

A RELAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM NA CONTEMPORANEIDADE

THE RELATION OF THE SOCIAL MEDIA IN THE CONSTRUCTION OF THE SELF-IMAGE IN THE CONTEMPORANEITY

Gabriela de Souza¹
Thaina Gomes de Freitas²
Cleina Roberta Biagi³

SOUZA, G. de; FREITAS, T. G. de; BIAGI, C. R. A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade. **Akrópolis** Umuarama, v. 25, n. 2, p. 117-128, jun./dez. 2017.

DOI: 10.25110/akropolis.v25i2.6426

RESUMO: Não se pode negar que atualmente a sociedade pós-moderna vem passando por uma nova era, a era digital, muitas coisas hoje em dia podem ser resolvidas pela tela de um celular. Com a globalização, as formas de se relacionar também vem sendo modificadas, pois as tecnologias acabam aproximando quem está distante, substituindo encontros face a face. Nesse contexto, as mídias sociais acabam ganhando cada vez mais espaço na vida das pessoas tornando-se uma das principais formas de se relacionar. Este trabalho pretende abordar a relação entre as mídias sociais e a construção da autoimagem na contemporaneidade pautada na perspectiva fenomenológica existencial. Através de uma revisão bibliográfica, buscou-se fazer uma caracterização dessa sociedade atual, bem como, relatar sobre algumas das atividades mais comuns realizadas no espaço virtual, visando compreender o impacto que isso pode causar no processo de construção da autoimagem do homem moderno, que é lançado ao mundo neste contexto e que daí precisa ir significando sua existência, a partir da relação com o mundo e com aqueles que o cercam.

PALAVRAS-CHAVE: Autoimagem; Contemporaneidade; Mídias sociais.

ABSTRACT: It can not be denied that today postmodern society is going through a new era, the digital age, many things nowadays can be solved by the cellphone screen. With globalization, the ways of relating are also being modified, as technologies end up approaching those who are distant, replacing face-to-face meetings. In this context, the social media end up gaining more space in people's lives becoming one of the main ways to relate. This article aims to address the relationship between social media and the construction of self-image in contemporaneity based on existential phenomenological perspective. Through a bibliographical review, it was sought to characterize this current society, as well as to report on some of the most common activities carried out in virtual space, in order to understand the impact that this can cause in the process of the construction of the self-image of the modern man, which is thrown into the world in this context and that from here it must be signifying its existence, from the relation with this world and with those that surround it.

KEYWORDS: Contemporaneity; Self-image; Social media.

¹Acadêmica do curso de Psicologia - Universidade Paranaense - UNIPAR.

²Acadêmica do curso de Psicologia - Universidade Paranaense - UNIPAR.

³Docente do curso de Psicologia - Universidade Paranaense - UNIPAR.

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea, que passou pelo processo de globalização, está vivendo a era digital, todos estão em constante movimentação mesmo estando parados atrás de uma tela. Os encontros que antes eram face a face estão sendo gradativamente substituídos por encontros virtuais. Com a tecnologia mais moderna a cada dia, as pessoas podem estar em qualquer lugar do mundo através de um clique, ou seja, elas não precisam estar fisicamente presentes no local em que os fenômenos acontecem para tomar conhecimento, quase que instantaneamente, dos mesmos.

Nessa nova sociedade, marcada pelo consumismo, o ter se torna mais importante que o ser, ou melhor, as pessoas são aquilo que tem, e o que elas tem hoje não basta, pois rapidamente precisa ser substituído por algo mais moderno. Seguindo essa mesma lógica troca-se não somente de roupas, de carros, e outros bens materiais, descarta-se pessoas e relações o tempo todo, tudo se torna descartável e substituível. Nesse sentido, o indivíduo não é capaz de estabelecer relações profundas, vivendo apenas superficialmente, indo ao encontro da angústia e ao vazio existencial.

Nesse contexto, as mídias sociais ganham força, e passam a ocupar um lugar de destaque, atuando como meio de interação, substituindo os encontros físicos. Dessa forma, atuam de maneira a distanciar quem está perto, mesmo que aproximando quem está distante. Este espaço tornou-se também um meio de trabalho, hoje em dia observa-se cada vez mais blogueiros, youtubers, e lojas online se utilizando desses meios para interagir com as pessoas, e gerar renda.

O ser-no-mundo que é lançado neste cenário, e vai se constituindo nas relações que estabelece, está se tornando cada vez mais individualista. Essa falta de contato com o outro faz com que ele perca o sentido de sua existência. Considerando que é a partir do outro que a pessoa constrói quem ela é, ela precisa da relação com o outro para ir construindo sua humanidade, ir significando suas vivências.

Como metodologia de pesquisa para a construção desse artigo é utilizada uma revisão bibliográfica, através da ótica fenomenológica existencial, buscando o entendimento do uso das tecnologias no dia-a-dia das pessoas, procurando compreender como se dá a construção

da autoimagem e, analisando a ascendência e influências das mídias sociais na sociedade contemporânea, com a finalidade da compreensão da relação das mídias sociais nesse processo individual de construção si mesmo na contemporaneidade.

PRESSUPOSTOS SOBRE A SOCIEDADE MODERNA E AS MÍDIAS SOCIAIS

Lippman conta em um de seus livros uma história sobre um vilarejo distante onde em 1914 viviam juntos povos alemães, ingleses e franceses. O único modo de eles saberem sobre os acontecimentos do mundo era através de um barco a vapor, que passava a cada dois meses trazendo a eles os jornais mais recentes da época. Com a chegada do barco em setembro daquele ano eles descobriram que a Alemanha estava em guerra com a Grã-bretanha e a França desde julho, ou seja, todos na ilha viveram como amigos por seis semanas, quando na verdade eram inimigos (LIPPMAN, 1992³ *apud* HAJARVARD, 2014).

Essa pequena história segundo Hjarvard (2014, p.21) levanta a questão do poder das mídias de “mudar as representações em nossas mentes, ou seja, nossa interpretação do mundo social, e como isso, subseqüentemente, vem a influenciar nossos relacionamentos e ações em relação a outras pessoas”.

O avanço das tecnologias e o processo de globalização fez com que informações que antes demoravam até meses para serem compartilhadas passassem a se difundirem de forma instantânea. As correspondências foram substituídas por formas mais modernas, por meio de meios eletrônicos. Tudo o que acontece em algum lugar, logo se torna de conhecimento de todo o mundo. Com os aparelhos eletrônicos cada vez mais modernos, o mundo todo encontra-se na palma da mão.

