

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

DANIEL GALLO

MÍDIAS SOCIAIS E ANSIEDADE
FATORES SOCIAIS, TECNOLÓGICOS E SUAS INFLUÊNCIAS

SÃO PAULO
2019

DANIEL GALLO

MÍDIAS SOCIAIS E ANSIEDADE:
FATORES SOCIAIS, TECNOLÓGICOS E SUAS INFLUÊNCIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como requisito à obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Guilherme de Carvalho Antunes

SÃO PAULO
2019

DANIEL GALLO

MÍDIAS SOCIAIS E ANSIEDADE:
FATORES SOCIAIS, TECNOLÓGICOS E SUAS INFLUÊNCIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como requisito à obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Aprovado em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luiz Guilherme de Carvalho Antunes
Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP)

Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista – Avaliador
Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP)

Me. Maurício Gomes de Faria – Avaliador
Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer ao meu orientador Luli pelo entusiasmo com a escolha do tema e os *feedbacks* objetivos e sensatos que ajudaram a acalmar minhas inseguranças.

Gostaria de agradecer também meus amigos mais próximos que se orgulharam e apoiaram meu avanço nessa reta final de um importante capítulo da minha vida.

Agradeço também ao corpo docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo pelo exemplo de sabedoria e conhecimento, por terem me guiado nessa trajetória e me ajudado a evoluir constantemente durante o curso, tanto no sentido profissional quanto pessoal.

Sou muito grato à minha namorada Carolina, por ter me incentivado no desenvolvimento deste trabalho do começo ao fim e pelas valiosas dicas.

Agradeço também à Márcia, pela paciência e todo o auxílio técnico que me guiou para que este trabalho estivesse tão bem ajustado.

Por fim, agradeço principalmente à minha família, por sempre me lembrarem da importância do que estava desenvolvendo tanto para mim quanto para o mundo, além da compreensão e apoio incondicional diante dos tempos difíceis que a vida às vezes nos proporciona.

RESUMO

As mídias sociais trouxeram diversas formas novas de nos conectarmos e nos relacionarmos socialmente uns com os outros, em um mundo cada vez mais inserido e envolvido com o mundo digital. Porém, enquanto essas mídias buscam cada vez mais nossa atenção e dedicação através de recursos tecnológicos voltados para isso, alguns usuários podem ter sintomas de ansiedade potencializados de acordo com o tipo de exposição. O propósito do trabalho é de analisar possíveis fatores sociais e tecnológicos que compõe o cenário e o que está sendo feito a partir dos usuários e desenvolvedores a respeito dele.

Palavras-chave: Mídias Sociais. Ansiedade. Transtornos de Ansiedade. Fobia Social. Facebook. Instagram.

ABSTRACT

Social Media brought several new ways of connecting and socializing with each other, in a world each time more introduced and involved with the digital world. However, while these medias increasingly seek for our attention and dedication through proper technological resources, some users may experience catalyzed anxiety symptoms according to the nature of the exposure. Therefore, the purpose of this study is to analyze possible social and technological factors that compose this scenario, and what has been done about it regarding both social media users and developers.

Keywords: Social Media. Anxiety. Anxiety Disorders. Social Phobia. Facebook. Instagram.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Número de leitos em hospitais psiquiátricos no Brasil por ano.....	14
Gráfico 2 - Gastos Hospitalares x Gastos em Atenção Comunitária/Territorial	14
Gráfico 3 - Horas gastas por dia diante de telas x idade por idade em anos, E.U.A., 2016	41
Gráfico 4 - Porcentagem de respondentes alguma vez já diagnosticados com ansiedade ou depressão, por idade e níveis de tempo dedicado, E.U.A., 2016	42
Gráfico 5 - Respostas da questão 2 do formulário: Gênero dos participantes	57
Gráfico 6 - Respostas da questão 3 do formulário: Ocupação dos respondentes.....	57
Gráfico 7 - Respostas da questão 4: Participação dos respondentes nas mídias sociais	58
Gráfico 8 - Respostas da questão 5 do formulário: Frequência de uso dos participantes usuários das mídias sociais.....	59
Gráfico 9 - Respostas da questão 6 do formulário: Momentos do dia mais propícios ao uso	60
Gráfico 10 - Respostas da questão 7 do formulário: Usuários de mídias sociais que se consideram ansiosos.....	61
Gráfico 11 - Respostas da questão 8 do formulário: Escala de intensidade dos sintomas de ansiedade dos usuários respondentes.....	62
Gráfico 12 - Respostas da questão 9 do formulário: Situações onde os usuários percebem os sintomas com alta intensidade.....	63
Gráfico 13 - Respostas da questão 10 do formulário: Usuários que acreditam que redes sociais podem aumentar a sensação de ansiedade.....	64
Gráfico 14 - Respostas da questão 11 do formulário: Características do Facebook e do Instagram elencadas como principais fatores	66
Gráfico 15 - Respostas da questão 12 do formulário: Usuários que já praticaram algum recurso para diminuir o uso	67

SUMÁRIO

1	Introdução	8
2	Ansiedade: Estatísticas e Definições	13
3	Fatores Sociais e Competitividade	21
4	Era digital e mídias sociais como potencializadoras das relações sociais ..	25
5	Como as relações sociais se transportam para esse novo ambiente	29
6	Fatores sociais e competitividade nesse novo ambiente	35
7	Estatísticas e estudos existentes sobre o tema	39
8	Questão Geracional e tecnológica	46
9	Possíveis agravantes	50
10	Resultados do formulário	56
11	Considerações Finais	69
	Referências Bibliográficas	74
	Apêndice: Formulário de Pesquisa	78

1 INTRODUÇÃO

Vivendo em um mundo onde gastamos muito do nosso tempo nas mídias sociais, que cada vez mais parecem nos incentivar a passar tempo nelas, as preocupações e aflições do mundo físico parecem se projetar ou até se potencializar nesse novo ambiente. Pensando nessas mídias como extensões das relações sociais do mundo físico, elas surgem como oportunidades de permanecermos conectados com pessoas e assuntos que mesmo acontecendo distante de nós, conseguimos acompanhar de perto. É impressionante pararmos para perceber o quanto conseguimos reduzir o tamanho do mundo quando falamos sobre comunicação na era da internet. Nunca antes houve tanta facilidade, acessibilidade e oportunidade de nos conectarmos com o mundo. As mídias sociais desempenham um papel fundamental em meio a esse contexto ajudando a formar comunidades virtuais que aproximam pessoas de contextos diferentes, porém com interesses similares ao redor do mundo.

Observe que em um passado não tão distante, nós imaginávamos o que alguns de nossos conhecidos estariam fazendo em um determinado momento que não estivessem conosco presencialmente. A imaginação era o mais longe que conseguiríamos chegar e nunca saberíamos de fato em qual situação aquela pessoa estaria. Hoje, temos com as redes sociais ferramentas que nos instigam e nos demonstram o que esses conhecidos estão fazendo em tempo real, de certa forma nos dando o aparente privilégio de nos sentirmos presentes em momentos onde não estamos fisicamente. Para ilustrar esse caso, basta pegarmos nossos celulares e abrirmos o Instagram na parte dos *Stories*, por exemplo, e entenderemos o que essas pessoas têm feito através do que elas postam.

A princípio, essa conectividade e aproximação digital que estamos presenciando cada vez mais não soa necessariamente como uma coisa ruim. Se formos analisar por exemplo a própria missão do Facebook, de acordo com a empresa é de:

Dar às pessoas o poder de construir comunidades e aproximarem-se do mundo. Fazer as pessoas usarem o Facebook para permanecerem conectadas com amigos e familiares, descobrirem o que está acontecendo no mundo e compartilharem e expressarem o que importa para elas. (ref-1)

De maneira geral, podemos dizer que o propósito das redes sociais sempre foi de unificar e conectar pessoas de forma que todos saíssem ganhando uma experiência positiva, independente do tipo de informação que seja o foco dela: Notícias, novidades, cultura, música e outros.

Agora, entrando na realidade atual e no foco deste trabalho, o que às vezes passa despercebido e deixamos de nos atentar, é o potencial que as redes sociais têm de também trazer para essa nova dimensão digital não apenas as partes boas das relações sociais e soluções para as limitações que a distância física nos impõe, mas como também alguns de seus problemas. A forma como as possibilidades do mundo conectado nos instigam a buscar informações mais a fundo, ou como as mídias sociais consequentemente nos permitem espionar nossas conexões mais de perto, muitas vezes podem acabar deturpando a noção que nós temos dos limites que precisamos respeitar.

Comumente pensamos que com a formação da era digital inteligente e conectada teríamos cada vez mais respostas e soluções na ponta de nossos dedos, mas na realidade não previmos a necessidade de aprender como lidar com o volume de informação muito maior do que conseguimos absorver e como devemos filtrar o que chega até nós. Focando no contexto de saúde mental, é importante entendermos o que essa nova era da conectividade traz de mudanças na forma como alguns distúrbios ou transtornos são influenciados. A proposta deste trabalho por fim é de analisar como as mídias sociais, em especial o Facebook e o Instagram, se relacionam com os sintomas da ansiedade (sejam de uma classificação patológica ou não) e possivelmente os agravam ou os perpetuam em um contexto digital. Aprofundando, serão analisados também os fatores sociais que podem estar presentes nestas tecnologias, além de características próprias das mídias que podem estar envolvidas nessa relação.

Partimos então do pressuposto que muitas vezes ao navegar nessas redes os usuários podem experienciar sensações negativas relacionadas à forma como as informações chegam e são interpretadas por eles. Um dos aspectos que não é exclusivo dessas redes, mas que pode causar experiências negativas, é a quantidade massiva de informação que recebemos, às vezes, sem nenhum tipo de filtro, e não conseguimos identificar o que é útil para nós. Pensando na forma como acontece na internet com os sites de notícias, por exemplo, chegamos em um ponto onde passamos por muitas notícias por dia, porém não conseguimos nos aprofundar

devidamente em quase nenhuma delas. Isso caracteriza um cenário onde não absorvemos tudo que recebemos de informação, onde nesse caso até acaba gerando algumas otimizações como formatos mais resumidos e de acesso mais rápido por exemplo.

A maneira como o jornalismo se tornou mais acessível pela internet tirou o limite de informações que se restringia ao formato impresso e nos deixou com a liberdade de escolhermos por onde seguir no site de notícias. E mesmo que existam destaques diferentes de acordo com a relevância da notícia, sem uma forma de limitação ou curadoria do conteúdo ficamos perdidos com um ciclo infinito de notícias no qual, em algum momento, chegaremos em conteúdos que não são mais relevantes para nós. No caso das mídias sociais isso acontece de forma muito parecida, pois apesar de existirem alguns recursos que definem como e quais conteúdos serão exibidos primeiro, enquanto rolamos a tela para cima nunca chegaremos a um final, pois se trata de uma mídia onde as informações transitam da mesma forma. A diferença para as redes sociais é de que as informações muitas vezes vêm de nossas conexões pessoais e não de uma empresa editorial, mas seguem a mesma tendência de compartilhamento de informações que por mais que sejam mais “nichadas”, ainda assim variam muito em termos de relevância para quem está lendo.

Outro fator (dessa vez exclusivo das mídias com conexões entre as pessoas) surge como um receio de estarmos perdendo oportunidades, causado pela sensação de onipresença oferecida pelas redes sociais através da facilidade com que conseguimos conferir o que nossos contatos estão fazendo. Enquanto sabemos tudo que todos os nossos amigos estão fazendo quando não estão conosco, esse “privilegio” pode acabar trazendo uma perturbação velada, onde acredita-se que estamos perdendo oportunidades de felicidade com os outros enquanto estamos fisicamente em outro contexto. O que muitas vezes ignoramos é que, na verdade, não estamos perdendo momentos bons de nossas vidas por isso. Como a própria palavra sugere, são momentos e não constantes. Raramente publicamos em nossos perfis fases ruins de nossas vidas ou então contextualizamos aspectos negativos dela, o que transmite a ideia de que esses momentos não existem nesse mundo, o que não é verdade. Existe um contínuo crescimento dessa sensação enquanto precisamos pensar que nem sempre estaremos presentes nos momentos que gostaríamos e as coisas da nossa vida devem acontecer uma de cada vez, isso em qualquer esfera social.

Veremos também mais adiante que existem características técnicas dessas mídias que potencializam situações como a citada acima. Considerando que as mídias sociais são gratuitas para os usuários, sua fonte de receita depende da exibição de anúncios e conseqüentemente do tempo de exposição desses usuários. Logo, temos elementos que atuam como potencializadores da experiência que nos estimulam e condicionam a ficarmos cada vez mais envolvidos e em alguns casos até dependentes. Alguns deles como a contabilização de curtidas ou seguidores reforçam não apenas a competitividade entre os usuários como também uma homogeneidade de conteúdo e o sentimento de necessidade de *feedback*.

A respeito das minhas motivações para a escolha desse tema, desde que eu me lembre, fui uma pessoa ansiosa. Para essa escolha existe um questionamento pessoal que me motivou para isso. No entanto, apenas recentemente fui diagnosticado com um transtorno de ansiedade. Falando com tal propriedade, pude notar que a doença se desenvolve discretamente e dificilmente conseguimos notar como ela se espalha por diferentes âmbitos de nossa vida. Esse desenvolvimento é mascarado principalmente pelo fato de ser, até certo nível, um sentimento comum ao ser humano. Por isso, quando se nota a influência que ele faz no nosso cotidiano, normalmente ele já se encontra acima do normal e começava a limitar alguns aspectos da vida, principalmente no contexto social.

Mas, além do motivo pessoal, outro motivo que complementa a justificativa dessa escolha seria o quanto eu observo além de mim mesmo, outras pessoas próximas que se sentem da mesma forma e começam a acreditar que as mídias sociais têm uma participação significativa no desenvolvimento da ansiedade. Além disso, destacaria também a falta de visibilidade dada aos estudos a respeito dessa relação e a falta de planos de ação a partir dos representantes do governo e dos desenvolvedores dessas redes, considerando que estamos discutindo um tipo de distúrbio que afetou cerca de 9,3% da população brasileira em 2017, de acordo com a OMS, colocando o país como o mais afetado do mundo. (ref. 2)

Apesar de ser também um sintoma considerado normal até certo ponto (pois muitas pessoas têm ansiedade em um nível que não é necessariamente considerado patológico), muitos têm esse sintoma natural do ser humano em níveis preocupantes e deveríamos atribuir mais importância a esse assunto. Nesses casos, a sensação deixa de ser uma reação irracional do nosso corpo diante de algumas situações que logo passam e se torna uma preocupação intensa, excessiva e persistente diante de

situações cotidianas, até quando não apresentam nenhuma forma de risco para o indivíduo. Falamos então de transtornos de ansiedade, onde o sentimento extrapola o limite da normalidade e começa a afetar o bem-estar ou a saúde mental dos indivíduos.

Veremos, no entanto, que as mídias sociais não apresentam um caráter formador da ansiedade, pois do ponto de vista psiquiátrico do qual o trabalho será baseado, os transtornos sempre existiram. Entende-se que, vivendo em sociedade em períodos anteriores à internet estávamos sujeitos a outros fatores de âmbito social, os quais podem ser os motivos do surgimento dos transtornos para muitas pessoas. Com isso em mente, é importante buscarmos entender quais são os fatores sociais independentes dessas mídias, mas que acabaram sendo incorporados nelas que podem explicar as origens do problema. O que entrará no escopo do trabalho será a análise de quais são os fatores relacionados a esses transtornos que já eram existentes, mas que podem ser potencializados por essas mídias, ou até quais são os fatores que surgem exclusivamente desse novo meio e catalisam uma progressão das doenças. Para a análise, no entanto, serão considerados estudos populacionais e uma pesquisa realizados tanto com pessoas diagnosticadas com transtornos de ansiedade quanto pessoas que não expõem um diagnóstico oficial, mas se consideram ansiosas. Das duas formas, temos fontes que exprimem o quanto as mídias têm de participação nos sintomas desde quando eles começam a ser observados pelos usuários até usuários que se enquadram em um diagnóstico psiquiátrico.

Por fim, também é necessário buscar perspectivas de como esse debate pode ser transformado no futuro, considerando que já existem algumas reações dos usuários das mídias que se sentem prejudicados por elas de alguma forma. Isso indica que tanto a partir dos próprios como também a partir dos desenvolvedores dessas mídias pode-se esperar algumas medidas para abordar o assunto, algo que até pouco tempo não era tão discutido. Já conseguimos notar, por exemplo, algumas táticas de usuários para não se tornarem tão dependentes ou condicionados a essas mídias e também algumas medidas tomadas pelas empresas que visam otimizar a experiência, mesmo que ainda com o objetivo primário de garantir o uso.

2 ANSIEDADE: ESTATÍSTICAS E DEFINIÇÕES

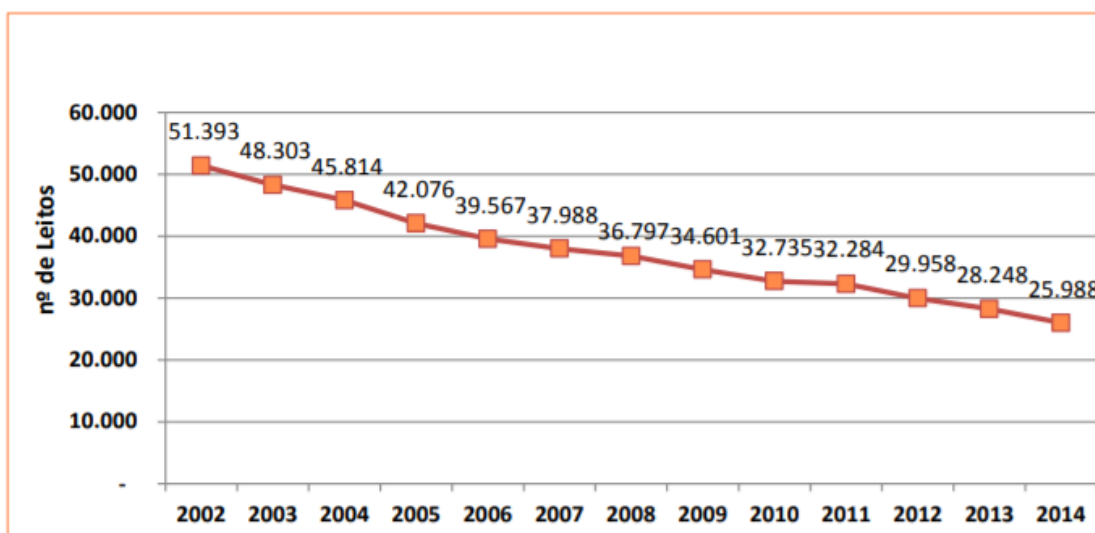
Quando falamos sobre a ansiedade, estamos abordando um termo que engloba diversos significados e percepções diferentes a respeito do que ele significa para as pessoas. Na realidade, ainda não existe um senso comum para o significado e, por conta disso, é importante entendermos que para a abordagem que faremos, devemos considerar a ansiedade do ponto de vista de um problema de saúde mental. O tema tem se consolidado e ganhado a atenção de diversos estudos na área da saúde nos últimos anos.

