

A INTERNET COMO FERRAMENTA DE EXPOSIÇÃO: Por que as pessoas consomem o exibicionismo nas Redes Sociais?

Camila Midori

Graduanda em Jornalismo
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Jade Oliveira Santos

Graduanda em Jornalismo
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Rafael Furlan Lo Giudice

Docente-Mestre; Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

RESUMO

O seguinte trabalho acadêmico apresenta uma discussão teórica de como a internet potencializa o exibicionismo, com uma breve apresentação das duas maiores redes sociais utilizadas para tais fins: *Facebook e Instagram*; e o motivo da sociedade consumir essa cultura. Para compreender as redes sociais em contrapartida com a sociedade foram analisadas pesquisas teóricas, artigos científicos, obras acadêmicas; para levantamento das principais características e tendências da internet na vida social. Percebe-se também que nas redes sociais o indivíduo cria uma dupla identidade, onde o exibicionismo aparece quase que a todo o momento. Conclui-se que o uso das redes sociais e a influência na construção de personalidade é inevitável, todavia os processos comunicacionais envolvidos e as relações que se apresentam devem ser analisados pois afetam diretamente nas interações entre usuários e perfil.

PALAVRAS-CHAVE: Internet; Redes Sociais; Exibicionismo.

INTRODUÇÃO

Com a crescente expansão da internet e o movimento nas redes é perceptível o aumento do número de pessoas que buscam essa tecnologia para se promover, faz-se necessário pesquisar o assunto e verificar como ocorrem essas práticas. Um breve histórico sobre a internet, exibicionismo e reconhecimento serão apresentados, analisando os fatores que levaram os indivíduos a buscarem esse horizonte. Sendo assim, o artigo tem o propósito de analisar o elo entre indivíduo e meio online, baseado na Internet, onde esta foi criada em 1969 nos Estados Unidos, no auge da Guerra Fria, com o nome de ARPAnet e tinha o intuito de interligar as bases de defesas Norte Americanas. Para Briggs (2006, p.301), “um elemento essencial de sua razão de ser era que a rede pudesse sobreviver à retirada ou

destruição de qualquer computador ligado a ela, na realidade, até a destruição nuclear de toda a infraestrutura de comunicações”.

O nome propriamente dito veio mais tarde quando essa tecnologia passou também a interligar com universidades e laboratórios, se expandindo para outros países. Restrita somente para o meio acadêmico e científico; veio a se tornar comercial a partir de 1987, mais somente em 1995 tornou-se mania mundial, inclusive no Brasil.

Ao perceber que a ferramenta poderia ser uma oportunidade de novos negócios, Briggs e Burke (2006, p. 302), afirmam que “uma nova fase se abriu quando a Internet atraiu interesses comerciais e seu uso se ampliou”.

Ao longo dos anos, é a tecnologia que mais vêm ganhando espaços mundialmente. Passou de uma simples ferramenta de busca e informação para um item de inclusão social. Turner e Muñoz (2002, p. 45), destacam que “é necessário utilizar a Rede com responsabilidade”.

INTERNET COMO FERRAMENTA DE EXPOSIÇÃO

Conectados é possível desfrutar de uma série de recursos, desde pequenas pesquisas, relações pessoais e interpessoais, uma porta para a socialização. De acordo com Browning e Reiss *apud* Dizard Jr., (2000, p.23), “a nova mídia, pelo contrário, dá a todos a oportunidade de falar assim como de escutar. Muitos falam com muitos – e muitos respondem de volta”.

Por meio deste veículo de grande dimensão e pequenos custos fica viável a seu consumidor além de pesquisar, disseminar e espalhar informações “aqueles que anteriormente tinham que se fazer representar por meios de comunicação de massa, começam agora a se representar por si mesmos” (WESTON, 1997).

Com a possibilidade de assumir o controle da tecnologia segundo Castells (1999) “usuários e criadores tornam-se somente um”.

O mal do século XXI é usar a ferramenta de modo exagerado para exposição pessoal, através de dados, detalhes do cotidiano, gostos, culturas, hobby. Winston (1995 *apud* Briggs e Burke, 2006, p. 302), argumentava, “que com a convergência tecnológica, alcançaríamos maior liberdade humana, mais poder para o povo”.