Novas tecnologias trouxeram também novas formas de se relacionar e de viver em comunidade. Se antes os produtos eram feitos para durar, agora são feitos para serem substituídos o mais rápido possível, e as relações atuais acabam seguindo essa a mesma lógica. Elas são facilmente substituídas quando não possuem mais utilidade. Tudo está em movimento o tempo todo, a vida não pode parar. Sobre essa sociedade Bauman (2007, p.7) afirma que:

³LIPPMANN, W. (1992) *Public Opinion*. New York: Free Press. 1^o Pub. [1922]

A “vida líquida” e a “modernidade líquida” estão intimamente ligadas. A “vida líquida” é uma forma de vida que tende a ser levada à frente numa sociedade líquido-moderna. “Líquido-moderna” é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. A liquidez da vida e a da sociedade se alimentam e se revigoram mutuamente. A vida líquida, assim como a sociedade líquido-moderna, não pode manter a forma ou permanecer em seu curso por muito tempo.

O viver, nesta sociedade líquido-moderna, se torna uma grande competição, e é comparado por Bauman (2007) como uma dança das cadeiras, na qual todos buscam, mesmo que momentaneamente o “prêmio final”, de evitar ser descartado, ser jogado no lixo, e como o mundo está cada vez mais globalizado, mais conectado, essa competição se dá agora, também em um campo global.

Nesse contexto, surgem as mídias sociais, que devido ao seu caráter social estão tornando-se um sucesso e ocupando um papel central na vida das pessoas. Como mídia social, entende-se “[...] um grupo de aplicativos baseados na internet construídos a partir das fundações ideológicas e tecnológicas da Web 2.0, e que permitem a criação e intercâmbio de conteúdo gerado pelo usuário.” (KAPAN e HAENLEIN, 2010⁴ *apud* PRIMO, 2012, p. 623). Ou seja, caracteriza-se como redes de compartilhamento de informações e de interações entre usuários que conectam pessoas.

O mundo virtual tomou conta do mundo real, estar conectado à Internet passou a fazer parte da rotina de muitas pessoas, pesquisas do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2016) apontam que no ano de 2015, 92,1% dos domicílios brasileiros acessaram a internet por meio de telefones celulares, número superior aos 70,1% que acessaram por meio de computadores. Dados estes que confirmam o crescimento dos usuários das redes sociais, pois com smartphones, cada vez mais modernos, o acesso se tornou muito mais fácil e rápido. Afinal é possível carregá-los no bolso e utilizá-los apenas com uma das mãos. Toda essa facilidade vem aumentando gradativamente o espaço das redes sociais na vida das pessoas de todas as

idades, todos estão conectados, desde crianças até idosos, que se utilizam desse meio para a realização de diferentes atividades.

Percebe-se, atualmente, o poder que as mídias sociais conquistaram e vem conquistando. Grandes líderes mundiais utilizam-se desses meios para se comunicarem com o mundo, presidentes de vários países fazem pronunciamentos e anúncios através de seus perfis em redes sociais, e até o Papa, representante máximo da igreja católica, possui perfis em redes sociais para falar com seus fiéis buscando a evangelização das pessoas. Tudo o que esses líderes importantes postam logo torna-se de conhecimento do resto do mundo, ultrapassa as fronteiras de seus países, vira notícia mundial. Por isso, não se pode considerar as mídias sociais como algo externo a essa sociedade atual, pois esta é construída socialmente, feita pela e para as pessoas, nem deve se pensar em tecnologia como algo separado influenciando essa sociedade ou vice e versa, pois ambas se constituem mutuamente (MACKENZIE E WAJCMAN, 1999⁵ *apud* PRIMO, 2012 p.625).

Neste cenário recente em que a sociedade se encontra, definida de era da modernidade líquida por Bauman (2004), as relações sociais, a capacidade das pessoas amarem tanto a si próprias quanto às outras é afetada, pois tudo se torna flexível, gerando uma sensação de insegurança constante. Ao se priorizar o relacionamento em redes virtuais, as vinculações “podem ser tecidas ou desmanchadas com igual facilidade — e frequentemente sem que isso envolva nenhum contato além do virtual —, não sabemos mais manter laços a longo prazo” (BAUMAN, 2004 p. 4). Tudo isso acaba afetando inclusive a capacidade do ser-no-mundo de reconhecer um estranho em sua humanidade, tornando-se um ser cada vez mais individualista.

As redes sociais, enquanto um espaço de interação e atuação “possibilitaram a todos a construção virtual de uma vida que sob muitos aspectos torna-se mais interessante e dinâmica do que a vida palpável” é através delas que as pessoas conseguem editar suas próprias realidades e realizar seus desejos, inclusive o desejo de ser uma celebridade, afinal basta que um vídeo, uma postagem feita seja viralizada, para que este, em questão de horas, ganhe fama

⁴KAPLAN, A. M., HAENLEIN, M. (2010). Users of the World, unite! The Challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

⁵MACKENZIE, D. WAJCMAN, J. (1999). Introductory Essay: The social Shaping of Technology. In: Mackenzie, Donald; Wajcman, Judy. Corp. *The Social Shaping of technology*. Maidenhead: Open University Press, 1999.

mundial. Neste espaço pode-se escolher quem se quer ser, todos se tornam “autores da imagem que se projeta por meio de nossa persona social” (ÁVILA, 2014, p.1).

O desejo de conseguir dominar o que se é e o que os outros pensam sobre esse ser, vem acompanhando a humanidade há séculos, e a partir do surgimento das redes sociais esse desejo foi potencializado, pois por meio destas, “eu edito aquilo que eu quero editar sobre a minha vida, e assim eu me projeto como uma personalidade capaz de construir a imagem que as pessoas terão de mim. Seja ela verdadeira ou não”. O conceito de identidade na modernidade então passou a se ligar com a ideia de construção, onde é preciso se reconstruir o tempo todo, reconfigurar aquilo que se é, e como se é. O homem moderno faz deste contexto um cenário, e de si mesmo um personagem, que não consegue “enxergar com nitidez onde termina a realidade e onde começa a imaginação ou a distorção do real” (ÁVILA, 2014, p.1).

Os relacionamentos antigos acabaram perdendo espaço para as relações virtuais, pois atrás de uma tela de celular ou computador, é muito mais fácil expor uma opinião, falar se gosta ou não de algo, e se uma pessoa não quiser mais comunicar-se com outra, basta excluí-la ou bloqueá-la, sem necessidades de explicações. No mundo virtual as pessoas podem ser quem elas quiserem, omitindo defeitos e enaltecendo qualidades, que talvez em um contato físico, fossem percebidas de maneira diferente, ou até mesmo como uma mentira, pelo outro, “elas parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna” (BAUMAN, 2004, p. 7).