Também vale ressaltarmos que a saúde mental, tal qual a ansiedade, não possui uma definição única. Em 2001, a Organização Mundial da Saúde (OMS) explicou em seu relatório mundial anual (ref. 5, página 5) que os conceitos que temos a respeito da saúde mental giram em torno não apenas do bem-estar geral de uma pessoa, mas também em fatores como sua autopercepção do potencial emocional e intelectual. De qualquer forma, é subentendido que a saúde mental abrange mais do que somente a ausência de distúrbios mentais.

Discutindo o tema adentro do território nacional, é interessante analisarmos a forma como a saúde mental no Brasil tem passado por uma transformação de ponto de vista no que diz respeito à abordagem que tem sido feita diante dos distúrbios que a põe em risco. Divulgado em 2015, o 12º relatório de saúde mental (ref. 4) em dados apresentados pelo Ministério da Saúde, evidencia a evolução entre os anos de 2002 e 2014 nos esforços para a mudança de abordagem das demandas de saúde mental na população nacional. Esses esforços resultam em um cenário que, de acordo com Roberto Tykanori Kinoshita, Coordenador Geral de Saúde Mental, Álcool e outras Drogas, no ano em questão, se baseia no “processo de transição de modelo assistencial, que vai radicando nos territórios o cuidado em liberdade em substituição ao modelo manicomial” (p. 5).

De acordo com a imagem abaixo, vemos que quase 50% dos leitos dos hospitais psiquiátricos no Brasil foram cortados, de acordo com o relatório, para dar espaço às novas abordagens dos transtornos de saúde mental de forma mais humanizada:

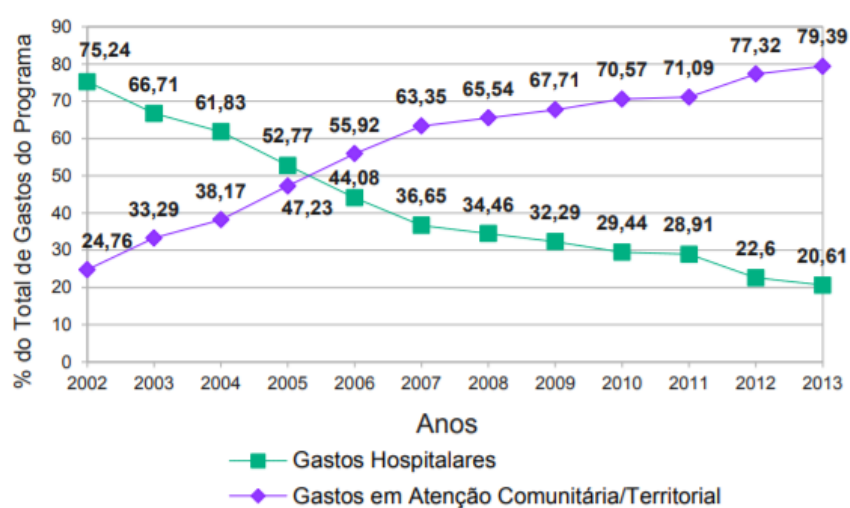
GRÁFICO 1 - Número de leitos em hospitais psiquiátricos no Brasil por ano.



Fonte: Em 2002 e 2003: SIH/SUS, Coordenação Geral de Saúde Mental, Álcool e Outras Drogas/DAPES/SAS/MS e Coordenações Estaduais; de 2004 a 2012: PRH/CNES e Coordenações Estaduais; a partir de 2013: PNASH, CNES e Coordenações Estaduais.

Em resumo, a tendência desde então é de reduzir os leitos dedicados à saúde mental nos hospitais públicos psiquiátricos visando o aumento dos gastos em atenção comunitária/territorial, como por exemplo os Centros de Atenção Psicossocial (CAPS). O gráfico abaixo ilustra esse processo, onde podemos ver como os esforços são transferidos da abordagem hospitalar para a abordagem comunitária:

GRÁFICO 2 - Gastos Hospitalares x Gastos em Atenção Comunitária/Territorial.



Fonte: Subsecretaria de Planejamento e Orçamento (SPO/MS), DATASUS/MS e Coordenação Geral de Saúde Mental, Álcool e Outras Drogas/DAPES/SAS/MS.

Afunilando agora o tema da Saúde Mental, chegamos novamente na Ansiedade. De acordo com a organização Our World in data, no ano de 2017 estima-se que aproximadamente 284 milhões de pessoas vivenciaram algum distúrbio de ansiedade, tornando-se o distúrbio de saúde mental de maior prevalência atualmente (ref-6). Uma observação interessante que podemos fazer a respeito dos casos apontados, é de que aproximadamente 63% ocorreram com mulheres.

Um estudo menor realizado no Brasil, na região urbana de Pelotas-RS com aproximadamente 1.560 respondentes, também observou que a maioria dos identificados com transtornos de ansiedade eram mulheres. Embora não existam dados conclusivos, dentre as hipóteses levantadas os autores evidenciam que as mulheres, de maneira geral, têm maior aceitação cultural em demonstrar medo e comportamento hesitante, além da tendência dos homens de considerarem nicotina e álcool como recursos de automedicação possivelmente mascarando os sintomas dos transtornos.

Voltando aos números gerais, outros dados interessantes que podemos nos atentar estão relacionados à forma como a ansiedade, caracterizada como transtorno ou não, pode ser abordada. Não foi traçado como um dos objetivos deste trabalho a discussão das formas de tratamento ou combate aos transtornos de ansiedade e suas eficiências. Mas, é importante termos em mente que apesar de existir uma tendência por abordagens mais especializadas no ponto de vista psicossocial por exemplo, por outro lado vemos que a medicação (geralmente receitada pela área da psiquiatria) ainda é um dos principais recursos de tratamento utilizados.

Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos por Mark Olfson, Marissa King e Michael Schoenbaum, publicada em 2015, nos indica que em 2008 aproximadamente 5,2% dos adultos americanos de idades entre 18 e 80 anos fizeram uso de medicamentos benzodiazepínicos (ref. 7), caracterizados por serem fármacos de efeito ansiolítico, ou seja, costumam amenizar quimicamente os efeitos da ansiedade.

Partindo das estatísticas levantadas e considerando a profundidade a respeito do tema, passamos a pensar que muitas pessoas utilizam o substantivo “Ansiedade” de forma corriqueira nem sempre tendo compreensão do que exatamente ele representa. Normalmente, essa utilização é feita para caracterizar situações normais em que um indivíduo está de fato ansioso por algum acontecimento, ou então agitado com alguma situação. Não é uma utilização equivocada do termo, porém, dessa forma é explorado apenas o lado leviano da palavra e não o lado problemático, quando se

trata de um comportamento que não foge de uma intensidade compreensível. O caminho que tenho como objetivo analisar se concretiza quando o anseio, a preocupação e a agitação tomam dimensões desproporcionais ou até irracionais de acordo com a situação que estamos evidenciando.

Dessa forma, vamos analisar a ansiedade a partir de um ponto de vista psiquiátrico, no qual o termo engloba não apenas um distúrbio, mas, na verdade, algumas classificações de diferentes transtornos similares em sintomas, porém com algumas particularidades.

De acordo com a Associação de Ansiedade e Depressão da América (ADAA - EUA) (ref. 8), a ansiedade é um quadro clínico que envolve sintomas como nervosismo exagerado, sensação de perigo, pânico, fobia social, fraqueza, entre outros. A OMS, em um relatório mundial de depressão e outros transtornos mentais divulgado em 2017, define os transtornos de ansiedade da seguinte forma (ref. 2):

(...) Um grupo de transtornos mentais caracterizados por sintomas de ansiedade e medo, incluindo o transtorno de ansiedade generalizada (TAG), transtorno de pânico, fobias específicas, fobia social, transtorno obsessivo-compulsivo e transtorno de estresse pós-traumático. (p. 7, tradução minha)

Ainda de acordo com a Organização, os sintomas dos transtornos de ansiedade podem variar de intensidade e de forma geral, e apresentam aspecto mais crônico do que esporádico, o que destaca uma similaridade com aspectos gerais da depressão.

Também existem definições como "(...) Sentimento vago e desagradável de medo, apreensão, caracterizado por tensão ou desconforto derivado de antecipação de perigo, de algo desconhecido ou estranho." (ref. 3, introdução) Para a área da Psicanálise, no entanto, não existe uma definição engessada de como a ansiedade se comporta visto que cada caso é analisado isoladamente pelos profissionais do segmento.

Entrando em minha experiência por exemplo, os principais sintomas que identifico quando estou em um episódio de ansiedade são de tensão psicológica e física constantes diante de situações sociais cotidianas, cansaço excessivo e preocupação exagerada diante de compromissos futuros, mesmo que não demandem muito preparo ou responsabilidade de minha parte. No meu caso, já fui diagnosticado com distúrbio de ansiedade.

De maneira geral, existe uma variedade grande de sintomas que podem vir a classificar um quadro de ansiedade, porém, onde iremos focar nossos esforços, primeiramente, é na compreensão de como esses sintomas se desenvolvem e o que exatamente conseguimos definir como agentes estressores ou estímulos dessa doença. A respeito da dimensão que esse sentimento pode ter, de início devemos ter em mente que não necessariamente a existência da ansiedade significa a presença de uma patologia. De acordo com (ref. 3)

A ansiedade e o medo passam a ser reconhecidos como patológicos quando são exagerados, desproporcionais em relação ao estímulo, ou qualitativamente diversos do que se observa como normal naquela faixa etária e interferem com a qualidade de vida, o conforto emocional ou o desempenho diário do indivíduo. (introdução).

Isso indica que nem todo indivíduo que apresenta os sintomas pode considerar um diagnóstico de ansiedade de aspecto patológico, visto que não deixa de ser um sintoma normal nos seres humanos. Ela se torna um problema, na verdade, quando de alguma forma começa a limitar o bem-estar geral de quem apresenta esses sintomas podendo se tornar um transtorno.

A ansiedade tem sido estudada por diversas organizações e acadêmicos relacionados à área da saúde pelo mundo, principalmente devido ao crescimento do interesse pelo assunto como consequência do aumento dos casos registrados em escala mundial. O relatório da OMS, divulgado em 2017, estima que entre 2005 e 2015 houve aumento de 14,9% no número de pessoas diagnosticadas com algum transtorno de ansiedade. Outro dado interessante sobre o assunto divulgado pela ADAA é de que o Transtorno de Ansiedade Generalizada (TAG) afeta cerca de 6,8 milhões de adultos nos Estados Unidos, e desse número, apenas 43,2% desses adultos recebem algum tipo de tratamento (ref. 9).

No Brasil, o número sobe para mais de 18 milhões de casos registrados no total entre 2005 e 2015, de acordo com o mesmo relatório da OMS. Em porcentagem, esse número equivale a 9,3% da população total do Brasil, a taxa mais alta entre todos os países analisados no documento. Isso levanta uma preocupação geral em relação ao assunto e também questionamentos a respeito do que pode estar envolvido nesse aumento, considerando fatores sociais, geracionais, ou então tecnológicos.

Nos voltando para o termo em si, ele engloba diversos fatores e significados. De acordo com a definição do dicionário Michaelis, o substantivo feminino expressa

“Sofrimento físico e psíquico; aflição, agonia, angústia, ânsia, nervosismo.” Já a definição da psicologia para a palavra caracteriza um “estado emocional frente a um futuro incerto e perigoso no qual um indivíduo se sente impotente e indefeso.”

Comumente pensamos no termo como forma de resumir características como as citadas acima em uma palavra que as engloba; porém, no cenário patológico que o termo apresenta, que é o foco desse estudo, essas características são tratadas como uma composição de sintomas. Seguindo esse lado patológico, existem mais de um transtorno relacionado à ansiedade, os quais possuem diversas classificações que se diferenciam não necessariamente pelos sintomas, mas, principalmente, de acordo com os fatores que estão envolvidos no desenvolvimento deles. O Instituto Nacional de Saúde Mental dos EUA elenca alguns dos transtornos da seguinte forma (ref. 10):

Transtorno de Ansiedade Generalizada: Nesse caso, o transtorno é caracterizado por não ter uma causa específica, mas que engloba quase todas as situações cotidianas do indivíduo, seja no trabalho, qualquer relação social, envolvendo a presença de preocupação e tensão excessiva relacionada a essas ocasiões na maior parte dos dias nos últimos seis meses. Apesar da falta de um gatilho específico que inicia esse processo, quando o transtorno é classificado como TAG normalmente nos casos identificados qualquer situação pode ser classificada como um momento estressor ou agravante desse distúrbio.

Transtorno de Pânico: Diferente do TAG, nesse caso o indivíduo que sofre deste transtorno é afetado por ataques súbitos de pânico, marcados pela sensação de medo intenso e geralmente é causado pela presença de situações ou objetos que atuam como estressores. Nesse caso, o ataque não envolve apenas sentimentos, mas também reações físicas como tremores, palpitações ou batimento cardíaco acelerado e insuficiência respiratória.

Transtornos relacionados às fobias: São caracterizados por intenso medo ou aversão às situações ou objetos específicos. Exageradamente, quem sofre desse transtorno apresenta medo desproporcional ao risco real que o objeto ou situação em questão apresenta. Na maioria dos casos, o risco não é real ou expressivo. É diferente, no entanto, de um Transtorno de pânico, mas também pode vir a causar um ataque. Dentro dessa classificação, podemos também diferenciar fobias específicas

(nesse caso mais comumente relacionadas a objetos e cenários concretos), de duas fobias relacionadas diretamente com contextos sociais.

A respeito de fobias específicas, um exemplo recorrente de um transtorno que se enquadra nessa classificação é o de estresse pós-traumático, definido por (ref. 3) como “(...) Um distúrbio de ansiedade que se manifesta em decorrência de o portador ter sofrido experiências de atos violentos ou de situações traumáticas”. Nesses casos, a decorrência dos sintomas não se dá de forma natural, onde a ansiedade se desenvolve sem nenhum tipo de gatilho. Os eventos traumáticos podem ser diversos, e se comportam como catalisadores do processo de desenvolvimento dessa modalidade do transtorno.

Sobre os transtornos relacionados diretamente aos contextos sociais, a primeira dessas fobias é denominada Agorafobia. Uma diferença significativa das anteriores, é que sua classificação é mais palpável, pois se baseia em algumas situações bastante ocorrentes diante dos indivíduos que as experienciam. Para classificarmos a Agorafobia como um transtorno em uma pessoa, ela deve apresentar sintomas de medo intenso diante de pelo menos duas das seguintes situações:

- Utilização de transportes públicos;
- Estar presente em espaços amplos e/ou abertos;
- Estar presente em espaços fechados e com pouco espaço;
- Ficar diante de uma fila de pessoas ou dentro de uma multidão;
- Estar fora do ambiente doméstico desacompanhado.

Frequentemente, as pessoas diagnosticadas com esse transtorno evitam ao máximo se envolver em situações como as citadas acima, idealizando que não é possível sair delas depois que se encontram envolvidas. Isso pode causar reações de pânico, e nos casos mais severos o indivíduo se propõe ao isolamento domiciliar.

Por fim, falemos sobre a fobia social ou ansiedade social. O indivíduo que apresenta tal tipo de fobia tem os sintomas diretamente relacionados a contextos de caráter social, sendo eles situações comuns como conversas cotidianas e principalmente momentos em que precisa fazer uma apresentação ou *performance* de algum tipo. Essa fobia é, por sua vez, caracterizada pela presença, diante dessas situações, de sintomas como medo excessivo de reprovção das pessoas que estão

envolvidas no momento e, principalmente, um receio muito grande em se expor socialmente, relacionado ao aumento do sentimento de vergonha em se expressar de alguma forma.

Falando como uma pessoa que se identifica com esse transtorno, um sentimento que o resume é o de se sentir menor ou como se não tivesse muito a acrescentar em interações sociais, principalmente envolvendo mais de um interlocutor. É um tipo de transtorno que leva os afetados por ele a evitarem interações sociais, o que pode ser muito prejudicial para o desenvolvimento pessoal e pode provocar certo isolamento, inibindo possíveis oportunidades e gerando o sentimento generalizado de solidão.

3 FATORES SOCIAIS E COMPETITIVIDADE

Antes de analisarmos o comportamento das relações sociais no ambiente digital, precisamos discutir essas relações no mundo físico, e como elas podem interagir com transtornos como os já citados. Existem propostas de estudos, ou até teorias, que sugerem que o ambiente digital fornece recursos para nos tornarmos mais competitivos, e até certo ponto é uma pauta debatível. No entanto, o ambiente digital não fundou essa discussão, muito menos o comportamento humano de nos compararmos uns com os outros competitivamente. Veja, tomando a fobia social como exemplo, essa fobia provavelmente sempre existiu e é discutida há um bom tempo antes de começarmos a nos atentar para a relação do distúrbio com o cenário digital, mesmo que por muito tempo antes tenha sido tratada sem a atual importância, junto com outros distúrbios da mente humana.

Entrando em aspectos sociológicos, existem alguns conceitos que podem ser relacionáveis com o assunto. A respeito da maneira como a sociedade como um todo se comporta, alguns sociólogos observaram padrões e elementos fundamentais para o reconhecimento das estruturas sociais nas quais estamos inseridos. Para entendermos como os distúrbios abordados nesse trabalho se consolidam ou até como surgem, existem algumas considerações que devemos lembrar sobre como nos relacionamos socialmente não apenas no contexto digital, mas historicamente.

