

Ciber-Representações Sociais e Comunicação Digital. Uma breve reflexão sobre os corpos.¹

Bruno Dias Franqueira²
Universidade Vila Velha – UVV

Resumo

Este texto tem como objetivo oferecer uma reflexão acerca do conceito de representação social, proposto por Serge Moscovici na década de 1960, repensado pelo mesmo autor na primeira década deste século a partir de uma análise da importância da comunicação digital nos processos de formação e disseminação das representações. Com isso, Moscovici propõe um novo termo: as ciber-representações sociais. Para analisar este novo conceito, propomos uma análise da comunicação em plataformas digitais como ambientes de circulação das ciber-representações, tendo como objeto de análise os corpos, ora vistos como modelos de beleza e saúde a serem seguidos, ora entendidos como signos revolucionários e em mudança para afirmar representações mais contemporâneas.

Palavra-chave: Ciber-representações Sociais; Comunicação Digital; Corpo.

1. Representações Sociais

Cada indivíduo configura seu campo sógnico a partir das experiências que vive com as pessoas próximas, com o ambiente e com os mecanismos culturais e midiáticos que estão disponíveis. Logo, este campo de representações é particular, mas, ao mesmo tempo é coletivo. Ao fazermos parte de um grupo, seja ele mais restrito a um interesse comum, seja numa perspectiva ampla como a de identificação com valores de uma nação, assumimos o papel de agentes construtores de forças simbólicas, de representações que já não apenas nos pertencem, mas que compartilhamos.

À construção social de um conhecimento coletivo de forma ativa pela interação entre sujeitos e objetos, Serge Moscovici (1994) denomina Representações Sociais. Segundo Moscovici (2012, p.39) “as representações sociais [...] circulam, se cruzam e se cristalizam continuamente através da fala, do gesto, do encontro no universo cotidiano”. Jean-Claude Abric (1998, p.28) as entende como “uma visão funcional do mundo, que, por sua vez, permite ao indivíduo ou ao grupo dar um sentido às condutas e compreender

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Psicologia. Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Graduado em Marketing. Professor dos Cursos de Marketing e de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV. E-mail: bruno.franqueira@uvv.br.

a realidade através do seu próprio sistema de referências”. Já para Wagner (1998, p.4) uma representação social é “um conteúdo mental estruturado – isto é, cognitivo, avaliativo, afetivo e simbólico – sobre um fenômeno social relevante, [...] e que é conscientemente compartilhado com outros membros do grupo social”.

A partir destes conceitos, observa-se que as representações sociais são compostas por dois componentes, um cognitivo e outro social. Em seu componente cognitivo, uma representação pressupõe um indivíduo ativo, portador de atividade mental que reconstitui a realidade e lhe atribui significados. Em seu componente social, trata-se de colocar em prática os processos cognitivos de forma determinada pelas condições sociais em que a representação social está sendo elaborada e transmitida (Abric, 2001).

Moscovici (2003, p. 54) indica que “a finalidade de todas as representações é tornar familiar algo não-familiar”. É desta forma que encontramos mecanismos para tentar explicar uma série de vivências que muitas vezes temos pouco ou nenhum repertório para realizar uma análise concreta.

Abric (2001) nos indica que há uma interdependência entre práticas e representações. De acordo com Almeida, Santos e Trindade (2002, p. 260), as representações sociais “regulam as práticas sociais dos sujeitos, porém, ao mesmo tempo, elas emergem das diferentes práticas sociais, da diversidade das práticas no cotidiano”. Abric (2001) propõe três fatores como determinantes nesta relação: fatores culturais – aqueles que dizem respeito à história do grupo e à memória coletiva; fatores ligados ao sistema de normas e valores – a necessidade do indivíduo de reconhecer a prática como pertencente a ele, e por consequência, apropriar-se dela; fatores ligados à atividade do sujeito – as “atividades de decodificação, os sistemas de expectativas, antecipações e categorização que estão associados às representações das práticas” (Almeida; Santos; Trindade, 2002, p. 262).

