

MÍDIAS DIGITAIS E DEPRESSÃO: O INSTAGRAM

Luíza Maria Alfredo da Silva¹; Kássia Dyjeane Leal Félix ²; Francisco Felipe Paiva Fernandes³

¹Graduanda em psicologia pela Universidade Federal de Campina Grande; mariaalfredo98@gmail.com

²Graduanda em psicologia pela Universidade Federal de Campina Grande; kassiafelix5gre@gmail.com

³Professor do curso de Psicologia pela Universidade Federal de Campina Grande; fellipaiva@hotmail.com

Resumo: O presente trabalho se apresenta com caráter teórico, tendo por intenção promover uma discussão a respeito da relação entre o uso da rede social Instagram com a depressão. Para isto, é trazido para debate a recente pesquisa realizada pela instituição de saúde pública do Reino Unido, Royal Society for Public Health, que mostra a rede social aqui colocada como objeto de estudo como a mais prejudicial à saúde mental de seus usuários. Diante deste cenário, buscamos em um primeiro momento traçar a relação entre o uso do instagram e a depressão e, posteriormente, realizaremos uma breve revisão bibliográfica do tipo narrativa, tentando dialogar com autores contemporâneos, sobretudo com aporte da perspectiva psicanalítica para problematizar o conceito de depressão no diagnóstico médico. A necessidade da reflexão e estudo teórico sustenta a relevância deste artigo, levando em consideração os aspectos contemporâneos que atravessam a vivência com aplicativos que constituem as mídias digitais no cotidiano e suas implicações. Dessa forma, pudemos perceber que, apesar de possibilitar novas formas de reinventar a intimidade e as relações humanas, um dos marcos do instagram, e inegavelmente não se estabelece no cotidiano harmoniosamente.

Palavras-chave: Redes sociais; Instagram; Depressão.

INTODUÇÃO

A espetacularização da sociedade é anterior à criação das mídias digitais, entretanto com o marco da era digital a intimidade é substituída pela exterioridade da vida privada. Em particular, o instagram traz uma peculiar forma de discurso ao privilegiar fotos na transmissão de informações, promovendo assim o “show do eu”. Nesse sentido, surge então uma nova forma de existir, onde superamos, ou aprimoramos, a herança da revolução industrial, que nos impõe a necessidade do ter, pela necessidade de se auto divulgar e aparecer.

Para Sibilia (2008), essa forma de existência na realidade virtual é conceituada como *extimidade* responsável pela subjetividade virtual contemporânea, destacando a autopromoção e a vida real em cena. Dessa forma, os mecanismos da intimidade no campo virtual criam novas formas de transmissão de expectativas ao eu, pelo Outro, que se tornam especialmente visíveis na hiperinflação da selfie. Os conceitos de eu, eu ideal, ideal do eu, e as três posições do narcisismo são implicados pelo inconsciente formado pela imagem. O fenômeno da selfie pode ser considerado então como formador da função do Eu no “mundo” virtual.

Sem desconsiderar os pontos positivos das mídias digitais trazido pelo advento da tecnologia, o contato com o ideal imposto pelo Outro, presente no contato com os outros por um discurso transmitido por meio de fotos, paradoxalmente irreal devido o jogo de luzes, filtros e mecanismos de manipulação da própria imagem, tem um inegável efeito nocivo na saúde mental dos usuários desses aplicativos, em particular o instagram.

Dessa forma, a partir da pesquisa feita pela instituição de saúde pública do Reino Unido, Royal Society for Public Health, intentamos analisar as implicações do uso do Instagram a luz de conceitos da psicanálise, tendo em vista o potencial impacto depressivo dessa mídia social no cotidiano contemporâneo.

METODOLOGIA

A partir da revisão de literatura do tipo narrativa, orientamos este estudo teórico, no qual em um primeiro momento tentamos traçar uma relação entre o uso do instragam e a depressão. A revisão narrativa foi escolhida, pois não utiliza critérios sistemáticos para a busca e análise crítica da literatura. A busca pelos estudos não precisa esgotar as fontes de informações, nesse sentido a seleção dos estudos e a interpretação das informações podem estar sujeitas à subjetividade dos autores. Esta modalidade de revisão, logo é adequada para a fundamentação teórica de artigos, dissertações, teses, trabalhos de conclusão de cursos.

