

O CORPO E SUAS FORMAS COMUNICATIVAS NAS REDES SOCIAIS

2016

Karine da Silva Lima Leite

Graduanda do Curso de Psicologia no Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE), Brasil

Maria Cristina Vianna Goulart

Psicóloga e Psicanalista. Mestre em Família na Sociedade Contemporânea (UCSAL). Docente da Unijorge. Coordenadora da Equipe Multidisciplinar do Juizado Criminal do Largo do Tanque, Bahia (Brasil)

E-mail de contato:

karinesll@outlook.com

RESUMO

Este artigo teve como proposta fazer uma discussão sobre o corpo e suas formas comunicativas nas redes sociais. Para conhecer o sentido do corpo atual “pertencente” às redes sociais, recorreu-se aos sentidos construídos sobre o corpo ao longo da história, demarcando as épocas, e as representações sociais construídas até a contemporaneidade, possibilitando compreender esses fenômenos de auto exposição e do compartilhamento de imagens do corpo nas redes sociais fomentados pelo cenário midiático, com toda ambivalência e complexidade de significados em torno da imagem do corpo, atrelados a essas novas configurações de “ser-no-mundo”: do pertencimento e da invisibilidade; do público e do privado, do protagonismo do compartilhamento e do direito a imagem; do gozo e da violência. Considerando os impactos na vida psíquica do indivíduo, como distúrbios psicológicos, sofrimento psíquico e toda forma de violência simbólica entrelaçada à subjetividade, que tem sido ofuscada pelos parâmetros hipermodernos de uma sociedade de consumo, que reduz o sujeito à mercadoria, utilizou-se o método de revisão bibliográfica qualitativa, através de materiais publicados em livros, artigos, revistas eletrônicas, dissertações e teses, buscando a contemplação temática.

Palavras-chave: Redes sociais, corpo, autoexposição.

Copyright © 2017.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



INTRODUÇÃO

Percebe-se atualmente, com o advento da internet, e mais especificamente com a adesão às redes sociais, um aumento considerável de novos fenômenos, como o compartilhamento dos mais diversos tipos de imagens, inclusive de imagens íntimas dos corpos. O corpo, que cada vez mais se expõe nas redes sociais, seja através do Tinnder, Instagram, Snapchat, Facebook, entre outros canais, possibilitando uma exposição constante, passando a ser visto com maior aceitação e recurso auxiliar na construção da imagem própria (SCREMIN e WANZINACK, 2014).

Segundo Castells (1999, p.537) “as redes são estruturas abertas, capazes de expandir-se sem limites, integrando os novos nós”. Assim, possibilita-nos uma amplitude nas interações pessoais e interpessoais, permitindo manter e criar novos laços, em uma dinâmica onde o sujeito se reinventa, de modo que se mantém ou se modifica em correlação às expectativas do seu grupo de contatos.

É nesta perspectiva que o presente artigo tem como proposta a discussão sobre o corpo e suas formas comunicativas nas redes sociais, justificando-se pelo cenário atual, quanto ao aumento do fluxo de autoexposição da imagem corporal nas redes sociais, relacionado às necessidades de pertencimento, na construção de uma identidade social, impulsionada por vários estímulos midiáticos, talvez a alcançar uma inclusão e aceitação dentro do universo de interações nas redes sociais.

O artigo teve como objetivo geral discutir as representações sociais do corpo na contemporaneidade e suas formas comunicativas nas redes sociais. Para isso foram desenvolvidos três objetivos específicos, a saber: analisar a consolidação das redes sociais e a nova forma de se comunicar; verificar as representações sociais da imagem do corpo na história; e discutir os aspectos dos fenômenos de autoexposição e compartilhamento da imagem do corpo nas redes sociais e seus efeitos aos indivíduos dessa sociedade hipermoderna.

AS REDES SOCIAIS E A NOVA FORMA DE SE COMUNICAR

No mundo contemporâneo as tecnologias da informação revolucionaram as possibilidades de acesso ao saber e de comunicação humana, dando origem a relacionamentos virtuais entre pessoas de todo mundo. Sendo assim, o advento de tais tecnologias e o acesso às redes sociais nos possibilitou, não apenas novas formas de interação na comunicação humana, mas novas práticas de sociabilidades inéditas e transformadoras, obrigando-nos a repensar os mais variados conceitos e as formas de comunicarmo-nos (LIMA, et al, 2012).

