



A IMERSÃO NAS REDES SOCIAIS E OS IMPACTOS QUE PODEM CAUSAR NA AUTOIMAGEM DO INDIVÍDUO, ATRAVÉS DE UMA ANÁLISE ONTOPSICOLÓGICA

Itatiana Vendrame
Aline Beatriz Varg

*Linha temática – Ontopsicologia e vida cotidiana:
Aspectos práticos para desenvolver a inteligência humana capaz de mediar a tecnologia*

Resumo: O avanço da tecnologia trouxe as redes sociais para o dia a dia do ser humano, de maneira imperceptível essa exposição as redes podem acarretar danos psicológicos e até mesmo físicos. Ocorre que esse grande acesso as informações levam a gatilhos e questionamentos sobre a própria autoimagem e o senso de identidade, reforçado pela sociedade há cada dia. Para o desenvolvimento da seguinte pesquisa foram utilizadas revisões bibliográficas. Sendo assim, utilizou-se de uma pesquisa no método qualitativo através da pesquisa bibliográfica. A partir da análise do material que foi coletado, busca-se abordar como as redes sociais influenciam a autoimagem e o senso de identidade.

Palavras-chave: Rede social, Autoimagem, identidade, Ontopsicologia.

1. INTRODUÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO

Nos últimos anos a internet vem impactando o ser humano com inúmeras informações, essas informações por serem distribuídas de maneira rápida acabam não sendo filtradas, impactando de maneira inconsciente a vida cotidiana do receptor da informação. Sendo assim “toda vez que um sujeito se coloca dentro – ou abaixo – do que lê, do que vê, conseqüentemente sofre uma informação” (Meneghetti, 2005c, p. 104).

Salienta-se que essa informação toca o íntimo de cada indivíduo e “isso ocorre continuamente, vive-se na realidade de tantas coisas, entra-se em contato com uma informação qualquer e se permanece de algum modo por ela impressionado” (Meneghetti, 2006, p. 76), levando essa informação a uma análise inconscientemente tanto positiva quanto negativa.

A partir dessa exposição nas redes, tornou-se muito fácil a autoavaliação e o questionamento de uma vida realmente feliz, porém as informações são uma grande armadilha pois nem tudo que está divulgado é de fato a realidade, muitas vezes é algo fictício feito pelo informante visando suprir suas carências, e que de modo errôneo acaba atingindo outras pessoas a enxergar uma realidade distinta (SANTOS, 2016).

Desta maneira os sujeitos passam a ser diretamente influenciados pela vida on-line, onde ao estar conectado na rede os jovens passam a se basear em modelos de comportamento pré-definidos pela sociedade – os estereótipos. Mas se observarmos os indivíduos que possuem uma desenvoltura nas redes sociais desenvolvem uma facilidade de criar novos vínculos e construir relacionamentos.

Em vista disto, quando o indivíduo entra em uma dinâmica social, por ter visto uma imagem, por ter colhido uma informação, que as vezes não é sua, ele acaba por se manter dentro da dinâmica, devido aos complexos, aos estereótipos que tem (Ribeiro, 2018).

Sendo assim, o indivíduo acaba perdido no fictício, buscando de forma errônea transformar sua autoimagem e sua identidade, tendo em vista que aquela informação fez realidade para ele, e nessa busca pelo “real” acaba-se perdendo a verdadeira identidade.

Conforme Meneghetti (2013) a identidade nos faz distinto dos outros e de tudo, fazendo uno em mim mesmo, é algo que é exclusivo de cada ser, a identidade é “o conceito fundamental porque,

uma vez que compreendo a identidade, tenho implícito o projeto daquilo que devo fazer para mim e posso compreender o que é contra mim” (MENEGETTI, 2013).

2. METODOLOGIA

Com a formulação da problemática observou-se que a referida pesquisa abordara o método qualitativo, pesquisa qualitativa tem abordagem mais interpretativa, onde o pesquisador se propõe a traduzir e expressar a situação ou fenômeno pesquisado, o que torna a pesquisa mais trabalhosa, pois o pesquisador deve coletar dados, sistematizar e analisá-los (PESSOA, 2007). A pesquisa qualitativa, para Merriam (1998), envolve a obtenção de dados descritivos na perspectiva da investigação crítica ou interpretativa.

Ao fazer o estudo sobre o desenvolvimento da pesquisa, através da pesquisa em livros, artigos, revistas e sites, iremos abordar o desenvolvimento e os referidos resultados da pesquisa serão abordados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As redes sociais transformaram o mundo com vários aspectos positivos sendo alguns deles, a ampla variedade de plataformas de aprendizado e os meios de comunicação, no entanto por outro lado trouxe aspectos que influenciam no comportamento dos indivíduos de forma negativa.

Visto que o significado que cada informação absorvida pode conter interpretação diversa em cada receptor, podendo assim gerar uma mudança comportamental, o que, por sua vez, transforma a sociedade como um todo (COSTA, 2019). Observa-se que os indivíduos estão cada vez mais conectados em redes sociais, mas têm dificuldades no relacionamento interpessoal (Veras, 2022).

