

Sociedade do Espetáculo: a influência das redes sociais na construção da narrativa de uma vida como show

Society of the spectacle: the influence of social networks in constructing the narrative of a life as a show

Amália Cutane Comiche
Universidade Católica de Moçambique
amaliacutany@gmail.com

Bruno F. Gonçalves
CIEB, Instituto Politécnico de Bragança
bruno.goncalves@ipb.pt

Resumo

As redes sociais têm tido um impacto profundo na forma como as pessoas partilham as suas vidas e interagem com o mundo. Este estudo explora a noção de "sociedade do espetáculo" e como as redes sociais moldam a maneira como as pessoas apresentam as suas vidas. Além disso, investiga como essa tendência afecta a percepção da realidade, as relações sociais e os impactos psicológicos desta exposição constante. Para realizar a pesquisa, foram utilizadas análises bibliográficas e um estudo de caso com um influenciador digital moçambicano, incorporando métodos qualitativos e quantitativos. As informações foram analisadas através da análise de conteúdo. Os resultados revelam que as redes sociais tornaram-se um palco onde as pessoas expõem as suas vidas de forma espetacularizada, em busca de validação e interação. No entanto, esta busca pelo espetáculo também levanta questões sobre autenticidade e pressões psicológicas. A comparação com narrativas espetacularizadas dos outros pode gerar sentimentos de inadequação, enquanto a representação idealizada da vida pode distorcer a percepção da realidade. É essencial encontrar um equilíbrio saudável nas redes sociais, considerando factores culturais e individuais, para promover uma convivência equilibrada entre o mundo digital e a realidade, destacando a necessidade de mais pesquisas nesta área.

Keywords: construção da narrativa, mundo virtual, redes sociais, sociedade do espetáculo, tecnologias digitais.

Abstract

Social media has had a profound impact on the way people share their lives and interact with the world. This study explores the notion of the "society of the spectacle" and how social media shapes the way people present their lives. In addition, it

investigates how this trend affects the perception of reality, social relationships, and the psychological impacts of this constant exposure. To carry out the research, bibliographical analysis and a case study with a Mozambican digital influencer were used, incorporating both qualitative and quantitative methods. The information was analyzed using content analysis. The results show that social networks have become a stage where people expose their lives in a spectacular way, in search of validation and interaction. However, this quest for spectacle also raises questions about authenticity and psychological pressures. Comparison with the spectacularized narratives of others can generate feelings of inadequacy, while the idealized representation of life can distort the perception of reality. It is essential to find a healthy balance on social media, considering cultural and individual factors, to promote a balanced coexistence between the digital world and reality, highlighting the need for more research in this area.

Keywords: narrative construction, virtual world, social networks, society of the spectacle, digital technologies.

1. Introdução

Com a globalização e o avanço das tecnologias de comunicação, as redes sociais se tornaram um fenômeno global, permitindo que as pessoas interajam com maior facilidade e compartilhem as suas vidas com um público vasto, diversificado e muitas vezes desconhecido. Com a crescente utilização e aceitação das plataformas de redes sociais, a vida social tem sido cada vez mais vivida como um espetáculo, Stratton (2020). É através de plataformas como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *TikTok*, que esta espetacularização é frequentemente construída, levando a uma visão distorcida da realidade.

No entanto, muitos indivíduos adotam uma abordagem de exibicionismo, transformando as suas vidas em um verdadeiro palco. Neste contexto, observa-se uma tendência crescente de construção de uma narrativa de vida como um *show*, em que os indivíduos utilizam essas plataformas para expor as suas vidas de forma idealizada e atrativa, em busca de atenção, validação social e reconhecimento. A vivência e o cotidiano são desta forma, moldados e intermediados pelas representações mediáticas da cultura e pela sociedade de consumo (Kellner, 2004).

As redes sociais muitas vezes apresentam uma visão distorcida da realidade, onde frequentemente são exibidos os momentos de sucesso e os momentos de dificuldade e vulnerabilidade são ocultados. Esse comportamento pode levar a uma cultura de comparação, em que as pessoas se sentem pressionadas a seguir padrões de vida inatingíveis e a buscar uma perfeição inexistente. Essa busca incessante por atenção e validação social também pode levar a implicações psicológicas significativas.

