

Kamila Rodrigues da Silva

“A influência das redes sociais na construção de padrões de beleza”

Uberlândia

2018

Kamila Rodrigues da Silva

“A influência das redes sociais na construção de padrões de beleza”

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Instituto de Psicologia da
Universidade Federal de Uberlândia,
como requisito parcial a obtenção do
Título de Bacharel em Psicologia

Orientador: Prof. Dr. Airton Pereira do Rêgo Barros

Uberlândia

2018

Kamila Rodrigues da Silva

“A influência das redes sociais na construção dos padrões de beleza”

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial a obtenção do Título de Bacharel em Psicologia.

Orientador: Airton Pereira do Rêgo Barros

Banca Examinadora

Prof.Dr. Airton Pereira do Rêgo Barros

Universidade Federal de Uberlândia- Uberlândia MG

Prof.Dr. Lígia Ferreira Galvão

Universidade Federal de Uberlândia- Uberlândia MG

Psicóloga. Marina Barbosa de Freitas- Uberlândia MG

CRP 04/48666

Uberlândia 5 de julho de 2018

RESUMO

Com o aumento crescente do uso de informações compartilhadas na internet e nas redes sociais, o uso dessas ferramentas tornou-se imprescindível no dia a dia das pessoas. Há um grande crescimento em massa de pessoas que fazem o uso das redes de comunicação como forma de opressão, onde se ditam os “padrões” certos a seguir, como também questões sociopolíticas, culturais e religiosas sobre o corpo a serem obedecidas. Este trabalho também tem objetivo de compreender a luz da metapsicologia freudiana das pulsões, como a influência das novas tecnologias e redes sociais podem estar relacionados às mais variadas patologias psíquicas, principalmente as relacionadas à imagem. Há uma construção cultural do corpo, com a valorização de certos atributos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. Com essa problemática destaco neste estudo três categorias de transformações físicas em que se observa compulsão como consequência de um alto investimento libidinal narcísico no próprio corpo que vem afetando a vida dessas pessoas de maneira intensa.

Palavras-chave: redes sociais; imagem; padrões.

ABSTRACT

With the increasing use of shared information on the internet and on social networks, the use of these tools has become imperative in people's daily lives. There is a great mass growth of people who make use of communication networks as a form of oppression, dictating the right "standards" to follow, as well as sociopolitical, cultural and religious questions about the body to be obeyed. This work also aims to understand the light of the Freudian metapsychology of drives, as the influence of new technologies and social networks may be related to the most varied psychic pathologies, especially those related to the image. There is a cultural construction of the body, with the valuation of certain attributes to the detriment of others, making there is a typical body for each society. With this, problematic I highlight in this study three categories of physical transformations in which compulsion is observed consequence of a high narcissistic libidinal investment in the body itself that has been affecting the lives of these people intensely

Keywords: social networks; image; patterns.

1. INTRODUÇÃO

A utilização das novas tecnologias da informação, comunicação e das redes sociais vêm crescendo de maneira surpreendente na atualidade. A popularização da internet é um dos fenômenos mais importantes do século XXI, fortalecendo assim a nova cultura conhecida como cibercultura, que mantém a indústria do entretenimento e do comércio eletrônico através das comunicações virtuais. Assim a cibercultura tornou-se uma característica da contemporaneidade que é marcada pelas tecnologias digitais (Rosa & Santos, 2015).

Com o aumento crescente do uso de informações compartilhadas na internet e nas redes sociais, o uso dessas ferramentas tornou-se imprescindível no dia a dia das pessoas e empresas. A evolução crescente destes meios de comunicação proporciona cada vez mais agilidade e facilidade na divulgação de produtos e serviços, bem como na compra e venda de mercadorias, proporcionando aos mercados e sociedade em geral a atualização constante das informações. (Junqueira, Filho, Lopes, Sousa & Fonseca, 2014).

Essas novas tecnologias e redes de comunicação se relacionam diretamente aos aspectos individuais, coletivos e instrumentais das sociedades na atualidade. A partir desses aparatos se transformam também as organizações da vida cotidiana, as constituições identitárias dos sujeitos, seus discursos, modos de pensar e agir (Sousa & Leão, 2016). Com essa problemática há também um grande crescimento em massa de pessoas que fazem o uso das redes de comunicação como forma de opressão, onde se ditam os “padrões” certos a seguir, como também questões sociopolíticas, culturais e religiosas sobre o corpo a serem obedecidas. Esse tipo de pressão social presente no

mundo virtual associada a fatores psicológicos individuais pode desencadear problemas graves relacionados à autoimagem e a autoestima dos indivíduos.

Portanto, considerando que atualmente pessoas de várias idades dedicam cada vez mais tempo de suas vidas ao mundo virtual através das redes sociais e dos aplicativos de relacionamento, sendo influenciadas constantemente pela imposição de padrões de beleza, este estudo tem como objetivo principal analisar o impacto das redes sociais na construção desses padrões de beleza na sociedade contemporânea através de uma visão psicanalítica e sociológica.

Este trabalho também tem objetivo de compreender a luz da metapsicologia freudiana das pulsões, como a influência das novas tecnologias, redes sociais e aplicativos de relacionamento podem estar vinculados às mais variadas patologias psíquicas, principalmente as relacionadas à imagem.

1.1.As novas tecnologias da informação e comunicações (TICS) na atualidade

As pessoas estão cada vez mais conectadas por uma ou mais redes de comunicações, essas redes são conhecidas como TICS (Tecnologias da Informação e Comunicação): que representam um conjunto de dispositivos, serviços e conhecimentos relacionados a uma determinada infraestrutura, composta por computadores, softwares e sistemas de redes, os quais possuem a capacidade de reproduzir e processar informações para pessoas em vários âmbitos das relações sociais.