Muitos dos distúrbios que foram exemplificados têm relação direta com a sociedade, como a fobia social ou agorafobia, por exemplo. Com exceção das fobias específicas que envolvem objetos, traumas ou situações que não envolvem outros indivíduos, quando estamos abordando o tema de saúde mental inevitavelmente devemos pensar nas formas em como a sociedade age e como ela se estrutura e se modifica ao longo dos anos.

Falando de sociedade, Durkheim a definiu em sua obra como essencialmente um conjunto de ideias, crenças, sentimentos de todos os tipos, que são realizados por indivíduos (ref. 11). Partindo desse ponto, o sociólogo apresenta a visão de que além do simples aspecto de coletividade, viver em sociedade abrange também o nosso comportamento e nossa consciência.

O sociólogo teoriza que basicamente todo o nosso comportamento social é pautado pelo o que ele define como fatos sociais. Esses fatos são caracterizados

basicamente como “diretrizes” do nosso comportamento, presentes em nossa consciência desde o momento em que somos inseridos na sociedade e nos influencia até o resto de nossas vidas. Esses fatos sociais não dependem somente de uma consciência individual dentro de uma sociedade, mas, na verdade, são construídos inconscientemente a partir da coletividade.

Complementando e relacionando o que a teoria de Durkheim propõe com o intuito desse trabalho, podemos pensar que de certa forma o jeito que os fatos sociais nos estimulam em relação às formas das quais nos comportamos em sociedade, isso naturalmente gera em cada um de nós um padrão de comportamento e consolidação da maneira como pensamos ou agimos em sociedade. Consequentemente, ao desenvolver uma forma de roteiro para a forma como devemos viver em sociedade, surge a preocupação genuína em relação à maneira como conseguimos, ou não conseguimos, cumprir o nosso papel social conforme o idealizamos.

Além dos fatos sociais, existem também relações de capital que influenciam nossa percepção da posição que ocupamos em uma hierarquia em relação a outros indivíduos em uma sociedade. Essas relações são estudadas pela área de Estratificação Social na Sociologia. É importante definirmos que o termo capital nesse âmbito desempenha um valor social e não puramente financeiro, porém, ainda exerce um papel de poder que define as hierarquias. As relações de capitais sociais por sua vez são discutidas na teoria de Weber, que aponta que as distinções sociais obedecem a lógicas diferentes na esfera social em relação às esferas econômica e política. Irei ilustrar essas diferenças a seguir.

Na esfera política, por exemplo, o poder social que define a posição do indivíduo em relação à hierarquia provém de fatores como confiança, credibilidade, apoio político e força das alianças. Esses fatores de certa forma são construídos pelo indivíduo e constituem um capital político. Apresentados na esfera política, exercem um poder político proporcional à dimensão desse capital. Já na esfera econômica, o poder é construído a partir de fatores mais relacionados ao poder econômico, que pode ser proveniente de uma herança familiar ou do sucesso econômico proveniente de outros meios como o mercado financeiro, por exemplo. Nesses casos, o prestígio social é fortemente relacionado com os privilégios de uma classe social mais alta.

Focando agora na esfera social, que tem maior valor para a análise proposta, conforme os indivíduos inseridos em uma sociedade inconscientemente geram fatos sociais, os mesmos regem o nosso comportamento em sociedade. Nessa esfera, no

entanto, definem de outra forma como as relações de poder e hierarquia social se estruturam. Enquanto na esfera política e na esfera econômica o capital que define a hierarquia tem aspectos fundamentados em outros campos, esse capital da esfera social se desenvolve de acordo com as relações interpessoais exercidas pelos indivíduos inseridos em uma sociedade.

Enquanto nas outras esferas a hierarquia é baseada em contextos além das relações sociais, quando tratamos da esfera social não estamos falando de um desenvolvimento de capital que visa um posicionamento melhor política ou economicamente, mas, sim, de um capital que visa resumidamente o respeito e admiração social a partir de outros indivíduos.

Voltando aos fatos sociais, existe uma relação direta entre eles e a estratificação de caráter social. De certa forma, os fatos sociais podem agir como as diretrizes que guiam nosso comportamento em público, alimentados pelo anseio coletivo (às vezes inconsciente) de diferenciação.

Exemplificando, quando notamos comportamentos atípicos de outras pessoas publicamente, sentimos um estranhamento enquanto tentamos interpretar aquilo dentro do que estamos acostumados a vivenciar. Isso se dá muito pela maneira como estamos condicionados, às vezes inconscientemente, a incorporar e reproduzir uma estrutura social pautada nos fatos sociais. Isso acontece de modo a perpetuar alguns conceitos e comportamentos diante de arquétipos ou até estereótipos, algo que Bourdieu define em sua obra como *habitus*, tratando-se de:

um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações [...] (BOURDIEU, 1983, p. 65).

Quando não conseguimos encaixar comportamentos incompreensíveis dentro de um rótulo que define o que é normal ou aceito na sociedade, tendemos a classificar esse tipo de comportamento como algo negativo. Às vezes, sentimos necessidade de nos expressarmos de alguma forma específica e sentimos insegurança, pois não sabemos se aquele comportamento será entendido socialmente, e entendemos que, caso seja recebido de forma negativa, dependendo da dimensão, podemos nos sentir diminuídos na hierarquia social. Tal receio e/ou insegurança nos limita perante a

necessidade que sentimos de nos expressarmos, e por conta disso muitas vezes podemos deixar passar oportunidades de nos expressarmos de maneira diferente.

Vendo por outro lado, no entanto, consequentemente um dos motivos que temos para admirar ideias criativas e originais é porque normalmente elas rompem essa barreira da insegurança de se tentar propor algo inédito e diferente. Diversas vezes na história humana pudemos observar personalidades muito admiradas que algum dia foram subestimadas ou vistas como insanas. Tendo Van Gogh como exemplo, o pintor só teve seu talento reconhecido e seu nome apontado como um dos maiores pintores de todos os tempos depois de sua morte, após uma vida marcada por sofrimento e sacrifícios.

Porém, voltando à forma como esses fenômenos podem influenciar a consciência de um indivíduo, não são raros os momentos em que nos sentimos como se não fôssemos suficientes ou como se estivéssemos nos diminuindo em relação à realidade de nossa posição na hierarquia social. Veja, uma coisa importante de se destacar é que, na verdade, nunca vamos saber de forma quantificável que posição ocupamos nessa hierarquia. Essa preocupação, no entanto, pode ter grandes efeitos negativos na consciência de uma mente em estado de insegurança.

Voltando à fobia social por exemplo, existe a imensa influência de fatores sociais na forma como se desenvolve o introspectivismo e a ansiedade de ter que experienciar situações sociais rotineiras. De certa forma, podemos pensar que o indivíduo que chega nesse ponto de preocupação pode estar em uma modalidade de paranoia relacionada à consciência que ele tem da existência de uma hierarquia social, e principalmente da insegurança a respeito de sua posição nela.

4 ERA DIGITAL E MÍDIAS SOCIAIS COMO POTENCIALIZADORAS DAS RELAÇÕES SOCIAIS

Pensando na estrutura atual da sociedade em que vivemos e o modo como a tecnologia e a difusão de informações se comportam nela, observamos uma constante evolução dos processos digitais e substituição de processos tradicionais de comunicação e fluxo de dados.

A cada passo, seja na rua, no metrô, na universidade e em quase qualquer outro espaço, é cada vez mais comum vermos pessoas interagindo com um dispositivo conectado à Internet. Se pararmos para observar, muitas pessoas estão em contato com suas redes sociais a partir do momento em que acordam até o momento em que se deitam para dormir, e interagem com seus dispositivos conectando-se em diversos momentos do dia. Muitas vezes, elas param aquilo que estão fazendo e focam todas as suas atenções às suas telas e à linguagem que elas traduzem em *pixels*.

No entanto, é compreensível termos esse comportamento, afinal, com um simples clique na tela do celular, sabemos de notícias do mundo, a previsão do tempo para amanhã, falamos com nossos grupos de amigos e família, além de inúmeras outras esferas sociais. Ou seja, o celular potencializado pelo aspecto centralizador que as redes sociais desempenham ultimamente nos traz uma coisa que nos é muito bem-vinda: a comodidade.

Focando nesse aspecto, quando observamos uma pessoa utilizando estes recursos, comumente temos a impressão de que ela está desligada do espaço em que está inserida, e até pode ser o caso. Mas, analisando a fundo, ela está de certa forma em mais de um lugar ao mesmo tempo, pois seu aparelho possibilita a visualização de uma nova dimensão, digital por sua vez, onde ela não mergulha fisicamente, mas produz influência em ações em outros espaços e se comunica com pessoas distantes em tempo real.

Os celulares e a facilidade que eles nos trazem se fundem com nossas vidas e acabam criando uma dependência humana para realizarmos atividades do nosso cotidiano, além de influenciar nossos modos de pensar e agir. De acordo com esse raciocínio, Henry Jenkins desenvolveu o termo “cultura da convergência”, em 2009, ao publicar um livro homônimo (ref. 13). O termo se refere a três fenômenos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva,

conceito muito abordado por Pierre Levy no contexto do desenvolvimento dos sistemas digitais.

Focando na Inteligência Coletiva, Levy (2007) a define como "Uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências." (ref. 14). Uma maneira de interpretá-la seria como uma rede que conecta todas as pessoas inseridas no sistema de forma a consolidar uma comunidade mundial onde o livre acesso a dados e alcance ilimitado entre pessoas seriam garantidos. O autor expressa também uma visão um tanto otimista em relação a esse estágio meta-evolutivo de nossa história: "(...) A base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas".

De volta ao livro de Jenkins, o autor defende que todas as principais mídias, de alguma forma, estão convergindo para a Internet. Entretanto, essa convergência não seria apenas tecnológica, mas um processo de convergência cultural, na qual a criação de novos meios de comunicação presentes em celulares e computadores, seriam utilizados devido à uma necessidade social do homem, que está intimamente ligada à circulação de imagens, sons, compartilhamento e troca de experiências. Tanto celulares quanto computadores seriam a forma de conseguir acumular tudo isso que foi citado, pois, são capazes de suportar plataformas que possibilitem isso como as redes sociais.

Com a chegada da Internet foram criados inúmeros recursos e ferramentas que exercem a função de aproximar a comunicação entre as pessoas e a formação de uma rede rápida de troca de informações a nível mundial. Podemos dizer que de certa forma as informações conseguiram se difundir a partir de uma dimensão física, material e analógica para um novo ambiente não-físico, imaterial e digitalizado. Cada vez mais, vemos ao redor do mundo uma adaptação da vida cotidiana em quase todos os seus elementos e momentos para um momento de avanço tecnológico e conectividade das coisas. O objetivo da evolução da tecnologia que antes se restringia a facilitar e automatizar processos monótonos, agora não apenas cumpre essas premissas, mas também busca fazer de forma autossuficiente, orientada por dados, inteligente e conectada.

Dentro de nossas casas, por exemplo, veremos em alguns anos diversos eletrodomésticos e assistentes pessoais conectados e inteligentes seguindo a nova

tendência da Internet das coisas, do inglês *Internet of Things*, onde não apenas teremos tecnologias de execução de funções, mas também conectadas com o mundo e, principalmente, com outros ambientes digitais nos quais estamos inseridos. Esses dados são coletados e processados de maneira a elaborar para o consumidor a melhor experiência que aquele objeto pode oferecer, personalizada de acordo com o usuário.

Entendendo as redes sociais como ferramentas fundamentais nesse processo, vemos que conseguimos ter através delas acesso às informações do mundo físico codificadas nesse novo ambiente de uma maneira cada vez mais rápida e prática, nunca antes alcançada. Isso se tornou possível pois é no ambiente dessas redes onde concentramos a maior parte de nossos dados detalhados. Enquanto em outras mídias são construídos perfis de acordo com nosso comportamento *online*, principalmente para objetivos de análise de público ou comercialização de audiências na esfera publicitária, quando falamos sobre as redes sociais nós mesmos fornecemos as informações. Dessa forma, por disponibilizarmos essas informações voluntariamente, os dados que inserimos são mais confiáveis, concretos e complexos.

Informamos nossos gostos pessoais, o que ouvimos, assistimos, o que fazemos nas horas vagas, os lugares que visitamos e muitas outras informações. Essas informações, porém, não apenas servem para a esfera publicitária, mas também desempenham papel fundamental no conceito de Internet das coisas. As redes sociais nos conhecem intimamente e, quanto mais íntimo, mais facilmente a inteligência artificial e coletiva consegue moldar a forma como vamos consumir nessa nova era.

Um ponto interessante de observarmos é de como tem se formado uma tendência de unificação dos pontos de contato que temos quando navegamos nesta nova dimensão digital. Alguns anos atrás, costumávamos acreditar que a Internet caminharia para uma rota onde cada vez mais teríamos variedade de *sítes*, mídias e *players* dos quais nos utilizaríamos para pautar nossas vidas.

De fato isso acontece, cada vez mais existem novas mídias e canais digitais, porém, uma tendência mais atual é de que grandes empresas como Google e Facebook englobem cada vez mais serviços diferentes dos que foram projetadas para exercer inicialmente, o que sugere maior facilidade de acesso por extinguir a necessidade de buscar em outros endereços digitais serviços ou informações diferentes, como notícias. Considerando a forma como as mídias sociais fornecem os

meios para os próprios usuários produzirem e compartilharem conteúdos, passamos cada vez mais tempo nas redes e menos em outras mídias.

Podemos observar como exemplo a forma como grandes jornais precisam se adaptar aos novos costumes de consumo de notícias. A forma como as pessoas consumiam notícias antes consistia em buscar nos jornais, telejornais ou, então, nos respectivos *sítes*. Hoje em dia, não podemos dizer que esses métodos estão extintos, mas para muitos consumidores as notícias chegam através de compartilhamentos nas redes sociais a partir de seus amigos. Diante desse crescente comportamento, cada vez mais vemos grandes *players* do jornalismo se adaptarem para esse novo método de consumo e desenvolvem publicações já pensadas nas redes sociais. Um exemplo prático disso são os *Instant Articles* presentes no Facebook, onde o conteúdo postado se expande em um *site* ainda dentro do Facebook, sem necessidade de redirecionar para outro domínio.

Dessa maneira, as redes sociais fortalecem a grande tendência de concentrar serviços e marcas além de apenas usuários. Hoje em dia, para muitas marcas as redes sociais são as principais plataformas para se comunicarem com seus consumidores, tornando o *site* uma mídia de apoio quando buscam informações mais específicas. Isso é um reflexo do crescente tempo que passamos nessas mídias e, por consequência, faz mais sentido para as marcas e serviços se inserirem nesse meio e interagirem com os usuários dentro dele do que tentar tirar a audiência desse ambiente.

5 COMO AS RELAÇÕES SOCIAIS SE TRANSPORTAM PARA ESSE NOVO AMBIENTE

Focando agora no objetivo primário das redes sociais, elas surgem como uma nova possibilidade de nos relacionarmos socialmente sem a barreira física da distância. Mesmo que hoje elas também englobem outras funções, o objetivo primário se mantém o mesmo.

Do ponto de vista da comunicação, as redes desempenham uma imensa influência na forma como nos relacionamos atualmente. Nunca antes tivemos tantas conexões ativas em nossas vidas por conta das dificuldades físicas de se manter laços, e dessa forma temos muito mais possibilidades de contato com pessoas distantes e de contextos diferentes, sejam sociais, econômicos ou qualquer outro.

A facilidade com a qual conseguimos nos comunicar através delas é outro aspecto impressionante. Além da facilidade de conexões novas, hoje em dia temos diversas possibilidades e imensa acessibilidade de comunicação através das redes sociais. Veja, mesmo que não possamos afirmar que todas as pessoas estão presentes nas redes sociais, as chances de você encontrar uma pessoa com a qual você precisa comunicar alguma coisa nessas redes é muito alta. E após encontrá-la, você pode mandar uma mensagem que será recebida quase que no mesmo segundo.

Pensando além do potencial de encontrar e se comunicar com urgência com pessoas específicas, a própria forma que nos relacionamos com pessoas próximas ou já conectadas a nós ficou também muito mais dinâmica. Vou tomar como exemplo a forma como organizamos alguma atividade juntos.

O que antes nos daria o trabalho de planejar as coisas com antecedência, procurar os contatos dos convidados, ligar para eles um por um, hoje em dia o processo se torna muito mais ágil. Basta termos a ideia, pegarmos nossos celulares e propor algum evento em um grupo de amigos no WhatsApp. Em outros casos, no máximo nos damos ao trabalho de criar um evento no Facebook para convidar as pessoas que não somos tão íntimos ou não temos em um grupo já criado. Além da facilidade de comunicação, outros elementos das redes sociais são muito importantes para a função de trazer aos usuários uma experiência de proximidade com nossas conexões.

Não apenas temos os nossos contatos centralizados em uma mídia, como também essa mídia orientada por dados que fornecemos nos guia socialmente em

alguns momentos. Constantemente recebemos lembretes de aniversário, de que estamos há algum tempo sem interagir com algum de seus amigos (através da rede, nesse caso). Esses recursos a princípio são benéficos para todos. Dessa forma, você se envolve mais com a rede e passa mais tempo nela, e obtém um “suporte social” que o ajuda a não deixar escapar oportunidades de interagir com outros usuários positivamente.

No entanto, além desses recursos que partem de uma inteligência artificial, o principal fator social que essas redes desempenham é o de que elas são “alimentadas” pelos próprios usuários. Nesse sentido, elas fornecem o suporte e a plataforma para compartilharmos conteúdos de nossas vidas, e o que mais nos interessa e nos motiva a estar presentes nas redes é justamente a oportunidade de acompanhar o que nossas conexões estão fazendo, o que pensam e o que gostam.

Isso tem imensa importância na forma como as redes se desenvolvem, pois com essa dinâmica passamos a ter essas mídias não apenas como ferramentas de comunicação e formação de comunidades, mas como plataforma de conteúdo e notícias.