A exposição constante nas redes sociais pode levar ao desenvolvimento de um narcisismo digital, onde a autoestima e a identidade se baseiam nas reações e aprovação dos outros. Esta exposição, pode igualmente, ter implicações sociais e culturais. O culto à aparência física, ao materialismo e ao sucesso superficial pode levar a uma perda de valores autênticos e genuínos, influenciando negativamente as relações sociais e os valores culturais.

Diante desse contexto, surge a seguinte questão de investigação: **Como as redes sociais contribuem para a construção de uma narrativa de vida como *show* e quais os efeitos desse comportamento na sociedade contemporânea?**

Para responder a essa questão de investigação, é fundamental analisar os factores psicológicos e sociais que levam ao comportamento de exibicionismo nas redes sociais, bem como os impactos dessa exposição constante.

Espera-se que os resultados da pesquisa possam contribuir para a reflexão crítica sobre a cultura do espetáculo na sociedade contemporânea, promovendo uma compreensão mais profunda dos impactos das redes sociais na construção da narrativa de uma vida como *show*, bem como as suas implicações para o indivíduo e a sociedade como um todo.

2. Revisão da literatura

2.1. Impacto das redes sociais na sociedade contemporânea

Com a emergência das plataformas de comunicação e interação digitais, tais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok* e outras semelhantes, ocorreu uma

transformação significativa nos padrões de interação, comunicação e compartilhamento de experiências. As mídias sociais digitais são vistas como uma via de oportunidades, criada com base nos componentes virtuais e nas interações entre os usuários individuais, Santos & Santos (2014). Essas plataformas digitais têm influenciado diversos aspectos da vida das pessoas, desde a maneira como consumimos informação até a construção das nossas identidades no contexto online.

De acordo com Stratton (2020), as plataformas de redes sociais auto percebem-se como uma oportunidade para potencializar a interação entre os indivíduos, possibilitando que qualquer indivíduo alcance um público mais amplo. No entanto, é comum observarmos nas redes sociais uma crescente tendência de construção de narrativas de vida idealizadas e muitas vezes distorcidas. As pessoas são motivadas a mostrar apenas os momentos mais felizes e positivos, destacando suas conquistas, aparência e experiências mais atractivas.

Devido às redes sociais e à tecnologia que as sustenta, já não existe uma clara demarcação entre o que é interno e externo, as redes sociais, na verdade, eliminam essa diferença, que por sua vez reflete-se na ausência da distinção entre o que é público e o que é privado (Stratton 2020). O autor sugere que as fronteiras tradicionais entre aspectos pessoais e públicos da vida estão a ser alteradas devido à influência das redes sociais e da tecnologia.

A vida revela-se como uma vasta acumulação de espetáculos onde tudo aquilo que era vivido de forma directa recuou para uma mera representação (Debord, 1970; Stratton, 2020). Essa interpretação sugere uma crítica à superficialidade, à alienação e à perda de conexão autêntica com a vida real, enfatizando a influência da mídia e da tecnologia na forma como interpretamos e estabelecemos conexões com o ambiente que nos circunda. A ausência de separação entre aspectos privados e públicos frequentemente resulta na transformação da vida em um espetáculo exibido nas plataformas de mídia social onde o "show online" muitas vezes tem como objectivo atrair a atenção e validação social dos outros utilizadores. Esta exposição de vidas pode conduzir a uma cultura

de comparação e insatisfação ao serem constantemente expostas as narrativas de vida aparentemente perfeitas de outras pessoas, muitas vezes acompanhadas por filtros e edições.

A construção dessa narrativa idealizada pode gerar uma desconexão entre a vida virtual e a vida real. Não se limita a abordar apenas os momentos significativos da vida quotidiana, mas também oferece um material mais abundante para os devaneios e aspirações, moldando o pensamento, o comportamento e as identidades (Kellner, 2004). As pessoas podem sentir-se pressionadas a alcançar um padrão irrealista de sucesso e felicidade e a manter uma imagem consistente online, mesmo que isso não reflita completamente quem são e o que estão a experienciar na vida real. Essa desconexão pode levar a sentimentos de solidão e inadequação, pois a realidade pode não corresponder à vida "perfeita" exibida nas redes sociais.