A partir das telas pelas quais os indivíduos conectam-se uns aos outros, perde-se o contato físico, e por conta dessa falta, passa-se a ocorrer outras formas de expressões, que de certa forma substituem o encontro. As expressões virtuais, conseqüentemente acabam substituindo as faciais, visto que durante uma conversa virtual não é mais necessário utilizar a expressão facial, para denominar se você está se sentindo triste, alegre ou com medo, apenas utilizar um “emoticon”, “gif” ou “meme” que a substitui de forma muito mais rápida e eficaz. Então, nesse sentido, perde-se o costume de se expressar através de si mesmo e busca-se esses outros recursos.

De acordo com Duran e Duran (2014, p.74) “A transformação promovida pelo ciberespaço colabora para a ideia de que é possível

dispor do poder de controle sobre si próprio [...], prazer este que muitos chamam de felicidade”. Este poder seria uma das possíveis explicações para o sucesso das mídias sociais na contemporaneidade, pois essas reafirmam a individualização dos novos modos de se relacionar e de se reconstruir socialmente. Desde os primórdios da humanidade o homem está em busca da felicidade e no mundo virtual isto não é diferente, nele essa busca “se faz pela construção de uma auto-imagem de felicidade, se não de uma fusão entre a imagem de felicidade e a nossa própria imagem” (DURAN e DURAN, 2014, p.79).

A ascensão das mídias sociais faz ressurgir a dicotomia público X privado, como aponta Bauman (2001), a esfera pública está passando por um processo de redefinição, tornando-se um espaço onde os dramas privados estão sendo encenados em um palco onde são publicamente assistidos e expostos, e a ideia de que encenar tais dramas é um dever desse homem moderno, bem como a de que a plateia possui o direito de assisti-los vem sendo amplamente divulgada pelas mídias na sociedade atual. Conforme Bauman (2001, p.31):

Para o indivíduo, o espaço público não é muito mais que uma tela gigante em que as aflições privadas são projetadas sem cessar, sem deixarem de ser privadas ou adquirirem novas qualidades coletivas no processo da ampliação: o espaço público é onde se faz a confissão dos segredos e intimidades privadas. Os indivíduos retornam de suas excursões diárias ao espaço “público” reforçados em sua individualidade de jure e tranquilizados de que o modo solitário como levam sua vida é o mesmo de todos os outros “indivíduos como eles”, enquanto-também como eles- dão seus próprios tropeços e sofrem suas (talvez transitórias) derrotas no processo.

Nas mídias sociais o privado se torna público, as postagens feitas são decididas por um usuário, que mostra apenas aquilo que deseja, considerando o julgamento e o olhar das demais pessoas, que tem acesso a tudo o que se é publicado diariamente. São nas redes sociais que o sujeito compartilha informações que vão de encontro com seu modo de ser, mas é importante ressaltar que ele se mostra como quer que os outros o vejam. É através do compartilhamento de vídeos, fotos, mensagens e dos mais diversos tipos de publicações que o sujeito vai cons-

truindo seu perfil social e permitindo o acesso livre para esse conteúdo por quem se interessar. Neste cenário as pessoas vivem “na procura de exteriorizar a vida privada e tornar público a vida íntima na expectativa de informar a sociedade da felicidade plena existente no foro íntimo de cada indivíduo” (PEREIRA, 2015, p.4). Esse ser tenta moldar a sua vida como se esta fosse uma obra de arte, que precisa ser apreciada pelo outro.

A reputação para Recuero (2009, p.109) é um dos principais valores construídos nas redes sociais, “que implica três elementos o “eu”, e “o outro” e a “relação entre ambos”.” O conceito de reputação então “implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros por sua vez, suas impressões sobre nós”. Ao abrir um perfil de uma rede social de um indivíduo, por conter algumas informações pessoais, tem-se a percepção inicial de que se sabe tudo sobre este como ser-no-mundo e não busca-se compreendê-lo em sua essência, que está além de uma página virtual. Conforme Perdigão (1995, p.32) “O ser humano dá como “já sabido” precisamente aquilo que precisa ser elucidado”.

AS MÍDIAS SOCIAIS NO COTIDIANO DA SOCIEDADE

As mídias sociais têm mostrado seus pontos positivos e negativos. Atualmente são utilizadas para uma diversidade de atividades, que sempre alcançam um número significativo de pessoas por seu poder de disseminação. Como ponto positivo vale destacar seu uso por pessoas que estão passando por situações difíceis para compartilhar seus sofrimentos, dores, angústias, por exemplo, é cada vez mais comum que se veja pessoas que estão com alguma enfermidade se utilizarem de blogs para expor o dia a dia da doença, os desafios, as superações, e receberem o apoio de outros que passam ou até mesmo convivem com pessoas que passam pela mesma situação.

Esses novos tempos estão trazendo também novas profissões. Por exemplo, se atualmente fosse realizado uma pesquisa entre crianças e adolescentes sobre o que queriam ser no futuro, com certeza alguns diriam que gostariam de ser blogueiros ou youtubers. O blogueiro seria um termo para denominar o sujeito que publica em blogs, para Duran e Duran (2014, p.73) “os blogs trazem também ca-

racterísticas de seu autor, [...] no processo de ‘montagem’ do próprio blog está a presença de elementos identitários que seriam uma forma de figuração de quem é o blogueiro” de como ele busca o reconhecimento do outro, de como ele deseja ser visto. Esses novos profissionais estão fazendo um grande sucesso na atualidade, e são consideradas juntamente com outras figuras públicas, influenciadoras digitais, pois escrevendo e dando dicas sobre moda, maquiagens, cabelos, e outros temas que envolvem a beleza feminina, a maioria das coisas que eles postam são seguidas e se tornam o desejo de muitas adolescentes e jovens.

Já o termo Youtuber é designado para a pessoa que “faz vídeos para o Youtube” seu significado ainda não é encontrado em dicionários brasileiros, por isso a definição foi encontrada na própria rede de internet (DICIONÁRIO INFORMAL, 2015). Através dessa ferramenta muitas pessoas anônimas se tornam famosas, possuindo milhares de inscritos em seu canal e de seguidores em suas redes sociais, e muitas crianças e adolescentes tentam seguir os passos destes, publicando vídeos em busca de curtidas e compartilhamentos, enfim em busca de reconhecimento. Muitas pessoas, principalmente em tempos de crises financeiras estão se utilizando das mídias sociais como um meio de gerar renda, para que os cantores façam sucesso hoje no Brasil, é necessário um grande investimento em divulgações nesses meios, e os artistas cada vez mais se dão conta dessa importância, os vídeos produzidos por eles logo ganham milhares de visualizações e compartilhamentos se tornando sucesso mundial em apenas horas após seu lançamento. É através das redes sociais que os fãs ficam mais perto de seus ídolos, pois a vida deles pode ser transmitida, praticamente em tempo real para todos os seus seguidores.