Como estamos analisando as relações sociais no ambiente digital, naturalmente as redes sociais têm grande destaque, pois a maior parte dessas relações no ambiente digital se desenvolvem nessas mídias. Mas, pensando além das redes sociais, podemos observar que não só elas, mas também outros aplicativos de finalidades diferentes, exercem uma proposta de facilitar a comunicação e processos.

Veja, enquanto nas redes sociais primariamente estamos tratando de relações sociais espontâneas ou voluntárias, muitas vezes sem um propósito final quando estamos interagindo com amigos por exemplo, em outros aplicativos onde precisamos lidar com pessoas do outro lado da tela também temos relações sociais, porém, geralmente voltadas para uma finalidade ou objetivo final.

Resumindo, quando estamos em contato com nossos amigos, as redes sociais oferecem a oportunidade de dinamizar a troca de informações favorecendo a comunicação mais fluida, contínua e presente.

Em outro cenário, quando precisamos de algum serviço, produto ou algum outro objetivo final que envolva o esforço de outras pessoas, o mundo digital também favoreceu o aparecimento de alternativas e simplificação de processos. Veja, falamos com nossos amigos pois gostamos deles e naturalmente sentimos a necessidade de manter a proximidade. Já nesse outro cenário, temos a interação social por obrigação

ou por parte de um processo e por isso estamos desenvolvendo novas formas de lidar com essas interações.

O que ocorre muitas vezes é, de certa forma, um processo de desumanização dos serviços. Ilustrando o significado do termo, imagine que antes para conseguirmos um serviço precisaríamos nos deslocar até o prestador do serviço e ter uma conversa pessoal com algum representante.

Em muitos setores isso ainda acontece da forma tradicional, mas em grande parte já existem recursos que simplificam esse processo e cortam quase que totalmente a necessidade de lidar com uma pessoa que não seja um conhecido seu.

Um exemplo que podemos observar hoje em dia com frequência é a maneira que podemos pedir uma refeição de um restaurante por *delivery*: alguns anos atrás, a forma mais comum seria de ligar no restaurante e ter uma conversa não presencial, mas de certa forma mais social do que seria realizado no cenário atual. No caso atual, todo esse processo é resumido em alguns toques na tela do seu celular através de um aplicativo. Geralmente, o caráter mais social que isso pode alcançar seria de digitar alguma observação do seu pedido que não estava disponível dentre as opções no serviço para algum atendente levar em consideração.

O que isso nos sinaliza como uma nova realidade é de que, apesar de termos simplificado e tornado a comunicação mais ágil e precisa, estamos nos acostumando a encurtar ou substituir alguns processos importantes do nosso desenvolvimento social. No entanto, é importante ressaltar que alguns aspectos das interações sociais presenciais ainda não podem ser 100% substituídos pelos processos digitais. Ainda não atingimos um nível tecnológico que se iguale à interação social no que diz respeito ao nível de detalhes e de informações que conseguimos receber conversando pessoalmente com uma pessoa.

Levantando um exemplo do cenário profissional, já participei de diversas reuniões não presenciais entre a agência onde trabalho e o cliente que minha equipe atende. Nesse caso, esse recurso é indispensável no contexto considerando que os correspondentes de cada uma das empresas estão situados em estados diferentes. Porém, a experiência de uma reunião virtual não consegue se igualar com a experiência de uma reunião presencial, pois existem recursos e expressividades que não conseguimos transmitir através do computador. Por esse motivo, quando assuntos mais importantes e urgentes precisam ser discutidos com objetividade, as reuniões presenciais entram em jogo.

Perdemos aspectos de expressividade com essa facilitação de processos de comunicação através de ferramentas tecnológicas, porém, um fator que não podemos esquecer na era em que vivemos é o quanto essa tendência contribui para a otimização do tempo, e isso não apenas no cenário profissional como também no pessoal. Da forma que utilizamos essas tecnologias, sentimos que a otimização do tempo nos traz uma margem grande para nos tornarmos mais produtivos.

Como ficou mais rápido resolver questões simples com o envio de uma mensagem, e considerando também a rapidez que um texto de mensagem trafega pelo mundo, trocamos muito mais informações em um período curto de tempo. Em um intervalo de horas, conseguimos por exemplo formular a ideia de um evento com amigos e convidar diversas pessoas.

Em outro exemplo profissional, também conseguimos solucionar uma dúvida com um fornecedor de serviços através de mensagens pelo WhatsApp dando continuidade a um processo pausado que movimenta diretamente e indiretamente quantias consideráveis de investimento.

Mas, por outro lado, isso pode ter também favorecido uma nova percepção geral do que entendemos como produtividade. É preciso, mais do que nunca, definirmos até que ponto a produtividade deve ser explorada e em qual momento ela passa a ser uma adversária para a saúde geral dos indivíduos, não apenas em se tratando de saúde mental.

Com a facilidade e a simplificação dos processos no mundo digital e a imensa otimização do tempo que tivemos graças a esses fatores, começamos a observar que o tempo desperdiçado em processos monótonos e manuais que foram automatizados poderia ser aproveitado para nos dedicarmos a mais tarefas do que antes. Seguindo esse raciocínio, passamos menos tempo em atividades monótonas e teoricamente temos mais tempo para as atividades mais difíceis de serem realizadas por tecnologias independentes, geralmente de aspecto mais estratégico.

Em resumo, podemos dizer que aumentamos nossa capacidade de realizar tarefas ao longo do dia, dessa forma realizamos muitas atividades em um período curto de tempo. Um conflito que isso gera, no entanto, é sobre o entendimento que temos de até onde conseguimos ser produtivos em um dia sem nos prejudicar.

Cada vez mais perdemos a facilidade em definir o quanto de atividades devemos realizar naquele dia para definirmos o quão produtivo ele foi. No cenário profissional, por exemplo, da mesma forma como nos tornamos mais produtivos com

a constante evolução no mundo digital, também evolui a cobrança de resultados que apresentamos por dia. Do ponto de vista lógico, é um raciocínio que faz sentido. Como conseguimos produzir mais, faz sentido sermos cobrados por mais tarefas realizadas em um dia de trabalho. Entretanto, o conflito pode surgir quando a cobrança se torna maior ou desproporcional ao avanço da produtividade.

Outro problema, agora relacionado à saúde mental é de que com o aumento dessa capacidade sentimos uma pressão crescente em fazermos mais coisas em menos tempo. Entendemos que, da mesma forma que precisamos ser produtivos, em alguns momentos também é essencial para a saúde do ser humano o descanso e momentos de lazer, por exemplo.

Por sua vez, esse novo cenário pode trazer uma realidade nova com a qual as pessoas se sintam mais facilmente culpadas por não serem produtivas cem por cento do tempo, possivelmente colocando em risco momentos fundamentais de repouso.

Agora, voltando para os aspectos negativos, e relacionando mais proximamente ao contexto das fobias sociais, outro fator muito importante para o desenvolvimento deste trabalho que devemos considerar é o do conforto que essa transição tecnológica nos traz. A palavra “conforto” por sua vez, de fato, não soa como um aspecto negativo, porém, muitas vezes esse conforto implica em outros fatores não planejados.

Exemplificando, como temos a comodidade de responder uma pessoa por mensagens de texto, existem recursos nesse serviço que trazem esse conforto como o luxo de podermos responder em um tempo que podemos determinar sem necessariamente causar uma interpretação de desrespeito, pois quem espera pela mensagem jamais poderá ter certeza dos motivos por trás desse tempo de espera.

Outro recurso que temos é o do tempo indeterminado que temos para formular uma mensagem, podendo personalizá-la, editá-la, customizar ou até nos arrepender de enviar e consequentemente apagá-la.

Esses recursos que compõem a comodidade que esse processo tecnológico envolve, por sua vez, criam uma forma específica de nos “mimar”. Tendo esses recursos, muitas vezes, sem percebermos, estamos nos acostumando a preferir uma comunicação automatizada e mecanizada. Por conta disso, nos tornando cada vez mais antissociais.

Observe que com o uso das mensagens instantâneas e as facilidades de rede móvel que conseguimos nos anos recentes, cada vez mais perdemos o hábito de falar

ao telefone. Temos essa escolha pois quando falamos ao telefone, existem certos comprometimentos sociais dos quais não somos obrigados a cumprir trocando mensagens, como a agilidade na resposta, a edição ou interceptação da mensagem transmitida. Esses comprometimentos são o que mentalizamos e nos causam receio quando recebemos uma ligação de alguma pessoa da qual não estamos esperando.

Essa tendência da comunicação pode nos trazer um retrocesso quando estamos tratando de *social skills*, ou habilidade sociais, no raciocínio de perdermos em parte a nossa capacidade de nos moldar a diálogos imprevistos com facilidade de expressão.

Quando substituímos situações imprevisíveis ou diálogos sem uma predefinição podemos arriscar perder uma parte de nossa habilidade de conversação, imprevisto e de nos moldar a um diálogo que não segue de acordo com um roteiro.

Voltando à fobia social como um exemplo, o que isso pode acarretar é o agravamento desse transtorno por apresentar, de certa forma, uma falsa alternativa para quem sofre dele. Essa falsa alternativa muitas vezes é vista como uma oportunidade de não ter que lidar com o distúrbio para realizar atividades que envolvam interações sociais imprevisíveis, mas o que isso gera é uma zona de conforto onde o indivíduo tem mais dificuldade em sair e buscar lidar com a fobia ou buscar um tratamento.

6 OS FATORES SOCIAIS DE COMPETITIVIDADE NESSE NOVO AMBIENTE

Entraremos agora em outro aspecto social que também teve sua adaptação e influência no ambiente digital. Foi abordado anteriormente que há muito tempo a humanidade já tinha o comportamento de nos compararmos. Tendo o contexto da estratificação social como base, podemos dizer que essa comparação que estamos sujeitos a realizar uns com os outros se apoia na noção que temos de que existem hierarquias sociais nos círculos nos quais estamos inseridos.

Um acontecimento do ambiente digital (que talvez até possa ser caracterizado como um fenômeno) impressionante é o surgimento de recursos nas redes sociais que apoiam o comportamento de comparação social.

Na próxima parte do trabalho vamos evidenciar e detalhar mais esses recursos, mas, por hora, o que podemos teorizar é de que talvez as redes sociais tenham ganhado uma força imensa nos últimos anos justamente por causa desses recursos.

Por mais que em sua gênese, de forma geral, as redes sociais tivessem como objetivo concretizar a visão quase utópica de um mundo conectado e cada vez menos solitário ou pejorativo, elas não conseguiram realizar de uma forma que não atendesse a demanda (talvez inconsciente) dos usuários em praticar a estratificação social nessa nova dimensão. O que isso acabou acarretando, consciente ou inconscientemente, foi em uma estratificação social eficientemente quantificada.

Enquanto no mundo físico não existiam formas de quantificar nossas qualidades, reputações, ou então poder de influência sobre outros indivíduos, as redes sociais conseguiram facilmente traduzir o capital social em números de seguidores e de reações aos conteúdos postados. Nesse contexto, quando vamos pesquisar uma pessoa que temos interesse em conhecer melhor, vemos nas redes sociais o seu perfil e estudamos esses números, e a partir disso até tiramos conclusões.

Naturalmente, quando descobrimos uma pessoa que inesperadamente tem muitos seguidores, a partir disso já mudamos nosso comportamento diante ela, pois entendemos o quanto ela é relevante socialmente, quantificado pelo número desses seguidores. Em alguns momentos, podemos até nos sentir intimidados de alguma forma, quando descobrimos uma pessoa com muito mais seguidores que nós.

Entendendo os perfis nas redes sociais como uma forma de cartão de visita digital (não necessariamente em um contexto profissional), quando buscamos informações sobre uma pessoa nas redes estamos inevitavelmente sujeitos a formar

impressões em nossa cabeça a respeito de um indivíduo que pessoalmente podem não ser o caso.

Essas impressões que tiramos na verdade podem ser informações equivocadas, pois como já foi citado em outro momento as informações que disponibilizamos nas redes sociais a respeito de nós mesmos passam por um filtro pessoal que aplicamos e decidimos o que de nossas vidas se torna público.

Simplesmente o modo como tiramos e postamos fotos já é um exemplo claro desse tipo de comportamento: pense em como nos preocupamos em buscar a iluminação certa, o ângulo perfeito, a expressão mais amigável.

O formato de nossos corpos não apresenta muitas mudanças no dia a dia em um curto período de tempo, e as pessoas que convivem mais tempo conosco entendem a forma que temos e já têm uma opinião formada a respeito de nossa beleza. Mas quando passamos a transmitir para a Internet nossa imagem, sendo para pessoas que ainda não nos conhecem pessoalmente ou mesmo às que já nos conhecem, passamos também a nos preocupar em nos mostrar nas melhores versões possíveis, não sendo necessariamente uma imagem realista. Isso se estende também para outros tipos de informações que disponibilizamos.

A forma como compartilhamos nossos interesses, como atualizamos o que temos feito ou os lugares que visitamos também são muito suscetíveis a passarem por um filtro.

Pensando na forma como interpretamos esses dados de uma pessoa que ainda não conhecemos pessoalmente, é comum sentirmos a ilusão de que a pessoa não passa por angústias ou momentos delicados por exemplo, pois isso não transparece na dimensão digital. Assim também podemos acabar catalogando inconscientemente aquela pessoa em alguns rótulos de acordo com a imagem que ela transmite na Internet, o que pode suprimir nossa capacidade de perceber outros aspectos da vida das pessoas que não transparecem nos perfis digitais quando interagimos pessoalmente.

Então, é criada uma forma de expectativa em torno não só das pessoas que conhecemos primeiramente pelo ambiente digital como também ao redor de nós mesmos. Isso pode ser agravado também pela maneira que perdemos nossas habilidades sociais ao nos acostumarmos a substituir cada vez mais as interações presenciais por processos digitais.

O modo como construímos nossa imagem nas redes sociais, que tende a ser cada vez mais utópico e distante dos acontecimentos cotidianos de nossas vidas, nos traz uma modalidade nova de pressão social. Quando estamos nos mostrando presencialmente nos preocupamos em nos manter fiéis às imagens que criamos digitalmente, ao invés de nos preocuparmos em manter a nossa identidade virtual fiel a nossa imagem no mundo físico.

Assim, com essa pressão, temos a preocupação em cumprir essa imagem e, pela primeira vez, precisamos nos preocupar até se estamos conseguindo ser nós mesmos. Existem até alguns casos onde observamos que essa nova cultura de “vitrinização virtual” da própria imagem acaba agravando problemas de autoestima.

Em um estudo do Jornal Brasileiro de Psiquiatria com 212 jovens brasileiras no Estado de São Paulo que declararam insatisfação com a imagem de seus corpos, foi observado que:

Aquelas que acessavam as redes sociais Facebook e Instagram diariamente e acessavam o Snapchat de 1 a 5 vezes e de 5 a 10 vezes por dia tinham maior chance de serem insatisfeitas com sua IC, comparadas àquelas que acessavam mensalmente. Nessa mesma análise, ressalta-se que o acesso diário maior que 10 vezes ao Facebook e Instagram aumentaram a chance de ser insatisfeita com a IC em 6,57 e 4,47 vezes, respectivamente, quando comparadas àquelas que acessavam mensalmente. (ref. 15)

Seguindo essa linha de raciocínio, podemos pensar que vivemos em uma constante batalha por relevância, e nesse meio digital não é tão relevante apresentarmos aspectos cotidianos de nossas vidas que não chamam tanta atenção. As redes sociais instituem uma tendência de nos mostrarmos talvez como uma geração evoluída, onde aprendemos a suprimir a improdutividade, o conformismo e o cotidiano e a criar conteúdo cada vez mais inspirativo e atrativo.

No mundo físico, a consequência disso é o surgimento de uma pressão social para nos tornarmos cada vez mais similares à imagem que construímos de nós mesmos no mundo virtual.

Por outro lado, algo que esses recursos possibilitaram foi a democratização, até certo ponto, do reconhecimento de produtores independentes de conteúdo. A indústria do entretenimento nunca foi tão acessível no que diz respeito à possibilidade de ingressar e crescer nesse ramo sem um investimento prévio considerável ou conexões favoráveis.

Tendo isso como um fator positivo, essas métricas apresentam também um teor de reconhecimento dependendo do que é publicado como conteúdo na conta do titular. Estamos em um momento no Brasil e no mundo que propicia o surgimento inesperado de influenciadores digitais, onde muitos deles ganharam apoio da mídia somente após terem conquistado o reconhecimento popular através das redes sociais.

Nesse caso, os números que quantificam essa “reputação social” atuam como um capital de reconhecimento do talento e apelo popular que um produtor de conteúdo tem.

Estando inserido profissionalmente no ramo da publicidade, que tem explorado muito o uso de influenciadores em campanhas, presencio muitas apresentações de estratégia de comunicação onde essas métricas são as mais relevantes para a escolha do influenciador que representará a marca, junto da afinidade do público-alvo da marca com os seus seguidores.

7 ESTATÍSTICAS E ESTUDOS EXISTENTES SOBRE O TEMA

Antes de entrarmos nos aspectos das redes sociais e de que forma elas podem ser relacionadas com o estado de saúde mental de um indivíduo, precisamos pensar na forma como, a partir de um olhar mais abrangente, as relações sociais (não adentrando por hora na dimensão digital) se relacionam com os aspectos gerais da saúde das pessoas.

Quando vivemos em sociedade, precisamos ter em mente que as relações que formamos com outros indivíduos formam vínculos. Esses vínculos definem o quanto nos sentimos à vontade, a intimidade que temos, até o que sentimos por essas pessoas. Consequentemente, influencia também no quanto exercemos de poder de influência sobre os outros e como eles podem ter influência sobre nós. O que é interessante pensarmos também é no quanto que esses vínculos têm de participação na formação do nosso comportamento em sociedade.

Não tenho como objetivo adentrar à discussão a respeito dos laços sociais do ponto de vista sociológico, mas pensando no contexto da saúde, existem diversos estudos que analisam e levantam hipóteses a respeito dos fatores sociais presentes no surgimento de patologias.