“Portanto, nesse tipo de produção, o material coletado pelo levantamento bibliográfico é organizado por procedência, ou seja, fontes científicas (artigos, teses, dissertações) e fontes de divulgação de ideias (revistas, sites, vídeos etc.), e, a partir de sua análise, permite ao pesquisador a elaboração de ensaios que favorecem a contextualização, problematização e uma primeira validação do quadro teórico a ser utilizado na investigação empreendida.” (VOSGERAU; ROMANOWSKI, 2014)

A revisão de literatura ou revisão bibliográfica tem então dois propósitos (ALVES-MAZZOTTI, 2002): a construção de uma contextualização para o problema aqui definido e a análise das possibilidades presentes na literatura consultada para a concepção do referencial teórico da pesquisa.

Nesse sentido buscamos dialogar com autores contemporâneos, sobretudo com aporte da perspectiva psicanalítica, no que diz respeito aos conceitos de *Eu ideal* e *Ideal do eu*, elucidados por Dunker, para problematizar o conceito de depressão no diagnóstico médico. Para tanto tomamos por base alguns dos escritos de Lacan e Freud, bem como as discussões

apresentadas por Sibilía sobre o “Show do eu”. Utilizamos ainda o aporte teórico de Rudiger (2016) referente ao fetichismo das redes sociais.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segundo Rudiger (2016) “o princípio ideológico subjacente às e promovido pelas redes sociais é o de que as pessoas e o real só adquirem sentido quando publicizados”. É como se vivenciar as experiências já não fosse suficiente. É preciso torná-las públicas e dar-lhes o maior alcance possível, para que assim, sejam legitimadas como experiências reais.

Se por um lado os usuários do Instagram desejam saber tudo de todos, mas ao mesmo tempo, se deleitam com o fato de revelarem a todos o que julgam ser a sua essência. A sua intimidade convertida em extimidade. Como relata Sibilía (2008) os indivíduos fazem de si mesmos uma marca que deve ser promovida ao mundo como se fosse um objeto de consumo em uma vitrine.

Uma relação problemática na medida em que, segundo Rudiger (2016):

Nas redes sociais, à apologia da superficialidade corresponde à negação da interioridade, forma-se um movimento em meio ao qual se projeta uma massa de perfis tendencialmente indiferenciada, cujos integrantes nem chegam a notar que estão sós, ao manterem-se em conexão autista com suas centenas de supostos “amigos”. (p. 36)

As concepções tradicionais de vida cedem lugar ao culto coletivo da imagem de cada um, em que ver e ser visto, constitui uma espécie de mística narcisista, bem como um tipo de validação da existência. O sujeito que não se insere nesta exposição da extimidade ocupa um não-lugar. Nesse sentido, se não há exposição, se não há o olhar do outro validando nossas experiências, não há existência.

Desta forma, para Rudiger (2016), o sentido social das redes sociais, dentre elas o Instagram, é a busca de prestígio sob a forma de popularidade. Mas qual o preço desta corrida em busca da visibilidade e popularidade? Os usuários se deparam nos seus *feeds* com incontáveis fotos que promovem vidas perfeitas, padrões quase sempre inalcançáveis.

Daí a necessidade de se promover também como um sujeito de vida perfeita e a consequente discrepância entre o real e o exposto.

As redes correspondem ao momento em que esta humanidade tende a oferecer-se a si mesma o espetáculo de sua banalidade, postando fotos, retransmitindo mensagens, produzindo vídeos caseiros e recitando textos – ao mesmo tempo em que cada um monitora o outro para rivalizar sem fechar a porta para a visita do alheio. (Rugider, 2016, p. 40)

Os sujeitos objetivam por meio de o Instagram legitimar uma falsa existência, “editar o seu melhor e se apresentar às outras em condições ideais”. Sendo movidos por um narcisismo coletivo que se caracteriza por fazer de espelho os olhos alheios.

O narcisismo freudiano é uma experiência a três, eu, minha imagem e o outro. Um apaixonamento pela própria imagem, mas mediada pelo olhar que o outro exerce sobre ela. Um encantamento então, não propriamente pela minha imagem, mas pela atenção do Outro voltada a mim. Tudo isto sabendo que a nossa imagem já é uma construção feita a partir do que o grande Outro idealiza para nós, o Eu ideal. Neste sentido, o Instagram seria como uma “materialização” deste narcisismo, mas num espaço virtual. Um espaço para a exposição da extimidade em imagens pensadas sob a perspectiva do Outro, em como chamar-lhe a atenção e obter seu olhar. Uma tentativa de sugar algo que pressentimos faltante: a validação de nossa existência pelo Outro, por meio de registros fotográficos que acrescentem algo à experiência vivida.