Vale tudo para se tornar conhecido, manter-se em evidência desde abrir as portas da casa em cliques fotográficos nas redes sociais, até exposição corporal, que antes só eram mostradas em revistas masculinas.

Desdobrar a vida íntima em depoimentos, compartilhamentos, e demais atividades que gerem “likes” e repercussões tornou-se cotidiano nesse meio.

Os usuários que se expõem desta forma na rede objetivam exatamente isso, reconhecimento, idolatria e seus 15 minutos de fama.

Um dos aplicativos mais usados para espetacularização pessoal são “Facebook” e o “Instagram”.

FACEBOOK

As comunidades virtuais são o resultado de uma nova forma de organização social, a sociedade em rede. Dentre os aplicativos mais acessados na atualidade encontra-se o Facebook, um dos maiores sites de relacionamentos do mundo, o aplicativo tem a função de “dar às pessoas o poder de compartilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado” (FACEBOOK, 2011).

Nesta rede os usuários podem compartilhar informações sociais, fotos, vídeos, participar de grupos de amigos, empresas e demais grupos. É exatamente por esse leque de oportunidades de tornar-se visto, que cada vez mais pessoas utilizam essa ferramenta para escancarem seu dia a dia em busca de um retorno, seja em forma de *likes*, compartilhamentos, ou até comentários.

INSTAGRAM

Instagram, considerada como a nova rede social do momento.

Criado pelo Brasileiro Mike Krieger e o Americano Kevin Systrom, a rede social de fotos estreou na APP Store, em 2010, e no mesmo dia, tornou-se o aplicativo mais baixado, chegando a 1 milhão de usuários em dezembro do mesmo ano.

Diz Castells (1999) que nossos meios de comunicação são nossas metáforas.

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 1999, p.414).

EXIBICIONISMO NAS REDES SOCIAIS

Ninguém escapa da onda das redes sociais, diariamente imagens de todos os cantos do planeta ganham o mundo. O próprio mundo digital induz a um certo exibicionismo, pela praticidade de se utilizar essa ferramenta ;e pela a agilidade de se divulgar as imagens.

A mudança na cor do cabelo, o esmalte novo nas unhas, as brincadeiras diante das lentes, tudo isso passa a ser motivo de compartilhamentos. Esse comportamento explodiu com as redes sociais e é como se a sociedade de certa forma já estivesse esperando por isso, uma espécie de encaixe perfeito.

Ao mesmo tempo em que a conexão com a internet proporciona aumento da quantidade de amizades, ocorre também um distanciamento das relações reais, como afirma Santaella (2008, p. 207):

Sabe-se, desde Freud, que o subjetivo é uma construção. Não obstante a complexidade do processo dessa construção, ela se sustentava sobre a ilusão de limites corporais mais ou menos estáveis. O descarnamento da subjetividade provocado pelas novas tecnologias tirou o chão dessa ilusão de estabilidade. O resultado de tudo isso é profundamente perturbador. O corpo humano está, de fato, sob interrogação.

A ostentação, material e de felicidade, virou uma praga virtual, Dornelles (2004, p.241), diz “as limitações impostas pela sociedade ao comportamento individual parecem não participar da vida online, o que estimula a auto-expressão livre, que, por sua vez, pode favorecer o desenvolvimento de uma nova identidade”.

Os usuários das redes sociais podem adotar atitudes mais exibicionistas, intensas e auto promoção incentivadas por seus internautas e seguidores. Conforme Santaella (2008, p.124) “o ciberespaço reinventa o corpo, a arquitetura e as relações complexas entre ambos naquilo que chamamos habitar”.

O EXIBICIONISMO NAS REDES SOCIAIS

O culto nacional gerado através das celebridades encoraja o homem a identificar-se com as personalidades. As personalidades têm suas vidas tornadas públicas, qualquer atividade por mais simples que seja tem repercussão imediata. O que leva o ser humano a uma necessidade de ser observado, admirado e desejado por todos.

É isso que buscam os indivíduos que idolatram esse *status* idealizado de felicidade suprema, a busca incondicional pelo bem estar e reconhecimento. É satisfatório o retorno na rede virtual, ver o mundo online girando em torno de si através de uma tela de computador.