É interessante se pensar que as tecnologias, bem como as redes sociais, de modo geral, são algo que não permanece imutável, parecem estar em constante transformação e em uma velocidade que muitas vezes não se pode acompanhar. A partir disso, observa-se que não são apenas as redes e as tecnologias que mudam constantemente e em velocidade incomum, o sujeito que está veiculado a elas também parece tentar acompanhar o ritmo dessas mudanças, talvez pela necessidade de estar atrelado ao que é o sucesso do momento e por medo de estar ultrapassado, ou talvez nem ele mesmo saiba o que o leva a aderir a essas mudanças tecnológicas de forma tão sistemática. (PELEGRINI, 2006)

Di Felice (2008) relata um interessante recorte histórico das três grandes revoluções comunicativas, sendo que:

A primeira revolução surge com a escrita no século V a.C., no Oriente Médio, e marca a passagem da cultura e da sociedade oral para a cultura e a sociedade da escrita. A segunda, ocorrida na metade do século XV, na Europa, provocada pela invenção dos caracteres moveis e pelo surgimento da impressão criada por Johannes Gutenberg, causara a difusão da cultura do livro e da leitura, até então circunscrita a grupos privilegiados. A terceira, desenvolvida no Ocidente na época da Revolução industrial, entre os séculos XIX e XX, foi marcada pelo início da cultura de massa e característica pela difusão de mensagens veiculadas pelos meios de comunicação eletrônicos (DI FELICE, 2008, p.22).

Consequentemente, Di Felice (2008) argumenta que, estamos na contemporaneidade enfrentando uma quarta revolução, implementada pelas tecnologias digitais, e por que não dizer afloradas pelo prático e fácil manejo dos *smartphones*?

Possibilitando, assim, o acesso à cultura das redes sociais e culminando em importantes transformações no convívio social humano, viabilizando, consequentemente, a quebra de alguns paradigmas da concepção funcional- estruturalista baseado em relações comunicativas analógicas, passando para uma comunicação dialógica, para se pensar e discutir urgentemente, sobre as novas formas, e práticas das interações sociais, na construção de um social em rede, e de suas diversas formas de se comunicar (DI FELICE, 2008).

Castells (2016) propõe que na atualidade a tecnologia e a sociedade são indissolúveis, logo, a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas. Esse processo social interativo, com o advento da internet, culminou de tal forma um novo estilo de gerenciamento da vida, que os indivíduos já não “são” na sua forma comunicativa ao se relacionar com o outro e até mesmo na concepção do que é o corpo, sem essas ferramentas (Facebook, Instagram, Tinnder, Whats App) postas pelas redes aos usuários, estabelecendo, portanto, novos padrões de representatividade em todos os aspectos de uma sociedade.

A concepção de Castells (1999, p.23) é de que a “tecnologia das redes não determine a evolução histórica, mas que a sua introdução ou sua falta, determina a transformação de uma sociedade, sendo cada vez, mais estruturadas em uma posição bipolar entre a rede e o ser”. Neste paralelo, entre a rede e o ser, a imagem do corpo ganha um espaço como integrador primordial da comunicação para os usuários das redes sociais, este corpo que se apresenta como completo, mas que em sua maioria é fragmentado pelo melhor ângulo do *selfie* (auto retrato), em que é capaz de abrir mão de um texto, mas não de dispensar *likes* e comentários.

Esse corpo que comumente era influenciado pela cultura e pelas mudanças ambientais, hoje passa a ser um corpo submisso e influenciado pelas redes sociais e pelo que ela determina como sendo a melhor estética, a que dá prazer em se olhar. Muda-se o uso de produtos de beleza para maquiar o rosto, e utilizam-se as redes sociais e seus recursos tecnológicos para maquiar a alma, o corpo, na tentativa de que se esconda aquilo que de fato não quer se mostrar: a verdade por trás de todo exibicionismo (PELEGRINI, 2006).

AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA IMAGEM DO CORPO NA HISTÓRIA

Ao longo da história, o corpo traz uma dinâmica que representa sua magnitude de importância, em todas as esferas culturais e sociais. “No corpo estão inscritas todas as regras, todas as normas e todos os valores de uma sociedade específica, por ser ele o meio de contato primário do indivíduo com o ambiente que o cerca.” (DAOLIO, 1995, p. 105).