Outro aspecto importante é o efeito das redes sociais na autoimagem e autoestima dos utilizadores. Turkle (2011) aborda inquietações acerca dos efeitos do uso demasiado das tecnologias digitais, argumentando que esse uso intensivo pode moldar nossa visão de nós mesmos e dos demais, tendo consequências na autoestima, na capacidade de empatia e nas relações interpessoais. A exposição constante a padrões de beleza e estilo de vida inatingíveis pode levar à construção de uma imagem negativa de si mesmo. Isso pode levar a problemas de autoestima, ansiedade e até mesmo ao desenvolvimento de distúrbios alimentares ou outros problemas de saúde mental.

Por fim, o impacto das redes sociais na sociedade contemporânea vai além do indivíduo, afetando as dinâmicas sociais e culturais. As pessoas aderem às redes sociais porque isso lhes proporciona a possibilidade de partilhar as suas opiniões e lhes dá uma sensação de autonomia e autoestima, tornando-se ainda mais atractivo pela oportunidade de expôr a sua vida e manter contacto com amigos antigos e familiares (Das & Sahoo, 2011). A cultura do "show" pode levar a uma ênfase excessiva na aparência e superficialidade em detrimento de valores mais profundos e autênticos.

2.2. A construção da narrativa de vida como show nas redes sociais

Vivemos numa era digital em que as redes sociais se tornaram uma parte integrante da nossa vida cotidiana. Nestas plataformas, os utilizadores têm a oportunidade de partilhar momentos, conquistas e experiências, criando assim uma narrativa sobre as suas vidas. Contudo, cada vez mais, essa narrativa tende a assumir características de um verdadeiro "show". O espetáculo em cartaz tem como foco principal a própria vida e a aquisição de bilhetes concede acesso à intimidade dos protagonistas, permitindo a formação de ligações com outras identidades e a criação de figuras heróicas (Pena, 2002).

Esta narrativa de vida como "show" pode ser motivada por diversos factores psicológicos e sociais. Portanto, a busca incessante por validação social desempenha um papel significativo pois, através de likes, comentários e partilhas, os utilizadores recebem a afirmação e reconhecimento dos seus pares, o que pode aumentar temporariamente a sua autoestima e sensação de pertença.

Porém, esta procura por validação pode tornar-se em uma armadilha, criando uma dependência emocional das redes sociais. As pessoas passavam longos períodos a conversar com amigos e a explorar perfis em redes sociais, desenvolvendo o hábito compulsivo de verificar o seu próprio perfil várias vezes ao dia para acompanhar actualizações de amigos, mudar o seu estado e comentar conteúdos de outros utilizadores (Das & Sahoo, 2011). Essa dinâmica está em conformidade com o desejo de apresentar uma imagem positiva e bem-sucedida online, contribuindo para a cultura de exhibir principalmente os aspectos positivos da vida.

A sociedade contemporânea atravessa a fase do exibicionismo online, visto que as pessoas manifestam um desejo cada vez maior de se autopromover nas plataformas de redes sociais, ainda que isso implique renunciar à sua privacidade pessoal (Cirillo et al. 2015). Quando as percepções da vida dos outros parecem mais positivas, a sensação de inferioridade e inadequação pode surgir, contribuindo para um impacto negativo na saúde mental.

Outro factor relevante é o fenómeno da competição social, no qual as pessoas tendem a competir pela atenção e validação dos seus seguidores. As condutas dos utilizadores que promovem o seu próprio exibicionismo através das plataformas digitais são habituais, seja para apresentar uma nova aquisição ou para partilhar uma fotografia de uma viagem realizada (Cirillo et al. 2015). Isso pode levar a uma crescente tendência para a exibição de bens materiais, viagens exóticas e conquistas impressionantes, como forma de demonstrar sucesso e atrair mais reconhecimento.

A necessidade de se expor nas redes sociais está intrinsecamente ligada à busca por notoriedade. Os utilizadores frequentemente adoptam diversas estratégias para serem reconhecidos e para alcançarem um elevado número de seguidores (Dias e Aleixo, 2013). Porém, é essencial lembrar que o que é partilhado nas redes sociais representa apenas uma parte da vida de alguém. Por detrás das imagens e palavras cuidadosamente selecionadas, há uma vida real com altos e baixos, desafios e aprendizagens. Entretanto, a necessidade de validar a existência através da exposição constante pode criar um distanciamento entre o mundo online e o mundo offline, contribuindo para sentimentos de solidão e alienação.

