

# “MEU *SELFIE*”: A REPRESENTAÇÃO DO CORPO NA REDE SOCIAL FACEBOOK

Patrícia Jerônimo Sobrinho  
([professoremacao@gmail.com](mailto:professoremacao@gmail.com))  
<http://lattes.cnpq.br/4013728117052720>

## RESUMO

Registrar imagens com câmeras digitais, celulares e, em seguida, postá-las em redes sociais tem se tornado uma prática comum. Tendo em vista isso, o objetivo deste estudo é discutir – a partir de mensagens dos próprios usuários do Facebook – a relação que o sujeito tem com o corpo, exposto através do *selfie* (autorretrato), e o quanto isso pode influenciar na sua formação de identidade. O estudo busca, também, levantar reflexões sobre o impacto da superexposição do indivíduo nas redes sociais.

**Palavras-chave:** Corpo. *Selfie*. Autorretrato. Redes sociais. Facebook.

Mudanças ocasionadas pelos avanços tecnológicos, juntamente com as transformações sociais e econômicas, revolucionaram o modo como nos comunicamos, nos relacionamos com as pessoas, os objetos, enfim, com o mundo ao nosso redor. Atualmente, “a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas.” (CASTELLS, 1999, p.43). Tais ferramentas tecnológicas estão presentes em praticamente todas as atividades humanas, proporcionando outras formas de sociabilidade.

De acordo com Lemos, uma nova forma sociocultural começou a emergir “da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70.” (LEMONS, 2003, p. 11 - 12). Essa nova forma sociocultural foi denominada “cibercultura”. Antes de comentar sobre a “cibercultura”, é importante conceituar o que é “ciberespaço”.

O termo ciberespaço é definido como “o espaço de comunicação aberta pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores.” (LÉVY, 1999, p.94). Já a cibercultura é “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.” (LÉVY, 1999, p. 17). Ou seja, a ciberespaço é essencial para que a cibercultura

se consolide, uma vez que nele pessoas de todo o mundo estão conectadas, realizando uma comunicação interativa e instantânea.

É no ciberespaço que os indivíduos têm construído suas identidades. Através dele, “o que era interno e privado, torna-se externo e público” (LÉVY, 1996, p.73). Talvez seja essa uma das características mais significativas da cibercultura.

Nesse cenário, o presente estudo tem como objetivo discutir – a partir de mensagens dos próprios usuários do Facebook – a relação que o sujeito tem com o corpo, exposto através do *selfie* (autorretrato), e o quanto isso pode influenciar na sua formação de identidade. O estudo busca, também, levantar reflexões sobre o impacto da superexposição do indivíduo nas redes sociais.

## **A REDE SOCIAL E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES**

Pensar na comunicação por meio digital, hoje, é pensar nas redes sociais. A primeira noção de rede remete à ideia de conexão, de ligação, de agrupamento. Dentro dessa lógica, a Internet é vista como uma rede que congrega diversas pessoas, grupos, que mantêm relações entre si. Lévy chama essa nova forma de organização de “cultura do ciberespaço”, ou “cibercultura”:

O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p.17)

A abordagem de Lévy aponta para as inovações trazidas pelos meios de comunicação, principalmente pela Internet, permitindo que relações sociais sejam estabelecidas no novo espaço de interação movido pela realidade virtual. Nesse sentido, o “ciberespaço” (ou rede), para ele, é um novo meio de comunicação oriundo da interligação mundial dos computadores.

Marteleto (2001, p.72), denomina rede social “[...] o conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e

interesses compartilhados.” Ou seja, a rede social funciona como um espaço para a troca de informação e de conhecimento, em que pessoas com os mesmos objetivos compartilham experiências.

Além de ser um espaço de interação, de relacionamento, de troca de informações e de ideias, a rede social é também um espaço de subjetividade, uma vez que nele os sujeitos podem se reinventar, apresentando-se da maneira como desejam ser vistos. Tal maneira está ligada com as expectativas dos indivíduos que fazem parte da sua rede. A identidade do usuário vai sendo construída conforme as suas interações.

A noção de identidade aqui entendida refere-se às reflexões de Stuart Hall sobre o sujeito que, diante das transformações desencadeadas pelo processo de globalização, deixa de ter uma identidade unificada e estável para se tornar fragmentado, composto de várias identidades “contraditórias ou não-resolvidas.” (HALL, 2006, p.12). Assim, no mundo globalizado a identidade torna-se móvel, formada e modificada, continuamente, de acordo com experiências as quais são apresentadas ao indivíduo.

