

SOCIEDADE DA PERFORMANCE, DA SUPERFICIALIDADE DAS RELAÇÕES E DO NARCISISMO.

PERFORMANCE SOCIETY, THE SUPERFICIALITY OF RELATIONS AND NARCISSISM.

¹ TOMBA, T. C.; ² PROVIDELLO, G. G. D.

^{1e2}Departamento de Psicologia–Faculdades Integradas de Ourinhos-FIO/FEMM

RESUMO

Através da tecnologia, surge uma sociedade que tende a se constituir de egos frágeis, abrindo precedentes para uma sociedade da performance, do narcisismo, da necessidade da aprovação alheia, da superficialidade das relações e da supervalorização de redes sociais. A mídia, vem se configurando como uma ferramenta poderosa, que formula, cria opiniões, saberes, normas, valores e subjetividades, onde os objetivos são recorrentes, e a lei é a procura por prazer intenso e momentâneo em busca de gratificações imediatas. Pode-se dizer que o narcisismo consiste no fato do indivíduo ficar preso a falsas imagens de si mesmo, em geral, imagens de grandiosidade. Podemos pagar um preço alto nessa busca por satisfação momentânea através do reconhecimento alheio, porque é a partir das relações sociais que afirmamos nossa existência no mundo, e através das redes sociais é mais fácil criar um personagem, e é ele quem recebe a aprovação dos outros, e como se trata de uma relação a partir de um personagem, acaba se construindo uma relação superficial que a princípio pode satisfazer o ego, mas que não satisfaz as demandas e necessidades de um relacionamento mais completo. Através de uma revisão bibliográfica, buscou-se verificar a influência que as mídias, com destaque para as redes sociais, tem sobre o comportamento e a importância empregada a ela. Observou-se que a necessidade de sentir-se integrado faz com que o indivíduo permaneça em um ciclo onde nega suas dores e infelicidades, desenvolvendo um processo de recusa a esses sentimentos, negando algo que é natural e que faz parte do amadurecimento humano. E que dentro e fora da internet, talvez o caminho para a felicidade esteja em deixar de buscar o olhar dos outros e voltar nossos olhos para nós mesmos, para assim, descobrir o que realmente nos deixa felizes, mesmo quando não há ninguém por perto para ver ou curtir.

Palavras-chave: Redes Sociais. Subjetividade. Narcisismo

ABSTRACT

Through technology, comes a society that tends to be fragile egos, setting precedents for a company's performance, the narcissism, the need for others' approval, the superficiality of relations and overvaluation of social networks. The media is shaping up as a powerful tool in which formula, creates opinions, knowledge, norms, values and subjectivities, where the objectives are recurring, is the search for intense and momentary pleasure seeking immediate gratification. It can be said that narcissism is the fact that the individual be stuck with false images of himself in general grandeur images. We pay a high price in this search for momentary satisfaction through other people's recognition, because it is from the social relations that affirm our existence in the world, and through social networks is easier to create a character, and it is he who receives the approval of others and as it is a relation from a character, ends up becoming a superficial relationship that principle can satisfy the ego, but that does not satisfy the demands and needs of a complete relationship. Through a literature review, we sought to determine the influence that the media, especially social media, has on the behavior and the maid importance to it. It was noted that the need to feel integrated causes the individual to remain in a cycle where deny their pain and unhappiness, developing a process of refusal to these feelings, denying something that is natural and that is part of human maturation. And that inside and outside the Internet, perhaps the way to happiness is to leave to seek the gaze of others and turn our eyes to ourselves, so find out what really makes us happy, even when there is no one around to see or enjoy.

Keywords: Social Networks. Subjectivity. Narcissism.

INTRODUÇÃO

O Espírito de narciso nas águas do Facebook, as redes sociais são como extensões do ego e da sociabilidade contemporânea (ROSA; SANTOS, 2015).