2.3. A busca pela validade social e os efeitos da exposição constante

A busca por validade social é um aspecto importante que tem se verificado com maior frequência especialmente no contexto das redes sociais e pode estar relacionado ao comportamento de exibicionismo e da exposição constante. Turkle (2011) argumenta que as plataformas digitais permitem que as pessoas criem e projetem versões idealizadas de si mesmas, muitas vezes em busca da validação social através dos likes, comentários e seguidores.

A validade social refere-se ao desejo humano inato de ser reconhecido, aceite e validado pelos outros membros da sociedade. Neste contexto, muitas pessoas procuram validade social através da exibição constante das suas vidas, conquistas, aparência física ou outras realizações. O partilhar de imagens e informações pessoais nas redes sociais pode gerar uma sensação temporária de

satisfação, pois cada "like", comentário ou partilha pode ser interpretado como uma validação do valor pessoal, contribuindo para a formação de uma "persona digital" que pode ser mais focada na imagem do que na realidade. Isso pode resultar em um ciclo de busca por aprovação e comparação constante com os outros, levando a um tipo de narcisismo que se concentra na projeção de uma imagem idealizada (Turkle, 2011).

Outro efeito negativo é a perda da privacidade e da intimidade. Embora seja possível ajustar o nível de privacidade, deve-se ter em mente que essa informação é partilhada com um administrador Web desconhecido e no futuro, os dados pessoais podem cair nas mãos dos pais, professores, empregadores, cônjuge, criminosos ou até mesmo empresas de marketing (Das & Sahoo, 2011).

É importante mencionar também que o exibicionismo online pode contribuir para a propagação da cultura do voyeurismo e da objetificação. O exibicionismo pode ser conceituado como uma forma de ostentação ou exibição (da Silva, 2018). O exibicionismo pode envolver a exposição ostensiva de características pessoais, conquistas, bens materiais ou até mesmo aspectos íntimos da vida, visando a obtenção de reconhecimento ou validação por parte dos outros. Voyeurismo é um comportamento considerado invasivo e não consensual, sendo muitas vezes associado a uma violação da privacidade e dos direitos das pessoas observadas secretamente em actividades íntimas ou em situações privadas, sem o seu consentimento (Machado et al. 2017).

3. Metodologia

No presente estudo recorreu-se a pesquisa bibliográfica onde foram pesquisados artigos científico, livros, revistas e outros tipos de fontes escritas publicadas em bases de dados como o google académico, scielo e outras. De acordo com Fonseca (2002), a pesquisa é conduzida por meio da coleta de informações teóricas já examinadas e divulgadas em fontes impressas e digitais, como livros, artigos científicos e páginas de sites na internet. A pesquisa bibliográfica permitiu obter informações relacionadas com conceitos teóricos da sociedade do espetáculo e de

estudos de mídia, contribuindo para uma compreensão mais abrangente do fenômeno.

O estudo de caso que permitiu investigar a influência das redes sociais na construção da narrativa de uma vida como show, com foco em um influenciador digital moçambicano com destaque a nível nacional e internacional. Na visão de Yin (2010), o estudo de caso é uma pesquisa empírica que examina de forma abrangente um fenômeno actual, imerso no seu contexto de vida real, especialmente quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não se apresentam nitidamente visíveis.

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa para identificar um influenciador digital que se destaque pela sua atuação nas redes sociais, especialmente na construção de uma narrativa de vida espetacularizada. No entanto, foram considerados critérios como número de seguidores, temáticas abordadas e estilo de comunicação.

A coleta de dados foi realizada recorrendo a múltiplas fontes, incluindo o perfil do influenciador nas redes sociais selecionadas (como facebook, instagram e youtube), entrevistas com o influenciador e análise de conteúdo publicado. Dados qualitativos, como o conteúdo das postagens e o feedback dos seguidores foram analisados. Conforme destacado por Gil (2002), a abordagem qualitativa tem como objectivo aprimorar conceitos ou desvendar intuições.

A entrevista com o influenciador digital selecionado permitiu compreender as suas motivações, estratégias de criação de conteúdo, percepção sobre sua própria imagem nas redes sociais e a relação com a audiência. Foram igualmente analisados dados quantitativos, que permitiram obter a informação sobre o número de seguidores, postagens, comentários e compartilhamentos.