De acordo com Hall (2006), o sujeito pós-moderno (contemporâneo) é aquele que não possui apenas uma identidade, ele “assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (HALL, 2006, p. 13). Da mesma forma que as roupas são usadas de acordo com o clima, a ocasião, diferentes papéis sociais são vestidos e despidos conforme as circunstâncias.

Os indivíduos contemporâneos convivem com uma multiplicidade de identidades possíveis e mutáveis, com as quais eles podem, pelo menos provisoriamente, identificar-se. Na sociedade atual, o indivíduo não possui mais uma identidade unificada e estável, ele é projetado de forma fragmentada, transformando-se num híbrido e assumindo várias identidades, de acordo com os diferentes sistemas sociais.

O que se deseja exaltar com essas reflexões, referentes à identidade, é que o sujeito vive hoje uma pluralidade de identidades possíveis, em um mundo globalizado, marcado pela multiplicidade de fragmentações. Nesse contexto, a internet é considerada como um dos aspectos cruciais relacionados à condição com a qual as identidades são fabricadas na contemporaneidade.

## O *SELFIE* (AUTORRETRATO) NA REDE SOCIAL FACEBOOK

Dentre as mídias eletrônicas (televisão, cinema, rádio e internet) existentes, esta última tem ocupado um lugar de destaque no processo de incorporação de múltiplas identidades pessoais, principalmente, através da rede social Facebook.

O Facebook é considerado uma rede social, uma vez que permite pessoas conversarem entre si e compartilharem mensagens, links, vídeos e fotografias. Para Santos (2009), essa rede social foi lançada em 2004 por Mark Zuckerberg, juntamente com os seus colegas Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin. Inicialmente, era voltada apenas para os estudantes da universidade Harvard, mas, progressivamente, foi permitida a inscrição de outras pessoas.

As redes sociais, conforme já mencionado, tem se tornado um meio cada vez mais eficiente para as pessoas se exibirem e, para tanto, um elemento adquire importância: o *selfie* (autorretrato). Definido pelo dicionário Oxford como uma foto tirada de si mesmo – geralmente através de *smartphone* ou *webcam* e publicada em uma rede social –, o termo *selfie* surgiu em setembro de 2002, em um fórum de discussão.

O culto à própria imagem torna-se mais perceptível a partir da exibição de *selfies*. Muitos acreditam que a condição essencial para fazer parte da sociedade é atualizar constantemente o seu autorretrato, visando a sua superexibição. Segundo Sibilía (*apud* SPREJER; KAZ; 2013, p. 34), “o que vemos é a legitimação de um discurso centrado no próprio exibicionismo, que antes era limitado por barreiras como o pudor e a censura ao mau gosto.”

Atualmente, parece que o sujeito vive do seu próprio espetáculo. Para Debord (1997, p. 14), o espetáculo “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.” Ou seja, as relações cotidianas desse sujeito são substituídas por representações. “Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p. 13). O indivíduo se representa tal como seus membros (da rede social) creem que ele é ou deveria ser.

Dessa forma, uma experiência não faz sentido se ela não for registrada, se ela não for compartilhada com o outro. O indivíduo “somente” passa a existir se os outros os virem e se ele gerar uma repercussão na rede social. Daí a ênfase dada ao *selfie*. Este tem sido cada vez mais popularizado “com a invenção dos celulares e *tablets* com câmeras dos dois lados, em que a pessoa pode se ver na tela enquanto fotografa.” (SPREJER; KAZ; 2013, p. 34). Além disso, sua proliferação tem relação com o narcisismo desenfreado da contemporaneidade.

A palavra "imagem", em psicanálise, está ligada à relação do sujeito com as identificações que formam o “eu”. Freud (1914) problematizou essa relação através da “Teoria do Narcisismo”. O conceito de “Narcisismo” é bastante amplo e complexo. Portanto, ele aqui será compreendido como “a ideia de um originário investimento libidinal do eu.” (FREUD, 2010, p. 17). Em outras palavras, o narcisismo enquanto o amor que o indivíduo tem pela imagem de si mesmo, sentindo-se completo, onipotente, sem faltas, como se pudesse dizer: “eu sou autossuficiente”.

