/artigos/Artigo01_Izanete_03_a_15.pdf. Acesso em: 14 nov. 2021.

GIACÓIA JÚNIOR, O. **O Platão de Nietzsche e o Nietzsche de Platão.** Cadernos Nietzsche –Publicação do GEN-Grupo de Estudos Nietzsche. São Paulo, n. 3, p. 23-36, 1997.

GÓES, Vitor Luis Carvalho de. **Mitologia em Schelling:** apresentação do conceito de mitologia através da investigação das obras Filosofia da mitologia e Filosofia da arte. 2019. 117 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Filosofia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.

HAN, Byung-Chul. **No enxame:** Perspectivas do digital. Petropólis: Vozes, 2018. 134 p.

HERRANS, Patricia Helena Giovanelli. **O mundo das redes sociais como vontade e representação.** Caderno Intersaber, Paraná, ano 2018, v. 7, ed. 10, 28 jun. 2019. Disponível em: <https://www.cadernosuninter.com/index.php/intersaberes/article/view/999>. Acesso em: 14 nov. 2021.

JUNGLHAUS, Thiago. **O antiplatonismo de Nietzsche.** Orientador: Dr. Joel Alves de Souza. 2010. Dissertação (Mestre em Filosofia) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/24204>. Acesso em: 14 nov. 2021.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 2. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

NIETZSCHE, Friedrich. **O crepúsculo dos ídolos:** ou a filosofia a golpes de martelo. Curitiba: Hemus, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich. **A gaia ciência.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

PLATÃO. **As grandes obras.** São Paulo: Mimética, 2021. Ebook.

PORUTGAL, Silvia. **Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica.** Oficina do CES n.271. Mar.2007. Coimbra, Portugal. Disponível em: <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/271/271.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2021.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e Comunicação:** Sintoma da Cultura. São Paulo: Paulus, 2004.

VERMELHO, Sônia Cristina; VELHO, Ana Paula Machado; BERTONCELLO, Valdecir. **Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores.** Educ. Pesqui, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 863-881, Out/Dez 2015. DOI s1517-97022015041612. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/cXRvMhCswX4jQNyP5grBShn/?lang=pt>. Acesso em: 14 nov. 2021

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2023: Global Overview Report.** EUA, 26 jan. 2023. Slide. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 15 set. 2023.

v . 2 3 , n . 1 , 2 0 2 2 (2 0 2 3)

Recebido 04/06/2023

Aprovado 03/11/2023

Licença CC BY-NC 4.0