Os dados coletados foram analisados através da análise de conteúdo onde foram examinadas as postagens do influenciador digital, identificando temas recorrentes, estilo de comunicação, uso de recursos visuais e narrativas utilizadas para construir uma imagem espetacularizada da vida. De acordo com a definição proposta por Silva et al. (2005), a análise de conteúdo refere-se a um conjunto de

técnicas destinadas à análise de comunicações, empregando métodos sistemáticos e objetivos para caracterizar o conteúdo das mensagens.

Foi igualmente realizada uma análise do engajamento das postagens do influenciador, incluindo a quantidade de likes, comentários e compartilhamentos. Além disso, foram analisados os comentários dos seguidores para compreender a percepção e reação do público em relação à narrativa construída pelo influenciador.

Foi feita uma análise comparativa entre a narrativa construída pelo influenciador digital nas redes sociais e a sua vida real. Essa comparação buscou identificar divergências e similaridades entre a persona virtual e a vida offline do influenciador, bem como possíveis consequências dessa construção narrativa.

4. Discussão de resultados

A partir da metodologia adotada neste estudo, foram obtidos dados significativos sobre a influência das redes sociais na construção de uma narrativa de vida como show. Para melhor compreensão optou-se pela realização de um estudo de caso com um influenciador digital moçambicano, com mais de 1 milhão de seguidores nas plataformas de redes sociais.

A sua presença online não apenas reflete um estilo de vida vibrante, mas também serve como um exemplo cativante da maneira como as redes sociais estão a redefinir a forma como compartilhamos, consumimos e interagimos com conteúdo digital. De acordo com Souza (2016), a sociedade contemporânea está a passar por uma fase em que a representação em formato digital disputa a atenção com a percepção da realidade. Portanto, a abordagem distinta deste influenciador não se limita a mostrar apenas os momentos espetaculares, mas também inclui momentos autênticos dos altos e baixos da sua jornada.

Como um influenciador digital, ele personifica a interseção entre a autenticidade e a criação de um espetáculo online. A trajetória do influenciador nas plataformas de redes sociais representa uma combinação de glamour, locais paradisíacos, viagens com exploração de diversas facetas culturais, com especial

ênfase nas culturas internacionais e algumas polêmicas relacionadas com a sua vida íntima.

A análise das postagens do influenciador revelou uma tendência à espetacularização da vida, com uma cuidadosa seleção de imagens e narrativas que transmitem uma imagem idealizada de sucesso, felicidade e conquistas. No entanto, foram igualmente identificadas algumas polêmicas, embora a sua divulgação tenha sido moldada e ampliada pelos seus seguidores. Não obstante, as publicações frequentes que partilha retratam comumente momentos sedutores, viagens repletas de glamour, eventos sociais e conquistas profissionais, colaborando para a construção de uma presença virtual extremamente apelativa.

A adoção de uma narrativa de espetáculo nas plataformas de redes sociais também foi confirmada através da entrevista com o influenciador. No entanto, para que esta mesma narrativa obtenha significado e se torne um evento de valor, é essencial que o público a internalize, estabelecendo, por conseguinte, a maneira como este reage perante a mensagem que lhe é transmitida (Lavinias, 2015). Na referida entrevista, o influenciador revelou que a utilização de imagens esteticamente apazíveis, conteúdos emocionalmente cativantes e a exposição de polêmicas relacionadas com a sua intimidade constituíam uma estratégia deliberada para atrair uma audiência mais vasta e amplificar a interação com o público.

Portanto, é notável observar que tanto o acto de observar de forma voyeurista quanto a tendência de se exibir estão direccionados para a imagem que alguém cria de si mesmo por meio da lente da câmara fotográfica, captando reflexos físicos e traduzindo a sua identidade para o mundo digital (da Silva, 2018). O autor destaca como o uso da câmara fotográfica influencia tanto a observação quanto a exposição de uma pessoa, moldando a maneira como elas se apresentam e são percebidas no contexto digital que muitas vezes não espelha a realidade.

Da análise comparativa entre a persona virtual do influenciador nas redes sociais e a sua vida offline destacaram-se algumas divergências. Embora a narrativa de espetáculo criada nas redes sociais fosse cativante e atraente e algumas vezes retratadas narrativas não espetacularizadas, foi possível identificar discrepâncias em

relação à realidade. Portanto, alguns momentos de dificuldades e vulnerabilidades, presentes na vida offline do influenciador, foram ocultados ou minimizados na persona virtual. Essas discrepâncias levantam questões sobre a autenticidade e a veracidade das narrativas construídas nas redes sociais.