Denunciavam Le goff e Troung (2006) que, o corpo tem uma história, e que é preciso dar história a esse corpo, sobrepunhando a ideia de que o corpo pertence à natureza, e não à cultura. Por conseguinte, a noção do corpo, seu lugar na sociedade, sua presença no imaginário e na realidade, possui muitos significados e representatividades, onde cada cultura cria seus próprios padrões de beleza, de sensualidade, de saúde, de mistérios, e de culto em torno do mesmo, deixando também reflexo de aversão ao corpo, tornando-se um objeto hostilizado e sem prazer, mas que foi se constituindo e criando novos mecanismos codificadores, que vão além da ideia de apenas pertencer à natureza (BARBOSA, MATOS e COSTA, 2011). Logo, para compreendermos as representações sociais da imagem do corpo foi significativo discorrer sobre a história e reconhecer as inúmeras complexidades desse corpo e como a sociedade o interpreta na contemporaneidade.

Na Grécia o corpo representava um elemento de glorificação, trabalhados e construídos para as competições, como sendo de interesse do Estado. Para Barbosa, Matos e Costa (2001):

O corpo nu é objeto de admiração, a expressão e a exibição de um corpo nu representavam a sua saúde e os gregos apreciavam a beleza de um corpo saudável e bem proporcionado. O corpo era valorizado pela sua saúde, capacidade atlética e fertilidade. Para os gregos, cada idade tinha a sua própria beleza e o estético, o físico e o intelecto faziam parte de uma busca para a perfeição, sendo que, o corpo belo era tão importante quanto a mente brilhante. (BARBOSA, MATOS e COSTA, 2011, p. 25).

Embora para os gregos não houvesse “pudor físico, o corpo era uma prova de criatividade dos deuses, era para ser exibido, adestrado, treinado, perfumado e referenciado, pronto a arrancar olhares de admiração e inveja dos demais mortais”. (BARBOSA, MATOS e COSTA, 2011).

Também, conforme Cassimiro e Galdino (2012) na Grécia Antiga, alguns filósofos como Sócrates, Platão e Aristóteles refletiram a concepção de corpo que permeava a sociedade grega. Sócrates acreditava que saúde e a beleza física era o bem maior do homem, que seria uma desgraça ao homem envelhecer sem poder ter contemplado a beleza do seu corpo a partir dos treinamentos físicos. (CASSIMIRO e GALDINO, 2012).

Platão, “um filósofo de grande prestígio, principalmente por ter fundado a Academia de Atenas, que tinha a função de formar jovens influentes na vida política da sociedade grega”, seguiu as ideias Socráticas, defendendo a dicotomia entre o corpo e a alma, enfatizando que a alma seria superior ao corpo, ao que concerne a dor e a morte, ou seja, o corpo era visto como empecilho para a alma. Já na concepção aristotélica, o corpo é constituído a partir da sua comunhão com a alma. (CASSIMIRO e GALDINO, 2012, p.71).

A representação do corpo na Grécia Antiga, que até hoje é conhecido e evocado pela expressão popular como “deus grego”, em referência aos seus ideais estéticos, celebrados em ginásios, pela força dos seus músculos e ossos. Para os gregos, o condicionamento físico estava intrinsecamente ligado ao fortalecimento intelectual, à ética e a política. Nisto, contraria a representação de corpo para o Cristianismo que veio com a proposta de silenciar, reprimir e mortificar esse corpo, como sendo ele fonte de pecado (TUCHERMAN, 1999).

No Cristianismo, todos os corpos não eram nem feios, nem bonitos, nem superiores, nem inferiores. Portanto, um corpo sem aspecto subjetivo a cada indivíduo, e sim, representado segundo a imagem e semelhança de Deus, santificado pela mortificação da carne em prol da santidade e salvação eterna (BARBOSA, MATOS e COSTA, 2011). Assim vemos em Coríntios (2005)

Acaso não sabem que o corpo de vocês é santuário do Espírito Santo que habita em vocês, que lhes foi dado por Deus, e que vocês não são de vocês mesmos? Vocês foram comprados por alto preço. Portanto, glorifiquem a Deus com o seu próprio corpo (1º CORÍNTIOS 6:19-20).

Toda essa concepção do corpo, a partir da leitura Cristã, reflete a noção de um corpo que é “vivido individualmente como indissolivelmente ligado a uma comunidade imaginária e transcendente, e por outro lado, um corpo terreno e simétrico”, cuja relação, entre essas duas representações, a primeira exigia a renúncia ao próprio corpo, em favor de alcançar a santidade, logo à salvação. (TUCHERMAN, 1999). Enfatiza Barbosa, Matos e Costa (2011):

O Cristianismo, por possuir uma história difícil e paradoxal na sua relação com o corpo, foi, por muito tempo, reticente na interpretação, crítica e transformação dessas imagens duplamente globalizadas do corpo, independentemente e para além do discurso do pecado e do controle do corpo, este é um tema essencial da teologia e da espiritualidade Cristã. (BARBOSA, MATOS e COSTA, 2011, p.27).