Em pouco mais de uma década as nossas relações com o mundo virtual e com o mundo presencial mudou radicalmente, de maneira que as experiências sociotécnicas fazem parte das nossas mediações fundamentais com a chamada “realidade objetiva”. Do presencial ao virtual, e vice-versa, estamos tecnologicamente interligados através de ambientes gerados por meios digitais como os chats, os blogs, o WhatsApp, o

Facebook, o Twitter e o YouTube e sites de relacionamentos, que teletransportam as mentes para uma outra dimensão da experiência individual e coletiva: de casa, na rua, na esfera pública e privada, nas atividades das empresas, instituições e organizações. A partir da segunda metade do século 20, a comunicação digital passou a influenciar efetivamente os modos de pensar, falar e agir dos atores sociais. (Paiva, 2012)

Há diversos tipos de TICS como, por exemplo, os computadores pessoais, smartphones, a internet de alta velocidade e a TV digital. Com o avanço desses sistemas ampliam-se as possibilidades de troca de informações entre diferentes grupos, criando então uma via de mão dupla (Hallberg & Lisboa, 2016).

Segundo uma pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação e pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, em 2015 o telefone celular era o dispositivo mais utilizado para o acesso individual da internet pela maioria dos usuários: (89%), seguido pelo computador de mesa (40%), computador portátil ou notebook (39%), tablet (19%), televisão (13%) e videogame (8%). De acordo com a mesma pesquisa, pessoas das classes sociais mais altas usam mais a internet: (95%) dos entrevistados da classe A haviam utilizado a rede menos de três meses antes da pesquisa. A proporção cai para (82%) para a classe B; (57%) para a C; e (28%) para a D e E.

Podem-se destacar muitas vantagens e desvantagens na popularização do uso das TICs. Essas tecnologias podem gerar resultados positivos ou negativos, dependendo do objetivo para o qual são utilizadas.

Do lado positivo, essas tecnologias possibilitam novas formas de conhecimento e podem ser uma importante ferramenta para a melhoria do processo de ensino-aprendizagem. Também podem ser catalizadoras de importantes discussões no processo

de mudanças na sociedade, assim como na luta por direitos e na defesa da cidadania (Unesco, 2010 citado por Soares & Nascimento, 2012).

Em sua vertente negativa as TICs podem se tornar viciantes e condicionar patologicamente o relacionamento dos sujeitos com o mundo social.

O usuário das redes sociais de acordo com Rosa & Santos, (2015) tem conhecimento que essas redes produzem informações intersubjetivas devido ao fato de que o usuário pode interagir com muitas pessoas ao mesmo tempo. Assim, pessoas podem interagir simultaneamente e podem ter diversos perfis nas redes onde não é necessário ter a presença física. Nossa sociedade passa a ser representada a cada dia mais pelos grupos presentes nesses ambientes virtuais do ciberespaço aos quais os indivíduos têm a possibilidade de fazer parte de forma anônima. Sendo assim, cada pessoa pode vir a ter um universo particular oculto para partilhar opiniões, fotos, vídeos etc. Muitos desses usuários não se satisfazem com o mundo concreto e não se sentem representados por ele, com isso segundo Castranova (2005), citado por Luz (2016). O usuário dessas redes sociais criam realidades virtuais que não sustentam vida biológica, mas que produzem novos espaços de ser e estar no mundo.

Para Lévy (1996) citado por Luz (2016), o mundo real é a situação concreta das coisas, enquanto o virtual prospera no campo das ideias e se constitui como o próprio movimento do devenir. Seria uma dupla existência, a física baseada na realidade concreta e palpável e a outra virtual.

A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Deste modo os mundos virtuais não são meramente locais construídos dentro de uma rede de computadores, mas são também um terreno de oportunidades. Os mundos sintéticos são, portanto, espaços em que os usuários podem exercer sua “potência” (possibilidades de atuação) que talvez não sejam capazes no

atual, mas que são possíveis, até certo ponto, de serem realizadas. No virtual as fantasias de poder, popularidade e influência podem ser mediadas por meio das redes sociais. Quando essas fantasias não são alcançadas pode-se gerar a frustração e o adoecimento do sujeito por haver aí uma renúncia pulsional vinculada a satisfações narcísicas, assim como coloca Freud (1914) citado por Luz (2016).

1.2. As redes sociais e o narcisismo

As redes sociais são variadas e possuem múltiplos objetivos, porém a promoção e mitificação do corpo em evidência como produto da sociedade de consumo é uma característica elas têm em comum. De acordo com Baumam (1998) citado por Colombo (2012), vivemos em uma natureza de modernidade líquida, fluida, desapegada de promessas ideológicas, compromissos sociais e políticos e com um consumismo acentuado. O que importa é consumir sem pensar nas consequências das compulsões estimuladas pelo mundo moderno. E essas redes sociais promovem para mídia um corpo perfeito e com isso influencia as pessoas a consumirem os produtos que o mercado produz e afirma ser o ideal com vistas ao lucro.

De acordo com Colombo (2012), estamos em busca constante do prazer e da satisfação e isso é característico da cultura narcísica contemporânea, tornando indispensável o “ser feliz”, mesmo que essa felicidade apresente uma imagem não real. Essa cultura narcísica se manifesta através de atividades compulsivas como postar com muita frequência fotos de si, atualização recorrente do status virtual e, até mesmo, através da divulgação da própria localização geográfica realizando o check-in. Com isso há uma grande exposição de si e da identidade virtual, pois quando se aperta o botão

compartilhar seria o mesmo que: todos vão agora aplaudir o meu EU ideal (Dornelles, 2004, citado por Petrella, 2016).

Para Freud (1914) o narcisismo é dividido em primário e secundário, onde o primeiro é marcado tanto pela satisfação auto-erótica do sujeito, como também pela aquisição de sua autoimagem, dos limites do Eu, ou seja, por um auto investimento pulsional em si mesmo, o que seria característico do próprio instinto de sobrevivência. Em um segundo momento, ao que Freud (1920) citado por Mauro (2015) chama de narcisismo secundário, há uma intensificação no investimento da libido no próprio Eu, aspecto observado nos afecções psicopatológicas apresentadas por neuróticos obsessivos, fóbicos e histéricos através de suas manifestações sintomatológicas. Assim tais manifestações do narcisismo secundário podem gerar um prejuízo enorme ao sujeito.