Rouquette (1998), por sua vez, ao analisar a relação entre as representações e as práticas, destaca três pontos que, segundo ele, merecem esclarecimentos. O primeiro ponto é a suscetibilidade à mudança que as representações e as práticas apresentam com o tempo. O segundo ponto é a influência recíproca das práticas que “deve ser compreendida tanto como condição, quanto como determinação: condição uma vez que se trata do papel das representações no desenvolvimento da conduta; determinação uma vez que se trata da ação das práticas sobre as modalidades do conhecimento” (Rouquette, 1998, p. 45). E o terceiro ponto que diz respeito à decomposição da noção de prática em:

passagem ao ato (ou a realização de uma ação), a frequência da realização, os modos de fazer, e o cálculo (avaliação das consequências) (Rouquette, 1998).

A ideia de multidirecionalidade das influências entre representações e práticas também é destacada por Rouquette (1998) que entende que “as representações como uma condição das práticas, e as práticas como um agente de transformação das representações” (p. 43). Desta forma, é possível entender que representações e práticas assumem um “caráter dialético (...), na qual cada um dos pólos constitui uma totalidade indivisível, atuando, ambos, como um sistema que gera, justifica e legitima o outro” (Almeida; Santos; Trindade, 2002, p. 262).

Para Abric (2001), o fato de constatar tal relação dialética permite um avanço no conhecimento desta relação que projeta três hipóteses para explicá-la, a saber:

“H1: as representações determinam as práticas sociais em situações nas quais a carga afetiva é forte, e nas quais a referência – explícita ou não – a memória coletiva é necessária para manter ou justificar a identidade, a existência ou as práticas do grupo” (p. 207).

“H2: As representações assumem, igualmente, um papel determinante sobre as práticas em situações nas quais o ator dispõe de uma autonomia – mesmo que relativa – em relação às restrições da situação ou daquelas resultantes das relações de poder” (p. 207).

“H3: Em situações de forte compromisso – social ou material – as práticas sociais e as representações estão em interação. Nessas situações, o estabelecimento de certas práticas é suscetível de ocasionar transformações completas nas representações” (p. 210).

Na perspectiva contemporânea de interações físicas somadas às interatividades elevadas a níveis exponenciais pelo uso de tecnologias da informação e comunicação, as faces das construções das representações sociais e suas relações com as práticas cotidianas ganham novos contornos que merecem ser estudadas.

2. Ciber-Representações Sociais

As representações sociais difundidas pelos meios de comunicação passaram a se constituir realidades sociais (Morigi, 2004) por força dos signos, dos discursos e narrativas compartilhados entre os grupos sociais e tornando-se senso-comum. Um saber do indivíduo comum que realiza trocas e estabelece ligações com outros indivíduos nos

encontros cotidianos, que na atualidade se realizam inúmeras vezes por meio de plataformas digitais.

Tendo em vista que todas as representações sociais se formam por encontros entre as pessoas que discutem suas visões de mundo acerca de aspectos políticos, culturais, econômicos, entre outros, os meios de comunicação de massa e os meios digitais se configuram como espaços propícios a circulação destas representações.

As mídias digitais, se comparadas aos meios tradicionais como a televisão e o rádio, são ainda mais preparadas para a promoção dos encontros entre as pessoas por conta de suas características de oferecimento de interatividade e diálogo, algo não possível fora do ambiente físico nas décadas anteriores ao surgimento da internet. Esta interatividade das mídias digitais colaboram para a concretização de uma das principais ideias acerca das representações sociais, o pensamento de que elas são fenômenos dinâmicos, que se movimentam à medida que as sociedades se transformam.

Na atualidade, o ciberespaço se coaduna aos ambientes físicos combinando linguagens e mecanismos de interação. E, em meio a um cenário veloz de transformações culturais e tecnológicas, em especial do âmbito das comunicações, devemos considerar que Moscovici indicava que uma representação é um produto da comunicação e que é preciso captar os fenômenos em seu estado inicial, o que implica incluir a internet como nascedouro de representações (Casalegno, 2006).