A incansável busca por aprovação e reconhecimento tornou-se uma parte fundamental da motivação do influenciador digital para manter essa imagem espetacularizada da sua vida. De acordo com a análise de Silva et al. (2016), a busca pela validação social denota o desejo inato das pessoas em serem aprovadas, acolhidas e reconhecidas pelos membros do seu grupo social ou mesmo pela sociedade como um todo. No entanto, essa busca incessante por atrair a atenção e validação social muitas vezes leva a uma representação idealizada e irreal da vida, o que pode criar expectativas inatingíveis para os seguidores e gerar sentimentos de inadequação e insatisfação.

Além disso, a análise do engajamento e feedback dos seguidores revelou que a narrativa de espetáculo apresentada pelo influenciador era bem recebida pela maioria dos seguidores. As publicações contendo conteúdo de momentos requintados, realizações materiais, acontecimentos proeminentes e êxito na carreira obtinham uma maior quantidade de "likes" e comentários favoráveis. Entretanto, verificou-se que as controvérsias em torno da sua intimidade suscitavam críticas por parte dos seguidores, embora o número de comentários e visualizações aumentasse, reforçando assim a percepção do influenciador sobre a eficácia desta estratégia.

No entanto, também foram identificados comentários críticos e questionamentos sobre a autenticidade das postagens. Alguns seguidores expressaram sentimentos de comparação e inveja diante da vida aparentemente perfeita do influenciador, o que pode levar a uma compreensão distorcida da realidade e ao desenvolvimento de expectativas irrealistas sobre suas próprias vidas.

Esses resultados apontam para impactos negativos a nível psicológicos e sociais da construção de uma narrativa de vida como show nas redes sociais tanto

para o influenciador quanto para os seus seguidores. A busca por validação social e reconhecimento pode levar ao desenvolvimento de um narcisismo digital, onde a autoestima e a identidade se baseiam nas reações e aprovação dos outros. Além disso, a cultura do espetáculo pode gerar uma pressão social para manter uma imagem idealizada, mesmo que isso signifique ocultar momentos de vulnerabilidade e autenticidade.

5. Conclusões

No presente estudo foram discutidas as implicações teóricas e práticas sobre a influência das redes sociais na construção da narrativa de uma vida como show e como esse fenômeno pode refletir aspectos da sociedade do espetáculo digital.

A influência das redes sociais na vida das pessoas é uma questão relevante e atual, com consequências significativas para a forma como os indivíduos se relacionam, se percebem e são percebidos pelos outros. A vida cotidiana torna-se exposta e invadida pelas imagens, o que altera a maneira de ser e compreender o mundo, portanto, torna-se complexo estabelecer uma fronteira nítida entre o que é ficção e o que é realidade (Debord, 1970).

A construção de uma narrativa de vida como show nas redes sociais pode levar a uma busca incessante por aprovação e validação social, bem como a uma exposição excessiva que pode impactar negativamente a saúde mental e a privacidade. Compreender esses efeitos é fundamental para uma reflexão crítica sobre a cultura do espetáculo na sociedade contemporânea.

Conclui-se que as redes sociais desempenham um papel significativo na construção da narrativa de vida como espetáculo, impactando a percepção da vida e a busca por validação social. Corroborando com Lavinias (2015), a existência transforma-se num vasto espetáculo, centrado na veneração da imagem, da fama e do consumo. No entanto, essa cultura de exposição constante pode levar a uma visão distorcida da realidade, influenciando as relações sociais e os valores culturais.

Portanto, é essencial que os utilizadores das redes sociais estejam cientes dos possíveis efeitos negativos dessa busca por espetáculo e validação, buscando um equilíbrio saudável entre a vida online e offline, valorizando a autenticidade e cultivando relações significativas fora do mundo virtual. Além disso, é importante que os utilizadores também reflitam sobre a responsabilidade das suas narrativas e considerem o impacto que as suas postagens podem ter sobre os seus seguidores e a sociedade como um todo.