Por conseguinte, na Idade Média, um longo período da história ocidental, ainda considerado por alguns historiadores como a época em que houve grandes retrocessos, principalmente nos campos político, econômico e social, em virtude da supremacia e domínio da Igreja, que inibia avanços tanto no campo filosófico, quanto ao avanço científico, logo, semelhantemente ao cristianismo, o corpo era submetido a pesadas regras morais religiosas (CASSIMIRO e GALDINO, 2012).

A sociedade vivia em uma dinâmica dualista, resultante de tensões entre:

“Deus e o homem, entre o homem e a mulher, entre a cidade e o campo, entre o alto e o baixo, entre a riqueza e a pobreza, entre a razão e a fé, entre a violência e a paz. Mas uma das principais tensões é aquela entre o corpo e a alma. E, ainda mais, as tensões no interior do próprio corpo”. (LE GOFF e TROUNG, 2006, p.11).

Perante todas as concepções de corpo na cultura medieval, marcada pelas características de uma sociedade estática com seu sistema agrário econômico feudal, em que a Igreja Católica dominava todo o cenário, tendo grande influência sobre o modo de pensar e se comportar, o corpo serviu apenas como instrumento para distinguir as características físicas, como cor da pele, altura,

peso e classes hierárquicas: a nobreza feudal, o clero e os servos, enfim, não passavam de representações simbólicas, segundo BARBOSA, MATOS e COSTA (2011) servindo apenas como instrumento de consolidação das relações sociais, na distribuição das funções sociais.

Enfim, da “ginástica e do esporte na Antiguidade greco-romana, ao ascetismo monástico e ao espírito cavaleiresco da Idade Média, quanta mudança! Ora, onde há mudança no tempo, há história”. (LE GOFF e TROUNG, 2006, p. 10).

Ao final do século XVII a imagem do corpo aparece com uma conotação totalmente distinta da duplicidade entre alma e corpo, vistas até então. Na modernidade, provavelmente não por acaso, a concepção de corpo coincidiu com o advento do capitalismo moderno, contribuindo ambos para o nascimento de uma grande transformação social: o individualismo (TUCHERMAN, 1999).

O corpo humano foi considerado pelas Ciências Biológicas como uma máquina cheia de engrenagens. Como esse período foi caracterizado pelo nascimento de uma nova classe detentora do poder: a burguesia, esse homem moderno foi quem favoreceu o desenvolvimento das indústrias, e a consolidação do capitalismo. Parte de todo o avanço científico e técnico contribuiu para uma preocupação com a liberdade do ser humano e, conseqüentemente, com o corpo, visto como instrumento de estudo (CASSIMIRO e GALDINO, 2012).

Já na contemporaneidade, ao longo do século XX, o corpo foi ganhando novas formas, principalmente pela adesão aos meios tecnológicos de comunicação. Cassimiro e Galdino, (2012) dizem que:

O estilo de vida e o desejo de obter a perfeição física levaram o homem da sociedade industrial a buscar, excessivamente, um novo padrão de beleza, satisfazendo um desejo que não é próprio de sua natureza, mas sim de uma exigência para a sua inclusão na sociedade, onde tudo pode virar mercadoria. (CASSIMIRO e GALDINO, 2012. p. 66).

Percebe-se, cada vez mais, que a representação do corpo na atualidade segue padrões de beleza estabelecidos pela mídia, mediadas pela indústria da moda. Deste modo, “a publicidade apodera-se da subjetividade de cada indivíduo, incitando-o a recriar-se, segundo o modo ou estilo de vida que ela propaga” (PELEGRINI, 2006). Mas ao que parece, essa subjetividade acaba sendo anulada pelas normas que são ditadas, onde o que vale não é o que o sujeito quer ou pensa, e sim o que a mídia diz que ele deve querer pensar e até mesmo ser. Comenta Barbosa, Matos e Costa (2011):

Esta lógica mercantil atua com mecanismos semelhantes nas nossas carências mais profundas, como o medo da morte ou da velhice, que poderão ser, aparentemente,

combatidos ou amenizados com produtos e técnicas estéticas. O que se vende é a possibilidade de se permanecer vivo e belo (BARBOSA, MATOS e COSTA, 2011, p.29).

A partir destes argumentos, podemos perceber que o corpo permanece polissêmico e atemporal na sua magnitude de importância para o indivíduo, partindo da premissa de que “o indivíduo só existe dentro de uma rede social e toda sociedade é resultado da interação de milhares de indivíduos” (ALEXANDRE, 2004, p. 23). Sendo assim, os corpos que há décadas não cabiam nas longas malhas que o envolviam, fossem tais malhas no sentido têxtil, ou pela santidade proposta pelo cristianismo, hoje estão desnudas em uma tela de um *smartphone*.