Com o aumento da divulgação de produtos de beleza proporcionado pelas novas tecnologias, há um grande crescimento do estímulo a aparência perfeita e a exibição de um corpo em boa forma na sociedade contemporânea. A busca do prazer pelo consumo, pelo hedonismo permitido como filosofia de vida desde que se consuma. Segundo Pinto (2009) citado por Petrella (2016), nas redes sociais existe um narcisismo militante que se manifesta como um imediatismo da cultura tecnocêntrica do consumo transportado para a ilusão da virtualidade, permitindo ao sujeito perder sua singularidade.

O mundo fitness pode ser um exemplo que demonstra acima de tudo um “endeusamento” de si, através de um tipo de regozijo especular que pode ser transportado para as redes sociais.

As compulsões narcísicas nas redes sociais são reflexos dessa cultura capitalista que visa um corpo perfeito que faz utilização dos produtos da sociedade consumista

para manter-se nos parâmetros esperados pela sociedade. A vaidade supervalorizada do narcisista faz com que ele tenha orgulho de mostrar constantemente suas qualidades pessoais e posses. Nas redes sociais cria-se um ambiente de competição, próprio da sociedade consumo, onde um quer mostrar ser mais que o outro. De forma inconsciente, a busca por uma identidade que sirva para preencher o grande vazio existencial causado pelos desamparos acarretados ao comparar sua imagem com a imagem do outro. O narcisismo se torna, assim compartilhado. Os próprios usuários das redes se ajudam nessa dinâmica de exposição, ao mesmo tempo em que um deseja ser superior ao outro, para que possa se autovangloriar ou ser vangloriado. Esse reforço também é feito pelo próprio sistema da rede social através de sua inteligência artificial, e pela comercialização e apropriação de seus produtos.

A ficção por internet, dependência, uso patológico, vício ou uso problemático são termos utilizados para nomear esse uso exagerado. Esse transtorno é descrito como uma preocupação intensa com o uso compulsivo da internet e gasto de tempo excessivo na web, pois os usuários não conseguem manejar seu tempo, considerando o mundo sem sentido quando estão longe das redes de comunicação.

Um estudo feito por Maromizato, Ferreira, Souza, Leite, Macedo & Pimentel (2017) levantou um questionário com 169 estudantes de medicina, entre eles 107 mulheres e 62 homens, com a média de idade de 21 anos. Os entrevistados apontaram influências negativas do uso da internet nos seguintes quesitos: família, 21,2% (34); lazer, 8,1% (13); estudos, 67,5% (108); atividade física, 31,7% (51); alimentação, 5,6% (9); relacionamentos amorosos, 6,9% (11); relacionamentos entre amigos, 8,7% (14); e apenas 9,9% (16) negaram essas interferências.

Com esse estudo foram encontrados nos participantes alguns indícios da necessidade do uso da internet várias vezes ao dia. Além de alguns desses comportamentos apresentarem prejuízos na vida diária do indivíduo, foram encontradas algumas correlações com sintomas ansiosos e depressivos. Na mesma pesquisa fez-se um levantamento dos sintomas relatados na impossibilidade de estarem conectados à internet, neles se destacaram tristeza (8,5%), insônia (3,3%), apatia (3,9%), irritabilidade (19,1%), ansiedade (45,8%), perda de apetite (3,9%), tensão (10,5%), sensação de morte (0,7%), sensação de esvaziamento (4,6%), medo de perder amigo (2,6%), tédio (55,6%), outros (6,5%) e nenhum dos anteriores (16,4%). Na atual pesquisa, 98,8% (167) dos estudantes fazem uso diário de internet e/ou redes sociais, e quase a metade deles afirmou que utiliza como principal agente de acesso os aplicativos de meios de comunicação. Desta forma, a dependência de internet apresenta índices que variam de (1%) a (22,9%) ao redor do mundo. (Maromizato, Ferreira, Souza, Leite, Macedo & Pimentel, 2017).

1.3. Sociedade de consumo e padrões de beleza

A obsessão em ser “bela(o)” significa um alto investimento libidinal no próprio corpo, que afeta as relações psicossociais dos sujeitos, provocando novas necessidades, novos desejos e novas formas de sentir e compreender o mundo no qual vivem, não mais como forma de atender a subjetividade de cada sujeito, mas sim como forma de atender os padrões cultuados pelas redes sociais para obter a aprovação e o amor do outro.

Atualmente, os meios de comunicação de massa têm sido importantes veículos na divulgação e construção dos padrões de beleza e de exclusão social, pois, são resultantes das influências do mercado (Flor, 2009). As revistas femininas, em especial,

são meios capitais para a criação dos padrões estético-corporais: repetem imagens de mulheres com o corpo magro, reportagens com atrizes ou modelos descrevendo como alcançaram a pele perfeita, especialistas que dão dicas de como emagrecer, ou de como entrar em uma roupa que você não entra há muito tempo, ou também, blogueiras que ensinam a fazer produtos caseiros para pele e cabelo. Existem também os pessoais que instruem a ficar com a barriga “chapada” em 15 dias, ou então youtubers que contam como foi sua trajetória pra o emagrecimento, ou de dicas para recuperação de cirurgias plásticas. Ou seja, é muito fácil nas redes de comunicação encontrar grupos que incentivam esses comportamentos narcísicos. O corpo na sociedade contemporânea sempre esteve em evidência como produto das propagandas de cervejas, dos “looks” da moda, de carros entre outros.

