



**MÍDIAS SOCIAIS: CONSTRUÇÃO DO SUJEITO E OS IMPACTOS
NAS RELAÇÕES AFETIVAS E AMOROSAS**

**Ravenna Alves Ferreira¹, Maria Julia Vieira Dantas², Acsa Medeiros
Rodrigues³, Juliana Linhares Cavalcanti de Alencar⁴**

Resumo: O estudo discute acerca da construção do sujeito sob influência da mídia social. As mídias a todo instante passam a registrar e divulgar vivências frente a câmeras, desta forma é criado um palco com cenas que revelam uma característica humana, que é o desejo de estar ou sentir-se completo, de acordo com os parâmetros agregados socialmente, seja de uma condição de status ou necessidade de reafirmar sua existência. Este artigo objetivou mensurar de que maneira as redes sociais participam e influenciam a construção do sujeito. Especificamente, objetivou lançar um olhar acerca das relações afetivas diante da contemporaneidade midiática. O método segue um parâmetro qualitativo. Traz a relação do comportamento midiático com vínculos afetivos, correlaciona teorias e fundamentos da ciência psicológica. Transcorreu análise de artigos científicos específicos visando resultados fidedignos na área investigada. A pesquisa nos permitiu ampliar nossa compreensão chegando à conclusão de que as redes sociais influenciam o comportamento das pessoas pois estas entram em contato com a forma que elas se sentem e se veem. Foi evidente que os relacionamentos virtuais se tornam mais fáceis que os reais, visto que a facilidade de começar e terminar está em apenas um “clique”. Quanto a necessidade do ser humano ser visto nas redes sociais, é algo natural, assim como o sentimento de pertencimento a um grupo.

Palavras-chave: Mídias sociais. Psicologia. Relações afetivas.

1. Introdução

O presente estudo contempla a temática influência subjetiva de fatores midiáticos no que cerne ao comportamento dentro das relações humanas em parâmetros socioafetivos e amorosos. As mídias sociais a todo instante passam a registrar e divulgar vivências. A fotografia, por exemplo, a forma como a

1 Centro Universitário Paraíso do Ceará, email: ravens2psico@aluno.fapce.edu.br

2 Centro Universitário Paraíso do Ceará, email: ravens2psico@aluno.fapce.edu.br

3 Centro Universitário Paraíso do Ceará: email: psic_acsa@aluno.fapce.edu.br

4 Centro Universitário Paraíso do Ceará: email: juliana.alencar@fapce.edu.br

VII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA – XXV

Semana de Iniciação Científica da URCA e VIII Semana de Extensão da URCA

12 a 16 de dezembro de 2022

Tema: “DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, INDEPENDÊNCIA E SOBERANIA NACIONAL”



divulgamos relaciona-se com afetos. Logo a fotografia fica onipresente, sendo absorvida de acordo com as conexões, efetivada pelo observador e operador RIBEIRO, FALCÃO e SILVA (2012).

Compreende-se que, dentro de tais mídias sociais como o *Instagram* e *YouTube* é transmitida pelo sujeito uma imagem, uma persona, uma representação, no qual os sujeitos passam a construir uma identificação com o outro, ou seja, construindo um ideal do homem que passa a agir almejando atender às suas necessidades e desejos, tanto no amor quanto nas demais relações afetivas.

No que cerne as mídias sociais, estas podem ser compreendidas como o esse mecanismo que acessibiliza a comunicação, entretanto não se restringem a tal aplicabilidade, logo são ferramentas de trabalho e lazer. A mídia se metamorfoseou e hodiernamente tem a possibilidade de ser um mecanismo que liga camadas sociais, culturais e diversos públicos que se conectam instantaneamente por meio das redes sociais.

Em seu artigo, Patel (2016) conta a descrição de uma curtida dada pelo psicólogo Dr. Larryn Rosen para uma organização de mídia com foco em psicologia e comportamento humano - *Psychology Today*:

“A curtida” é um exemplo do que eu chamaria de “empatia virtual”. Nós sabemos o que significa ter empatia para com alguém: ter a habilidade de compreender e compartilhar o estado emocional ou o contexto de outra pessoa. Quando você clica no botão de “curtir”, você está se comunicando com outro ser humano. O que você está comunicando? Você está reconhecendo-o de alguma forma. Não é que você necessariamente está curtindo – no sentido de gostar. Ao invés disso, você está reconhecendo. Você está dizendo “Estou vendo. Eu compreendo. Estou aqui” (ROSEN, PATEL, 2016, s.p.).

VII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA – XXV

Semana de Iniciação Científica da URCA e VIII Semana de Extensão da URCA

12 a 16 de dezembro de 2022

Tema: “DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, INDEPENDÊNCIA E SOBERANIA NACIONAL”



Não cabe nesse estudo fazer uma crítica negativista às mídias sociais, mas relatar por meio de uma análise bibliográfica como se dá a construção do sujeito em paralelo com as mídias sociais, traçando também sua ressignificação nas relações afetivas.

Freud (1920-1923) fez referência a Le Bon quando retratou que o sujeito se envolve e é influenciado, renunciando suas peculiaridades, dando autoridade ao seu líder, logo o sujeito se funde na própria massa e se identifica com a figura. Alves et al. (2009) afirma que, o sujeito tem suas ações moldadas conforme o “normal” e aceitável para o meio em que está inserido em busca de seguir os padrões estabelecidos pela cultura a qual faz parte.