A AUTOEXPOSIÇÃO CORPORAL NAS REDES SOCIAIS

Expor a imagem do corpo através das redes sociais e dos aplicativos fornecidos pelas redes de sistemas operacionais tornou-se algo corriqueiro na vida da população mundial, independentemente da etnia, condição financeira, grau de escolaridade ou mesmo idade.

Atualmente, no ranking das maiores redes sociais, o Facebook aparece em primeiro lugar como a maior rede social do mundo, ultrapassando um bilhão de contas registradas, com aproximadamente 1,59 bilhões de usuários ativos; assumindo o posto de segundo lugar, aparece o Whats App com 1 bilhão de usuários ativos e o Instagram aparece com 400 mil usuários ativos, assumindo o posto de oitavo lugar (OFICINA DA NET, 2016).

No entanto, como o próprio site adverte, a todo instante esses rankings podem mudar, e inclusive desaparecer. Bauman (2008) usa uma metáfora da abertura de um bar em uma zona nobre, para comparar um lançamento de uma rede social, um lugar novo, ou recém reformado que atraí um grande público, e " até que murchasse, o que aconteceria com tanta certeza quanto a chegada da ressaca no dia seguinte, passando seus poderes magnéticos ao próximo mais novo na eterna corrida para ser o point mais quente, o último assunto do momento, o lugar onde todo mundo que é alguém precisa ser visto" (BAUMAN, 2008, p. 7).

Ou seja, as pessoas expõem de si mesmas aquilo que está sendo o sucesso do momento, se atualizam nas redes à medida em que esta lhe sugere o que chama atenção ao ser exposto, seja determinada pose, ou cor de cabelo, ou forma de se vestir, ou até mesmo o tipo de legenda que seria interessante colocar na foto. Mas, como na rede tudo se atualiza rapidamente, o que é sucesso do momento, passa a virar algo ultrapassado, requerendo que aquele que se expõe se atualize de forma rápida, para novamente estar no topo. (BAUMAN, 2008)

Ir a público através das imagens é estar se expondo a uma diversidade e pluralidade de conteúdos do *cyberespaço* que, de alguma forma, contribui para a construção de novas representações sociais desse corpo na contemporaneidade. E para ARENDIT (2016) tudo o que é publico colabora para manutenção e transformação da sociedade em que vivemos.

Sendo assim, enquanto essas imagens do corpo se encontram apenas nas memórias internas dos *smartphones*, as imagens estão no âmbito do privado, banhado pelos significados do próprio sujeito. Todavia, a partir do momento em que é feito o compartilhamento, através do ato de postar a autoimagem nas redes sociais, deslocando do privado ao público, configura-se uma ação que possibilita outras conotações, além das quais, o próprio sujeito se encarrega de dar (ARENDIT, 2016).

Assim, ao que concerne esse deslocamento da imagem do corpo, do privado para o público, existe um abismo paradoxal de inquietações relacionado às exigências da hipermodernidade¹, que tem como um de seus bens de consumo, o *hipercorpo*, o corpo para mostrar. Este, considerado por Montefusco, Rêgo e Severino (2010),

Na lógica fetichista da mercadoria, à semelhança de qualquer objeto. Ainda mais agudamente que os demais (celulares, carros, computadores e cartões de credito), ele encarna uma promessa implícita de inclusão social, diferenciação, status, prazer, poder, amor e felicidade [...], passou a se constituir, na hipermodernidade, sinônimo de salvação psíquica e social: “o corpo ideal (MONTEFUSCO, RÊGO E SEVERINO, 2010, p. 140).

Dessa maneira, o corpo, para se mostrar, “deve”, minimamente, atender aos modelos estéticos apregoados pela mídia, que fomenta uma busca incessante do estereotipado corpo ideal que vai, desde a manipulação em edição das fotos (filtros, cortes, ângulo, luz) à infinidade de procedimentos estéticos e cirúrgicos (MARQUES, 2012).

Esse esforço em ser visto por parte do indivíduo parece suprimir o seu real desejo em relação a esse corpo. Destitui-se da sua subjetividade, dos seus anseios, da sua vida, para dar espaço para as redes colocarem quase que compulsoriamente o que seria não só o corpo ideal, mas também o correto. Coloca-se em xeque algo importante para o sujeito: quem sou eu quando as redes sociais não estão me vendo? Questionamento esse muito importante a se realizar, visto que, se o sujeito deixa de ser ele mesmo para ser o que ditam nas redes. O que resta dele quando a tela do celular se apaga e o computador desliga?