Adequando sua teoria no contexto da cibercultura, Moscovici propõe o termo ciber-representação, uma concretização da própria representação na realidade virtual, condicionada à existência e participação em uma comunidade virtual. (Casalegno, 2006). Com as comunidades virtuais surgem conceitos novos de socialização e de comunicação. Pertencer a essas comunidades ora complementa, ora substitui a interação face a face, permitindo convívio e relacionamentos a distância, bem como a vivência paralela do sujeito em diferentes comunidades, reais ou virtuais.

Nas comunidades virtuais, novas regras, modos de socialização e de coletividade criam rituais, linguagens e dialetos específicos do ciberespaço, despertando processos de interações, conversações e comportamentos comuns entre os seus membros.

Esse novo conceito de ciber-representação atribui ao espaço público da internet, o ciberespaço, um papel importante na difusão dos fluxos de vidas das pessoas e, portanto, no estabelecimento de uma outra maneira ou espécie de representação.

3. Comunicação digital como mecanismo para as Representações Sociais

Durante o século XX a Comunicação Social ganhou status de campo de estudos complexos associados à Sociologia, à Psicologia, à Economia e outras ciências. O jornalismo, as relações públicas e a publicidade assumiram papéis importantes na construção de uma sociedade da informação ao longo do século passado e se configuraram como agentes importantes para o desenvolvimento de uma teoria das representações sociais.

Nas primeiras décadas do século XXI, a comunicação digital tornou-se mediadora entre o mundo material e mundo imaterial e simbólico das conversações, da informação e do consumo virtual. Com sua pluralidade de plataformas, novos sistemas de signos têm sido compartilhados pelos grupos sociais que na internet se inserem.

E, se desde o século passado as mensagens veiculadas nos meios de massa eram campo fértil para as representações sociais circularem, na contemporaneidade os indivíduos têm ao seu dispor diversas ferramentas para ampliar seu acesso à informação e para serem agentes disseminadores de representações. Os blogs, as redes sociais, os mensageiros eletrônicos, as plataformas de vídeos, a mídia programática, os algoritmos alimentados por tecnologias de aprendizado de máquinas, a gamificação e tantas outras tecnologias mudaram a forma como interagimos com o mundo.

As pessoas passaram a buscar e produzir informação e impulsionaram uma série de inovações tecnológicas que permitiram comunicações diferentes daquelas empregadas pelas gerações anteriores. As plataformas digitais são usadas para publicar sentimentos, produzir conversações virtuais com pessoas – conhecidas ou desconhecidas – para debater política, religião, cultura pop e quaisquer outros temas de interesse social.

Com as novas tecnologias da comunicação, as expressões estéticas e linguísticas também se tornaram objeto de mutação, já que os modos de se dizer o que se quer dizer são realizados em suportes multimídia e hipermídia, contando com texto, imagem e som como componentes de um mesmo mecanismo.

Nos blogs, sites e perfis em redes sociais o ato de comunicar apresenta sentidos, mesmo que a estrutura não mais seja a língua em sua norma culta. Trata-se de “uma linguagem com características especiais, adequadas à sua função, como são todas as outras, [...] abreviada, sincopada, com repetição de letras, repetição de palavras, com códigos próprios dos internautas, recheada de emoticons que reforçam os sentimentos”

(Garbin, 2003, p. 124). Na cibercultura, a tecnologia é uma forma de expressão, de criação de sentidos, de discursivização, retirando-lhe a condição de mero instrumento.

4. Ciber-Representações Sociais do Corpo na Comunicação Digital

A ideação de um conceito de ciber-representação social é um desafio dialético entre a perspectiva convencionalista simbólica e a uma perspectiva de representações conflitantes acerca de um mesmo fenômeno, mesmo entendendo as possíveis diversas representações como socialmente construídas. Para exemplificar tal proposição, podemos analisar as ciber-representações sociais acerca dos corpos nas mídias digitais.