Outra atividade que também vem se tornando muito recorrente é a realização de “vaquinhas solidárias”, nas quais diferentes pessoas se unem em prol de ajudarem uma determinada pessoa ou causa, a vantagem deste tipo de “vaquinha” é que alcança um grande número de pessoas inclusive de outros estados, de outros países, algumas campanhas realizadas pela rede social INSTAGRAN com o intuito de arrecadar dinheiro para o tratamento de doenças graves, são compartilhadas e recebem ajuda do mundo todo, sendo aderidas inclusive por artistas e famosos, o que aumenta ainda mais a disseminação desse pedido de ajuda.

O Brasil que nos últimos anos vem passando por um momento muito importante de sua História, como afirma Napolitano (1998), assim como em 1984 em que muitas pessoas foram às ruas pedindo eleições diretas para presidente, movimento que ficou conhecido como “diretas já”, e que teve um forte significado simbólico para o fim do regime militar. Viveu, recentemente, em 2013 uma grande manifestação organizada em todo o país, inicialmente por conta do aumento das tarifas de ônibus a manifestação tomou proporções gigantescas, em que milhares de brasileiros, em sua grande maioria jovens, foram as ruas protestar contra a corrupção, a má qualidade dos serviços públicos, os gastos excessivos com a copa do mundo que seria realizada no país no ano seguinte e várias outras coisas. Esse grande movimento que ganhou as páginas de jornais do mundo todo, foi combinado e organizado por meio das redes sociais, o que fez com que as pessoas, mesmo estando distantes, em diferentes estados, pudessem se comunicar e se unir para lutarem por um mesmo objetivo (SCHERER-WARREN, 2014). Depois desse grande movimento de 2013, muitos outros o sucederam, todos tendo uma característica em comum, as redes sociais, como ponto de encontro e propagação de ideias.

Outro ponto importanté é o imediatismo instaurado a partir das mídias sociais, considerando que ao mesmo tempo que uma pessoa está online, ela deseja que o outro também esteja e lhe responda quase que instantaneamente. “Deste modo, os agentes envolvidos têm uma expectativa de resposta imediata ou quase imediata, estão ambos presentes (on-line, através da mediação do computador) no mesmo momento temporal” (RECUERO, 2009, p.32). Hoje em dia muito além da tela do computador, a mediação ocorre por celular, em nossas mãos e em todos os lugares, aumentando a angústia e sofrimento em relação a necessidade da resposta imediata do outro, desse outro estar disponível para mim todos os instantes. Nesse contexto, “Os relacionamentos virtuais vieram para suprir o imediatismo do desejo, condições desenvolvidas com as novas tecnologias” (SILVA, 2013, p. 2).

Através dessas novas formas de comunicação e interação, surgiram os aplicativos de relacionamento, tais como o Tinder, que é um aplicativo para busca de pessoas com o objetivo de estabelecer novos relacionamentos. O aplicativo usa como base informações pessoais obtidas mediante login com o facebook. Mas, não é só

o Tinder, vários outros aplicativos vem surgindo com o mesmo objetivo, tais como, “Hornnet4”, “Adote um cara”, “Bumble”, “Good to Go”, “How about we”, “Love Project”, “Happn”, “Flert”, “Badoo”, “Date me” entre outras dezenas” (MOURA e CORTÊS, 2015, p. 4-5) nos quais os sujeitos podem buscar novos relacionamentos e encontrar as pessoas conforme características pré-selecionadas, como sexo, idade e distância em que eles se encontram. Surge assim a possibilidade de escolher um novo amor apenas por um clique: “Dessa maneira, a figura amorosa se torna, assim como um produto, algo passível de descarte ou troca, por outro objeto mais atraente para aquele momento específico” (MOURA e CORTÊS, 2015, p. 3), na busca de suprir assim, a sensação de solidão.

Justamente por serem sociais, não deve-se pensar nas mídias sociais apenas como instrumentos de encontros amigáveis e compartilhamento de informações relevantes, mesmo isto sendo a promessa de muitos aplicativos, normalmente podem surgir por meio delas discussões, debates, conflitos e outras formas de violência que por estarem em um ambiente virtual podem ser muito mais difíceis de serem identificadas. Conforme diz Recuero (2009, p.84): “O conflito é igualmente frequente nas redes sociais na internet. Em um fotoblog coletivo, por exemplo, é muito comum que indivíduos mal-intencionados postem fotos pornográficas ou ofensivas”.

Todo este poder das mídias sociais requer também atenção, pois traz consigo alguns perigos. O Cyberbullying, ou assédio virtual, é um movimento fortemente encontrado nas redes sociais. Por meio de perfis “fakes” ou falsos, os internautas se sentem mais à vontade para praticar atos de racismo, xenofobia, homofobia, ou seja, ações preconceituosas. “Há comunidades para que as pessoas escrevam sobre as outras que odeiam, comunidades ofensivas, defensoras do racismo ou nazismo, ofensas em comunidades, em perfis, etc.” (RECUERO, 2009, p.84). Esse movimento pode proceder de apenas um indivíduo ou de grupos virtuais, que na maioria das vezes são criados com essa intenção, e pode ocorrer também uma forma de perseguição específica ou de maneira generalizada.

Foi justamente, pelo aumento do número de casos de crimes na Internet, chamados também de crimes cibernéticos ou virtuais, que tornou-se necessária a criação de leis específicas para esse meio, apesar da dificuldade de encontrar os verdadeiros culpados, essas leis

podem ser consideradas um avanço para a punição desses delitos. Um exemplo é a lei de Nº 12.737, de 30 de novembro de 2012, conhecida popularmente como lei Carolina Dieckmann, que pune judicialmente delitos informáticos, como invasões de dispositivos informáticos e publicações de conteúdos particulares. A lei possui justamente esse nome, de uma famosa atriz brasileira, pois esta no ano de 2012 teve seus computadores invadidos e suas fotos íntimas divulgadas publicamente (DURAN e BARBOSA, 2015).