Em diversas situações sociais nossos organismos exercem respostas fisiológicas a algum estímulo. Quando perdemos um ente querido, por exemplo, existem inúmeros casos em que surgem sintomas de depressão que prevalecem mesmo após um período comum de luto entre pessoas que eram mais próximas.

Outro exemplo que podemos levantar é como nossos corpos reagem quando nos sentimos afetados por situações que estabelecem uma pressão social no trabalho, ou até mesmo em casa. Em alguns casos, essa forma de estresse pode causar resultados fisicamente prejudiciais à saúde, como uma gastrite nervosa, ou até reduzir nossa imunidade abrindo espaço para doenças facilmente transmissíveis, como a gripe.

Em um artigo publicado em 2008, por Kirsten P. Smith e Nicholas A. Christakis (ref. 16), temos uma análise de diversos estudos a respeito do assunto, se tratando do efeito social em diferentes tipos de patologias, tanto a respeito de relações sociais diádicas (entre dois indivíduos) e também supradiádicas (múltiplos indivíduos).

Nesse artigo é concluído que algumas doenças, limitações de saúde, comportamentos ou até mesmo óbito de um indivíduo, podem estar associados com

a presença de patologias em outras pessoas das quais são vinculadas socialmente. Dessa forma, surge uma hipótese de que algumas enfermidades podem ser transmitidas não apenas por meios biológicos como também por meios sociais. Consequentemente, a existência das relações sociais indica que existe também uma interdependência entre indivíduos e certos eventos, inclusive no âmbito da saúde pública.

Voltando agora a atenção para estudos no campo da saúde mais atrelados à tecnologia, também foram feitos estudos a respeito da maneira como consumimos conteúdo em telas no geral e a forma como isso se relaciona com a nossa saúde.

Considerando o avanço tecnológico e toda a acessibilidade que temos de informação e conectividade, cada vez mais estamos acostumados a passar mais tempo em frente uma tela do que em décadas passadas, seja em uma televisão, computador, celular, tablet ou outros dispositivos. Isso acontece, pois, a partir do final dos anos 1990 e principalmente nos primeiros anos do século atual, passamos a multiplicar as modalidades de dispositivos eletrônicos que interagem com o consumidor através de telas.

O surgimento dos videogames, computadores pessoais conectados à internet e posteriormente celulares e tablets são os maiores exemplos que podemos evidenciar como novos meios de consumo de mídia.

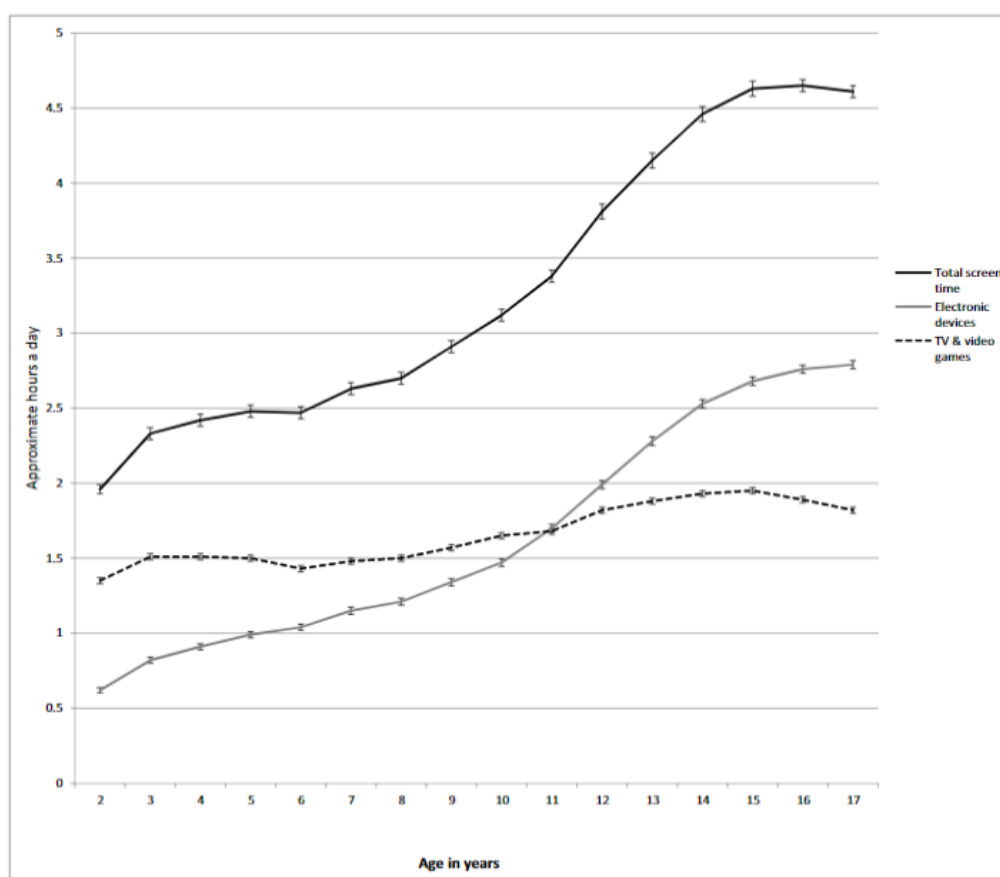
Proveniente desse cenário, surge também uma tendência de que todas as origens dos conteúdos que costumávamos consumir fisicamente seguem de migrar sua distribuição cada vez mais para meios digitais do que físicos.

No mundo todo, diversas publicações de jornais e revistas já migraram totalmente para esse novo ambiente, enquanto outras publicações já deixaram de existir por não saberem como se adaptar para esses novos hábitos, mesmo que seus públicos permaneçam os mesmos.

Levando esse contexto em consideração, entende-se que o aumento do tempo que dedicamos às telas nos dias atuais acontece enquanto também aumenta a ocorrência de casos de mal-estar psicológico principalmente entre crianças e adolescentes. Em um artigo publicado por Jean M. Twenge e William Keith Campbell (ref. 17), psicólogos e professores da Universidade Estadual de San Diego e da Universidade da Geórgia, respectivamente, foi traçada uma análise entre a relação com o tempo gasto em frente às telas por crianças e adolescentes e a diminuição geral do bem-estar psicológico com base em um estudo populacional.

Com uma amostra de aproximadamente 40.337 respondentes escolhidos aleatoriamente pelo território dos Estados Unidos, entre 2 e 17 anos, o estudo observou que os adolescentes entre as idades de 13 e 17 anos em média passavam mais de quatro horas por dia conectados a telas. Entrando em detalhes, grande parte desse tempo é dedicado a dispositivos eletrônicos. Uma observação interessante que também pode ser levantada é de que a partir dos 11 anos de idade a maior parte do tempo gasto em frente às telas passa de televisão e videogames para esses dispositivos.

GRÁFICO 3 - Horas gastas por dia diante de telas versus idade por idade em anos, E.U.A., 2016.



Fonte: Jean M. Twenge, W. Keith Campbell, Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study, Preventive Medicine Reports, Volume 12, 2018.

Prosseguindo com a análise do estudo, outros comportamentos foram relacionados com o tempo gasto e observa-se que, de maneira geral, os indivíduos que dedicam mais de duas horas às telas têm uma queda expressiva no interesse em aprender coisas novas e na capacidade de concluir tarefas que começam, além de

uma queda significativa também nos índices de bem-estar psicológico definidos no estudo. Em todos esses cenários destaca-se a mesma faixa etária entre os 13 e 17 anos.

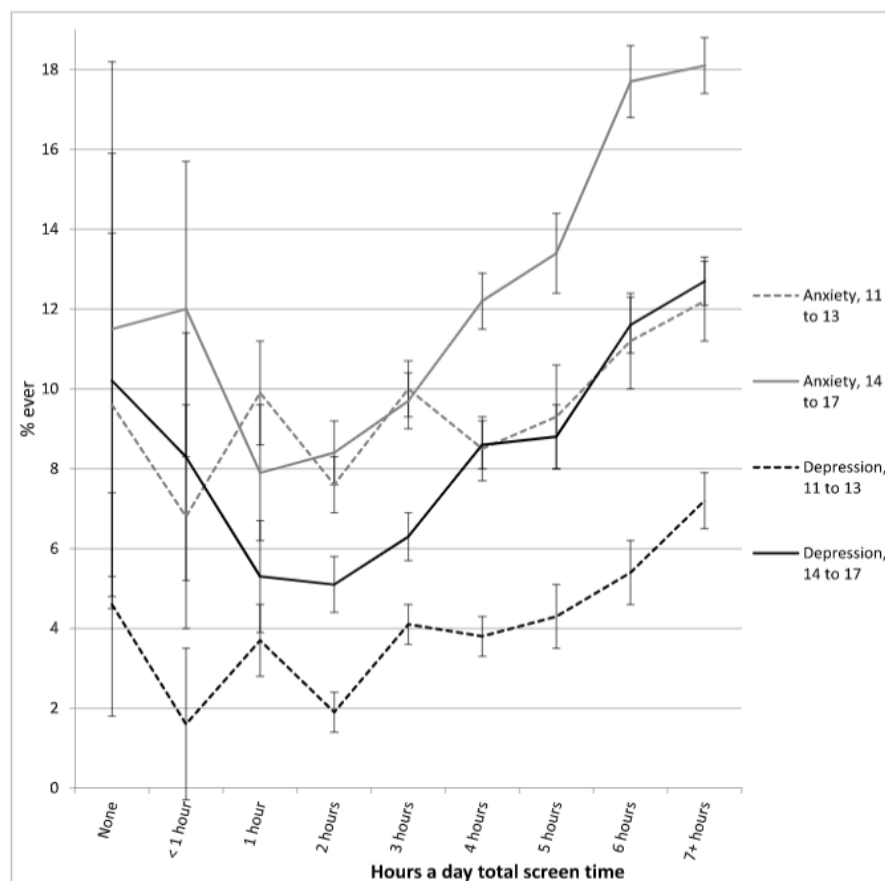
Por fim, no mesmo estudo foram traçadas também análises mais valiosas para este trabalho por tratarem da relação entre o tempo gasto com o número de diagnósticos de depressão e ansiedade entre os respondentes da pesquisa. Diante disso foi observado que:

Os maiores usuários das telas foram também significativamente mais propícios a serem diagnosticados com ansiedade ou depressão. Os de idade entre 14 e 17 anos que passam mais de sete horas por dia com telas (em relação aos que passam apenas uma hora por dia) foram mais de duas vezes mais suscetíveis a terem sido diagnosticados com depressão ou ansiedade. (p.278)

GRÁFICO 4 - Porcentagem de respondentes alguma vez já diagnosticados com ansiedade ou depressão, por idade e níveis de tempo dedicado, E.U.A., 2016.

J.M. Twenge, W.K. Campbell

Preventive Medicine Reports 12 (2018) 271–283



Fonte: Jean M. Twenge, W. Keith Campbell, Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study, Preventive Medicine Reports, Volume 12, 2018.

Outro ponto importante do estudo destaca que entre os participantes, os que passavam maior tempo expostos às telas apresentaram menor capacidade de controle emocional, envolvendo dificuldade para se acalmarem em situações estressantes, envolvendo a presença de reclamações constantes e dificuldade de se relacionarem com outras pessoas.

Isso nos sugere que de acordo com o que foi discutido anteriormente, a forma como os participantes desse estudo se relaciona com os dispositivos eletrônicos (nesse caso não especificamente redes sociais) pode nos tornar cada vez menos sociais e mais estressados, desfocados ou até infelizes. Isso especialmente em casos de uso exagerado e tempo excessivo gasto diante desses dispositivos.

Afunilando a análise para dentro do dispositivo eletrônico vamos focar agora especificamente nas mídias sociais, considerando que com o surgimento do novo ambiente digital, a sociedade passou por um processo de adaptação das relações sociais nessa nova dimensão. Com isso, as relações que tínhamos uns com os outros no mundo físico se moldaram a novas formas de nos conectarmos uns com os outros, principalmente na forma de mídias sociais como o Facebook e Instagram.

Mas, ainda assim, podemos levantar a hipótese de que essas novas mídias mantiveram ou possivelmente potencializaram algumas questões de bem-estar que já eram relacionadas a fatores sociais ao transporem essas relações para essa nova dimensão.

Um estudo publicado no *American Journal of Health Behaviour*, (ref. 18) em 2018, dividiu em *clusters* os participantes de acordo com a intensidade da qual eles consumiam mídias sociais, e a partir disso foi analisada a presença de sintomas de depressão e ansiedade.

Realizado em outubro de 2014, um formulário *online* foi respondido por 1730 Estadunidenses com uma representação nacional, entre 19 e 32 anos de idade. Dentre os cinco *clusters* em que os respondentes foram divididos, notou-se que os que se encontravam nos dois *clusters* de maior tempo de uso de mídias sociais apresentaram estatisticamente maior probabilidade de sintomas elevados de depressão e ansiedade:

Os membros do *cluster* “Conectado” foram mais intensamente associados com sintomas elevados de depressão e ansiedade. (...) Pode ser que esse padrão particular de uso de mídias sociais seja um

indicativo de preocupação excessiva e hipervigilância das mídias de um usuário. (p. 10)

Fazendo uma observação paralela entre o estudo de tempo de interação com telas, vamos considerar que grande parte do tempo gasto nessas interações são dedicados às mídias sociais, especialmente em dispositivos móveis de adolescentes e jovens adultos. Diante desse cenário, uma visão conjunta dos estudos levantados sugere que as mídias sociais apresentam uma grande participação dentre os fatores tecnológicos envolvidos nos sintomas.

Outro estudo interessante, desta vez realizado no Brasil, teve como foco analisar o bem-estar pessoal e como ele se modifica de acordo com a intensidade do uso dessas mídias (ref. 19).

Antes de nos aprofundarmos, é preciso resgatar que alguns elementos como a autoestima e auto aceitação de um indivíduo têm extrema importância no que pode se supor como fatores de bem-estar. Esses fatores quando desequilibrados podem ser vinculados ao surgimento de um comportamento depressivo.

Não entrando especificamente na discussão a respeito de diagnósticos de saúde mental, o estudo por sua vez traz 212 respondentes do sexo feminino, entre 10 e 18 anos de idade, das classes D e E, e analisa a influência do uso das mídias sociais na satisfação com a Imagem Corporal delas.

Na discussão dos resultados, houveram outros fatores analisados como a classe social e nível de escolaridade materna, onde não foi possível se estabelecer alguma relação com a satisfação corporal. Porém, quando a discussão aborda os resultados com relação ao uso das mídias, é notável que, mais uma vez, elas têm grande influência na forma como as respondentes interpretam as imagens de seus próprios corpos. Mesmo que grande parte da amostra tenha declarado insatisfação independente do uso das mídias, pôde ser observado que existe uma tendência de crescimento dessa insatisfação de acordo com o crescimento do tempo de exposição.

Nesses casos, a concepção pessimista sobre o próprio corpo pode se agravar, principalmente, por conta da facilidade com a qual as respondentes mais envolvidas com as mídias são expostas a estímulos que reforçam padrões de beleza.

Por mais que nos dias atuais as discussões a respeito da diversidade do corpo feminino nas mídias tenham ganhado espaço, grande parte das representações femininas ainda seguem estereótipos consolidados de beleza e saúde, muitas vezes

reforçando um corpo magro como o representante ideal desses dois atributos. Combinando o impacto que esse tipo de conteúdo traz com uma frequência alta de uso das mídias em intervalos grandes de interação, a mensagem é cada vez mais reforçada.

Seguindo o raciocínio proposto nos últimos parágrafos, mesmo tendo em vista que alguns estudos como o acima fujam um pouco do escopo da ansiedade do ponto de vista de um transtorno, entende-se que existem efeitos psicológicos a respeito das mídias sociais onde, de alguma forma, elas modificam o *status* de saúde mental de quem está sujeito à interação.

Pensando na ansiedade como uma sensação, normalmente ela está vinculada e presente nesses casos como um componente do mal-estar psicológico. O que reforça uma hipótese de que essas mídias exercem grande impacto na vida das pessoas que a utilizam, principalmente da população jovem.

8 QUESTÃO GERACIONAL E TECNOLÓGICA

Discutindo agora a respeito da faixa etária, podemos raciocinar que existe uma questão geracional que deve ser considerada ao tratarmos do uso dessas mídias.

É necessário pensarmos que enquanto algumas pessoas testemunharam o nascimento do universo digital já em fase adulta, outras pessoas nasceram e se desenvolveram em conjunto com esse universo.

Estatisticamente, a maior parte dos integrantes das redes sociais são jovens pois se desenvolveram fisicamente e mentalmente em conjunto com o desenvolvimento dessas mídias.

Analisando como exemplo dados autodeclarados do Facebook Audience Insights na seção de anúncios do *site*, (ref. 20) vemos que de todas as mulheres conectadas 57% têm idades entre 18 e 34 anos. Para os homens, essa porcentagem sobe para 63%.

Isso nos sugere a existência de um fato no qual a população jovem que tem se desenvolvido como adultos em conjunto e em contato constante com essas tecnologias, estão mais suscetíveis a serem seus consumidores. Por conta disso, podemos entender o motivo da maior adesão que essa faixa etária tem com essas mídias.

Em contrapartida, gerações anteriores a dos *millennials*, por exemplo, não apresentam um envolvimento tão significativo. De forma resumida, vemos que quanto mais para trás a geração se encontra, geralmente menos envolvida com as tecnologias atuais ela é. Isso se dá principalmente pelo fato de que por um período significativo de suas vidas, os integrantes de gerações passadas não tiveram acesso a essas novas formas de interação social e por esse motivo têm maior resistência em se adaptarem.

Como outro motivo provável, podemos destacar que essas pessoas tiveram seu desenvolvimento e atingiram a maturidade sem a presença dessas mídias, e conforme o avanço da idade sabemos que se torna cada vez mais difícil nos adaptarmos a hábitos diferentes.

É interessante também pensarmos como é comum consequentemente termos familiares mais velhos que optam por não estarem conectados à internet ou que até a criticam, pois muitas vezes também criam suas próprias hipóteses de que as novas

mídias não têm um valor social tão significativo quanto às relações que podemos exercer no mundo físico, logo não são essenciais.

Consequentemente, vemos que grande parte dos estudos a respeito desse tema tem como foco a população jovem, pois existe uma tendência de que a população mais velha não seja tão vinculada ao uso dos dispositivos móveis e às mídias sociais presentes neles.