Ao longo da História, foi sempre evidente a importância decisiva da cultura enquanto reguladora do comportamento humano. Com efeito, dado que o indivíduo é socializado no seio de uma cultura determinada, é inevitável e perfeitamente compreensível que o mesmo partilhe e interiorize um conjunto de atitudes, crenças, valores e comportamentos, que são transmitidos de geração em geração e comuns a todos os indivíduos dessa sociedade (cultura) (ALVES, PINTO, ALVES, MOTA E LEIRÓS, 2009, p. 2).

Porém, também se faz necessário evidenciar que, aspectos intrínsecos da personalidade estão diretamente ligados a construção subjetiva do sujeito enquanto ser libidinoso, que segundo Freud (1987), o aparelho psíquico em sua grande maioria é inconsciente, o que determina a personalidade, a energia psíquica, pulsões e instintos.

Por conseguinte, diante das questões apresentadas ao longo do trabalho, busca-se responder ao seguinte questionamento: De que forma as mídias sociais participam da elaboração do indivíduo e como estas impingem suas vidas no que tange às relações amorosas e afetivas?

VII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA – XXV

Semana de Iniciação Científica da URCA e VIII Semana de Extensão da URCA

12 a 16 de dezembro de 2022

Tema: “DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, INDEPENDÊNCIA E SOBERANIA NACIONAL”



Este trabalho justifica-se pela sua relevância no âmbito social, já que a convivência com as mídias sociais está cada vez mais inerente à humanidade, visto que esta é moldada estruturalmente por um sistema capitalista em que utiliza, por exemplo, o *Instagram* para reafirmar seus ideais e valores. Dentre essas relações de poder, destaca-se o *marketing* digital como produto massivo e conseqüentemente bastante lucrativo, onde o “ser” fica em detrimento ao “ter”.

2. Objetivo

A face do exposto, esta pesquisa objetivou mensurar de que maneira as redes sociais participam e influenciam a construção do sujeito. Especificamente, objetivou lançar um olhar acerca das relações afetivas diante da contemporaneidade midiática.

3. Metodologia

Esse estudo perquire fundamentalmente um parâmetro qualitativo, trazendo significados e considerações sobre os fenômenos que não podem ser facilmente reduzidos a variáveis. Traz a relação do comportamento midiático com o amor e os demais vínculos afetivos, correlacionado a teorias e fundamentos da ciência psicológica. No que diz respeito ao contexto bibliográfico, transcorreu análise de artigos científicos específicos visando resultados fidedignos na área investigada. Tal pesquisa é bibliográfica, essa, descrita por Gil (2002) como uma análise de posições acerca de uma problemática construída com material já elaborado sobre o fenômeno na visão dos pesquisadores em fontes como scielo, google academico e demais autores que contribuíram com estudos semelhantes.

4. Resultados

Percebeu-se a necessidade de se estudar de forma mais profunda como as mídias afetam a qualidade de vida das pessoas. Cabe ressaltar que muitos sofrem pelo fato de estar sozinho no seu corpo, mas em parte podemos trocar experiências com o outro. Precisa-se entender que para se viver bem não, necessariamente, precisamos estar junto com alguém, viver em grupo, você

VII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA – XXV

Semana de Iniciação Científica da URCA e VIII Semana de Extensão da URCA

12 a 16 de dezembro de 2022

Tema: “DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, INDEPENDÊNCIA E SOBERANIA NACIONAL”



pode estar só. “O sentimento de solidão é - em grande medida - o não fazer o luto dessa condição estrutural humana, da solitude” (HOMEM, 2018, s.p.).

5. Conclusão

A pesquisa nos permitiu ampliar nossa compreensão chegando à conclusão de que as redes sociais influenciam o comportamento das pessoas pois estas entram em contato com a forma que elas se sentem e se veem. Também se concluiu que os relacionamentos virtuais se tornam mais fáceis que os reais, visto que a facilidade de começar e terminar está em apenas um “clique”. Quanto a necessidade do ser humano ser visto nas redes sociais, é algo natural. Ainda que o sujeito possua relações que não sejam duradouras por meio de redes sociais, é compreensível apontar que elas podem fortalecer vínculos já construídos anteriormente ao contato pela mídia, assim como oferecer riscos aos sujeitos que não as conhecem, ou até mesmo menores de idade, isso não sendo abordado ao longo do trabalho, mas construído ao longo de pesquisas para o estudo. Portanto, compreende-se que o sujeito possui o sentimento de pertencimento em meio às mídias sociais. É nesse espaço que há identificação com grupos que compartilham a mesma ideia simultaneamente. Assim como o sujeito poderá optar por interagir, observar ou até exibir-se sem estar especificamente ligado a um grupo.

6. Referências

ALVES, M. P.; ALVES, S.; MOTA, A.; LEIRÓS, V. Cultura e imagem corporal. Ed. 5, p. 1-20, 2009.

FREUD S. **A interpretação dos sonhos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago; 1987.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HOMEM, Maria. **A importância de estar só**. Casa do Saber, 2018 (YouTube).

PATEL, Neil. A Psicologia das Curtidas No facebook. **Digitaltalks**. 03 de novembro de 2016.

VII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA – XXV

Semana

**de Iniciação Científica da URCA
e VIII Semana de Extensão da URCA**

12 a 16 de dezembro de 2022

Tema: “DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, INDEPENDÊNCIA E SOBERANIA NACIONAL”



RIBEIRO, J.C., FALCÃO, T., and SILVA, T. orgs. **Mídias sociais: saberes e representações** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, 291 p. ISBN 978-85-232-1734-1.