Deixamos a era da indústria para ingressarmos na era da tecnologia, surge então, uma sociedade que tende a se constituir de egos frágeis e extremamente dependentes do investimento do outro, conseqüentemente abrindo precedentes para uma sociedade da performance, do narcisismo, da necessidade da aprovação alheia, da superficialidade das relações e da supervalorização de redes sociais. Freud, em Introdução ao Narcisismo, afirma que o amor-próprio surge como expressão da grandeza do Eu, ou seja, tudo o que se tem ou que se conquistou, todas as experiências permitidas pelo sentimento de onipotência, ajudam a aumentar o amor-próprio. E que não ser amado rebaixa o amor-próprio, enquanto que ser amado o eleva, assim, ser amado representa o objetivo e a satisfação na escolha narcísica de objeto.

Silva e Santos, afirmam que o humano é o único ser que sabe que existe, e que o fato de cada homem ser único aguça em excesso esse enigma do “universo interior” humano. As autoras ainda afirmam, que nesse contexto surge a subjetividade, expressão que diz respeito ao modo de ser, aquilo que particulariza o sujeito e é construída socialmente, numa relação de encontro do eu com o mundo.

Segundo Souza, a internet teria sido criada com o intuito de garantir a comunicação entre as bases militares norte-americanas. Mas, atualmente, é o meio de comunicação que mais cresce e vem modificando vários aspectos da vida do homem, entre eles, a sua relação consigo, com seu semelhante e com o contexto em que vive.

Ainda sobre essa perspectiva, o mundo globalizado e sem fronteiras geográficas que está perdendo as fronteiras sociais, culturais, políticas e econômicas, está influenciando também transformações nos processos de construção de novos modos de ser e conviver do ser humano (SOUZA, 2012).

A mídia vem se configurando como uma ferramenta poderosa, que formula, cria opiniões, saberes, normas, valores e subjetividades.

Souza, destaca que a internet nos últimos anos, assumiu um grau de influência incomparável para o ser humano, passando a interferir no modo de percepção do mundo, nas relações sociais e conseqüentemente, na construção da identidade pessoal.

Pode-se afirmar que a internet passou a ocupar um espaço fundamental na sociedade, além de integrar seu processo de construção e de desenvolvimento. Têm papel positivo, possibilitando a promoção de conhecimento, como também papel negativo, promovendo um distanciamento físico entre as pessoas devido a esse relacionamento e comunicação indiretos. Ainda sobre essa afirmativa, observamos a importância que uma falsa realidade têm sobre a vida das pessoas, essa falsa perspectiva de realidade acontece através da invenção de personagens que possibilitam a criação de pessoas mais interessantes aos olhos dos outros, e sem os riscos que o contato direto poderia ter.

Segundo Silva e Santos, a sociedade contemporânea configura-se por meio de identidades fluídas, relações líquidas e cultura narcísica, de exaltação do eu, abafando qualquer noção de relações interpessoais. Ainda as mesmas, afirmam que, o espetáculo seria a produção da sociedade atual, em que as pessoas apreciam a aparência em lugar do ser, à ilusão à realidade.

E através de relacionamentos líquidos, superficiais e vazios, os objetivos são recorrentes, está a procura por prazer intenso e momentâneo em busca de gratificações imediatas, onde comercializa-se o cotidiano através de tantas publicações e propagandas de si mesmo, evidenciando o prazer pelo narcisismo, além de denotar características ao consumismo, baixo autoestima, ansiedade, depressão, entre outros.

Sabemos que o psiquismo se constitui através do momento cultural em que se vive, ou seja, a subjetividade é construída a partir de articulações das relações culturais da época com a história individual. Assim, cada época histórica tem uma forma própria de sentir, desejar e viver. Podemos comparar a sociedade atual à fase do narcisismo no desenvolvimento libidinal do indivíduo, pois no narcisismo, o ego se comporta como objetivo de seu próprio amor, idealizando e superestimando a si mesmo, experimentando prazer por se sentir especial.