Apresentando assim uma “incapacidade de contato físico, orgânico, naturístico entre eles; fingem estar juntos, mas cada um é isolado e tem o protagonismo somente se adequa-se àquele cognitivismo comportamental igual aos processos digitais” (MENEGETTI, 2014, p. 220). Desta forma cada uma das pequenas decisões que uma pessoa toma todo dia se incorpora em práticas rotinizadas e nos hábitos que refletem “escolhas não só sobre como agir, mas também sobre quem ser” (GIDDENS, 2002, p. 80). Com base nessas tomadas de decisões se cria um particular e própria necessidade de se viver de maneira voluptuosa ou sentimental online.

Ocorre que, a coisa mais danosa é que este costume se torna prioritária sobre todo o viver de cada dia e este último é organizado não em base as reais necessidades e ocasiões, mas sobre esta fictícia exigência” (CIVITENGA, et al., 2008, p. 37). Para Meneghetti (2017) “é preciso encontrar, selecionar o que é útil e funcional, em modo biológico e psicológico, à identidade da natureza do sujeito”, portanto utilitarismo funcional nada mais é que a identidade de natureza da criança e à compreensão dos códigos sociais.

Diante desta vida online o sujeito passa uma autoimagem a sociedade, por consequência a imagem não é a projeção da ação, mas sim o endereço que está intencionando, ou seja, o como, o onde e o porque (MENEGETTI, 2016). Portanto nos nutrimos de imagens e assim nos tornamos conforme aquilo que vemos e escolhemos (MENEGETTI, 2012).

Pois a imagem é a percepção do movimento da dinâmica psíquica, é a chave do Em Si do homem, onde todo pensamento construtivo é a imagem, imagens projetam concreto formal (MENEGETTI, 2016). Se faz necessário que o indivíduo viva seu projeto de natureza, de modo útil e funcional para si mesmo e para isso se realizar é preciso fazer uso de alguns recursos e se mostrar protagonista da própria vida.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os indivíduos constantemente se comparam com as informações que recebem nas redes sociais, essa comparação pode resultar em um impacto na autoimagem e no senso de identidade,

sendo assim é essencial adotar uma maneira consciente de filtrar o conteúdo consumido, buscar não fazer uma análise rasa de aparências que podem levar a questionamentos sobre a própria autoimagem.

As redes sociais exercem uma grande influência sobre a visão do indivíduo quanto a sua autoimagem, cabe ao sujeito utilizar a vida online de maneira positiva em sua vida. Conforme a Ontopsicologia o indivíduo deve observar como sua imagem será vista, conforme suas escolhas e tomada de decisões e a imersão em uma vida online de maneira indevida pode impactar na imagem do sujeito.

REFERÊNCIAS

CIVITENGA, N.; DI PIETRO, D.; MCFARLANE, A.; ZOPPOLATO, A. **Scnd life: na internet uma “segunda vida”**. Revista Nova Ontopsicologia, 2008.

COSTA, Maitê Paes da. **Autoimagem e Instagram: um olhar para a reprodução imagética da sociedade do espetáculo nas redes sociais**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

MENEGHETTI, Antonio. **A Imagem Alfabeto da Energia**. 4.ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Ed. Univ. 2016.

MENEGHETTI, Antonio. **Psicologia do Líder**. 4 ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica.

MENEGHETTI, A. **Pedagogia Ontopsicológica**. 3. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2014.

MENEGHETTI, Antonio. **Imageme inconsciente** 4.ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Ed. Univ. 2012.

MENEGHETTI, A. **O Residence Ontopsicológico**. 3. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editrice, 2005c.

MENEGHETTI, A. **Psicologia Empresarial**. São Paulo: FOIL, 2013.

MENEGHETTI, Antonio. **Sistema e Personalidade**. 3 ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2019.

MENEGHETTI, A. **Pedagogia Contemporânea: responsabilidade e formação do líder para a sociedade do futuro**. In: FUNDAÇÃO ANTONIO MENEGHETTI. Pedagogia Contemporânea: responsabilidade e formação do jovem para a sociedade do futuro. Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2017.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research and case study applications in education**. São Francisco, CA: Jossey-Bass, 1998.

PESSÔA, Vera Lúcia Salazar. **Geografia e pesquisa Qualitativa: um olhar sobre o processo investigativo**. Geo UERJ - Ano 14, nº. 23, v. 1, 1º semestre de 2012 p. 4-18.

SANTOS, S. G. dos. **Era do espelho: A captura do olhar nas redes sociais**. 2016. 20f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia)-Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2016. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/123456789/11696>. Acesso em 06 de ago. 2024.

Veras Mariana, Weber Claudiane. Como a Ciência Ontopsicológica pode contribuir na formação de jovens para autorrealização? **Revista Brasileira de Ontopsicologia**, V. 2, n. 02, p. 153-175, outubro. 2022.