Mesmo com a criação de novas leis, muitas pessoas continuam cometendo crimes na internet, e se utilizando das redes sociais para espalhar o ódio e fazer insultos. A Atriz Thaiz Araújo e a jornalista Maria Júlia Coutinho, conhecida popularmente por seu apelido Majú, sofreram ofensas e ameaças por meio de perfis nas redes sociais “na ocasião uma série de perfis fakes e autênticos destilaram nas fotos das personalidades comentários que ofendiam sua raça, cultura e dignidade humana.” (ALVES e MOURA, 2016, s.p.). Assim como a adoção de um casal de atores famosos, de uma menina africana, os atores brancos, loiros dos olhos azuis, adotaram uma criança negra, e também sofreram ofensas por meio das redes sociais. Os insultos eram voltados à criança de apenas dois anos de idade, que sofreu ataques racistas. Em todos os casos a justiça foi acionada e os perfis estão sendo investigados, e se identificados os responsáveis responderão judicialmente por injúria e preconceito (VEJA ONLINE, 2016).

É por meio das redes sociais que as pessoas podem estar mais próximas de seus representantes políticos, considerando que eles a utilizam para esta finalidade. Grande parte dos políticos já utilizam redes sociais como o Twitter e o Facebook, para divulgar seus projetos e tentar se aproximar de seus eleitores, como forma também de garantir voto e filiações para seus partidos. É por meio dessas redes que eles informam e comunicam o eleitor, direcionam suas ideias e aproximam o governo dos governados. Para exemplificar o grande alcance das mídias sociais nesse aspecto podemos considerar “a campanha realizada por Barack Obama em 2008 para a eleição presidencial dos EUA superou qualquer expectativa, traçando novos rumos para o marketing político.” (SILVA e FERREIRA JUNIOR, 2013, p. 2). Nesse sentido, pode-se considerar um aumento da participação da sociedade na política, que se tornou mais acessível

através desses meios.

A Internet assume um caráter positivo para o que é denominado de Marketing Digital. “Entre as atividades fundamentais do marketing estão à pesquisa de mercado, o planejamento do produto, a determinação de preços, a propaganda, a promoção de vendas e a distribuição.” (SILVA e FERREIRA JUNIOR, 2013, p. 3). As empresas tem utilizado as mídias sociais para estas ações, considerando a facilidade de acesso e o longo alcance populacional. Através da criação das lojas virtuais, o consumidor não precisa mais sair de casa para comprar seu produto, basta acessar e realizar o pedido, que será entregue em sua própria casa. Assim, o marketing atua “da captação, manutenção e fidelização de clientes por meio da criação, da entrega e da comunicação de um valor superior para o cliente” (SILVA e FERREIRA JUNIOR, 2013, p. 4).

SOBRE A CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM E RELAÇÃO COM AS MÍDIAS SOCIAIS

De acordo com Sartre (1943) ⁶ *apud* Erthal (2004, p. 21) “liberdade é existência e nela a existência precede a essência”, ou seja, o homem é lançado ao mundo e, a partir disso começa a constituir sua essência, ele não é como os objetos que tem sua essência definida antes mesmo de ser feito. Por exemplo, uma mesa, antes mesmo de existir foi um projeto, alguém pensou, projetou, desenhou, e a construiu, antes dela existir ela já tinha uma função, já tinha um “pra quê” ser. Por mais que os outros a usem para outras coisas, ela vai continuar a ser mesa, sua essência não vai mudar. Já o homem, mesmo que ao nascer tenha sua vida projetada por seus pais ou responsáveis, é um ser livre, pode se reinventar quantas vezes forem necessárias, ele precisa construir sua essência ao longo de sua existência, “ele é o que se projeta ser e não existe antes desse projeto.” (ERTHAL, 2004, p.23)

Sartre denomina de “projeto original essa escolha que o indivíduo faz de si” (ERTHAL, 2004, p. 23), o ser humano é projeto, o tempo todo ele está projetando possibilidades, e todos tem um projeto original, uma característica central, uma forma de ser e ver o mundo, e é através desse projeto, que os outros projetos são pensados e organizados. As características das pessoas fazem parte do significado que elas

⁶SARTRE, Jean-Paul. (1943) O Ser e o Nada.

vão dando as coisas, ao sentido que elas dão ao mundo. “Se cada indivíduo é um projeto que a partir do qual se originam os demais, para que possamos compreender um indivíduo [...] precisamos compreender os atos e as atividades desse indivíduo [...]” (ERTHAL, 2004, p. 72). Assim, o ser humano passa a construir uma imagem do mundo e de si mesmo, passando inclusive pelo desenvolvimento da imagem corporal.

Carvalho e Neto (2012) dizem que o ser humano vai desenvolvendo e construindo sua imagem corporal desde o seu nascimento até sua morte, “dentro de uma estrutura complexa, sofrendo modificações que implicam na construção contínua e reconstrução incessante.” A imagem corporal é conceituada por Schilder (1950) ⁷ *apud* Erthal (2004, p.75) como “[...] um retrato do corpo formado na mente”, sendo assim, “nossas emoções e ações são inseparáveis da imagem corporal”.

Cada ser vai se relacionando com o mundo a sua volta de uma forma muito única e particular, o que “[...] somente é experienciado por meio do corpo”. É através “das relações no mundo que a pessoa se define e dá significado a si mesma”, a partir desse relacionamento que o sujeito vai constituindo sua autoimagem, em um processo constante, pois “as pessoas aprendem a valorizar seus corpos através da interação com o ambiente, assim sua autoimagem é desenvolvida e reavaliada continuamente durante a vida” CARVALHO e NETO, 2012, p.1). A imagem que o sujeito cria de si mesmo vai interferindo em suas escolhas ao longo de sua vida e “é a escolha original que determina o valor das causas e dos motivos que podem guiar nossas ações parcialmente. É o que permite o significado ao mundo” (ERTHAL, 2004, p.71).

Segundo Erthal (2004, p.77) a autoestima estaria relacionada “aqueles adjetivos que costumam qualificar as características que constituem o eu”. Quando o eu vai se tornando um objeto de cuidado, impossibilita o sujeito de se enxergar como verdadeiramente ele é. No momento em que esse indivíduo, constrói uma concepção negativa de si, pode atrapalhar seu crescimento, visto que esta visão pode vir acompanhada de sentimentos de ansiedade e depressão. “O complexo de inferioridade é uma maneira de escolher a si mesmo como uma estrutura organizada de um plano elaborado de comportamento fracassado” (ERTHAL, 2004, p.

78). Como resultado disso, o sujeito pode idealizar uma imagem de si, em busca de compensar, de certa forma, a imagem negativa que se tem de si mesmo.