Segundo Foucault (1987) citado por Flor (2009), a análise do corpo é componente essencial para a apreensão das estruturas sociais e suas relações de poder. “O corpo também está diretamente mergulhado num campo político; as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais” (Foucault, 1987, p. 28, citado por Trindade, 2014).

As identidades de cada indivíduo são produzidas e definidas dentro do processo de consumo, elas não mais se infligem totalmente de “fora” sobre indivíduos e grupos, formando suas identidades intencionalmente, mas ao oposto, são definidas por interposição de “atos de escolha”, através do ato de consumo, juntamente com um conjunto de marcas identitárias que se encontram dispostas no interior do sistema de consumo (Retondar, 2008). O indivíduo, enquanto consumidor passa a ser também agente no interior desse processo de identificação social.

Os meios de comunicação de massa impõem padronização, e uma das estratégias utilizadas para que as pessoas sigam os modelos é utilizar os estereótipos. Assim todos que saem dos estereótipos sofrem alguma forma de preconceito (Adorno e Horkheimer, 1985 citado por Flor, 2009).

Na atualidade estamos aprendendo a conviver com o fenômeno da pós-verdade, que está relacionado diretamente com os avanços de novas tecnologias. Este fenômeno produz circunstâncias nas quais os fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que os apelos à emoção e as crenças pessoais. (LLorente & Cuenca, 2017). Mesmo que baseados em mentiras e calúnias. Uma ideia mesmo que irreal pode tornar-se universal. Em 2016, a Oxford elegeu o vocábulo "pós-verdade" como a palavra do ano na língua inglesa. O termo "pós-verdade" com a definição atual foi usado pela primeira vez em 1992 pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich. O termo tem sido empregado com alguma constância desde meados da década de 2000, mas houve um crescimento nas mídias sociais, só no ano de 2016. A pós-verdade nas redes sociais vem para modelar a opinião pública sobre algum tema específico.

As redes sociais fazem parte do cotidiano e das relações sociais da grande maioria dos jovens no mundo contemporâneo. Com isso as redes vêm influenciando inacreditavelmente a subjetividade dos seus atores sociais em vários âmbitos, inclusive em sua relação com o próprio corpo. Por exemplo, as selfies, tão populares na atualidade, evidenciam uma tendência em cultivar e exibir uma imagem de si e do corpo que siga os padrões de beleza da sociedade do consumo. E segundo Hilário (2013) cria-se uma distopia como a perda do sentido no campo da cultura e da educação. Assim, de acordo com este autor, sempre que uma ação, uma produção ou uma instituição não elabora mais o sentido, o destrói ou o consome. As redes sociais estão consumindo o verdadeiro sentido das experiências humanas. E as selfs nas redes sociais são

consideradas uma forma de “autoerotismo” como modo de escolha do objeto narcísico Fernandes (2012). Ao mesmo tempo essas redes sociais servem para fortalecer os padrões hegemônicos de beleza ditados pelo capital para que estes vendam seus produtos para sociedade do consumo.

Há uma construção cultural do corpo, com a valorização de certos atributos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo que pode variar de acordo como contexto histórico e cultural é adquirido pelos membros da sociedade por meio da “imitação prestigiosa”. Os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que têm prestígio em sua cultura. (Goldenberg, 2008, pg. 126, citado por Felerico, 2013).

Para Bauman (2001) o sujeito moderno, em tempos líquidos é afetado por muitas mudanças devido à velocidade que as novas tecnologias de comunicação vêm crescendo na vida das pessoas, causando impacto na construção das identidades dos sujeitos e nas suas relações sociais. Com todas essas ocorrências os sujeitos “engolem” o que o padrão hegemônico dita ser apropriado, por medo de não ser aceito e de sair da normalidade. O sujeito aceita esses comportamentos, e segundo Moreno (1987) citado por Colombo (2012) se desumanizam as relações interpessoais tornando-as automatizadas e direcionadas como se todos fossem máquinas.

Apesar de todas as variações ocorridas nos últimos anos, o homem contemporâneo continua conectado a um modelo conservador, seguindo o que a maioria segue ou já seguiu. São informações que são passadas de pais para filhos e assim por diante. De acordo com Colombo (2012) todos nós lutamos com o consumismo. Vem-se perdendo o “corpo natural” à medida que se tem desigualdades sociais e quando nem todas as pessoas tem o acesso às construções corporais. Com essas desigualdades

caímos em uma dicotomia, para se ter o rico tem que se ter o pobre, para se ter o mais lindo tem que se ter o mais feio.

2. UMA ANÁLISE PSICANALÍTICA SOBRE A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA.

A popularização do acesso às redes sociais e a criação a cada dia de novos aplicativos de relacionamento e todos de muito fácil acesso têm introduzido hábitos que repetimos cotidianamente. Segundo a metapsicologia freudiana, a repetição está vinculada aos princípios da pulsão de morte. O próprio Freud no texto “além do princípio do prazer” (1920) ressalta que os neuróticos repetem algo relacionado a seu trauma, manifestando essa repetição no fenômeno da transferência. Essa foi a concepção inicial de Freud a cerca da compulsão à repetição. (Wiederholungszwang): experiências reprimidas, das quais o indivíduo não pode recordar, acabam sendo repetidas como vivências atuais na situação analítica, após o recalque ter sido um pouco atenuado. A repetição que se manifesta como transferência é de início apresentada como uma consequência dos conteúdos recalcados no inconsciente. O recalque, assim como a resistência que depois se opõe ao retorno do recalcado, para Freud, é uma operação executada pelo Eu (Almeida & Atallah, 2008).