¹ O termo Hipermodernidade é utilizado como sinônimo da contemporaneidade pelo autor LIPOVETSKY, em seu livro: Os tempos Hipermodernos. São Paulo, 2004.

Assim, segundo Bauman (2008):

Na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte. [...] Além de sonhar com a fama, outro sonho, [...] é se tornar uma mercadoria notável, notada e cobiçada, uma mercadoria comentada, que se destaca da massa de mercadorias, impossível de ser ignorada, ridicularizada ou rejeitada (BAUMAN, 2008, p.22).

Podemos entender que “os inventores e promotores das redes eletrônicas tocaram em uma corda sensível ou num nervo exposto e tenso que há muito esperava o tipo certo de estímulo” (BAUMAN, 2008). Desta forma, os usuários gozam ao revelar detalhes de sua vida íntima, principalmente imagens do seu próprio corpo, sendo que, o esse ato de exposição consiste em uma necessidade que demanda integrar-se à *cyber vida*, “de uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separa o privado e o público” (BAUMAN, 2008 p. 41), gerando, assim, uma morte social para aquela minoria que não aderiu à cultura do “mostre-se e diga, logo existo”.

Não havendo mais distinção entre o público e o privado, compreende-se, então que aqueles que zelam pelo anonimato e pela privacidade, tornam-se invisíveis e rejeitados nesta sociedade onde a ordem do dia seria “a nudez física, social e psíquica”. (BAUMAN, 2008, p. 9). Ou seja, o "você vale o que tem" muda rapidamente para "você vale o que você mostra", e não se mostrar acaba se tornando impossível, pois ao criar uma conta em uma dessas redes sociais, você já pode ser considerado parte desse movimento tecnológico, em que, uma vez na rede, sempre na rede.

Tudo que você posta, compartilha, vê, é consumido também por aqueles que fazem parte do seu ciclo de amigos nas redes sociais, e isso pode vir a ser um risco quando tudo que se expõe, sejam suas opiniões acerca de determinado assunto, ou o seu posicionamento diante de algumas questões, pode e certamente será usado contra você quando estas divergirem daquilo que a massa acha ser o correto.

Quanto aos impactos trazidos por essa ordem da auto exposição nas redes sociais, além da insatisfação corporal referenciada pelo âmbito midiático e científico, aparece o compartilhamento das imagens corporais sem autorização do indivíduo. A pessoa que tira uma foto de si mesma em um momento íntimo, pensa que está segura, já que esta foto só existe na memória do seu aparelho celular, um triste engano, visto que a tecnologia avançou significativamente na invasão a aparelhos pessoais, e o que estava seguramente guardado na memória interna, acaba sendo compartilhado nas redes, ficando gravado na memória de todos que têm acesso a esse conteúdo.

De acordo com Barbosa, Faria e Jorge, (2015) nestas imagens íntimas que vão a público, em que são:

aparentemente privadas e registradas para serem guardadas em arquivos secretos ou exibidas apenas no espaço íntimo, para uma audiência restrita e específica, o que é julgado como vergonhoso e escandaloso parece ser menos a exibição explícita da nudez ou a realização de um ato sexual do que a exibição pública de uma performance não planejada para um grande público – e, portanto, de indesejável exposição ao olhar alheio. Mais do que isso, trata-se de uma violação dos laços de confiança, bem como de uma das maiores conquistas dos sujeitos ao longo da história: a propriedade e a autonomia sobre o próprio corpo (ARAUJO, FARIA e JORGE, 2015, p. 661).

A explosão desse novo fenômeno, que vem resultando em danos severos aos envolvidos, tanto aos que sofreram a exposição, – gerando perdas de emprego, mudança de cidade, distúrbios psicológicos, e até mesmo suicídio por não suportar lidar com a exposição brusca e inesperada das suas imagens íntimas sendo compartilhadas nas redes sociais sem sua autorização prévia, – como também pela “dureza da lei” aos que se submeteram ao protagonismo de compartilhar (SECCHI, 2009). Ao que parece, ainda não foram criadas medidas que de fato punam severamente aqueles que de forma mal intencionada invadem a intimidade alheia e expõe de forma devastadora a vida íntima de uma pessoa, que é pega de forma inesperada pela divulgação de sua imagem.