Por um lado, assim como consagrado pelas mídias tradicionais, o uso de mídias sociais está associado ao estabelecimento de padrões estéticos, na maioria das vezes difíceis de serem alcançados, gerando auto-objetivação, insatisfação corporal e desordens alimentares (Cohen et al., 2019, p.47). De acordo com Cohen et al. (2019) muitas pessoas estão voltando-se para as mídias sociais digitais como fontes de informação acerca das normas sociais de beleza e aparência. Estes autores denominaram os ideais de aparência que predominam nas redes sociais da internet de *thinspiration* (imagens e textos que inspiram a perda de peso) e *fitspiration* (imagens e textos para inspirar o alcance de metas relacionadas ao condicionamento físico).

É comum a presença de “musas fitness” em mídias sociais digitais como o Instagram e o TikTok, motivando hábitos de vida focados na obtenção de músculos e a realização de dietas que prometem resultados rápidos e saudáveis. Marcas, ao verem os resultados de engajamento dessas pessoas com seus públicos, buscam-nas para a promoção de seus produtos e serviços explorando seus capitais sociais conquistados com as interações das publicações desses tipos de conteúdo.

Não diferente do que já era conhecido desde o último século acerca da exploração das imagens dos corpos nas mídias de massa, conteúdos de inspiração nas mídias sociais, sejam eles *thinspiration* ou *fitspiration*, normalmente retratam mulheres com corpos muitos expostos, magros, fortes e em poses sensuais, em constante objetivação sexual; e imagens de homens musculosos visando representar força e virilidade.

As plataformas de mídia social digital que são predominantemente focadas na imagem oferecem um cenário propício aos indivíduos desenvolverem processos de geração de insatisfação corporal, sintomas de transtornos alimentares e depressão (Griffiths; Stefanovski, 2019). Redes como Instagram e TikTok impulsionam

comentários e interações que amplificam os efeitos da visualização dos conteúdos focados nos corpos idealizados.

Para ilustrar a influência digital no universo *fitness* poderíamos citar muitos nomes. Escolhemos dois que demonstram bem este cenário: Renato Cariani e Carol Vaz. Cariani é um profissional especializado em Educação Física e Química que atua como empresário e influenciador em diversas plataformas; no Instagram ele conta com 10 milhões de seguidores, no TikTok são quase dois milhões e no YouTube são 7,9 milhões de seguidores. Seus perfis são encontrados em @renato_cariani.

Carol Vaz é uma *personal trainer* muito conhecida por atender celebridades e por desenvolver métodos que levam as pessoas à exaustão e o desconforto nos exercícios. Ela conta com 7,4 milhões de seguidores no Instagram, 7,7 milhões no TikTok e mais de 2 milhões de seguidores do Youtube³. Seus perfis podem ser encontrados em @teamcarolvaz.

Para uma outra perspectiva de ciber-representação do corpo, as mídias sociais digitais apresentam movimentos de valorização da igualdade de gêneros, de abertura de direitos às mulheres e de reconhecimento de outros papéis sociais (Swain, 2001). As formas discursivas e imagéticas de representação dos corpos, em especial os das mulheres, têm produzido novas ciber-representações

As ciber-representações de corpos femininos se ancoram em signos que reforçam não apenas as características físicas, mas, sobretudo, os aspectos mentais que as fazem superar os desafios das sociedades contemporâneas. Nestas ciber-representações, encontramos corpos de mulheres negras que exploram e valorizam seus traços de rosto e cabelos, assim como corpos que não se identificam com as ciber-representações dos padrões de beleza. Destacam-se também os corpos que expressam a feminilidade em esferas mais amplas contemplando os mulheres transexuais e as *drag queens*.

Ju Romano (@ju_romano) tem quase 500 mil seguidores e dedica-se aos conteúdos relacionados à moda e beleza, mas a partir de um conceito denominado *lifestyle body positive*, um movimento de aceitação corporal. Ela é modelo *plus size* e conta com a parceria de muitas marcas que desejam se associar ao seu comportamento e seu modo de ver a vida.