Tanto o recalque como a resistência podem ser compreendidas como estando a serviço do princípio do prazer: elas têm como finalidade evitar o desprazer que seria despertado se as representações recalçadas fossem liberadas e tivessem acesso à consciência. Portanto, a oposição à recordação, levada a cabo pela resistência, parece estar totalmente a serviço do princípio do prazer. Mas é a compulsão à repetição, pergunta-se Freud, possível de ser conciliada com tal princípio? Segundo ele, algumas

repetições transferenciais seriam facilmente conciliáveis com o princípio do prazer, a saber, aquelas cuja satisfação representa um prazer para o sistema inconsciente e, ao mesmo tempo, um desprazer para o pré-consciente e consciente, mas haveria outras que não podem ser compreendidas dessa forma:

“Os neuróticos repetem assim experiências afetivas que, mesmo quando ocorreram, produziram desprazer. Trata-se de pulsões que estavam destinadas a conduzir à satisfação, mas cuja ação produziu apenas desprazer, diz Freud. Apesar de tais experiências terem fracassado em sua meta original, uma compulsão impõe sua repetição. Além disso, a mesma compulsão à repetição dos neuróticos pode ser encontrada na vida de pessoas normais, nos fenômenos chamados por Freud de “compulsão de destino”. (Caropreso & Simanke, 2006, pág. 12).

Esses dois fenômenos parecem tornar legítima a suposição de que existe na vida psíquica uma compulsão à repetição. Que opera para além do princípio do prazer, e que segundo próprio Freud (1920-1930), faz parte da própria estrutura das pulsões, transcendendo o conceito original que circunscrevia à compulsão à repetição a apenas um fenômeno da clínica psicanalítica.

Sendo assim, Freud altera a sua compreensão sobre as classes de pulsões e os princípios que as constituem, elaborando os conceitos de Pulsão de vida ou (Eros) e Pulsão de morte (Tanatos), em lugar da classificação anterior que dividia as pulsões em pulsões sexuais e pulsões do Eu.

Desta forma, a repetição passou a ser considerada como uma característica da própria pulsão, vinculada a pulsão de morte, que devido à obtenção sempre parcial da sua meta, leva o sujeito sempre a repetir, o que segundo o próprio Freud (1920) em “Além do princípio do prazer” torna o princípio da repetição hierarquicamente superior ao princípio do prazer.

Assim, o uso exacerbado das redes sociais tão comum nos dias de hoje revela a busca pelo prazer e aprovação imediatas, tornando a sociedade escrava dos padrões de beleza para assim satisfazer a libido narcísica dos seus membros, porém o uso das redes sociais e tecnologias também produz desprazer e frustrações pela impossibilidade de se atender completamente os padrões ditados pelas mídias. O desprazer pode ser gerado também pela indiferença manifesta quando os posts não recebem as curtidas que o sujeito gostaria, ou quando a ideia compartilhada nas redes sofre algum rechaço. Ou seja, apesar das redes sociais serem também uma fonte contínua de desprazer as pessoas as continuam usando. Muitas pessoas fazem o uso das redes sociais como modo de repetição, reproduzindo o padrão dos grupos idealizados de identificação, o investimento pulsional presente nesse vínculo objetal, leva à repetição. Desta forma as redes sociais se abrem como um espaço para a manifestação e satisfação das pulsões: um espaço de Ex-sistência do sujeito.

3. UMA ANÁLISE DAS TRANSFORMAÇÕES DA IMAGEM E DO CORPO E SUA RELAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS.

No Brasil como exemplo existem inúmeros jovens que fazem o uso exacerbado de cirurgias plásticas para se parecerem cada dia mais com famosos que são idealizados nas mídias e redes sociais. Com isso fazem transformações da sua imagem para se parecer com os famosos que estão em alta nas redes de comunicação. Com essa problemática destaco neste estudo três categorias empíricas que versam sobre as transformações físicas em que se observa a compulsão, como consequência de um alto investimento libidinal narcísico no próprio corpo, que vem afetando a vida dessas pessoas de maneira intensa.

3.1. Transformação da imagem através do uso excessivo de cirurgias plásticas

“De acordo com a página “Ego” dos famosos do site do globo, Jocelyn Wildenstein está sempre no topo das listas de celebridades que exageraram nas cirurgias plásticas, são mais de 30 cirurgias, filha de pai brasileiro, em 1978, ela se casou com o bilionário do ramo das artes Alec Wildenstein, de quem herdou não só o sobrenome, mas também uma quantia equivalente a US\$ 2,5 bilhões, que vieram junto com o pedido de divórcio feito pelo marido em 1999. O acordo é apontado como o mais caro da história. Logo após o divórcio seu ex-marido declarou: “Ela era louca. Ela achava que podia consertar o rosto, como se fosse um móvel. A pele não funciona assim. Mas ela não escutava”. Determinada a reconquistar seu ex-marido Jocelyn decidiu “esculpir” seu novo rosto usando as formas felinas como inspiração, já que o marido era um apaixonado por gatos. Essa decisão lhe rendeu o apelido de “Mulher-Gato”. (<https://www.globo.com/> recuperado em 19 de maio, 2018)

Com esse caso vimos que esse impulso de repetir essas cirurgias diversas vezes, seria um apego que ela tem, quando se aproxima de algo que é censurado, proibido ou recalado para seu inconsciente, algo que não foi elaborado e nem trabalhado, esses atos são repetição do processo pulsional que busca reencontrar a satisfação, à medida que ela não consegue evocar seu trauma, ela vem repetindo através de atitudes, escolhas e decisões.