A imagem teria então dois aspectos fundamentais: a forma como o sujeito considera suas capacidades, o que ele é, o seu eu-real, e a forma como ele gostaria de ser, suas pretensões e desejos, uma imagem idealizada, o eu-ideal. Quando essa imagem idealizada, é muito distante da imagem real do sujeito, e “[...] é colocada a um nível de expectativa tão alto” o sujeito passa a “não perceber o sentido verdadeiro de sua vida”. A maioria das mudanças que um sujeito realiza, ao longo de toda sua vida, ocorre “com auxílio e por causa da autoimagem, indivíduos que desenvolvem comportamentos neuróticos para lidar com o mundo têm uma visão irreal de si mesmos e vivem em função de ideias inalcançáveis”. Ao entrar em uma rede social, as pessoas acabam se deparando com uma imagem de um ser humano que não existe, que precisa se mostrar para o outro como um ser perfeito, que é sempre lindo, que tem a maior quantidade de curtidas, que faz tudo melhor que os outros, assim acabam buscando alcançar uma perspectiva impossível de ser alcançada, o que gera sofrimento (ERTHAL, 2004, p. 79-80).

O ser-no-mundo, que se encontra e faz parte desse cenário contemporâneo, está vivendo em uma “sociedade individualizada” (BAUMAN, 2007, p. 35) e essa falta de contato com o outro faz com que ele perca o sentido de existência, pois como diz Perdigão (1995, p. 144), eu dependo do outro para obter uma verdade ao meu respeito, o outro “é indispensável ao conhecimento que tenho de “mim mesmo” [...] é a condição necessária para que eu possa me conhecer, de uma maneira que, sem o olhar dele, eu sequer seria capaz de imaginar que fosse possível”, ou seja, eu preciso da existência do outro “pois se o outro não existisse eu não poderia saber-me visto objetivamente”, não conseguiria sozinho, mesmo que imaginando um outro, fazer uma representação de mim.

Sobre a importância desse olhar do outro Vieira Junior et al. (2016, p. 122) afirmam que o ser se caracteriza por três aspectos, como se fosse vértices de um triângulo, onde o primeiro vértice seria o ser-em-si que “[...] diz respeito ao ser dos objetos, que é fechado e enrijecido em si mesmo”, o segundo vértice seria o ser-para-si que se “[...] trata do ser da consciência, que é um processo contínuo de construção e abertura

⁷SCHILDER, Paul. (1950) Imagem do Corpo: as energias construtivas da psique.

a possibilidades” e por fim, o terceiro vértice, o ser-para-outro, que vai “constitui-se como principal fundamento das relações que o sujeito vai estabelecer”. É como Trindade (2013⁸, p.163) *apud* Vieira Junior *et al.* (2016, p. 122) afirma “da mesma maneira que posso olhar o outro e defini-lo através de minha subjetividade, sei que o outro pode olhar-me e definir-me através de sua subjetividade”

Apesar do olhar do outro ser objetivante, “pois sob a ótica do outro, se é percebido como ser-em-si”, o sujeito necessita do reconhecimento desse outro para se conhecer, para se constituir. As pessoas vivem no mundo em uma constante batalha de consciências, onde cada um busca executar sua liberdade. “quando nossas expectativas estão de acordo com o olhar do outro, há uma trégua nesse conflito, caso contrário, o outro será um espelho crítico que aponta nossos vícios.” (OLIVEIRA, 2008⁹ *apud* VIEIRA JUNIOR *et al.* 2016, p.122).

Ao escolher entrar em contato com as mídias sociais, um mundo de novas possibilidades é apresentado ao sujeito, considerando a ampla diversidade de meios de utilização dessas redes. Inicia-se então um processo de transformação em seu contexto de mundo. O sujeito “ao entrar em contato com qualquer coisa, mundaniza-a, torna-se dependente dela, ocupa-se dela, quer conhecê-la, significa-a, expressando-lhe também um colorido afetivo” (LAPORTE e VOLPE, 2003, p.24). É o fenômeno que acontece quando as pessoas se relacionam com o meio virtual e este passa a fazer parte cotidianamente da vida delas.

No entanto, é ao entrar em contato com o outro que o indivíduo percebe seu projeto como ser-no-mundo, conforme diz Laporte e Volpe (2003, p. 90): “O outro possui uma parte de mim que eu não tenho e desejo ter – uma compreensão objetiva de minha subjetividade.”. E é a partir desse pressuposto que surge o desejo de termos tudo o que é do outro, principalmente as coisas visualizadas nas redes sociais, como a casa perfeita, o carro do ano, ter a habilidade de fazer as melhores comidas, ter o melhor corpo, fazer as melhores viagens, ter as melhores fotos com o maior número de curtidas, e consequen-

temente, ser completamente feliz. Esse modo de ser, encontrado nas redes sociais é utópico, ninguém é feliz o tempo todo como demonstrado nos aplicativos.

É justamente pela característica dessas novas formas de interações, de se aproximar do outro virtualmente, pois “exatamente como uma rede de computadores conecta máquinas, uma rede social conecta pessoas.” (RECUERO, 2009, p. 94). Assim, esse contato faz com que manifestem-se as angústias no sentido que outro é melhor que eu, isso ocorre a partir de uma maneira singular de ver e vivenciar o mundo, pois além da presença do outro, “existe a minha presença no mundo, sem a qual esse mundo não poderia fazer nenhum sentido para mim, e existem os meus sentimentos, as minhas angústias, a minha maneira de ser e estar nesse mundo” (PERDIGÃO, 1995, p. 34).

Essa angústia faz com que os indivíduos realizem escolhas para serem o que querem ser, se aproximando com as similaridades do projeto do outro ou distanciando-se. É essa necessidade de ser, de ter, e de realizar o projeto que está sempre rascunhado para um futuro, para o vir-a-ser. Conforme afirma Perdigão, (1995, p. 107):

Mas se examinarmos as principais categorias das ações humanas - fazer alguma coisa, ter esse ou aquele objeto, ser isso ou aquilo - iremos concluir que todas se resumem, no fundo, à mesma busca pela apropriação do que nos falta para nos completarmos como Em-Si-Para-Si. Esse “projeto abstrato de possuir o Ser em geral” se revela, na vida concreta, em nossos projetos de nos apropriarmos de alguma coisa específica, pelo desejo de fazer, ter ou ser.

De acordo com Frankl (2008)¹⁰ *apud* Batista e Barros (2016, p. 11) o homem é um ser singular, único, e por causa disso, cada um tem um projeto, “[...] uma missão particular que precisa ser concretizada e realizada somente por este indivíduo. Sendo assim, a vida indaga constantemente o ser humano sobre o sentido de sua existência.” Na sociedade atual, o homem está deixando de lado sua liberdade de escolha e “quando a vontade de sentido é frustrada [...] o indivíduo deixa de decidir por si mesmo o que escolher, assujeitando-se a outros, de forma a assumir o sentido de vida de outras pessoas”. Essa falta de sentido vai fazer o homem

⁸TRINDADE, R. (2013) Sartre: A consciência de ser visto. Alabasto: Revista eletrônica dos alunos da Escola de sociologia e política de São Paulo, 2(1), 157-168.