³ Os dados de seguidores dos influenciadores foram coletados em 09 de julho de 2025.

Entre os homens, também é possível perceber que outros signos se manifestam nas ciber-representações sociais. Entre eles o cuidado com a estética da pele, o corpo frágil e aberto a demonstrar emoções e o corpo que manifesta cuidados paternos com os filhos. São signos que desmistificam a figura bruta e insensível dos filmes de ação e heróis das décadas anteriores que moldaram as representações de masculinidade e ainda impactam a formação psíquica e cultural dos homens. Inclusive, neste ano de 2025, uma expressão ganhou projeção mundial ao tratar dos corpos dos homens: *dad body* (corpo de pai). Trata-se de uma expressão que ganhou as redes sociais para identificar a valorização de um corpo mais natural e menos musculoso para os homens. Diversas matérias jornalísticas (no Brasil destacam-se as publicadas em O Globo⁴ e Estado de Minas⁵) explicam que esta ciber-representação demonstra que as pessoas encontram nestes corpos masculinos signos de autenticidade e reflexos de vivências equilibradas que não objetivam os músculos como troféus a serem expostos.

Aqueles que se conectam aos discursos dos influenciadores *fitness* projetam metas em suas vidas ligadas ao desempenho e ao alcance dos corpos dos influenciadores. Logo, as práticas cotidianas manifestam o desejo de alcançar o que é exposto constantemente nas fotos e vídeos publicados nas plataformas digitais. Homens e mulheres adotam exercícios regulares (muitas vezes que levam a esforços físicos extremos), iniciam dietas rigorosas que prometem resultados rápidos e consomem suplementos e outros produtos para potencializar os resultados.

Entre as pessoas que se alinham aos influenciadores que defendem corpos mais naturais, vemos esforços em manifestar a aceitação com suas “belezas reais” com cuidados com os cabelos crespos, o uso de roupas que não escondem as manchas na pele e a realização de muitas ações cotidianas por parte de pessoas com deficiência que, normalmente, são consideradas muito difíceis para elas realizarem.

Percebe-se, portanto, que as ciber-representações implicam signos compartilhados por grupos sociais, além de práticas que aos signos estão associadas. Buscar apreender as ciber-representações sociais dos corpos exemplifica a complexa dinâmica contemporânea em que as pessoas não mais recebem massivamente uma mesma informação que não permite resposta. Em um quadro de forças tão dispersas na comunicação digital, faz-se

⁴ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/noticia/2025/06/09/dad-body-por-que-cada-vez-mais-mulheres-se-identificam-com-esse-tipo-de-corpo-masculino.ghtml>

⁵ Disponível em: <https://www.em.com.br/emfoco/2025/06/27/esse-corpo-masculino-virou-tendencia-e-e-o-tipo-mais-desejado-de-2025/#:~:text=O%20corpo%20masculino%20%Dad%20body,pesquisas%20e%20at%C3%A9%20na%20m%C3%ADdia.>

necessária a elaboração de novas ideias acerca das representações que se formam e circulam na virtualidade.

5. Considerações finais

Formular um conceito de ciber-representação social como uma espécie de atualização do consagrado conceito da Psicologia Social de Representação Social, foi uma maneira de seu criador, Serge Moscovici, atentar para a importância do debate sobre os impactos da comunicação digital, em especial das comunidades formadas em plataformas de mídias sociais digitais, na formação dos saberes populares que se enraízam nas sociedades.

É fato que este conceito tem pouca atenção de pesquisadores na Psicologia, Sociologia e Comunicação. Este é um dos motivos que fazem com que este texto tenha certa relevância ao despertar o olhar para a ideia de que as representações sociais são resultados de processos de comunicação que, na atualidade, acontecem em grandíssima escala por meios de plataformas como o Instagram, o Youtube ou o TikTok. E para tal discussão, diversos objetos sociais poderiam ser colocados em voga. Para este texto, a escolha foi a análise das ciber-representações acerca do corpo.