“ Como também o caso de Donatella Versace está entre as que mais fizeram cirurgias plásticas de acordo com site “Uol” notícias. Nascida em 2 de maio de 1955) é uma designer de moda italiana e atual vice-presidente do Grupo Versace. Em 2002, já tinha rosto alterado por procedimentos estéticos, em 2005, Donatella declarou à revista Vogue americana que era viciada em cocaína há 18 anos. Ela passou um tempo numa clínica de reabilitação no Arizona. A estilista admitiu ter apostado em toxina botulínica ao dizer "não acredito em mulher totalmente natural" e um de seus médicos, cirurgião diz que sua pele está fina como papel, e que já perdeu as contas de quantas vezes que ela já o procurou dizendo que não está bom seu corpo.” (<https://noticias.uol.com.br/> recuperado em 19 de maio, 2018)

Versace é um exemplo claro de uma famosa que está no topo das revistas de moda e beleza, ela está sendo representada como o padrão de moda a ser seguido, o seu rosto é estampado em todo mundo, ou seja, Versace usa as melhores roupas de marca,

melhores produtos estéticos e principalmente não se entedia em mostrar para todos que fazer cirurgias plásticas já é algo natural como dito anteriormente em uma entrevista. São tantas cirurgias que o seu rosto já está irreconhecível. Um dos principais objetivos de Versace está em atingir seu público de moda, a venda e o consumo de seus produtos pelas fãs seguidoras de sua marca. E através das redes sociais ela faz vídeos e posts que influenciam esse público de maneira surpreendente. Ou seja, Donatella Versace por meio das redes sociais fortalece os padrões hegemônicos de beleza ditados pelo capital para que estes vendam seus produtos para sociedade do consumo, assim seus produtos são vendidos cada vez mais.

3.2. Os bonecos humanos

“Conhecido como Ken Humano é Celso nasceu em Araxá, no interior de Minas Gerais em 30 de agosto de 1994. Aos 16 anos de idade, saiu do interior de Minas para tentar a carreira de modelo na Cidade de São Paulo, e enfrentou muitas dificuldades financeiras nesta época. E logo começou a desfilhar e fotografar por diversas cidades. Nesta época, começou a ser comparado com o boneco Ken, personagem da linha Barbie, pois era parecido com este. Desde então, Celso começou a obcecar-se pelo boneco, passando a gastar todo seu dinheiro em cirurgias plásticas para parecer-se mais com o personagem, mas não era suficiente. Em pouco tempo, tornou-se conhecido nacionalmente, participando de diversos programas na televisão, como convidado a dar entrevistas e contar sobre sua experiência de vida e sua extrema vaidade, considerada por muitos como um comportamento doentio. Infelizmente Celso morreu dia quatro junho de 2015, conforme informou em nota oficial o Hospital de Clínicas de Uberlândia. Ele lutava contra leucemia, quando teve o diagnóstico.” (<https://www.globo.com/> recuperado em 19 de maio, 2018)

No caso de Celso levaram alguns questionamentos de muitos internautas sobre a sua doença, e sua procedência, pois o mesmo acabava de sair de algumas cirurgias estéticas bem invasivas, mas logo o assunto foi abafado pelas mídias. O que resta ainda hoje são fotos e lembranças do boneco Ken. Seu “Instagram” tinha cerca de 70 mil seguidores que acompanhava de perto todos os procedimentos que ele fazia no seu dia a dia e que aplaudia

de perto suas mudanças. Mas muitas das vezes em seu perfil nas redes sociais ele era rechaçado e sofria algumas críticas como: ridículo, mulherzinha, boneco de cera, entre outros. Em uma entrevista disponível no “Youtube” ele diz que essas críticas serviam para ele de incentivo para cada vez mais mudar seu visual e parecer com o tão querido boneco que ele admirava. Celso buscava constantemente o prazer e a satisfação que é característico da cultura narcísica contemporânea, como dita anteriormente, para ele tornou indispensável o “ser feliz”, mesmo que para alcançar essa felicidade seja necessário mudar completamente a sua imagem real.

“Outro caso de “bonecos humanos” é o de Anastasiya Shpagina, em uma entrevista do domingo espetacular disponível no “Youtube” (23 de outubro, 2013) relata que ela é ucraniana tem 19 anos e 1,58 metro de altura e vive em regime extremo a base de iogurte e em média de 4 folhas de alface a cada 6 horas para pesar mínimos 38 quilos. Sua rotina é basicamente a mesma desde que ela resolveu ser uma boneca humana, ela acorda todo o dia às 5 da manhã para se maquiar em torno de uma hora de pintura e se vestir a caráter leva mais uma hora praticamente. “Não me pareço com uma boneca. As bonecas é que se parecem comigo”, costuma dizer Anastasiya, quando conversa, uma de suas características é manter o silêncio, pois como ela diz: “bonecas não falam”. Anastasiya dedica muitas horas de seu dia para navegar nas redes sociais e para atualizar sua fanpage no Facebook que tem mais de 100 mil fãs.” (<https://www.youtube.com/watch?v=02Zx2D0Fr5w> recuperado 19 de maio de 2018).

No seu caso ela não parece com a boneca apenas fisicamente, mas também busca parecer até mesmo nas atitudes, através da entrevista dada a um programa de TV ela revela que não gosta de sair e tem poucos vínculos de amizades. O seu prazer está em exibir seu corpo nas redes sociais para que seus seguidores falem o quanto ela tem semelhança com as bonecas que ela sempre admirou na infância. Anastasiya não gosta de conhecer pessoas novas e sente bem apenas em estar à frente de um computador fazendo selfs e posts, ela se enquadra nas estatísticas enunciadas anteriormente nas

pesquisas de jovens que desenvolvem patologias através do uso exacerbado nas redes sociais, onde não se encontra outra alegria a não ser a de estar conectado o tempo todo, mesmo que isso possa atrapalhar todos seus outros afazeres do dia. Essa rede de investimentos voltada para a “recuperação do corpo” envolve diferentes técnicas corporais e cuidados extremos, como exercícios diariamente, cirurgias plásticas e até mesmo eliminação de comida por horas e horas. O que pode levar a prejuízos ao organismo.

O poder disciplinar, fruto da sociedade burguesa que desloca o poder soberano para o corpo social, passa a ter como principal objetivo o adestramento e a docilização dos corpos, que podem ser transformados e aperfeiçoados com a ajuda das tecnologias (FOUCAULT, 2005 citado por Santos, 2015). O corpo das barbeis humanas passa a se articular fortemente com o consumo, se tornando o corpo-mercadoria. “Mais precisamente, eu diria isto: a disciplina tenta reger a multiplicidade dos homens na medida em que essa multiplicidade pode e deve redundar em corpos individuais que devem ser vigiados, treinados, utilizados, eventualmente punidos” (Foucault, 1976, p. 289, citado por Santos, 2015).