Na contemporaneidade, o narcisismo se instala marcando a fragilidade do "eu" e a obsessão do indivíduo consigo mesmo. Os usuários do Facebook tendem a expor as suas “identidades midiáticas” exaltando imagens perfeitas de si mesmos e evitando compartilhar aquelas mais modestas. O que se percebe é, ao mesmo tempo, certa idolatria e certa vontade de aparecer na rede social. Por isso, nas redes sociais, o culto ao corpo encontra sua espetacular devoção.

## **A REPRESENTAÇÃO DO CORPO NO *SELFIE* (AUTORRETRATO)**

Hoje, corpos sofrem metamorfoses para se tornarem cada vez mais perfeitos. Segundo Couto (1999, p. 128), “Os estereótipos da beleza, as regras capazes de garantir a saúde corporal e as diversas técnicas disponíveis para que cada um administre a metamorfose adequada de sua imagem” têm sido propagados pelos meios de comunicação e são tidos como padrão de referência estética.

A moda e a publicidade referenciam modelos corporais e divulgam formas/fórmulas através das quais é possível se aproximar desses modelos. Para isso, “basta que se [...] consuma determinados produtos – do vestuário aos cosméticos; da alimentação natural aos dietéticos; da vida ao ar livre às práticas esportivas; [...] aos medicamentos e intervenções cirúrgicas.” (COUTO, 1999, p. 130). Hábitos e práticas devem ser adotados em busca do corpo ideal.

Com o objetivo de investigar o porquê de as pessoas postarem autorretratos nas redes sociais e qual é a relação delas com o corpo, foi selecionado um grupo de dez amigos (homens e mulheres) do Facebook pessoal para responder as seguintes perguntas: Por que você gosta de postar imagens suas no Facebook? Qual é a relação que você tem com a sua autoimagem, o seu corpo? Essas perguntas foram enviadas individualmente, via mensagem (ferramenta do próprio Facebook), para cada um dos participantes. Vale ressaltar que tais participantes têm idade entre 25 e 50 anos.

Dentre as dez mensagens recebidas, foram escolhidas apenas seis para discutir o papel que o *selfie* (autorretrato) tem ocupado na atualidade e a ideia que os sujeitos possuem quanto ao seu corpo. Para preservar a identidade dos participantes, foi utilizada a letra inicial da palavra “Participante” (P), seguida dos números para identificação das mensagens (P1, P2, P3...).

A vida tem sido tão mediada pelas tecnologias a ponto de poder dizer que o Facebook é a própria imagem da sociedade. É nele que as pessoas se relacionam, expõem suas ideias, gostos, pensamentos, ações etc. Participar do Facebook passa a ser uma questão de existência. “Por essa razão, ter visibilidade e oferecer sua identidade publicamente é conferir importância à própria existência.” (ANCHIETA, 2011). Isso pode ser verificado na mensagem da participante P1.

P1 – É a nova sensação do momento. As pessoas estão tão assoberbadas e tão individualistas, que utilizam o face como

uma maneira de extravasar e colocar momentos felizes para que os outros compartilhem (o que nem sempre acontece). Antes não gostava, mas agora, gosto de postar principalmente qdo estou em locais com pessoas que gosto. Acho que é uma maneira de mostrar que vc está na sociedade, com pessoas legais... Ultimamente a minha relação não anda muito boa com o meu corpo. Estou muito acima do peso e isso atrapalha demais. Não são todas as fotos que posto. Pois o facebook é para mostrar a ilusão, o que vc gostaria de ser. Com isso, só postam fotos lindas, maravilhosas.

Observa-se que, no trecho exposto, a participante utiliza o Facebook para compartilhar sua vida (postando *selfies*, autorretratos) em um espaço aberto e transparente à vista de todos. Nota-se ainda que ela não está satisfeita com o corpo e por isso escolhe os melhores *selfies* (autorretratos) para postar. A participante (P2) segue essa mesma perspectiva:

P2 – Gosto de dividir momentos agradáveis com os meus amigos e familiares de SP. Sobre a minha autoimagem prefiro cortar o corpo e usar alguns truques para evitar comentários desagradáveis de alguns.