O advento das redes sociais é responsável por uma reviravolta nas relações dos sujeitos uns com os outros. A exposição da intimidade tornando-a extimidade, até bem pouco tempo atrás era tido como algo inapropriado, que deveria ficar entre quatro paredes. Hoje prevalece o ‘eu performativo’ que precisa atrair cada vez mais público, seguidores, para se auto promover e ser legitimado pelos outros. Se ninguém te vê, você não existe.

Já não se utilizam mais as fotografias impressas cujo intuito era o de guardar memórias e preservá-las para serem compartilhadas apenas com as pessoas mais próximas em momentos de confraternização. Agora temos cada vez mais selfies que devem ser compartilhadas com o máximo de pessoas possíveis, não necessariamente amigos ou pessoas próximas. O intuito já não é o de guardar, selfies são descartáveis, várias se perdem no processo de escolha da foto ideal que será colocada no Instagram para apreciação do público e que também logo se tornará obsoleta. O processo de obtenção do olhar do Outro é contínuo e exaustivo.

Sibilia (2008) diz que neste processo a vida real é convocada a performar e se realizar em cena. Há defasagem entre a vida real e a vida exposta, isso é claro. Mas até que ponto o sujeito consegue suportar esta discrepância em nome da aparência de uma vida perfeita que não está ao seu alcance?

O fenômeno do *selfie* se mostra como marco nessa era por se portar como a instância detentora do poder formador da função do *eu* no mundo virtual. As instituições e perfis que mediam o comportamento do indivíduo diante da câmera, impõem a este o ideal a ser atingido. O hiper investimento na própria imagem acontece a partir do momento em que o desejo do sujeito passar a ser atender a demanda imposta pelo Outro. Ao se embevecer com a própria imagem refletida na câmera o sujeito se faz então desejo do Outro, que transformando o *eu ideal* alvo de expectativa, afetando o *eu*.

No esquema L da álgebra lacaniana isso fica exposto de forma clara, pois se o Outro interfere no *eu*, logo a partir da sua idealização por via da relação imaginária, o *eu ideal* interfere no sujeito posto que este responda de forma alienada à idealização do Outro, numa tentativa – frustrada – de satisfazer o seu (do Outro) desejo.

A tela eletrônica é uma espécie de palco teatral, onde cada um pode se servir e se mostrar, ofertando as cenas da – antiga – intimidade. Dessa forma, é proporcionado ao Outro e aos outros o show da nossa identidade, gerando assim identificação a partir da oposição que contribui para a construção subjetiva atual do *eu* que no âmbito das mídias sociais e do instagram é pautado em conquistar novos (as) seguidores, curtidas e alcance.

Entendendo já que somos seres de linguagem e o inconsciente é o discurso do Outro, precisamos considerar, para a formação do inconsciente, a compreensão do processo de formação da imagem, pois este inconsciente torna a imagem apta a produzir uma imagem portadora de desejo. Nesse sentido, o foco, a distancia, a luz, o cromo, o filtro, a posição da câmera, entre outros, são aspectos presentes na formação do inconsciente.

A imagem real é diferente de um retrato (*selfie*), pois esse seria a duplicação dessa imagem real, e sua essência esta pautada não no sujeito, mas na luz. Diante disso, a subjetividade virtual contemporânea, abrange além do conceito de *extimidade* como substituição da intimidade na qual a hiper valorização da *selfie* ganha destaque, a função digital da vida e a existência como um produto.

Se após da revolução industrial, o que vigora nas relações é a necessidade do ter como forma de validar a própria existência, e dessa forma reinventar novas maneiras de relacionar com os outros e consigo mesmo, na contemporaneidade isso é substituído pela necessidade de divulgar. Mais do que alcançar a demanda do desejo do Outro, o sujeito faz de sua imagem objeto de mercadoria, onde o instagram pode ser considerado a grande vitrine dos corpos e vidas ideais e saudáveis.

Essa transição histórica dita uma nova ordem para as sociedades humanas, onde a transformação de todos em objetos de bipolarização econômica e política que descarta nossos corpos e atenta-se para nossas digitais. O individualismo herdado dessa época culmina na imposição da responsabilidade individual dos corpos, de forma que o sujeito passa agora ao patamar de empresário do seu próprio corpo, tendo como missão, necessariamente, investir em sua imagem para evitar cair na marginalização.