3.3. O youtube como ferramenta para o narcisismo

Visando oportunidades de negócios através do “Youtube”, alguns tentam ganhar espaço e se lançam como produtores de vídeos, fazendo assim surgir os “Youtubers”, que são aqueles usuários que tem algo a dizer e fazem vídeos sobre assuntos que acham que vão “bombar” na rede atingindo um público alvo. Para tornar-se um “Youtuber” de sucesso, é preciso ter um objetivo e domínio do que se diz, e convencer o público ao

qual se dirige. Hoje está muito em alta os “Youtubers” em seus vídeos pedirem “Likes” em seus vídeos, para se promoverem cada dia mais.

“Kéfera sempre mostrou autêntica com seus vídeos de humor com “palavrões” ela como no Youtube com 17 anos e sempre destacou em seus vídeos questões sobre adolescência, e seu corpo para fase adulta. Atualmente ela é a maior Youtuber mulher no Brasil.” (Página Uol dos famosos, www.tvefamosos.uol.com.br)

Atualmente a “Youtuber” está entre os destaques sobre a transição do seu cabelo, antes fazia o uso de químicas relaxantes, agora não mais, em um vídeo disponível no Youtube ela fala de aceitação do corpo e do cabelo em sua forma original e natural. Na sua página do “Instagram” posta diariamente tudo que faz sua alimentação e os lugares visitados nas suas viagens. Suas seguidoras aderiram ao seu novo método de transição capilar, mesmo sendo considerado benéfico para o cabelo de muitas pessoas. Muito do que Kéfera compartilha nas suas redes pode ser considerado como o “verdadeiro” ou “certo” pelas suas seguidoras sem ao menos estas fazerem pesquisas sobre o assunto em questão com profissionais especializados. Atualmente Kéfera é um veículo de divulgação de construção de padrão de beleza. Ela divulga em seus vídeos os produtos que o mercado coloca nas mídias como o melhor, divulga maquiagens entre outros. Com isso, quando as seguidoras não conseguem comprar e consumir esses produtos elas se sentem incapazes e inúteis por não conseguirem se enquadrar no seu grupo idealizado.

“Em um canal “mistérios do mundo” disponível no “Youtube” conta a história de um brasileiro Valdir Cergado de 48 anos que ficou conhecido por injetar óleo nos músculos do corpo, há cinco anos ele faz a aplicação e ficou conhecido em todo mundo como “Bodybuilder” seu sonho é ficar ainda maior, ele ganhou 25 quilos com esse procedimento. Seu estado de saúde atualmente é grave, é ameaçado por ter que amputar parte do corpo. E já foi alertado por muitos médicos sobre o risco que corre, porém ele afirma não querer parar de fazer o uso do produto conhecido como “SYNTHOL”.

Existe também o “Hulk” brasileiro Romário dos Santos de 28 anos, que faz o mesmo uso de “SYNTHOL” ele confessa ser fã de Valdir, ou seja, segue o mesmo estilo de vida que o seguidor em seus canais das redes sociais. Com esses dois casos, imaginamos a quantidade de jovens e adultos que fazem o uso do mesmo produto e essas pessoas não aparecem nas redes. É de muito fácil acesso esse produto na internet, e também os usuários fazem até mesmo vídeo de como fazer a aplicação do mesmo. O “Youtube” tornou-se uma ferramenta de “como fazer”?

Como fazer o melhor cabelo? Como fazer a melhor maquiagem? Como ficar com a barriga chapada? Como ficar musculoso? Como ficar com a pele perfeita, ou seja, o Youtube é um veículo do mercado das mídias, está fortalecendo de forma direta e indireta a construção dos padrões de beleza na sociedade contemporânea, contribuindo para a objetificação das pessoas.

4. CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise a partir dos olhares da psicanálise e da sociologia, de como as redes sociais influenciam os padrões de beleza, possibilitando mudanças psicossociais, psicológicas e culturais na vida dos sujeitos. Através das redes sociais existem compartilhamentos de vivências e modos de viver que são cultuados por membros dos grupos idealizados.

Contudo, através da discussão dos casos observou-se que esses representantes nas mídias fazem todas essas mudanças para ter o amor do outro, para ser aceito pelo outro. O que evidencia e corrobora tese lacaniana de que o EU é por condição alienado ao Outro. Com isso muitos jovens e adolescentes são influenciados pelas redes sociais

na medida em que estas encarnam o desejo da alteridade que inexoravelmente influencia o desejo do sujeito, levando-o ao extremo de realizar mudanças físicas mesmo que estas acarretem problemas à saúde. Quando estão muito longe da realidade revelada nas redes sociais estas pessoas se sentem inúteis, incapazes, com autoestima baixa e até mesmo podem desenvolver algumas patologias. Cabe a conscientização dos mesmos usuários das redes sociais em saber usar a ferramenta de forma correta, para que as ideias que são compartilhadas na rede não sejam sobrevindas como forma de repressão e preconceito para com outro. Mas sim como forma de interação de pessoas e conhecimentos.

A internet é um campo de expressão da virtualidade no mundo contemporâneo, e também um espaço para manifestações do inconsciente e de seus representantes pulsionais. Como por exemplo, o Hedonismo onde a pessoa sente prazer, satisfação ou encanto em consumir, e esses bens de consumo são escolhidos através do que as mídias sociais evidenciam como o melhor a comprar. Esse prazer é tão grande ao ponto de levar esses sujeitos ao limite do bizarro. O prazer não está nos produtos que o consumidor compra, mas sim no ato de comprar. O voyeurismo e o exibicionismo são parte constituinte das redes sociais, onde a pessoa sente enorme prazer em “ver” e “ser visto”. Eles são expressão da pulsão escopofílica se pensarmos com Freud (1905).