O narcisismo nada mais é do que um corpo que não pode proporcionar ao indivíduo entrar em contato com seus próprios sentimentos, o narcisista não têm uma auto imagem que corresponda ao que ele realmente é, ou seja, se vê de forma falsa, geralmente com características de grandiosidade para compensar a falta de autoestima que esse tipo de indivíduo tem (PEDROSO, 2010).

Pedroso acredita que, essa falta de contato com os sentimentos origina-se da relação com os pais, que provavelmente tenham sido inaptos ou ineficientes, que não

tiveram uma relação eficaz com o filho, privando este das experiências emocionais básicas que o levariam a perceber e aceitar suas sensações, percepções e sentimentos ao longo de seu desenvolvimento psico sexual. O indivíduo então, para se defender desse tipo de frustração, forma uma couraça que tem uma função egoica, ou seja, organiza um tipo de esquema corporal que dá conta desse tipo de frustrações.

Assim, pode-se dizer que o narcisismo consiste no fato do indivíduo ficar preso a falsas imagens de si mesmo, em geral, imagens de grandiosidade, no sentido de compensar a imensa fragilidade vivida por um indivíduo que não pode sentir a si mesmo. O narcisista torna-se seu próprio mundo e acredita que todo mundo é ele (PEDROSO, 2010).

Segundo Zaguetto, quando falamos em felicidade, devemos destacar que ela não tem um único significado, como dito anteriormente, sensações variam de acordo com a cultura e o momento histórico, e com a felicidade não é diferente. Atualmente, a nossa concepção de felicidade tem estreita relação com o consumo, ou seja, ser feliz é poder comprar bens materiais e ter acesso a serviços. Desse modo, pode-se dizer, que a felicidade é mensurada por signos visuais que denotam alto poder de consumo e conforto, e não poder ostentar tais atributos seria sinal de incompetência. Assim, ser feliz se tornou uma questão de obrigação.

Ainda Zaguetto, destaca que a felicidade em nossa sociedade deve ser visível e mensurável, onde a felicidade sem necessidade de provas e invisível aos olhos dos outros não é válida dentro desse ideal de consumo e felicidade. Somos uma sociedade da performance, onde o indivíduo deve edificar-se, distinguir-se e ampliar suas capacidades, somos estimulados constantemente a buscar o êxito e a superação.

Podemos pagar um preço alto nessa busca por satisfação momentânea através do reconhecimento alheio, porque é a partir das relações sociais que constituímos nossa identidade e afirmamos nossa existência no mundo. E através das redes sociais é mais fácil criar um personagem, e é ele quem recebe a aprovação dos outros, e como se trata de uma relação a partir de um personagem, acaba se tornando uma relação superficial que a princípio pode satisfazer o ego, mas que não satisfaz as demandas e necessidades de um relacionamento mais completo.

METODOLOGIA

Através de uma revisão bibliográfica, buscou-se verificar a influência que as mídias, com destaque para as redes sociais, tem sobre o comportamento e a

importância empregada a ela. Além de analisar como o indivíduo se constitui mediante as redes sociais, e como os relacionamentos são encarados através desta perspectiva.

DESENVOLVIMENTO

Para Silva e Santos, novas subjetividades surgem constantemente devido ao bombardeio de informações que a mídia impõe, o que pode influenciar direta e indiretamente no modo de vida, dificultando ainda, a ação de fazer escolhas de forma autêntica. Um fator agravante nessa questão é a inércia e o não questionamento sobre a forma como essas imposições acontecem e nem as implicações que provocam.

A necessidade de sentir-se integrado faz com que o indivíduo permaneça em um ciclo onde nega suas dores e infelicidades, desenvolvendo um processo de recusa a esses sentimentos, negando algo que é natural e que faz parte do desenvolvimento e amadurecimento humano. Diante disso, tem-se a impressão de que as pessoas são felizes o tempo todo, e isso causa impactos na subjetividade, podendo despertar sentimentos de inveja e problemas relacionados a autoestima (ZAGUETTO, 2014).

Rosa citando o sujeito narcisista, na perspectiva de Lasch (1983), diz que o mesmo busca o reconhecimento alheio por meio da sedução e do desprendimento de qualquer vinculação que possa ofuscar o seu eu ególatra e egoísta. Nesse contexto, portanto, busca-se a quantidade.