Dentre os que se encontram presentes, também não apresentam grandes indícios de que são afetados por elas como a população jovem no que diz respeito à saúde mental, considerando que dificilmente permitem se envolver de fato com esses dispositivos em um nível emocional.

Voltando à questão dos *millennials*, é interessante considerarmos a forma como é vista a geração de pessoas mais engajadas com os dispositivos móveis e as redes sociais a partir dos olhos de gerações anteriores.

A geração Y (*millennials* ou simplesmente “geração da internet”) tem ganhado bastante atenção não somente do campo da sociologia como também de praticamente qualquer membro de uma geração mais velha. Tendo em vista que eles foram a primeira geração que atinge sua fase adulta após a mundialização da Internet, é importante termos em mente que ela marca uma transição provavelmente irreversível na forma como interagimos com nós mesmos, com nossas tecnologias ou com nós mesmos novamente através delas.

Podemos até supor que, futuramente, essa poderá ser considerada a primeira geração imersa em um cenário posterior à uma revolução da informação. Mas aos olhos de quem não se encontra no mesmo contexto, comumente esses jovens são vistos como uma geração extremamente ansiosa, impaciente ou até mimada.

Em uma entrevista para o programa *Inside Quest*, o escritor Simon Sinek comenta suas concepções a respeito dos *millennials* e a forma como eles se relacionam com a tecnologia, especialmente através de mídias sociais. (ref. 21)

Ao longo da conversa, surge a hipótese de que a tecnologia não é necessariamente a única causa do que forma essa geração da maneira como ela é. Na verdade, é apresentado que essas mídias tendem a se comportar cada vez mais como um recurso de escape ou até um vício para esses jovens e por isso elas podem ser classificadas como um perigo.

Atuando como um catalisador, o que a tecnologia influencia na verdade é um cenário onde essa geração se encontra extremamente confusa, por conta de algumas

causas desfavoráveis ao entendimento de seu próprio propósito. Sobre essas causas, é suposto que os *millennials* são parte de uma geração que foi mal preparada para o mundo que habita atualmente. Isso acontece pois se consolidou a partir de gerações anteriores uma expectativa otimista ou até mimada a respeito de seu futuro. O que desestabiliza essa visão é que, na verdade, existe um grande vão entre essa expectativa e o que de fato essa geração espera de seu futuro enquanto não sabe definir precisamente seu propósito.

Trazendo a tecnologia para a pauta, as redes sociais podem acabar desempenhando o papel de uma válvula de escape comparável ao uso de álcool, por exemplo. Isso acontece, pois, indo de encontro com uma crescente incerteza e falta de auto entendimento, esse recurso traz o conforto da distração de forma extremamente eficaz e ao mesmo tempo sutil.

Relembrando o que foi falado anteriormente sobre como nos projetamos no mundo virtual, as mídias sociais são muito persuasivas pois apresentam para essa geração uma visão idealizada do mundo, as vezes afastando perigosamente aspectos negativos e pessimistas da vida que também precisam ser debatidos e não ignorados.

Combinando isso com a facilidade que temos em conseguir as coisas sem sairmos de casa ou a comodidade de assistirmos um seriado de uma só vez (o que Simon define como elementos de uma cultura de "Gratificação Instantânea"), as pessoas mais envolvidas com essas mídias encontram-se divididas entre dois mundos praticamente opostos.

De um lado, temos o mundo real onde não conseguimos o que queremos com tanta agilidade e até alguns anos atrás não tínhamos tamanha acessibilidade ao entretenimento, e de outro, um mundo onde cada vez mais tudo é possível, instantâneo e efêmero.

Provavelmente existem diversos fatores, não apenas relacionados ao desenvolvimento tecnológico e surgimento de novas mídias, que podem estar vinculados à forma como essa geração se comporta ou transmite a sua imagem para gerações mais velhas. No entanto, é valioso para esse trabalho aprofundar como essa geração, apesar da existência de outros fatores, tem a tecnologia como um catalisador da formação dessa imagem.

Resgatando o que foi falado da maneira como a tecnologia tornou processos mais ágeis e práticos, ela nos traz consequentemente um costume (provavelmente ruim) de termos as coisas que queremos com mais facilidade e em menos tempo.

Assim, podemos entender como os *millenials* acabam se tornando uma geração de pessoas impacientes para quem os observa de fora.

Devemos resgatar também que gerações anteriores tiveram momentos na vida nos quais esse novo ritmo mundial não estava acontecendo em toda sua força, e por isso tiveram experiências bem diferentes a respeito de como utilizamos nosso tempo, entendendo melhor situações que demandam paciência.

De volta para a geração conectada, desde os primeiros momentos de vida seus integrantes têm se adaptado e se relacionado com o mundo conectado. Assim, não tiveram tantas experiências onde precisavam respeitar os limites físicos da paciência. Pensando assim, é compreensível o comportamento impaciente e ansioso dessa geração, pois aos olhos de gerações marcadas por experiências menos intensificadas, menos ágeis e menos instantâneas, o mundo atual acontece mais rápido do que conseguimos acompanhar.

9 POSSÍVEIS AGRAVANTES

Neste momento, vamos buscar entender como as mídias sociais acabam se tornando ferramentas cada vez mais utilizadas por cada vez mais tempo, às vezes, até tornando as pessoas menos sociais presencialmente e mais impacientes quando estão desconectadas.

Entramos agora em uma etapa do trabalho em que será feita uma análise dos fatores presentes nessas mídias que possivelmente apresentam alguma forma persuasiva de prender nossa atenção, podendo também agravar os transtornos de ansiedade.

Antes de entrarmos na discussão, deve ser lembrado que as mídias sociais são empresas e independente de sua missão ou valores, dependem de investimentos para se manterem funcionando. Dificilmente temos o costume de parar e visualizar essas mídias dessa forma, pois estão naturalmente inseridas no cotidiano e em nossas vidas. Ou melhor, nossas vidas inteiras estão inseridas nelas. No entanto, existe todo um modelo de negócio por trás do funcionamento dessas redes fundamentado na comercialização da atenção dos usuários cadastrados. Veja, a principal fonte de receita dessas empresas tem como base a venda de impressões de anúncios, logo, quanto mais tempo passamos conectados mais oportunidades de comercializar anúncios são geradas.

Do ponto de vista publicitário, em meu trabalho reconheço o potencial e o quanto as mídias sociais revolucionaram a publicidade tradicional e a forma como as marcas se relacionam com seus consumidores ou até prospectam consumidores futuros.

Nunca antes os anúncios foram tão assertivos em segmentação como são nesse novo ambiente, especialmente porque as informações detalhadas utilizadas somos nós mesmos quem fornecemos. Até certo ponto, podemos dizer que os anúncios se tornaram mais relevantes do que nunca para quem os recebe. Porém, não podemos negar também que essa nova modalidade da comunicação tenha intensificado os esforços para atrair e engajar cada vez mais os usuários, gerando um possível conflito entre o tempo que passamos no mundo físico e o tempo que passamos no mundo digital.

O problema se concretiza pois cada vez mais crescem os investimentos em publicidade digital e consequentemente os esforços a partir destas mídias para manter os consumidores engajados.

Considerando que o bem-estar psicológico ou até a saúde mental de uma pessoa podem estar relacionados com seu tempo de exposição em mídias sociais, é facilmente perceptível que surge em meio a isso um conflito de interesses.

Ao mesmo tempo em que uma pessoa pode ter algum transtorno de ansiedade agravado pelo uso dessas mídias, elas desenvolvem alguns fatores focados em manter os usuários ativos. Vamos abordar a seguir alguns dos possíveis fatores que podem contribuir com o aumento do intervalo dedicado às mídias ao mesmo tempo que podem vir a influenciar sintomas de transtornos de ansiedade.

O primeiro fator que iremos analisar dessas mídias diz respeito ao modo com o qual consumimos os conteúdos dos *feeds*. Basicamente, temos três tipos de origem dos conteúdos que vemos nas telas: O primeiro seria o produzido e postado pelas pessoas que estamos conectados, o segundo seria o conteúdo das páginas que seguimos, e o terceiro o conteúdo publicitário.

Entendendo que se fôssemos elencar cada conteúdo postado por qualquer perfil ou página que nos conectamos, provavelmente chegaríamos a um número de publicações quase impossível de se ler de acordo com o tempo médio das “sessões” que estamos expostos.

Por conta disso, os desenvolvedores das mídias sociais comumente utilizam algoritmos como recursos para filtrar quais tipos de publicação vão alcançar nossos dispositivos. Em um vídeo publicado pelo Facebook em 2017, (ref. 22) Adam Mosseri, na época executivo da empresa encarregado do desenvolvimento do *feed* de notícias, divulgou a forma como os algoritmos determinam quais conteúdos são exibidos para cada usuário no site.

Resumidamente, por trás do *feed* do Facebook existe um processo chamado *Ranking*, onde os algoritmos estabelecem o quanto um usuário provavelmente se interessaria por alguma história. Com base nisso, eles calculam uma probabilidade de aquilo trazer um impacto positivo, levando em consideração *feedbacks* da comunidade como denúncias de conteúdo violento, assédio, *fake news* e outras.

Na segunda etapa do processo, é considerada também a probabilidade desse usuário interagir com o *post* comentando, curtindo ou compartilhando. Por fim, outros fatores como a intimidade do usuário com quem postou, quando foi publicado ou até

sua velocidade de internet elencam os fatores que estabelecem uma pontuação de relevância, quantificando em notas a prioridade de exibição de cada conteúdo.

Porém, analisando de outro ponto de vista a forma como isso é feita, inevitavelmente aumenta a probabilidade de passarmos mais tempo nos aplicativos, enquanto temos uma experiência cada vez mais satisfatória e assertiva a respeito do que queremos consumir. Mas, como vimos anteriormente, a consequência desse tempo excessivo às vezes pode ser negativa para a saúde mental de um usuário.

Da mesma forma que os algoritmos trabalham para nos trazer conteúdos mais relevantes, muitas vezes inconscientemente condicionamos esses recursos a trazerem conteúdos cada vez mais familiares para os usuários por entenderem o quanto são relevantes para eles. Esse tipo de filtragem utiliza critérios inteligentes para tornar a experiência cada vez mais satisfatória, porém, acaba gerando algumas discussões sobre quão prejudicial isso pode ser.

É muito debatido hoje em dia, por exemplo, como as mídias sociais podem acabar provocando um efeito oposto à proposta comum entre elas de conectar cada vez mais as pessoas. Isso de fato acontece, mas segue uma tendência de fortalecer vínculos com pessoas, conteúdos e páginas já de interesse de quem está navegando, acarretando em uma marginalização de outros conteúdos dos quais ele desconhece ou discorda.

Dessa forma, podemos supor que cada vez mais as mídias estão reforçando algumas comunidades menores com muitas coisas em comum, porém, isolando essas comunidades de outras comunidades diferentes. Focando mais na consequência para o indivíduo, enquanto os algoritmos aprendem quais são os conteúdos que seguramente vão nos chamar a atenção, ao mesmo tempo isso nos priva de algumas oportunidades de conhecer conteúdos diferentes. Dessa maneira o usuário muitas vezes pode se encontrar em uma espécie de *looping* de conteúdos, o que pode provocar um efeito contrário ao de satisfazer com publicações relevantes.

Consequentemente, quando esse usuário recorresse para a mídia social encontraria os mesmos conteúdos ou alguns muito similares aos que viu da última vez em que abriu o aplicativo. Possivelmente, essa pode ser uma das principais causas que podem acabar agravando o sentimento de ansiedade, pois quando um usuário utiliza essa mídia como alternativa para escapar de uma situação tediosa pode acabar se frustrando com um *feed* monótono.

Isso acaba nos levando para outro fator também relacionado ao o tipo de conteúdo que visualizamos. De acordo com o que foi falado a respeito do nosso comportamento digital, podemos observar que dificilmente deixamos momentos negativos ou cotidianos de nossas vidas aparecerem em nossos perfis. A consequência disso é a formação de uma imagem fictícia de nossas vidas, pois a maior parte das coisas que compartilhamos correspondem somente a momentos positivos. Isso tem grande relação com o que foi analisado a respeito dos algoritmos, veja: Nós postamos esses momentos bons de nossas vidas e omitimos outros, porque temos a experiência necessária para saber que isso gera mais engajamento de outras pessoas do que outros tipos de publicações.

De certa forma, configura-se uma espécie de métrica de sucesso social nesse contexto. Enquanto isso, os algoritmos entendem que esse tipo de conteúdo é mais relevante para os usuários conectados e consequentemente cria-se um *looping* de conteúdo similar, não somente informacional (proveniente de perfis de marcas e publicações) mas também social.

As vezes isso pode ter um grande impacto no bem-estar psicológico de um usuário conectado. Imaginando que este usuário esteja deprimido, no momento que ele interage com uma mídia social onde seus amigos apenas divulgam momentos felizes (mesmo que muitas vezes sejam supérfluos) e poucos conteúdos informacionais ou construtivos por exemplo, ele poderá facilmente se sentir ainda mais solitário e deprimido.

O que esse usuário pode formular inconscientemente é uma ideia de que todos ao seu redor estão mais felizes e satisfeitos com a vida do que ele, sem conhecer os bastidores por trás de cada perfil. Essa sensação é definida por muitos como um fenômeno chamado FOMO, ou *Fear of Missing Out*. Resumidamente, o termo é considerado uma modalidade da Fobia Social que expressa o medo de perder (Refs-23 e 24) oportunidades de estarmos presentes em momentos de felicidade.

O que gera esse sentimento nesse contexto é o constante contato que os usuários têm com essas publicações de uma vida idealizada de seus amigos, gerando uma sensação às vezes paranoica de estarmos isolados desses momentos de felicidade.

Agora, buscando entender o motivo pelo qual temos o costume de nos comportar dessa forma no cenário digital, conseguimos estabelecer como outro fator

a quantificação do sucesso social com base nas qualidades e reputação social dos usuários.

Conforme foi discutido em outro momento, com a migração das relações sociais para o mundo digital surgiram novas possibilidades de nos relacionarmos por meio da tecnologia. Dentro deste contexto, surgiram nas mídias sociais alguns recursos como a contabilização de seguidores e de reações às publicações que fazemos. Podemos idealizar que as mídias sociais por sua vez podem se comportar como o ambiente de um jogo, onde o sucesso é definido pelas dimensões que essas métricas podem alcançar.

Dessa maneira, muitos usuários podem acabar se sentindo em uma competição para se tornar o mais relevante o possível. O que isso acarreta, inevitavelmente, é em um modo de se expressar e de uso das mídias pautado pelo que as outras pessoas acham relevante, e não necessariamente o que um usuário sente vontade de expressar.

Considerando as motivações para esse comportamento, podemos dizer que nos sentimos bem com a validação social, com base no que foi discutido anteriormente a respeito dos fatores sociais da competitividade e também com relação à estratificação social.

Viver em sociedade é inevitavelmente buscar sua validação nela para se sentir parte de um todo. Porém, de um ponto de vista fisiológico, existe também uma resposta química de nossos organismos que nos traz satisfação em recebermos uma notificação dessas mídias em nossos dispositivos, pois nos sentimos requisitados.

Em um estudo conduzido em Harvard no ano de 2012, (ref. 25) por exemplo, foi observado que existe uma resposta de satisfação do nosso organismo quando compartilhamos com outras pessoas informações sobre nós mesmos. Isso justificaria grande parte do nosso comportamento nessas mídias, considerando que a maior parte do conteúdo que as pessoas publicam são informações sobre suas próprias vidas. Consequentemente, quando alguém reage positivamente a uma publicação nossa sobre nós mesmos, até certo ponto podemos nos sentir mais importantes.

Ainda a respeito da maneira como reagimos a esse tipo de *feedback*, outros estudos disponíveis observaram que existe uma relação entre o uso das mídias sociais com a liberação de dopamina, substância neuroquímica produzida no cérebro que é em grande parte responsável pela sensação de prazer. (ref. 26)

Da mesma forma que nos sentimos bem quando bebemos, apostamos ou fazemos sexo, foi observado que o uso das mídias sociais também pode estar relacionado à liberação da substância.

Fazendo uma comparação com a aposta por exemplo, quando jogamos em uma máquina caça-níquel temos um pico de dopamina no momento entre a puxada da alavanca e a revelação do resultado, pois se trata do momento mais emocionante no qual temos em mente a possibilidade de ganhar, que pode se concretizar a qualquer instante.

Considerando esse contexto de antecipação por uma possível recompensa, nosso cérebro se comporta da mesma maneira quando puxamos nosso celular do bolso diversas vezes em um intervalo curto de tempo para checar se temos notificações. Por trás dessa ação, temos o mesmo desejo de descobrir se ganhamos alguma coisa mesmo sabendo inconscientemente da probabilidade baixa.

Do ponto de vista da saúde pública, é totalmente compreensível termos casos em que essa relação das mídias com a liberação de neuroquímicos seja vista como uma relação perigosa. Conforme comentado anteriormente, a nossa resposta fisiológica e dependência desenvolvida dos nossos dispositivos colocam o uso excessivo dessas mídias como um problema de saúde pública, de aspecto similar ao vício alcoólico ou até de outras substâncias. Isso porque dentro do nosso corpo produz efeitos similares, apesar de não tão deteriorantes a curto prazo.

O fato de que esse processo nessa modalidade ocorre de maneira sutil e não explícita é o que torna esse tipo de vício muito mais difícil de ser assumido e tratado, ainda mais que os outros, pois dificilmente conseguimos assumir que estamos sujeitos a tê-lo.

10 RESULTADOS DO FORMULÁRIO

Buscando entender o quão próximo a discussão deste tema estava de mim e das pessoas das quais tenho alguma conexão, foi criado um formulário com o objetivo de analisar como os estudos e hipóteses levantados neste trabalho podem ser observados nas respostas.

O formulário em questão foi respondido por 212 participantes dentro do território nacional do Brasil com concentração maior na cidade de São Paulo. Constitui-se de 14 questões entre abertas e de múltipla escolha que serão comentadas a seguir na ordem em que foram apresentadas.

Questão 1: Qual é a sua idade?