A Constituição brasileira de 1988, em seu artigo 5º, inciso X, afirma que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização, pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. Já o Código Civil de 2002 determina em seu artigo 21 que “a vida privada da pessoa natural é inviolável”. Tipifica a conduta de divulgar fotos ou vídeos com cena de nudez ou ato sexual sem autorização da vítima.

No Brasil, existe há dez anos uma associação de referência nacional, chamado SaferNet2, que atua desde 2006 em defesa dos Direitos Humanos na Internet, trazendo também indicadores da central de denúncias de crimes cibernéticos que nos fazem refletir acerca do crescente número desse crime que aparenta não retroagir à medida em que é punido, antes, pelo contrário, parece aperfeiçoar-se sempre, para cada vez mais disseminar uma espécie de terror psicológico nas redes

² A **SaferNet** Brasil é uma associação civil de direito privado, com atuação nacional, sem fins lucrativos ou econômicos, sem vinculação político partidária, religiosa ou racial. Fundada em 20 de dezembro de 2005 por um grupo de cientistas da computação, professores, pesquisadores e bacharéis em Direito, a organização surgiu para materializar ações concebidas ao longo de 2004 e 2005, quando os fundadores desenvolveram pesquisas e projetos sociais voltados para o combate à pornografia infantil na internet brasileira. Fonte: SaferNet Brasil - Protegendo os Direitos Humanos na Sociedade da Informação. Disponível em: <http://www.safernet.org.br/site/institucional>. Acesso em 01 nov. 2016.

sociais, deixando mais vítimas privadas do seu prazer e distração através da tecnologia. Neste período de atuação, a SaferNet Brasil recebeu e processou 3.746.062 denúncias anônimas, envolvendo 628.848 páginas distintas das quais 201.066 foram removidas, atribuídos para 97 países em 5 continentes (BRASIL, SaferNet, 2016).

Também foram realizadas aproximadamente 500 atividades de sensibilização e formação de multiplicadores por todo o País, contemplando 15.162 crianças e adolescentes, 18.234 pais e educadores e 865 autoridades, com foco na conscientização para boas escolhas online e uso responsável da Internet. O que se revela diante desses dados, não é apenas a urgência de medidas no âmbito jurídico do direito à imagem, mas a reflexão do que não aparece tão explícito nos dados: as questões da subjetividade, o sofrimento psíquico e a liquidez das relações sociais na hipermoderna (BRASIL, SaferNet, 2016).

Percebe-se ainda um déficit nas informações e intervenções perante o crescente processo de violência simbólica e psicológica, abarcando questões que ferem a dignidade humana, o direito à privacidade e à moral dos indivíduos envolvidos nesse fenômeno, tendo em vista o advento e a consolidação das novas mídias como principais precursores da produção e circulação não consentida da imagem do corpo nas redes sociais (ARAUJO, FARIA e JORGE, 2015).

Nota-se que as pessoas ao redor dessa devastadora exposição, sem o consentimento da vítima, gozam desse fato, de forma a acusar não a quem expõe e compartilha de forma deliberada e sem permissão a imagem alheia, mas aquele que não teve necessariamente a intenção de mostrar publicamente a sua nudez, o fato é que na concepção cultural do país as “vítimas”, que na sua maioria são do sexo feminino, passam a ser o próprio algoz, crucificadas pela mídia, pelos usuários da rede e até mesmo pelos amigos e familiares, intituladas pelos velhos discursos machistas que recitam insistentemente acusações do tipo: “tirou foto nua porque quis, agora assumo as consequências”, incitando a violência (ARAUJO, FARIA e JORGE, 2015).

Ademais, essa nova construção de um social em rede, caracterizado por circuitos informativos, obriga-nos a repensar, as formas e as práticas das interações sociais em rede (DI FELICE, 2008).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Notoriamente a vida cotidiana, as relações pessoais e interpessoais, e todas as esferas da sociedade atual, estão sendo transformadas pela interação do indivíduo com as redes sociais e pelos seus paradigmas da nova forma de se comunicar.

Na Hipermodernidade, o corpo aparece como um elemento primordial nas interações comunicativas nas redes sociais. Entretanto, com a representatividade de mercadoria, assim como qualquer outro objeto a ser consumido, induzindo aos usuários a adotar os moldes idealizados do corpo perfeito, saudável e desejável, fomentando, não só uma exibição constante, proposta pelo cenário midiático, mas as ambivalências de todo esse universo de interação nas redes sociais: de pertencimento e de invisibilidade; do público e do privado, do protagonismo do compartilhamento e do direito a imagem; do gozo e da violência.