⁹OLIVEIRA, C. M. (2008) A psicanálise existencial de Jean- Paul Sartre na peça “Entre Quatro Paredes”: O jogo de espelhos no encontro com o outro. In Anais do primeiro simpósio de psicologia fenomenológico existencial. (p.19). Belo Horizonte, MG.

¹⁰FRANKL, U. E. (2008). Em Busca de Sentido (32a. Ed.) Petrópolis: Vozes.

se deparar com a frustração, que poderá levá-lo por fim a um vazio existencial, “que consiste na ausência de sentido da vida”. A partir disso, ele passa a “[...] querer fazer o que os outros fazem, ou termina fazendo o que os outros querem, esquecendo da sua singularidade” (FRANKL, 2011 *apud* BATISTA e BARROS, 2016, p. 12).

Praticamente todas as necessidades do homem, estão cada vez mais, sendo satisfeitas por essa sociedade moderna e tecnológica, muitas dessas necessidades primeiro são criadas para depois poderem ser satisfeitas, entretanto, como afirma Frankl (2012)¹¹ *apud* Batista e Barros (2016, p. 13) “[...] existe uma necessidade que desta forma não há como ser suprida, a vontade de sentido, sendo esta a mais humana e na qual, continuamente permanece frustrada.”. Quando nasce uma pessoa e ela é declarada pelos demais como um ser humano “consequentemente ele é um ser responsável, carecendo de um sentido para sua vida.” (BATISTA e BARROS, 2016, p. 14).

O homem moderno então precisa significar suas vivências se relacionando com essa sociedade atual e com as novas tecnologias que surgem a cada instante. A partir das novas formas de se relacionar ele precisa se inventar e se reinventar quantas vezes for necessário, em busca de um sentido para sua existência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da compreensão da sociedade pós-moderna, que vivencia o processo de globalização, pode-se compreender as mudanças que vem ocorrendo na forma de comunicação das pessoas, a qual, pelo avanço tecnológico, passou a ser instantânea. Essas mudanças trouxeram novas formas de se relacionar, sendo as mídias sociais um dos meios mais utilizados para essa finalidade atualmente.

Através das mídias sociais, as pessoas passaram a interagir umas com as outras por meio de uma tela, substituindo assim os encontros face a face, o que acaba aproximando quem está longe, mas em contrapartida distanciando quem está lado a lado. Esse meio também está sendo utilizado por uma grande parte da sociedade, das mais diferentes idades, para a realização de diversas atividades, tais como as apresentadas nesse trabalho, além de outras não citadas.

¹¹FRANKL, U.E. (2012) Logoterapia e Análise Existencial. Rio de Janeiro: Forense Universitário.

Em uma visão existencialista, o homem, que é um ser único, ao ser lançado no mundo precisa ir significando sua existência a partir das relações que estabelece com o mundo e os outros a sua volta, ele precisa do olhar do outro para se perceber, olhar esse que atualmente está sendo mediado pelas redes sociais. Assim, o sujeito passa a sentir a necessidade de se mostrar como perfeito o tempo todo nas mídias sociais e expor sua felicidade para que todos possam ver. Porém, essa perfeição é utópica, levando ao encontro da angústia e ao vazio existencial.

Nas mídias sociais, o indivíduo acaba encontrando perfis de imagens idealizadas, que não são reais, e que são impossíveis de serem alcançadas, o que pode levá-lo ao sofrimento, pois ele pode criar, idealizar uma imagem de si impossível de ser atingida, muito distante de sua imagem real, do que ele é, o que o leva a um sentimento de frustração por não conseguir ser tão perfeito como os outros, e como ele próprio se imagina.

Finalizando este trabalho surgiu a notícia de que o Brasil seria o segundo país do mundo a ofertar um curso de graduação em Digital Influencer. O curso que será ofertado pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA de Recife-PE se iniciará no primeiro semestre de 2018, tem duração de dois anos e irá profissionalizar as atividades de blogueiros, youtubers e outros profissionais, visto que ao término deste, a pessoa receberá o título de Tecnólogo em Influenciador Digital. A iniciativa de criação do curso surgiu com o crescimento da área que vem ganhando cada vez mais espaço e destaque nos dias atuais, como citado neste trabalho. (O POVO, 2017).

Ao longo da pesquisa realizada, notou-se uma carência de informações científicas sobre o tema por ser um assunto muito atual e recente. Faz-se necessário então, que mais pesquisas e estudos sejam feitos, considerando que é uma temática presente em praticamente todos os dias e em todos os lugares na vida de uma grande parte das pessoas que compõem a sociedade pós-moderna.

REFERÊNCIAS

ALVES, C. J. L.; MOURA, S. A. **Facebook como panótipo moderno**: como a vontade de controle emana do indivíduo. XIII EVIDOSOL E X CIL-TEC – online. 2016. Disponível em: <<http://www.>

periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais_linguagem_tecnologia/article/view/10485>. Acesso em: 13 Jul. 2017.

ÁVILA, J. T. M. **O lugar das redes sociais na construção das identidades**: Quando as fronteiras entre o real e o imaginário se diluem. ARTEFACTUN, v. 8, n. 1, 2014. Disponível em: <http://artefactum.rafrom.com.br/index.php/artefactum/article/view/357/309>. Acesso em: 02 Ago. 2017.

BATISTA, S. V.; BARROS, B. P. **Vazio existencial e o consumismo na contemporaneidade**. rev. Logos e Existência. V. 5, N. 1, 2016. Disponível em: <http://www.okara.ufpb.br/ojs/index.php/le/article/view/25155/16656 >. Acesso em: 26 Ago. 2017.

BAUMAN, Z., **Vida líquida**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

_____. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2001.

_____. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BRASIL, IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**, 2015. Acesso a internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. 87 p. Disponível em: < https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>. Acesso em: 17 Ago. 2017.

CARVALHO, M. C.; NETO, Raquel. **O corpo que se vê e o corpo que se sente**. Revista: De um curso a um discurso. 2. ed. 2012. Disponível em: <http://npa.newtonpaiva.br/psicologia/e239-o-corpo-que-se-ve-e-o-corpo-que-se-sente/>. Acesso em: 15 Ago. 2017.