Com base no foco populacional do estudo, a maior parte dos respondentes pertenciam à faixa etária entre 17 e 34 anos de idade. Os participantes que apresentaram uma idade dentro deste intervalo representam cerca de 68% do total. Em uma visão mais granular, temos 50% entre 17 e 24 anos de idade, e cerca de 18% entre 25 e 34 anos. As idades entre 35 e 54 anos representam aproximadamente 19%, e a partir de 55 anos representam cerca de 13%.

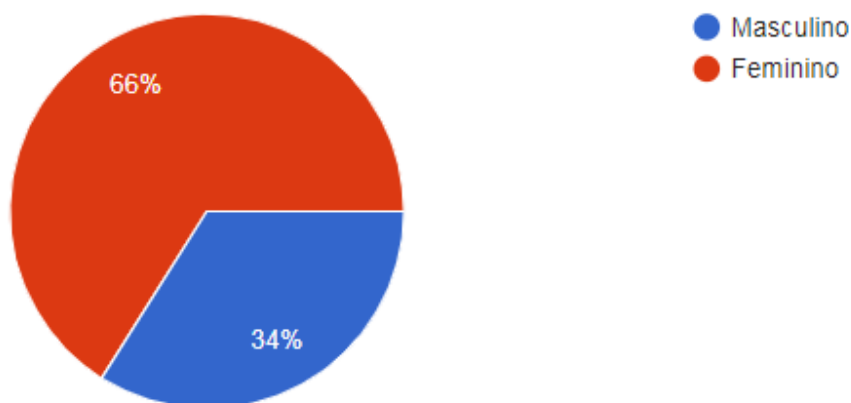
Questão 2: Com qual gênero você se identifica?

Nessa questão, a maior parte dos respondentes se identificou como pertencente ao gênero feminino, cerca de 66% com 140 respostas, enquanto o gênero masculino representa 34% dos respondentes com 72 respostas.

GRÁFICO 5 - Respostas da questão 2 do formulário:
Gênero dos participantes.

Com qual gênero você se identifica?

212 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

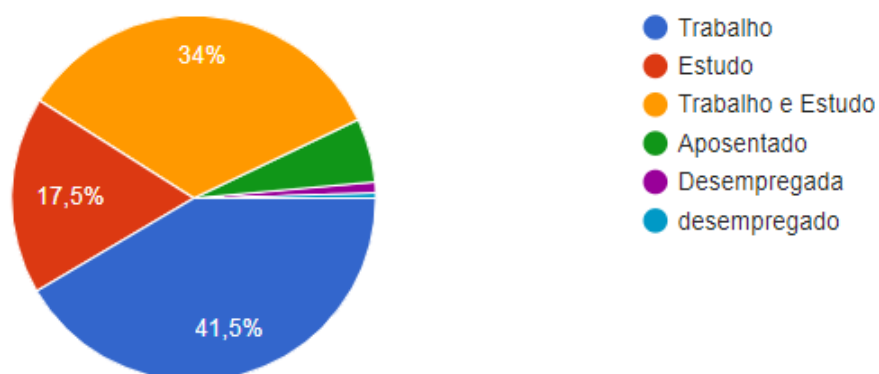
Questão 3: Qual é a sua ocupação?

Apesar de que 50% dos respondentes estão entre os 17 e 24 anos de idade, a ocupação mais representativa da amostra foi “Só Trabalho” com 41,5% das respostas. Os respondentes que trabalham e estudam, no entanto, representam 34% dos respondentes e os que só estudam representam 17,5%.

GRÁFICO 6 - Respostas da questão 3 do formulário:
Ocupação dos respondentes.

Qual é a sua ocupação?

212 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 4: Você tem alguma conta no Facebook ou Instagram?

Nessa questão vemos uma grande predominância dos respondentes que têm contas tanto no Facebook quanto no Instagram, representando quase 83% da amostra. Somando as respostas dos participantes que só tem uma das redes sociais, chegamos a apenas 15,8% do total. Agora os que não têm conta em nenhum dos aplicativos somam apenas quatro respondentes, equivalente a 1,9% da amostra.

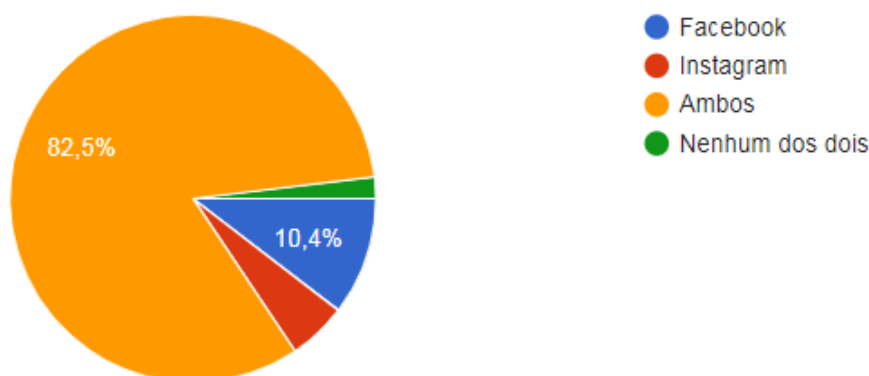
Um ponto importante sobre essa fase do questionário é que os respondentes que selecionaram a opção “nenhum dos dois” neste momento completam e enviam o formulário, enquanto os que escolheram outras opções seguem adiante. Explicando o método, enquanto o objetivo da pesquisa era de observar a relação entre as mídias e a ansiedade não seria valioso seguir o questionário com alguém que não está de alguma forma inserido no contexto delas.

GRÁFICO 7 - Respostas da questão 4:

Participação dos respondentes nas mídias sociais.

Você tem alguma conta no Facebook ou Instagram?

212 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 5: Com qual frequência você utiliza qualquer uma dessas redes sociais?

Prosseguindo para a segunda seção do questionário, as respostas para essa questão nos trazem algumas observações interessantes. Considerando a grande parte jovem participante do estudo, conforme esperado, grande parte das respostas nos revelam que a grande maioria (cerca de 91%) dos respondentes que têm acesso a pelo menos uma dessas mídias as utilizam pelo menos uma vez por dia, sendo que

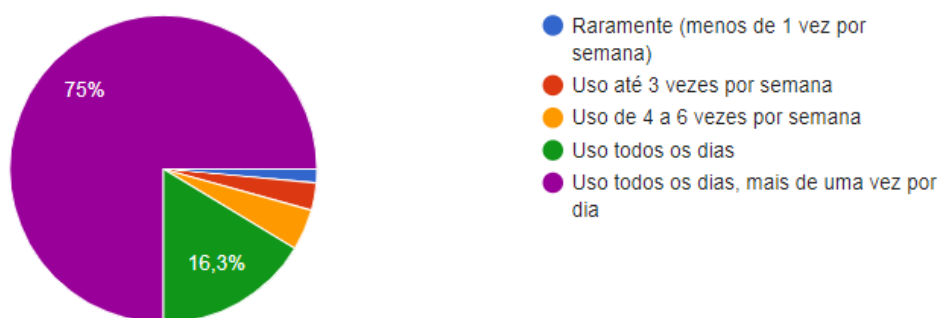
75% as utilizam mais de uma vez. Analisando a média de idade de acordo com cada resposta, observa-se que conforme a frequência semanal de uso cresce, a média de idade diminui de acordo com a tendência observada em estudos anteriores. Ilustrando isso, temos que a média para quem acessa até três vezes por semana é de 53 anos, de quatro a seis vezes é 45,5 anos, e de quem acessa todos os dias é de 30,3 anos.

GRÁFICO 8 - Respostas da questão 5 do formulário:

Frequência de uso dos participantes usuários das mídias sociais.

Com qual frequência você utiliza qualquer uma dessas redes sociais?

208 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 6: Qual momento do dia você está mais propício a utilizar?

Apesar de termos uma predominância de respostas para “Qualquer momento do dia”, observa-se que também existe uma porcentagem expressiva de pessoas que estão mais propícias a utilizar as mídias no período noturno. Com isso em mente e analisando mais uma vez a média de idades por resposta, temos que as pessoas que responderam “De manhã” têm a média de idade de 47 anos.

Para as que responderam “De noite”, a média cai para 33 anos, e para as que estão propícias ao uso em qualquer momento do dia, a média cai mais um pouco para cerca de 28 anos. Com isso em mente e lembrando as respostas da questão três, podemos supor que como grande parte dos respondentes está entre 17 e 24 anos de idade, trabalha e uma parcela estuda também, isso reflete na questão seis podendo justificar a predominância do horário da noite em relação a outros horários como a manhã ou à tarde.

No entanto, mesmo com essa representatividade de quase 30% das respostas computadas, ainda assim 60% dos usuários de alguma dessas mídias sociais estão

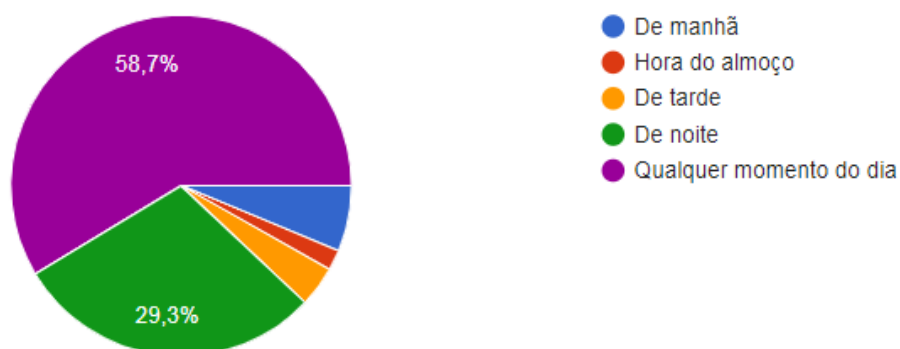
propícios a utilizá-las em qualquer momento do dia, mesmo considerando a jornada de trabalho e horários de aula, às vezes combinados.

GRÁFICO 9 - Respostas da questão 6 do formulário:

Momentos do dia mais propícios ao uso.

Qual momento do dia você está mais propício a utilizar?

208 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 7: Você se considera uma pessoa ansiosa?

Buscando entender como os participantes que possuem contas nas mídias se avaliam em relação a sintomas de ansiedade, a questão sete revela que a maior parte deles se declarou uma pessoa ansiosa, representando 63%. Complementando, as pessoas que se consideram ansiosas em alguns momentos constituem 28,8% dos usuários. Do total de 208 usuários, apenas 17 não se consideram pessoas ansiosas representando apenas 8,2%.

Após essa questão temos outra ruptura no número de respondentes, onde de acordo com a metodologia os que escolheram “Não” como alternativa não prosseguiram com o formulário por não preencherem os requisitos para traçarmos causas para a presença do sintoma. Comparando agora a autopercepção de sintomas de ansiedade com a frequência de uso observada na questão cinco, temos que:

- Do total de pessoas que se consideram ansiosas (respondendo “Sim” ou “Às vezes”), as que acessam mídias sociais mais de uma vez por dia somam 77%. Já as que usam de quatro a seis vezes por semana representam somente 6,87%.

- Já do total de pessoas que não se consideram ansiosas, cai para 53% a porcentagem dos que usam mais de uma vez por dia e sobe para 29% a porcentagem dos que usam de quatro a seis vezes por semana.

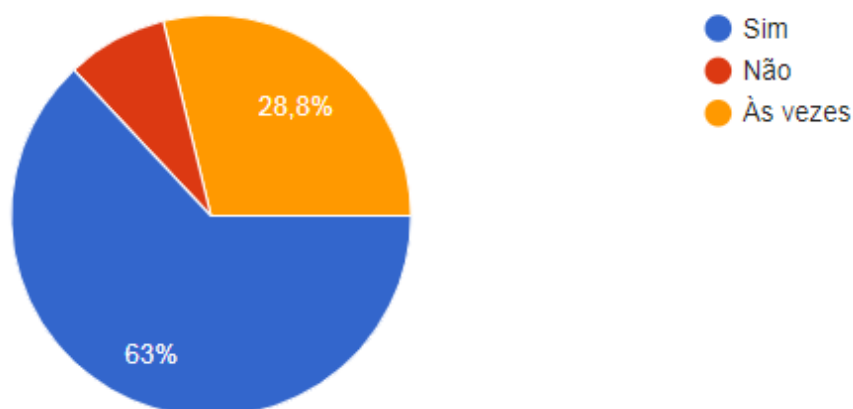
O que podemos observar nessa questão é uma clara relação com o estudo publicado no *American Journal of Health Behavior*, em que os participantes pertencentes aos *clusters* mais envolvidos com as mídias apresentaram maior probabilidade de presença de sintomas de ansiedade e depressão. Isso se verifica no formulário, pois, apesar de 53% dos respondentes que não se consideram ansiosos acessarem as mídias mais de uma vez por dia, essa porcentagem sobe para 77% entre as pessoas que se consideram.

GRÁFICO 10 - Respostas da questão 7 do formulário:

Usuários de mídias sociais que se consideram ansiosos.

Você se considera uma pessoa ansiosa?

208 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 8: Em uma escala de 1 a 5, o quão ansioso(a) você se considera?

O objetivo dessa questão foi a análise da intensidade à qual os respondentes que se consideram ansiosos em algum momento sentem esse sintoma.

Considerando as respostas no formato da escala Likert, dos 191 respondentes a maior parte se considera ansioso em apenas um nível antes do mais intenso o possível. É interessante observarmos enquanto a maioria optou pelo número quatro (42,4%), a porcentagem de respostas para os números um e dois não somam 5% do

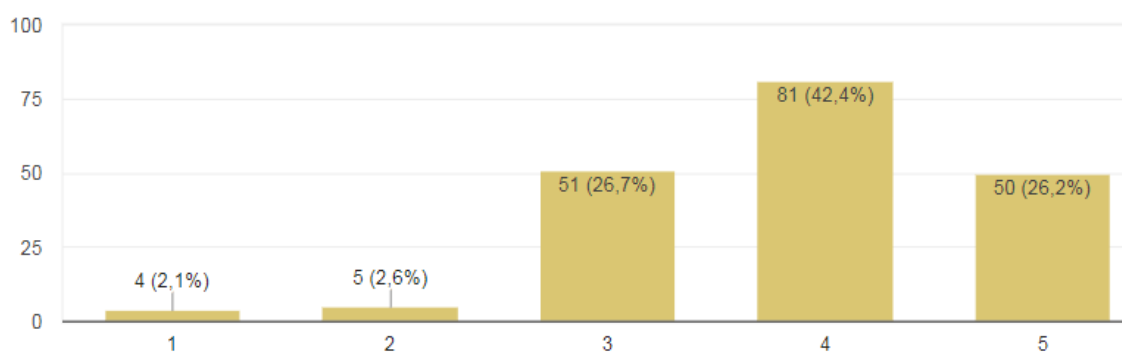
total. Por outro lado, somando as escolhas dos números quatro e cinco temos 69% de todas as respostas para essa pergunta.

GRÁFICO 11 - Respostas da questão 8 do formulário:

Escala de intensidade dos sintomas de ansiedade dos usuários respondentes.

Em uma escala de 1 a 5, o quão ansioso(a) você se considera?

191 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 9: Em qual tipo de situação você sente esse sintoma com maior intensidade?

Para essa questão foram elencados alguns cenários onde comumente podemos experienciar sintomas de ansiedade, porém, existindo também a opção de inserir outras alternativas com a opção “Outros”. Entre as alternativas pré-definidas, foi possível selecionar mais de uma resposta. Por fim, a distribuição do total de 381 escolhas se deu da seguinte forma:

- “Ter que apresentar algum conteúdo para outras pessoas” obteve 63 escolhas, sendo marcada por 33% dos respondentes.
- “Ter que cumprir prazos ou responsabilidades” obteve 96 escolhas selecionadas por 50,3% dos respondentes.
- “Preocupações no trabalho” recebeu a maioria das escolhas totalizando 107, selecionadas por 56% dos respondentes.
- “Preocupações em casa” obteve 90 escolhas selecionadas por 47,1% dos respondentes.
- Por fim, houveram 25 entradas na opção de selecionar outros fatores, representando 12,5% do total de respondentes.

Aprofundando as opções inseridas dentro da alternativa “Outro”, pudemos observar situações bastante diversas envolvendo incertezas com relação ao futuro, *status* de saúde próprio ou de alguém próximo, ou até encontros e relacionamentos. Uma coisa que podemos destacar, no entanto, é a predominância de situações descritas que apresentam algum tipo de cunho social, em relação às situações mais independentes desse fator como preocupações financeiras, por exemplo.

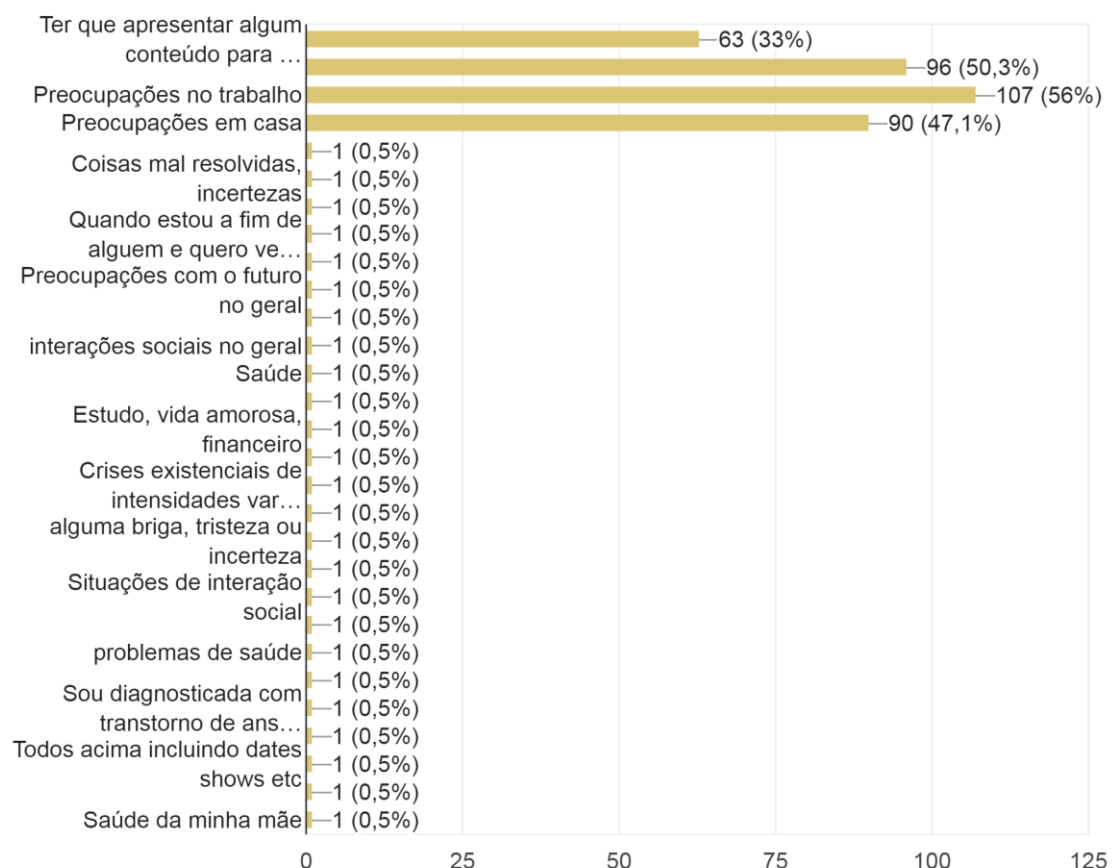
Algumas das respostas até mencionam aspectos analisados neste trabalho, tendo por exemplo a interação social como um dos meios onde a ansiedade se intensifica.