A participante (P2) preocupa-se com os comentários que os outros farão do seu corpo. Por isso, utiliza alguns truques nos autorretratos para mostrar-se bela, com o objetivo de que ele (o *selfie*) seja aprovado pelos seus amigos da rede social e também os da vida real-concreta. Agradando àqueles que a observarão, ela receberá mais visitas em seu “perfil”, mais “curtidas” e, assim, será incentivada a expor, cada vez mais, suas imagens.

Semelhantemente às participantes (P1) e (P2), os participantes (P3) e (P4) também enfatizam que o Facebook é o espaço para compartilhar as novidades e os acontecimentos da vida. Porém, as mensagens dos participantes (P3) e (P4) diferem quanto à relação com o corpo:

P3 – Geralmente eu coloco as fotos da minha pessoa por estar em locais agradáveis e na companhia de pessoas que curto. Quanto ao meu corpo, eu não tenho problemas com minha imagem, embora fora do peso.

P4 – Para compartilhar bons momentos e manter os amigos, mesmo que distantes, participando da minha vida. Me acho uma pessoa normal, sem nada de especial, mas bem comigo mesmo.

A relação com o corpo, para esses participantes, apresenta-se como normal, mesmo que P3 esteja fora do peso. Embora sendo considerada “diferente”, frente aos estereótipos e corpos perfeitos veiculados pelas mídias eletrônicas, a participante tem uma aceitação de si mesma. Percebe-se que P3 estabelece uma clara noção da sua imagem, do seu corpo.

Em uma sociedade voltada para o “espetáculo”, onde somente quem é notado sobrevive, a ostentação ganha destaque no Facebook. Ou seja, essa rede social tem sido utilizada, também, para se autopromover, autoafirmar-se, mostrar certo *status* social, conforme destacam P5 e P6:

P5 – [...] eu tenho como premissa, curtir os meus momentos e acredito que quando eu estou preocupada em postar cada coisa em tempo real, é pq eu, enquanto pessoa, estou curtindo pouco e divertindo mais do que quem está do outro lado da tela. É só um ponto de vista!!! Tenho uma relação de muito respeito com a minha autoimagem e com o meu corpo também [...]

P6 – Acredito que como todas as outras pessoas posto fotos para exibir as minhas conquistas e obviamente me mostrar superior diante de uma sociedade capitalista. Gosto da minha imagem, aprecio o que vejo, claro que almejo melhoras.

A espetacularização da vida é alimentada pelas relações mediadas por imagens postadas no Facebook. Nota-se uma superexposição de *selfies* (autorretratos) que demonstram momentos felizes e/ou importantes vividos, o que é, também, uma forma de poder. Os indivíduos procuram demonstrar, por

meio de autorretratos, a posição que ocupam dentro de uma dimensão social. Postam uma imagem para ser vista, reconhecida pelo outro. Para Maffesoli (2000, p. 15), “com efeito, enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (persona) só existe na relação com o outro”.

Na verdade, a pergunta que aparece no Facebook “No que você está pensando?” deveria ser substituída por “O que você quer que as pessoas vejam o que está fazendo?”, uma vez que os usuários utilizam essa rede social para transmitir *selfies* (autorretratos) nas mais diversas ocasiões, desde situações corriqueiras até viagens. Assim, cada vez mais os indivíduos expõem autorretratos de si esperando em troca que o outro também compartilhe os seus. “Quanto [...] mais cotidiano, mais espontâneo, maior o número de relações entre as pessoas, que passam a valorizar a autenticidade e a vida de quem é ‘próximo’, ‘real’”. (ANCHIETA, 2011).

Observa-se na mensagem de P6 um misto de contentamento e descontentamento em relação ao seu corpo. Ao mesmo tempo em que apregoa "gostar da sua imagem", o participante manifesta desejos de melhorá-la. O corpo ideal está associado não apenas a um desejo pessoal, mas também social.

O corpo contemporâneo assemelha-se a uma chama. Frequentemente é minúsculo, isolado, separado, quase imóvel. Mais tarde, corre para fora de si mesmo [...] funciona como um satélite, lança algum braço virtual bem alto em direção ao céu, ao longo de redes de interesses ou de comunicação. Prende-se então ao corpo público e arde com o mesmo calor, brilha com a mesma luz que outros corpos-chamas. Retorna em seguida, transformado, à sua esfera quase privada, e assim sucessivamente, ora aqui, ora em toda a parte, ora em si, ora misturado. (LÉVY, 1996, p. 33).