DICIONARIO INFORMAL ON LINE. **Significado de Youtuber**. 2015. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/significado/youtuber/121/>. Acesso em: 04 Ago. 2017.

DURAN, L. B. T.; BARBOSA, L. V. K. **Lei Carolina Dieckmann**: Atualização jurídico-normativa brasileira. ETIC 2015. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/leicarinoladieckmannatualizacaojuridiconormativa.pdf>. Acesso em: 03 Ago. 2017.

pdf>. Acesso em: 03 Ago. 2017.

DURAN, M. R. C.; DURAN, M. R. C. **Identidade, auto-imagem e felicidade no mundo virtual**. Domínios da Imagem, Londrina, v. 7, n. 14, p. 73-84, jan./jun. 2014, Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/view/19109 >. Acesso em: 03 Ago. 2017.

ERTHAL, T. C. S. **Psicoterapia vivencial**: Uma abordagem existencial em psicoterapia. São Paulo: Ed. Livro Pleno, 2004.

_____. **Treinamento em psicoterapia vivencial**. São Paulo: Ed. Livro Pleno, 2004.

HJARVAR, Stig. **Midiatização**: Conceituando a mudança social e cultural. São Paulo: 2014 Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/StigHjarvard/publication/283420729Midiatizacaoconceituandoamudancasocialecultural/links/56378fba08aed65d3c42c7f5.pdf>. Acesso em: 21 de Junho de 2017.

LAPORTE, A. M. A.; VOLPE, N. V. **Existencialismo**: uma reflexão antropológica e política a partir de Heidegger e Sartre. Curitiba: Juruá, 2009.

MOURA, C. S.; CÔRTEZ, L. S. **O amor líquido na era do Tinder**: Uma análise da campanha publicitária do Ministério Da Saúde sob a ótica Baumaniana. In: Intercom- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 38, 2015, Rio de Janeiro, RJ. Disponível em: < http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1472-1.pdf >. Acesso em: 17 Ago. 2017.

NAPOLITANO, M. **O regime militar brasileiro**: 1964 – 1985. 4. Ed. São Paulo: Atual, 1998.

O POVO ON LINE (Brasil). **Brasil é o 2º país a criar graduação em Digital Influencer**. 2017. Disponível em:< https://www.opovo.com.br/noticias/brasil/2017/08/brasil-e-o-2-pais-a-criar-graduacao-em-digital-influencer.html>. Acesso em: 10 Set. 2017.

PERDIGÃO, P. **Existência e liberdade**: Uma introdução à filosofia de Sartre. Porto Alegre: L&PM, 1995.

PEREIRA, M. N. A superexposição de crianças

e adolescentes nas redes sociais: necessária cautela no uso das novas tecnologias para a formação de identidade. **Anais do 3º congresso internacional de direito e contemporaneidade: mídias e direitos em rede.** Santa Maria/ RS 2015. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0ahUKEwjF2dfLuZXVAhXCDJAKHRO9CrgQFghdMAU&url=http%3A%2F%2Fwww.ufsm.br%2Fcongressodireito%2Fanais%2F2015%2F6-14.pdf&usq=AFQjCNHacAP4W0vcHJgmyhmrRdym63X>> Acesso em: 19 Jul. 2017.

PRIMO, A. **O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da teoria ator-rede.** Revista: Contemporanea | comunicação e cultura - v.10 – n.03 – set-dez 2012. (p. 618-641). Disponível em: <<http://biblat.unam.mx/pt/verista/contemporanea-salvador/articulo/o-que-ha-de-social-nas-midias-sociais-reflexoes-a-partir-da-teoria-ator-rede>> Acesso em: 24 Abr. 2017

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SCHERER-WARREN, I. **Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política.** Caderno CRH, Salvador, V.27, n.71. p.417-429, Maio/Ago. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n71/a12v27n71.pdf>>. Acesso em: 04 Ago. 2017.

SILVA, A. M. L. Tecnologia e relacionamentos virtuais: Evolução ou involução humana? In: ENCONTRO PARANAENSE, CONGRESSO BRASILEIRO DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, XVIII, XIII, 2013. **Anais.** Curitiba: Centro Reichiano, 2013. Disponível em: <<http://www.centroreichiano.com.br/artigos/Anais2013/SILVA,%20Andressa%20Melina%20Becker.Tecnologia%20e%20relacionamentos%20virtuais.pdf>> Acesso em: 17 Ago. 2017.

SILVA, L. T. D.; FERREIRA JUNIOR, A. B. **Marketing político e a sua importância através das mídias sociais.** Revista temática. Brasil, agosto de 2013. Disponível em: <www.insit.pro.br/2013/agosto/marketingpoliticomidiasdigitais.pdf>. Acesso em 13 Ago. 2017.

VEJA ON LINE (Brasil). **Bruno Gagliasso depõe no Rio em caso de racismo contra filha.** 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/bruno-gagliasso-depoe-no-rio-em-caso-de-racismo-contra-filha/>>. Acesso em: 04 Ago. 2017.

VIEIRA JUNIOR, C. A.; ARDANS-BONIFACINO, H. O.; ROSO, A. **A construção do sujeito na perspectiva de Jean-Paul Sartre.** Rev. Subj. [online]. 2016, vol.16, n.1, pp. 119-130. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5020/23590777.16.1.119-130.>>. Acesso em: 04 Ago. 2017.

LA RELACIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AUTOIMAGEN EN LA CONTEMPORANEIDAD

RESUMEN: No se puede negar que actualmente la sociedad moderna viene pasando por una nueva era, la era digital, muchas cosas hoy en día pueden ser resueltas por medio de la pantalla de un móvil. Con la globalización, las formas de relacionarse también vienen siendo modificadas, pues las tecnologías acaban acercando a quien está distante, sustituyendo encuentros cara a cara. En ese contexto, las redes sociales acaban ganando cada vez más espacio en la vida de las personas convirtiéndose en una de las principales formas de relacionarse. Este trabajo pretende abordar la relación entre las redes sociales y la construcción de la autoimagen en la contemporaneidad basada en la perspectiva fenomenológica existencial. A través de una revisión bibliográfica, se buscó hacer una caracterización de esa sociedad actual, así como, relatar sobre algunas de las actividades más comunes realizadas en el espacio virtual, visando comprender el impacto que eso puede causar en el proceso de construcción de la autoimagen del hombre moderno, que es lanzado al mundo en este contexto y que de ahí necesita ir poniendo sentido a su existencia, a partir de la relación con ese mundo y con aquellos que lo rodean. **PALABRAS CLAVE:** Autoimagen; Contemporaneidad; Redes sociales.