Ainda Rosa, essa busca por prazer pode se tornar destrutiva através da exaltação da individualidade e das qualidades pessoais. Porque para Lasch (1983), em tal consagração da cultura do narcisismo, a compulsão pela ambição e pelo desejo desenfreado, pelo reconhecimento social, pelos prazeres orais e pelo consumo de bens materiais culmina na solidão, no vazio interior e na falta de sentido da vida. Tudo isso é, contudo, uma forma de buscar reconhecimento pessoal e não interesse genuíno pelos outros.

No entanto, é possível observar uma certa fragilidade nesse comportamento narcisista e superficial, pois até mesmo aquele internauta que se aproveita do anonimato para tentar seduzir usando de manipulações das informações sobre si mesmo expõe aspectos reais de sua personalidade, ninguém consegue mentir nos aspectos relacionados à inteligência, ao humor e à visão de mundo (DONNAMARIA, 2009).

Segundo Lanzarin, é necessário ressaltar que o virtual também é uma forma de realidade, mesmo que de outra ordem. A realidade virtual e a presencial se diferenciam quanto à natureza das experiências que sujeitam os indivíduos que delas participam. Ainda segundo o autor, se baseando na teoria de Freud, existe uma relação de continuidade entre o jogo infantil e a capacidade de imaginação, onde o jogo se torna uma das vias de inserção da criança no plano simbólico, mais tarde essa capacidade de imaginação é sua via de inserção no plano social.

CONCLUSÃO

É inegável que a comunicação midiática propicia novas formas de sociabilidade. No entanto, ela veicula e reforça uma cultura determinista, de desvalorização do outro e exaltação de si, que busca gratificação imediata de desejos e pulsões. Além de exaltar valores centrados no consumo e no espetáculo, como por exemplo, obsessão pelo corpo perfeito, fetichismo da juventude, materialização das relações, bem como a falta de tais valores, como a ausência de obrigações e sanções morais.

Observamos que dentro e fora da internet, talvez o caminho para a felicidade esteja em deixar de buscar o olhar dos outros e voltar nossos olhos para nós mesmos, para assim, descobrir o que realmente nos deixa felizes, mesmo quando não há ninguém por perto para ver ou curtir.

REFERÊNCIAS

DONNAMARIA, C. P.; TERZIS, A. Sobre a evolução de vínculos conjugais originados na Internet. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, São Paulo, v. 61, n. 3, 2009.

FREUD, S. Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916). **Companhia das Letras**. São Paulo, obras completas, v. 12, 2010.

PEDROSO, M. Narcisismo: entre o ego e o self-uma vivência. In: ENCONTRO PARANAENSE, CONGRESSO BRASILEIRO DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, XV, X, 2010. **Anais**. Curitiba: Centro Reichiano, 2010.

LANZARIN, C. C. A fantasia e o baile de máscaras do final do milênio. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 20, n. 3. Set/2000.

ROSA, G. A. M. **Estetização do self e elaboração psíquica: repercussões das redes sociais na subjetividade**. 2014, Pró Reitoria de Pós Graduação e Pesquisa, Universidade Católica de Brasília.

ROSA, G. A. M.; SANTOS, B. R. Repercussões das redes sociais na subjetividade: narcisismo, felicidade e elaboração psíquica. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 20, n. 2, p. 285-294, abr/jun. 2015.

ROSA, G. A. M.; SANTOS, B. R. Repercussões das redes sociais na subjetividade de usuários: uma revisão crítica da literatura. **Temas em Psicologia**, Brasília, v. 23, n. 4, p. 913-927, 2015.

SILVA, E. F. G.; SANTOS, S. E. B. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade**. Faculdade do Vale do Ipojuca, Caruaru.

ZAGUETTO, A. P.; Compartilhar e curtir: a publicidade de si mesmo no Facebook. **ComCiência** n. 161, Campinas. Set/2014.