Ser belo é atender aos anseios da sociedade. A proliferação de imagens, na mídia eletrônica, de corpos e de sua boa forma, levam o indivíduo a "imaginar, a diagramar, a fantasiar determinadas existências corporais, nas formas de sonhar e de desejar que propõem." (SANTAELLA, 2008, p. 150). A estimulação e a exaltação do corpo perfeito têm uma repercussão junto ao sujeito: leva-o a formar uma imagem de si próprio a partir da inserção de uma cultura narcísica, que impõe um ideal coletivo que deve ser seguido para que o indivíduo sinta que pertence à sociedade (SEVERIANO, 2007).

Em uma realidade construída através de imagens, o *selfie* (autorretrato) representa prestígio e comunica como o sujeito realmente quer ser percebido pela sociedade. Essa representação inclui a busca pelo corpo ideal que é submetido a várias metamorfoses para ser visto, admirado e cultuado.

## **CONCLUSÃO**

As mídias eletrônicas fizeram com que a imagem ganhasse um lugar de destaque na comunicação entre os sujeitos. É a partir delas – especificamente dos computadores, visto aqui como um dos principais suportes da internet –, que se estabelece a maioria das relações humanas. Na sociedade atual, os sujeitos se expõem demasiadamente nas redes sociais, revelando suas identidades, sua privacidade, na ânsia de uma comunicação e de uma hipervisibilidade.

É nessa sociedade do espetáculo que os *selfies* (autorretratos) ganham destaque. Postados no Facebook, eles são criados e manipulados para que os

indivíduos se reinventem da maneira muito mais como gostariam de ser vistos, e muito menos como são. Os autorretratos são tirados com o objetivo de serem expostos justamente para os usuários da rede social (que tem acesso ao seu perfil), enquanto vitrines humanas.

Os *selfies* (autorretratos) representam uma personalidade, uma imagem ideal que pretende ser ostentada. O indivíduo preza pela construção de uma identidade por meio de imagens, estas, símbolo de pertencimento. A partir do estudo, pode-se perceber que os usuários postam autorretratos no Facebook visando uma maior visibilidade, visando ser “consumido” pelo olhar do outro.

Mas para conseguir aprovação dos que os observam na rede, os sujeitos preocupam-se com os *selfies* (autorretratos) a serem publicados, principalmente, em relação ao corpo. Nas mensagens citadas, pode-se notar que, para terem um corpo dito “ideal” – difundido pelos meios de comunicação, especialmente pela moda e pela publicidade –, os indivíduos modelam, utilizam estratégias que deixam o corpo perfeito, enfim, transformando-o em consonância com o ideal social estipulado pela sociedade.

No estudo, os relatos em relação ao corpo se alternaram: alguns participantes estavam satisfeitos com o corpo, outros, não. Porém, foi observado que, mesmo aqueles que pregaram a aceitação do corpo, apresentaram entraves, manifestando desejos de melhorá-lo. Isso pode estimular uma personalidade narcisista, uma vez que o indivíduo acredita nos ideais de beleza propagados e busca cada vez mais corpos esteticamente

perfeitos, o que não é alcançado porque novas imagens de corpo ideal são compostas e se decompostas incessantemente pela sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COUTO, Edvaldo Souza. **O homem-satélite: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica**. 1999. 278 f. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 1999.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FREUD, Sigmund. Introdução ao narcisismo. In: **Introdução ao narcisismo: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade na pós-modernidade**. Tradução Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1996.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. Ciência da Informação. Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

OXFORD (dicionário online). Disponível em:  
<<http://www.oxforddictionaries.com/>> Acesso em: 12 dez. 2013.

SANTAELLA, Lúcia. **Artes do corpo biocibernético e suas manifestações no Brasil**. Revista Nuestra América. nº 5. jan-jul 2008.

SANTOS, Alexandre Carvalho dos. A misteriosa história do brasileiro que fundou o Facebook. **Super Interessante (online)**. 2009. Disponível em:  
<<http://super.abril.com.br/tecnologia/misteriosa-historia-brasileiro-fundou-facebook-611665.shtml>> Acesso em: 28 out. 2013.

SEVERIANO, Maria de Fátima V. **Narcisismo e publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2007.

SPREJER, Pedro; KAZ, Roberto. Me, myself e eu. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 15 dez. 2013. Revista o Globo. p. 32-36.