Referências

- CIRILLO, N.; BALLERINI, A. P.; GALHARDI, A.C. **Redes sociais e o período do exibicionismo digital**. REtec- Revista de Tecnologias, v. 8, n. 1, 2015.
- SILVA, M. R. S. **O fim da intimidade: voyeurismo e exibicionismo nas redes sociais**. Paco Editorial, 2018.
- DAS, B.; SAHOO, J. S. **Social networking spots – a critical analysis of its impact on particular and social life**. International Journal of Business and Social Science, v. 2, n. 14, p. 222-228, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331580626_Impact_of_General_Social_Media_Experience_on_Usefulness_for_Business_in_the_Workplace.
- DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Black & Red, 2000. (Original publicado em 1970).
- DIAS, R.; ALEIXO, T. C. N. **O impacto das mídias sociais na privacidade das pessoas**. Razón e Palabra, n. 84, 2013. Disponível em: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N84/V84/18_DiasNascimento_V84.pdf.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Apostila, Fortaleza: UEC, 2002.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de Pesquisa**. 4. ed. Atlas, 2002.
- KELLNER, D. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo**. Libero, v. 6, n. 11, 2004. Disponível em: <https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/35932881-a-cultura-da-midia-e-o-triunfo-do-espetaculo.pdf>.
- LAVINAS, E. **A narrativa “espetacularizada” dos reality shows de gastronomia**. In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação- intercom, 2015.
- MACHADO, D.; MEDEIROS, M.; SILVA, B. **Do voyeurismo virtual à aprendizagem social: efeitos da visualização de fotografias de viagens no comportamento dos usuários de redes sociais**. Revista Turismo & Desenvolvimento, v. 1, n. 27/28, p. 1423-1434, 2017.
- PENA, F. **A vida é um show. Celebidades e heróis no espetáculo da mídia**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, n. 25, 2002.

- SANTOS, V. L. D. C.; SANTOS, J. E. D. **As redes sociais digitais e sua influência na sociedade e educação contemporâneas.** *Holos*, v. 6, p. 307-328, 2014.
- SILVA, C. R.; GOBBI, B. C.; SIMÃO, A. A. **O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa descrição e aplicação do método.** *Organizações rurais & agroindustriais*, v. 7, n. 1, p. 70-81, 2005.
- SILVA, M.; LOUREIRO, A.; CARDOSO, G. **Social determinants of internal health: A review of the substantiation.** *The European Journal of Psychiatry*, v. 30, n. 4, p. 259-292, 2016.
- SOUZA, L. S. D. **A circulação midiática na prática da vida material do consumo de marcação à marcação do consumo.** Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 2016.
- STRATTON, J. **Death and the spectacle in TV and social media.** *Television & New Media*, v. 21, n. 1, p. 3-24, 2020. DOI: 10.1177/1527476418810547.
- TURKLE, S. **Alone together, why we anticipate more from technology and lower from each other.** Basic books, New York, 2011.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Bookman, 2010.

Acerca dos Autores

	<p>Amália C. F. Cutane Comiche é Doutoranda no curso de Ciências da Comunicação, na Universidade Católica de Moçambique (2022); Mestre em Gestão de Empresas com especialização em marketing (2016) e pós graduação em Gestão de Empresas-MBA (2014) pelo ISCTEM- Instituto Superior de ciência e tecnologias de Moçambique- ISCTEM e licenciada em Economia e Educação pela Universidade Pedagógica de Moçambique (2010). Docente universitária nas áreas de gestão e gestão de marketing e coordenadora dos cursos de licenciatura em Gestão Aplicada (Gestão de Marketing, Gestão Financeira e de Seguros e Gestão de Recursos Humanos) no ISCTEM.</p>
	<p>Bruno F. Gonçalves, é Doutor em Ciências da Educação com Especialidade em Tecnologia Educativa, Mestre em TIC na Educação e Formação e Licenciado em Informática de Gestão. Exerce funções de professor adjunto convidado na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Bragança. Orienta e coordena trabalhos investigativos dos ciclos de estudo de mestrado e doutoramento. É membro integrado do Centro de Investigação em Educação Básica (Cieb) do Instituto Politécnico de Bragança e membro colaborador do Centro de Investigação do Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo (CI-ISCE). Dedicar-se à investigação científica em vários domínios de atuação e é membro de vários conselhos editoriais de revistas e jornais e de diversas comissões científicas de conferências internacionais.</p>

Revista EducaOnline. Volume 17, Nº 3, Setembro/Dezembro de 2023. ISSN: 1983-2664. Este artigo foi submetido para avaliação em 25/08/2023. Aprovado para publicação em 27/08/2023.