As “Selfies” tão conhecidas nos dias de hoje podem ser consideradas pela psicanálise como uma forma de autoerotismo, como uma forma de escolha narcísica do objeto, e as redes sociais servem para fortalecer os padrões hegemônicos ditados pela sociedade de consumo. Nas redes sociais as pessoas buscam “ver” sempre algo que de forma inconsciente preencha o grande vazio existencial causado pelos desamparos ao se comparar com a sua imagem e a imagem do Outro. E também podemos encontrar nas redes sociais sites e aplicativos de relacionamentos que os “exibicionistas” estão em pró

de satisfazer o prazer incontrolável de “exibir” seus corpos e seus genitais, com isso os seus usuários perdem o “autocontrole” e passam horas e horas nas redes sociais, o que acaba prejudicando o indivíduo na vida social e em suas relações.

Por fim sejam como forma de conhecimento, relações sociais, compartilhamentos de vivências, ou repressão, preconceito e desigualdades sociais, as redes sociais influenciam de uma maneira grandiosa na construção dos padrões de beleza, e expressam em sua estrutura e natureza a própria contradição humana: guiada de forma dialética pelas pulsões de vida e morte.

5. REFERÊNCIAS

Almeida, L. P. & Atallah, R. M. F. (2008). O conceito de repetição e sua importância para a teoria psicanalítica. *Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica*, 11(2), 203-218. <https://dx.doi.org/10.1590/S1516-14982008000200003>

Amaral, T. G. M. (1995). Os três ensaios sobre a teoria da sexualidade: um texto perdido em suas sucessivas? *Psicologia USP, São Paulo*, v.6, n. 2, p.63-84.

Bauman, Z. (2001). Modernidade líquida. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. *Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.*,

Colombo, M. (2012). Modernidade: a construção do sujeito contemporâneo e a sociedade de consumo. *Revista Brasileira de Psicodrama*, 20(1), 25-39. Recuperado em 19 de junho de 2018, de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-53932012000100004&lng=pt&tlng=pt.

Caropreso, F. & Simanke, R. T. (2006). Compulsão à repetição: um retorno às origens da metapsicologia freudiana. *Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica*, 9(2), 207-224. <https://dx.doi.org/10.1590/S1516-14982006000200004>

Fernandes, B. E. (2012). Narcismo. Universidade de São Carlos. SP. Brasil. Recuperado de <http://www.ufscar.br/~bdsepsi/77a.pdf>

Felerico, S. M. (2013). Tecnologia e Mídias Sociais: Um caminho para a Beleza do Futuro. ESPM-SP. Brasil. Recuperado de <http://biblioteca.fecap.br/wp-content/uploads/2016/02/Manual-APA-FECAP-2016-1%C2%AAedi%C3%A7%C3%A3o-s%C3%B3-frente.pdf>.

Flor, G. (2009) Corpo, Mídia e status social: reflexão sobre os padrões de beleza. Universidade Metodista, São Paulo, SP – Brasil.

Freud, S.(1920). Além do princípio de prazer, psicologia de grupo e outros trabalhos (1920-1922). Direção-geral da tradução de Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1977. p. 12-85. (*Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud*, 18).

Halberg, M. C. S. & Lisboa, M. S. C. (2016). Percepção e uso de tecnologias da informação e comunicação por psicoterapeutas. *Temas em Psicologia – 2016*, Vol. 24, nº 4, 1297-1309.

Hilário, C. L. (2013) Teoria crítica e literatura: a distopia como ferramenta da análise radical da modernidade. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5007/2175-7917.2013v18n2p201>. Universidade Estadual do Rio de Janeiro.

Junqueira, C. F., Filho, F. P. E., Lopes, L. P., Sousa R. R. E. & Fonseca, T. L. A (2014). Utilização das Redes Sociais para o Fortalecimento das Organizações. Recuperado de <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22020181.pdf>

LLorente & Cuenca. (2017). Desenvolvendo ideias. Recuperado de https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf

Maromizato S. M., Danilo B. B. F., Lucas S. M. S., Renata F. L. & Fernanda N. M., Déborah P. O Uso de Internet e Redes Sociais e a Relação com Índícios de Ansiedade e Depressão em Estudantes de Medicina. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rbem/v41n4/0100-5502-rbem-41-04-0497.pdf>

Mauro, S. A. (2015) Compulsão à repetição: aliada da pulsão de morte e ou simbolização? Instituto de Terapias Integradas de Porto Alegre.

Paiva, C. (2012). Hermes no ciberespaço: uma interpretação da cultura digital. Recuperado de <https://pt.slideshare.net/claudiocpaiva/hermes-no-ciberespao-completo-22062011-8889611>

Petrella, M.(2016). Narcisismo e as redes sociais. Recuperado de <https://www.psicologiasdobrasil.com.br/narcisismo-e-redes-sociais/>

Retondar, M. A. (2008). A (re) construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/sc/v23n1/a06v23n1.pdf>

Rosa, M. A. G. & Santos, R. B. (2015) Repercussões nas redes sociais na subjetividade de usuários: uma revisão crítica de literatura. Brasília, Temas em Psicologia – 2015, Vol. 23, nº 4, 913-927.

Soares, L. W. & Nasciemnto, R. C. (2012). A inclusão das TICs na educação brasileira: problemas e desafios. *Magis. Revista internacional de Investigación en Educación*, 5(10), 173-187.

Sousa, C. C. & Leão, P. M. G. (2016). Ser jovem e ser aluno: entre a escola e o facebook. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte/MG – Brasil

Trindade, U. (2014). O Estado moderno e as artes de governo em Foucault.

Recuperado

de

<http://filosofazer.ifibe.edu.br/index.php/filosofazerimprensa/article/view/27/26>