Foi possível perceber que as representações dos corpos fortes, sejam de homens e mulheres, são significativas formas de exposição imagética e discursiva nas mídias sociais digitais. Crescem exponencialmente os perfis de pessoas que desejam mostrar maneiras de tornar estes corpos fortes com atividades físicas das mais diversas, como a musculação, o *crossfit* e muitos esportes. Em contrapartida, os corpos também são expostos ao discurso da aceitação e valorização da pessoa como seres humanos imperfeitos, mas reais. Essa visão mostra homens e mulheres que discutem o racismo, o preconceito em relação às pessoas que portem deficiências, que tenham máculas na pele como psoríase e vitiligo, e muitas outras condições físicas.

A avaliação de perfis de influenciadores(as) puderam mostrar como estas ciber-representações se configuram na comunicação digital. Mas é preciso salientar que aqui tratamos apenas de uma análise que precisa ser posteriormente aprimorada e ampliada. Também é necessário que tenhamos em mente que os métodos já consagrados de pesquisas em representações sociais devem ser analisados para que possamos ampliar esta análise, assim como precisamos criar metodologias próprias para os ambientes virtuais em que circulam as ciber-representações.

Referências

- ABRIC, J. **A abordagem estrutural das representações sociais**. Em MOREIRA, A.S. & OLIVEIRA, D.C. Estudos interdisciplinares de representações sociais. Goiânia: AB Editora, 1998.
- ABRIC, J. **Prácticas Sociales y Representaciones**. México D.F. Ediciones Coyoacán, 2001.
- ALMEIDA, A. M. O.; SANTOS, M. F. S.; TRINDADE, Z. A. Representações e práticas sociais: contribuições teóricas e dificuldades metodológicas. *In: Temas em Psicologia da SBP*, Vol. 8, no 3, 2000. p.257-267.
- CASALEGNO, Federico. **Diálogo com Serge Moscovici**: Memórias, rituais e ciber-representações. *In: Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- COHEN, Rachel; IRWIN, Lauren; NEWTON-HOHN, Toby; SLATER, Amy. **#bodypositivity**: A content analysis of body positive accounts onInstagram. *Body Image* 29 (2019) 47–57. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144518304595?casa_token=21XeEYYrRe4AAAAA:hH7h-ubFIa1VmSgseO7MGBAIUgflOa1pcOJVnuNyum1Dog8wESyRwEzzosu1xYneh4dEJN0yuSlL
- GARBIN, E. M. **Cultur@s juvenis, identid@des e Internet**: questões atuais. *In: Revista brasileira de educação* Maio-Ago 2003 N° 23. Disponível em: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/33829-115543-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/33829-115543-1-PB%20(1).pdf).
- GRIFFITHS, Scott; STEFANOVSKI, Ashleigh. **Thinspiration and fitspiration in everyday life**: An experience sampling study. *Body Image* Volume 30, September 2019, Pages 135-144. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144518305059>
- MOSCOVICI, S. Prefácio. *In: Guareschi, P. & Jovchelovitch, S. (org.). Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MOSCOVICI, S. **A psicanálise, sua imagem e seu público**. Petrópolis: Vozes, 2012.
- MORIGI, Valdir José. **Teoria social e comunicação**: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. *Revista e-compós*. Brasília, 2004. IV Interprogramas da COMPÓS. Disponível in: <http://www.compos.org.br/e-compos>.
- ROUQUETTE, M. L. Representações e práticas sociais: alguns elementos teóricos. *In: MOREIRA, A. S.; OLIVEIRA, D. C. (org.). Estudos interdisciplinares de representação social*. Goiânia: AB Editora, 1998. p. 39-46.
- SWAIN, Tania Navarro. **Feminismo e representações sociais**: a invenção das mulheres nas revistas “feministas”. *História: Questões & Debates*, Curitiba, n. 34, p. 11-44, 2001. Editora da UFPR. Disponível em: [revistas.ufpr.br > história > article > download](http://revistas.ufpr.br/historia/article/download)