

A EXPOSIÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Gisele Mappelli
Giselemappelli2015@gmail.com
Ana Cláudia Merchan Giaxa

RESUMO: Introdução: Com o passar dos anos e a evolução do homem, os meios de comunicação e os modos de relacionamentos se ampliaram e se modificaram. Com o surgimento da internet o ser humano passa a se ver diante de um cenário de mensagens traduzidas por máquinas e movido pela cibernética (PEREIRA e OLIVEIRA, 2018). O uso da internet aos poucos se popularizou e, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, já no ano de 2017 no Brasil, o número de residências que utilizavam a internet foi de cerca de 75% (IBGE, 2018), o que demonstra que cada vez mais esta ferramenta está inserida no cotidiano dos sujeitos. Com a ampliação de seu uso, surgiu também a utilização de redes sociais, consideradas como uma potente ferramenta tecnológica que permite a comunicação entre seus usuários e que está em constante crescimento, utilizada para diversos fins, seja na busca por amizades e oportunidades de emprego, para o compartilhamento de conteúdos e, até mesmo, para entretenimento pessoal (SHIMAZAKI e PINTO, 2011). Tudo isto também interfere na subjetividade humana e uma dessas interferências e mudanças é perceptível em relação ao conceito de intimidade. Antes protegidos pelo entre paredes de nosso quarto, líamos, escrevíamos nossos diários, nossos poemas e os trancávamos no espaço mais protegido do olhar alheio, como uma preciosidade que só a nós pertencia, atualmente buscamos cada vez mais os olhares e a aprovação alheia (KALLAS, 2016.). De acordo com Fortim (2006) e Suler (1999), *apud* COSENTINO (2007, p. 205), a internet pode ser considerada “como qualquer outro ambiente virtual, como um “espaço psicológico”, e “uma extensão da mente ou do mundo intrapsíquico, capaz de refletir sua personalidade, gostos, atitudes e interesses”. **Objetivo:** Descrever sobre potenciais causas da exposição nas redes sociais. Identificar e compreender os motivos que levam as pessoas à exposição nas redes sociais e, reconhecer a finalidade desta exposição e os sentimentos envolvidos. **Método:** foi realizada uma pesquisa de campo, descritiva e exploratória, qualitativa com abordagem quantitativa, realizada através do preenchimento de um formulário disponibilizado no Google Forms. O questionário foi constituído de perguntas abertas e fechadas, que tinham relevância sobre o assunto da pesquisa em questão (a exposição nas redes sociais) e estavam de acordo com os objetivos da pesquisa. Esta pesquisa seguiu os termos da resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) e foi enviada para apreciação do CEP das Faculdades Pequeno Príncipe. A coleta iniciou-se somente após aprovação do CEP na data de 30/11/2019, com o número do parecer: 3.736.667. A disponibilização do link de acesso à pesquisa foi do período de 02/12/2019 à 28/02/2020. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) iniciava a pesquisa e as perguntas só abriam com o aceite do TCLE pelos participantes. Outro critério foi de que, além de perguntar a idade, era perguntada a data de nascimento, para confirmar a coerência do critério de participação ter idade igual ou maior a 18 anos. **Resultados:** Durante o período que ficou disponibilizado o link do questionário online, obteve-se respostas de 161 participantes da pesquisa. Porém apenas 139 completaram o preenchimento de todo o questionário. Destes, 24 ainda foram excluídos pelo preenchimento errado da data de nascimento. O principal

motivo da exclusão era a incoerência da idade e data de nascimento e o fato de ter colocado na data de nascimento data do preenchimento do questionário. Assim, somente 115 participantes eram maiores de 18 anos, possuíam redes sociais e deram aceite no TCLE. As respostas obtidas foram categorizadas e analisadas através da Análise de conteúdos de Bardin, sendo as principais categorias de respostas analisadas, as motivações, a finalidade e os sentimentos envolvidos nas postagens nas redes sociais. **Conclusão:** A partir da análise das respostas, foi possível compreender e identificar que as motivações mais frequentes foram de compartilhar momentos felizes, manter contatos com familiares e amigos e se manter atualizado. Sobre os sentimentos envolvidos nesta ação, foram identificados a felicidade de compartilhar. As não curtidas não foram muito fáceis de serem assumidas como um desagrado e frustração, mas isto não faz com que as pessoas deixem de postar ou pensem antes de postar. Postar foi mais associado ao bem-estar do que aos riscos de expor-se desnecessariamente nas redes sociais nesta amostra. O presente trabalho contribuiu com a discussão e o estudo sobre o assunto em questão, uma vez que a prática da exposição em redes sociais tem se tornado tão natural entre as pessoas na atualidade, assim como possibilitou suscitar nos participantes uma reflexão acerca de tal prática na vida cotidiana, principalmente no que a exposição pessoal pode implicar na segurança pessoal de imagens e dados pessoais dos envolvidos nas postagens. Muitos participantes relataram que não pensavam no que estavam postando, antes de postarem. Uma das limitações desta pesquisa é a pequena amostra e o fato da ênfase qualitativa e somente com estatística descritiva dos dados. Sugere-se que uma análise estatística, através do Método de Associação Múltipla das potenciais variáveis envolvidas, nos participantes que responderam até certo ponto o questionário e os que colocaram a data de nascimento errada. Esta avaliação poderia ter gerado dados **para serem pensados**, quem sabe, o não entendimento de algumas perguntas, ou mesmo, a condição de não reflexão das respostas dadas ou mesmo coerência entre elas. Fato que, de alguma forma, aponta para uma exposição não reflexiva de conteúdos pessoais nas redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: rede social; exposição; motivação.

REFERÊNCIAS

IBGE- Instituto Brasileiro de geografia e estatística. **PNAD Contínua TIC 2017:** Internet chega a três em cada quatro domicílios do país, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>. Acesso em: 20 ago.2019.

COSENTINO, Leonardo Antonio Marui. Relacionamentos na era digital: expressão no ciberespaço. **Psic. Rev. São Paulo**, v. 16, n.1 e n.2, p. 203-207, 2007. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/d94b/97896156308cd2cf37cc05ba39cf8d040d4d.pdf>. Acesso em: 29 ago.2019.

KALLAS, Marília Brandão Lemos de Moraes. O sujeito contemporâneo, o mundo virtual e a psicanálise. **Reverso**, v.38, n.71, p. 55-63, 2016. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-73952016000100006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 30 ago.2019.

PEREIRA, Dhennifer Rafaela; OLIVEIRA, Flávio Augusto Ferreira de. Redes sociais: as relações no cenário pós-moderno. **Rev. UNINGÁ Review**, v. 33, n. 1, p. 85-94, jan/mar, 2018. Disponível em: <http://revista.uninga.br/index.php/uningareviews/article/view/2120/1672>. Acesso em: 31 ago. 2019.

SHIMAZAKI, Vinicius Kenji; PINTO, Maria Márcia Matos Pinto. A influência das redes sociais na rotina dos seres humanos. **Fasci-Tech**, v. 1, n. 5, p. 171-179, Out/Dez, 2011. Disponível em: <http://fatecsaocaetano.edu.br/fascitech/index.php/fascitech/article/view/57/56>. Acesso em: 30 ago. 2019.