Com toda complexidade de significados em torno da imagem do corpo, atrelados a essas novas configurações de “ser-no-mundo” em uma sociedade hipermoderna, demanda a importância de se fazer pesquisas sobre o tema, levando em consideração os impactos na vida psíquica do indivíduo, como distúrbios psicológicos, sofrimento psíquico e toda forma de violência simbólica entrelaçada à subjetividade, que tem sido ofuscado pelos parâmetros hipermodernos de uma sociedade de consumo, que reduz o sujeito à mercadoria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRE, Mario. **Representação Social: uma genealogia do conceito**. Rio de Janeiro, v.10, 2004.

ARAUJO, Júlia; FARIA, Fernanda; JORGE, Mariana. **Caiu na rede é Porn: Pornografia de vingança, violência de gênero e exposição e exposição da “intimidade”**. *Contemporânea | comunicação e cultura* - v.13, n.03, 2015, p. 659-677. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/13999/10888>> Acesso em: 05 mar. 2016.

ARENDT, Hannah. **A condição Humana**. 13ª edição, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2016.

BARBOSA, M. R., MATOS, P. M., & COSTA, M. E. (2011). **Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje**. *Psicologia & Sociedade*, 23(1), 24-34, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v23n1/a04v23n1.pdf>. > Acesso em 13 set. 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Editora Zahar, Rio de Janeiro, 2008.

BRASIL, Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em 04 abr. 2016.

BRASIL, Sociedade Bíblica. **1ª Carta aos Coríntios** In: Bíblia de Estudo: Nova tradução na Linguagem de Hoje, Barueri, São Paulo, 2005.

BRASIL, **SaferNet**. Protegendo os Direitos Humanos na Sociedade da Informação. Disponível em: <<http://www.safernet.org.br/site/institucional>>. Acesso em 01 nov. 2016.

CASSIMIRO. **As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia Antiga à Contemporaneidade**. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal2repositorio/File/revistalable/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf>. Acesso em 27 Set. 2016.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Redes**. 17ª edição, vol. 1, São Paulo: Paz e Terra, 2016.

DI FELICE, Massimo. **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. 1ª ed., São Paulo, 2008.

DOALIO, Jocimar. **Da cultura do corpo**. Campinas/SP, Papirus, 12ªed., p. 105, 1995.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Ed. Atlas, 4ª edição, São Paulo, 2002.

LE GOFF, Jacques e TROUNG, Nicolas. **Uma história do corpo na Idade Média**. Civilização brasileira, Rio de Janeiro, 2006.

LIMA, N. L. et al. **Os adolescentes na rede: uma reflexão sobre as comunidades virtuais**. 2012. Disponível em:<<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arp/v64n3/v64n3a02.pdf>>. Acesso em: 20 Mar.2016.

LIPOVETSKY, Gilles. Os tempos hipermodernos. Barcarolla, São Paulo, 2004.

MARQUES, Clóvis. **A crise do corpo na sociedade contemporânea: uma reflexão à luz da filosofia e da bioética**. Centro Universitário São Camilo -p.416-421, 2012. Disponível em:<<http://www.saocamilo-sp.br/pdf/bioethikos/98/06.pdf>>. Acesso em 17 ago. 2016.

MOSCOVIC, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 5ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MONTEFUSCO, E., RÊGO, M., SEVERIANO, M. O corpo idealizado de consumo: paradoxos da hipermodernidade. **Revista Mal estar e subjetividade**. Fortaleza/CE, vol. X, nº 1, p.137-165. Disponível em:<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482010000100007>. Acesso em: 20 Mar. 2010.

PELEGRINI, T. **Imagens do corpo: reflexões sobre as acepções corporais construídas pelas sociedades ocidentais**. [versão online]. Revista Urutagua, 08, 2006. Disponível em:<http://www.urutagua.uem.br/008/08edu_pelegrini.htm>. Acesso em 18 Set. 2016.

OFICINA DA NET. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>>. Acesso em: 08 nov. 2016.

SECCHI, Kenny. **Percepção da imagem corporal e representações sociais do Corpo**. Vol. 25, nº 2, p.229-236, Brasília, Abr.-Jun. 2009. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v25n2/a11v25n2.pdf>>. Acesso em 28/10/2016.

SCREMIN, Sanderson; WANZINACK, Clóvis. Sexting: comportamento e imagem do corpo. Revista eletrônica **Diversa**. Universidade Federal do Paraná, 2014. Disponível em:<<http://revistas.ufpr.br/diver/article/viewFile/40715/24908>>. Aceso em 20 Mar. 2016.

TUCHERMAN, Ieda. **Breve Historia do corpo e de seus monstros**. Ed. Vega, 1999.