Lacan entende a relação entre indivíduo e sociedade como não opostas e distantes, mas complementares, assim a relação complexa entre *eu ideal*, como a imagem idealizada do Outro, e o *ideal do eu*, como a instância simbólica (dimensão simbólica estruturada pela linguagem) de determinação do *eu ideal*, se reflete no relacionamento virtual.

A impossibilidade de alcançar um ideal imposto por um Outro e manipulado por jogos de luzes e filtros, é o principal motivador apontado pelos entrevistados pela Royal Society for Public Health como causa depressiva no público jovem. Ainda diante da possibilidade de uma relação aparentemente plena com intimidade exposta no aplicativo, correspondendo à demanda do Outro e mostrando ter alcançado o ideal imposto, ao entendermos o desejo como a falta, se essa falta é interrompida, estabelece-se então um problema, podendo também isto culminar em sintomas depressivos.

CONCLUSÕES

A psicanálise orientada a partir de Lacan sustenta a noção de impossibilidade de um relacionamento recíproco com os outros e consigo mesmo e que a realidade é virtual. Dessa forma, questionamos se a presença do instagram, assim como outros aplicativos que constituem as mídias digitais, não seria uma forma de tornar palpável uma realidade inacessível.

Possibilitar novas formas de reinventar a intimidade e as relações humanas é um dos marcos do Instagram, e inegavelmente não se estabelece no cotidiano harmoniosamente. Os prós e contras trazem implicações na construção das subjetividades na contemporaneidade, e logicamente a reinvenção da transmissão da linguagem por imagem exigem do sujeito diversificadas expectativas a serem atingidas.

As fotos ganharam papel de destaque tamanho, que entendendo o grande armazenamento de fotos e vídeos, os aplicativos se adaptaram a realidade criada por eles mesmos e criaram os *stories* que proporcionam ao usuário a publicação de imagens e/ou vídeo por 24 horas. Como o retrato do cenário capitalista, consumimos de forma acelerada, individualista, pois as relações não produzem vínculos fortificados, e em larga escala, a tal ponto ser impossível armazenar os conteúdos produzidos.

Dado este cenário, e a universalização dos sintomas, a sintomatologia depressiva é amplamente divulgada e banalizada, podendo causar identificação em usuários do aplicativo.

Referências:

ALVES-MAZZOTTI, A. J. A “revisão bibliográfica” em teses e dissertações: meus tipos inesquecíveis – o retorno. In: BIANCHETTI, L.; MACHADO, A. M. N. (Org.). A bússula do escrever: desafios e estratégias na orientação de teses e dissertações. São Paulo: Cortez, 2002. p. 25-44.

LACAN, Jacques. **Escritos**. De uma questão preliminar a todo tratamento possível da psicose. pag. 537-590. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

LACAN, J. **O estádio do espelho como formador da função do eu**. Disponível em: <<<http://www.sergiofreire.pro.br/ad/LacanEstadEsp.PDF>>> Acesso em: 28 de julho de 2017.

LACAN, J. **Seminário 20**. Disponível em: <<<https://psiligapsicanalise.files.wordpress.com/2014/09/jacques-lacan-o-seminario-livro-20-mais-ainda.pdf>>> Acesso em: 13 de agosto de 2017.

O show do eu. Palestra com Paula Sibilia. 1h05'48". Disponível em: <<<https://www.youtube.com/watch?v=FfJkQ8XH01M>>> Acesso em: 28 de julho de 2017.

Qual é a diferença entre "Eu Ideal" e "Ideal do Eu"? Christian Dunker. 5'01". Disponível em: <<<https://www.youtube.com/watch?v=vUTCNuAgL6I>>> Acesso em: 28 de julho de 2017.

RUDIGER, F. **As redes e a armação: Da cultura do narcisismo ao fetichismo tecnológico**. In: LOPES, M. I. V. et al. Comunicação, Cultura e Mídias Sociais. 1 ed. São Paulo: USP/ECA, 2016.

SIGMUND, F. **Introdução ao Narcisismo, Ensaio se Metapsicologia e Outros Textos**. Obras

Completas, *Vol. 12*, 1914-1916. Disponível em: <<www.cefias.com.br/download/1175/>>
Acesso em: 13 de agosto de 2017.

VOSGERAU, D. S. R.; ROMANOWSKI, J. P. **Estudos de revisão:** implicações conceituais e metodológicas. *Revista Diálogo Educacional*, Curitiba, v. 14, n. 41, p. 165-189. 2014.