A aprovação gera certo prazer e popularidade, quanto maior os comentários positivos dos outros e curtidas, maior o nível de aceitação e satisfação. Maior o aumento do próprio ego.

Assim, faz com que as pessoas que apelam para esse meio se sintam aceitas. O modo de interação usado no *ciberespaço* se passa para a vida *off line*. Segundo Hornstein (2009, p.21), “para evitar o sofrimento o indivíduo tenta abordar o mundo para reencontrar a sua própria imagem ou então imprimi-la”. O comportamento de publicar e se expor nada mais é do que uma necessidade de aprovação pelo outro, gerando também uma ansiedade na expectativa de satisfazer seus amigos e seguidores.

O sentimento da autoestima é instável. Hornsteins (2009) declara ainda que “as experiências frustrantes ou de reconhecimento, a sensação de rejeição ou de sentir-se querido pelos outros fazem o sujeito flutuar em relação aos outros. E quanto mais estrito for o superego, menor é a autoestima”.

Desta maneira fica clara a tentativa de buscar e descobrir quem somos, a qual também inclui o olhar dos demais.

Segundo Santos (2006), “o hedonismo (condicionado unicamente ao prazer pessoal) é uma espécie de “filosofia portátil” do indivíduo pós-moderno”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das redes sociais as pessoas que se encontram conectadas tem a possibilidade de abrir seus horizontes com outros usuários, expor pensamentos, ideias, e diversas opções de demonstrarem seu cotidiano. Assim seus perfis passam a ser uma descrição de si mesmos e suas perspectivas.

Ainda que nem todos que utilizem essa rede apelem para o exibicionismo, a maioria o faz. Fica difícil separar o que é a realidade real e a realidade virtual dos indivíduos conectados.

Para Marra e Rosa Santos (2013), “um dos maiores desafios da atualidade pode ser a relação entre o que é representado nas redes sociais e o que existe fora dela, na vida real, pelo fato de poder ocasionar repercussões na subjetividade do indivíduo contemporâneo”.

O comportamento exibicionista nada mais é do que uma fragilidade do ego, insatisfação pessoal, e busca pela construção de identidade. Então o cidadão faz de tudo para demonstrar grandiosidade, popularidade, porque com o reconhecimento do outro neutraliza sua insegurança.

Esse tipo de exibicionismo pela internet muitas vezes passa despercebido por quem o consome, porém, no fundo, é uma coisa muito prejudicial, principalmente para os jovens que ainda se encontram em formação de caráter ou que são facilmente influenciáveis por outras pessoas. Temos muitos conhecimentos disponíveis na internet, muitas informações e opções.

REFERÊNCIAS

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet. Tradução: DIAS, Maria Carmelita Pádua. **Revisão técnica:** VAZ, Paulo. 2ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. **A era da informação:** economia, sociedade e cultura. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra, vol. 1, 1999.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia:** a comunicação de massa na era da informação. Tradução: Antonio Queiroga e Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2000. 324 p.

DORNELLES, Jonatas. **Antropologia e Internet:** quando o “campo” é a cidade e o computador é a “rede”. Horizontes antropológicos. Porto Alegre, ano 10, n. 21, 2004.

Disponível em:
<<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2011/08/facebook-anuncia-abertura-em-sao-paulo-de-seu-primeiro-escritorio-no-brasil-3454085.html>>. Acesso em: 10 set. 2015.

HORNSTEIN, Luis. **Narcisismo**: autoestima, identidade, alteridade. São Paulo: Via Lettera, 2009.

MARRA E ROSA, Gabriel; SANTOS, Benedito. **Facebook e as nossas identidades virtuais**. Brasília: Thesaurus, 2013.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. Coord. de Valdir José de Castro. 3ª ed. São Paulo: Paulus, 2008.

SANTOS, J. F dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

TURNER, David; MUÑOZ, Jesus. **Para os filhos dos filhos de nossos filhos**: uma visão da sociedade internet. São Paulo: Summus, 2002.

WESTON, Jay. **Old freedoms and new technologies: the evolution of community networking**. *The Information Society*, 1997.