GRÁFICO 12 - Respostas da questão 9 do formulário:

Situações onde os usuários percebem os sintomas com alta intensidade.

Em qual tipo de situação você sente esse sintoma com maior intensidade?

191 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 10: Você acredita que o uso frequente dessas redes sociais pode aumentar a ansiedade?

Conforme os participantes avançam no questionário, chegando na questão 10 temos o objetivo de entender a percepção dos usuários a respeito da influência das mídias sociais sobre os sintomas de ansiedade retratados nas questões anteriores.

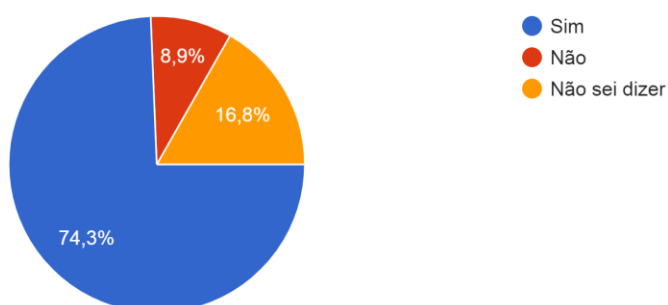
Tendo como resultado geral um pouco mais de 74% de respondentes concordando com a afirmação, o que as respostas para essa questão insinuam é que existe uma consciência do fato a partir dos respondentes que concordam com a hipótese.

Analisando os dados por trás dessa questão mais a fundo, vemos que os respondentes (nessa etapa apenas usuários de alguma mídia e autodeclarados ansiosos) entre as idades de 17 e 30 anos tendem a concordar mais com a afirmação do que de idades superiores, reforçando a ideia de que existe um fator geracional vinculado ao quanto essa relação afeta os indivíduos. Filtrando as respostas por participantes dessa faixa etária, temos que 5% discordam, 16% não souberam responder e 79% concordam. Já para os respondentes de idade superior aos 30 anos, observamos uma queda na porcentagem de usuários que concordam com a afirmação para 64%, porém ainda se mantendo muito à frente das outras duas respostas, onde 18% discordam e 18% não souberam responder.

GRÁFICO 13 - Respostas da questão 10 do formulário:

Usuários que acreditam que redes sociais podem aumentar a sensação de ansiedade.

Você acredita que o uso frequente dessas redes sociais pode aumentar a ansiedade?
191 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 11: Se sim, quais características do Facebook e Instagram você acredita que são os principais fatores desse aumento?

Estruturalmente similar à questão nove, nesse ponto do questionário são exibidas algumas possíveis características de acordo com o que foi discutido como possíveis recursos das mídias sociais que podem agravar a ansiedade dos usuários.

Nesse caso, também foi incluída a possibilidade de inserir outras alternativas como resposta e selecionar mais de uma por respondente. De um total de 290 escolhas, temos que:

- A alternativa “Tipo de conteúdo que aparece nos *feeds*” lidera com 91 escolhas, sendo selecionada por 59,5% dos respondentes.
- A alternativa “Quantidade de informações maior do que consigo absorver” segue com 79 escolhas, sendo selecionada por 51,6% dos respondentes.
- A alternativa “*Stories*” soma um total de 51 escolhas, selecionada por 33,3% dos respondentes.
- A alternativa “Contabilização de seguidores ou curtidas” soma 42 escolhas, sendo selecionada por 27,5% dos respondentes.
- Houveram 27 entradas na opção de incluir outras características, totalizando 18,9% do total de respondentes.

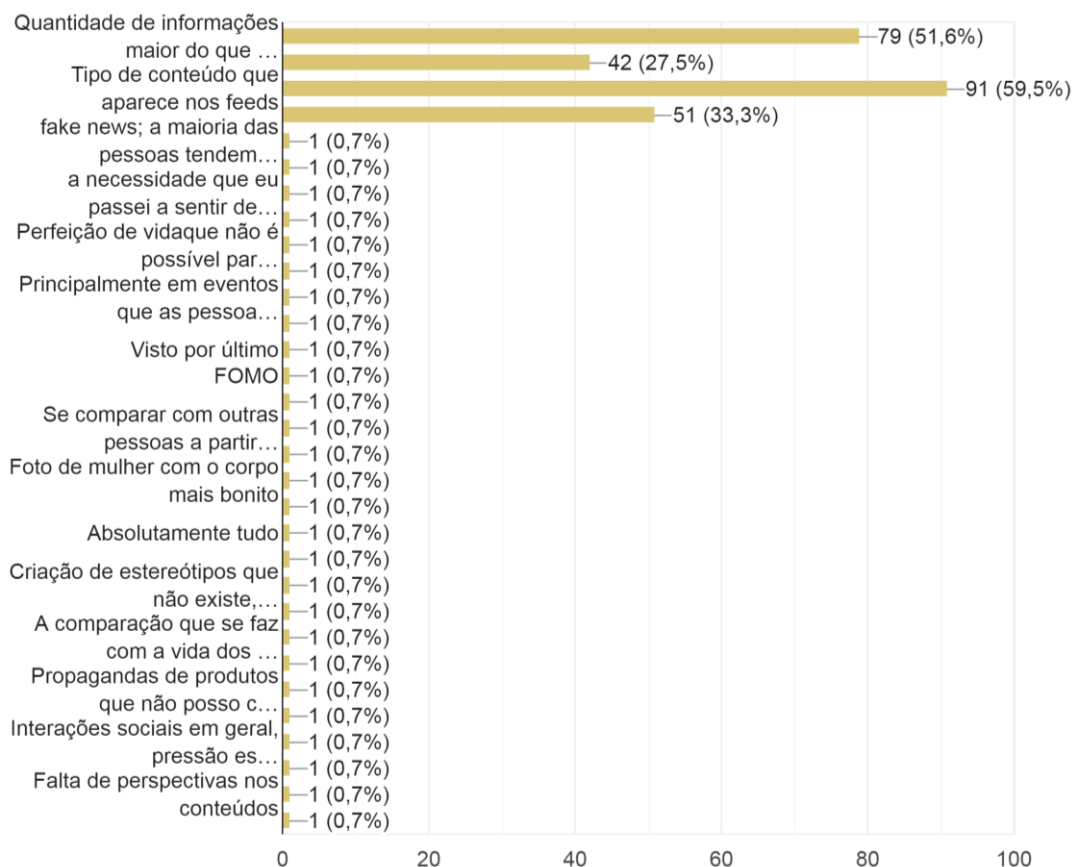
Por fim, entrando em detalhes novamente nas opções inseridas dentro da alternativa “Outro”, vemos que a maior parte das entradas nessa opção descrevem características das redes sociais muito relacionáveis com o que já foi discutido anteriormente neste trabalho. Exemplificando, temos diversas respostas que fazem referência ao comportamento competitivo, à padronização de conteúdo por relevância, e à formação de uma imagem digital irreal. Podemos destacar também uma menção direta ao *Fear of missing out*, além de contextos intrínsecos a ele.

GRÁFICO 14 - Respostas da questão 11 do formulário:

Características do Facebook e do Instagram elencadas como principais fatores.

Se sim, quais características do Facebook e Instagram você acredita que são os principais fatores desse aumento?

153 respostas



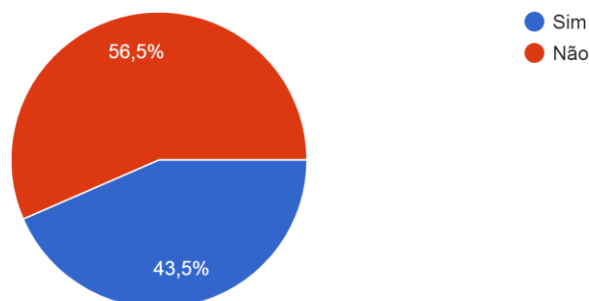
Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 12: Você já tentou algum recurso para diminuir o uso das redes sociais?

Nessa questão vemos que, apesar de existir grande concordância com a hipótese de que as mídias sociais podem ser prejudiciais com o uso exagerado, a maior parte dos usuários que se consideram ansiosos alega não ter tentado algum recurso para a diminuição do uso. No entanto, mesmo sendo a minoria, existe uma porcentagem expressiva de pessoas que já buscaram alguma alternativa.

GRÁFICO 15 - Respostas da questão 12 do formulário:
Usuários que já praticaram algum recurso para diminuir o uso.

Você já tentou algum recurso para diminuir o uso das redes sociais?
191 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Questão 13: Se sim, qual?

Dando continuidade à questão 12, aqui a pergunta opcional busca dos participantes exemplos sobre o que já está sendo feito a partir dos usuários como medidas de diminuição da frequência de uso.

Entre as 80 respostas, muitos dos respondentes destacam recursos dos dispositivos utilizados que auxiliam no controle, onde atuam com um aviso de tempo de uso. A ação mais comum entre as respostas, no entanto, é de desinstalar os aplicativos dessas mídias dos dispositivos em um momento de mal-estar psicológico, seja por um tempo determinado ou não. Alguns respondentes também desativam as notificações dos aplicativos (quando não os desinstalam) ou então buscam outras alternativas de atividades como ler livros ou praticar exercícios físicos.

Questão 14: Por fim, quais recursos você acha que poderiam ser criados pelos desenvolvedores para frear o aumento da ansiedade dos usuários?

Finalizando o questionário, a questão 14 também é aberta e opcional, totalizando 106 respostas. Dentre elas, nota-se que muitos dos usuários não souberam responder ou então não acreditam que muitas alternativas podem ser elaboradas a partir dos desenvolvedores, mas, sim, a partir dos próprios usuários.

O que reforça isso são outras respostas muito similares às encontradas na questão anterior, onde recursos como acompanhamento do tempo de uso e autovigilância são apontados. No entanto, alguns respondentes levantam

possibilidades de alterações na dinâmica dessas mídias das quais algumas já vem sendo colocadas em prática, como esconder o número de *likes*, um recurso que foi implementado pelo Instagram esse ano.

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aproveitando as respostas obtidas nas questões 12, 13 e 14 do formulário aplicado, desta vez serão discutidas as medidas que podem ser tomadas no futuro, ou que já estão sendo realizadas. Isso tanto a partir dos usuários, como uma resposta consciente ao excesso de tempo que dedicamos às mídias sociais quanto para os desenvolvedores dessas mídias, através de otimizações que visam melhorar a experiência das pessoas que podem estar sendo prejudicadas.

Primeiramente, vale ressaltar que o problema não é visto como uma patologia exclusiva, e que na verdade o uso das mídias atua como um agravante para indivíduos predispostos ou condicionados a desenvolverem sintomas de ansiedade. Por conta disso, ainda não existem muitas soluções consolidadas ou orientações de saúde dos órgãos competentes para o tratamento específico do vício tecnológico como já temos para outros casos, como o do álcool e das drogas. No entanto, vimos que com base no formulário, grande parte dos usuários dessas mídias que se classificam como pessoas ansiosas acreditam que existe uma relação entre a frequência alta de uso e a intensidade dos sintomas, e reconhecem que estão sendo afetados por isso.

É interessante observarmos que embora esse comportamento expresse que existe uma consciência por parte dos usuários de que em certos cenários o uso pode fazer mal, ainda assim ele é muito frequente entre essas pessoas.

Para entender essa situação, devemos resgatar o que foi falado anteriormente sobre a importância para o usuário de se manter constantemente conectado. Por mais que tenhamos como reconhecer que as mídias sociais podem trazer efeitos negativos, dificilmente conseguimos ficar totalmente afastados, pois é inegável que elas se caracterizam como um recurso de inclusão social. Como elas possibilitam praticamente qualquer conexão com qualquer pessoa no mundo que tenha acesso à internet, além reforçar a intimidade que temos com amigos mais próximos, é difícil pensar em um mundo sem essas mídias como um mundo que não seja solitário. Por mais que grande parte das pessoas de outras gerações e algumas raras exceções da geração conectada sejam pessoas que não criaram perfis nas mídias, elas não são necessariamente pessoas solitárias.

Em contrapartida, para os usuários que já estão conectados é muito mais difícil abrir mão do consumo quando já se está inserido nesse contexto. Enquanto as pessoas que nunca se conectaram não sentem a necessidade de o fazer, as pessoas

que já têm contas criadas compartilham um medo coletivo de excluí-las, caracterizado pela idealização irreal de um mundo ainda mais solitário.

Com base nisso, podemos entender que os recursos desenvolvidos pelos responsáveis por essas mídias comentados no capítulo anterior exercem um papel muito significativo na formação desse medo, mesmo que não seja parte da intenção inicial de nos persuadir. Elaborados pelos desenvolvedores para reforçar nossa frequência de uso e tempo de exposição, esses recursos consequentemente reforçam nosso receio em nos desconectarmos, e além disso também reforçam o aspecto viciante de seus produtos para os usuários.

Temos então que esses meios, conscientemente ou não, estabelecem efeitos sociais problemáticos. Considerando o funcionamento deles e seu objetivo inicial de tornar as mídias cada vez mais relevantes, para algumas pessoas de fato a experiência de usuário tem sido otimizada, enquanto elas não ultrapassam uma linha onde além dela cria-se uma dependência para se criar e manter relações. Para as pessoas que infelizmente ultrapassam essa linha, os recursos que buscam melhorar a experiência por sua vez têm um resultado contrário, estabelecendo um ciclo vicioso.

Neste ciclo temos algumas etapas, onde a primeira é o desenvolvimento de um conforto no uso por substituir algumas situações sociais no mundo físico por processos simples, inibindo nossa disposição para lidar com essas situações presencialmente quando não conseguimos evitá-las.

Também entra em jogo o poder de acesso fácil ao entretenimento em qualquer situação ou lugar, reforçando a cultura de gratificação instantânea e tornando momentos em que estamos desconectados mais tediosos, gerando impaciência. Combinando isso com a maneira que os algoritmos dispõem conteúdos cada vez mais similares e o jeito que reforçamos a tendência de simularmos uma vida virtual idealizada, a experiência nessas mídias pode se tornar muito solitária e intimidadora, mas apesar dessa solidão já existente as mídias nos condicionam a pensar que estaríamos pior sem elas.

Da mesma maneira como ocorre com outros tipos de vícios, vemos que apenas termos a consciência de que essas mídias podem prejudicar nossa saúde mental não é suficiente para tratar o problema. Outra característica importante que pode classificar o uso excessivo das mídias sociais como um vício é de que elas acabam gerando dependência fisiológica (considerando a produção estimulada de dopamina) e ao mesmo tempo tecnológica.

De acordo com as respostas do formulário, entendemos que essa consciência dos perigos das mídias tem crescido entre as pessoas e isso acaba gerando discussões ou até iniciativas contra elas. Conforme as respostas da questão 12 indicam, por exemplo, apesar de não serem a maioria, grande parte dos respondentes (43,5%) não apenas buscaram, mas já colocaram em prática algum recurso visando diminuir a frequência de uso.

Vendo além dessa pesquisa, podemos encontrar hoje algumas reações dos usuários para esse aspecto prejudicial das mídias. Um exemplo disso é a *hashtag* #deletfacebook, que promove a desativação das contas dos usuários. Apesar de ter ganhado muita força e visibilidade como forma de protesto contra o escândalo de vazamento de dados do Facebook e Cambridge Analytica, em 2018, ela integra um movimento crescente no mundo de descontentamento e rejeição às mídias sociais onde podemos notar com o surgimento de livros, entrevistas e outros materiais alertando dos perigos do uso não só para a saúde do usuário como também para sua privacidade.

Porém, não podemos esquecer que apesar de existir o conhecimento dos usuários dos riscos relacionados à saúde, não devemos esperar que uma iniciativa como essa seja a primeira a ser tomada. Em muitos casos, apesar de existir essa consciência do descontentamento com a experiência que as mídias podem trazer, para grande parte das pessoas a solução não precisa ser uma privação completa do uso, mas pode ser a implementação de medidas que reduzem e limitam seu uso para um nível saudável.

Em um artigo publicado na *Psycom*, site dedicado à promover discussões entre os profissionais envolvidos em questões de saúde mental, a assistente social licenciada Katie Hurley explica, com base em sua experiência, que apesar dos efeitos negativos das mídias sociais na saúde mental do usuário, quando os pais de adolescentes muito envolvidos com as mídias proíbem o uso isso não acarreta em resultados eficientes:

Enquanto essas descobertas possam fazer você querer deletar todos seus aplicativos de mídias sociais e banir seu filho de qualquer comunicação digital, a privação não é a resposta. Adolescentes utilizam as mídias para se conectarem, buscarem amigos e apoio ou até solicitar ajuda. Uma aposta melhor seria entender como e por que ele utiliza a mídia e se conecta, e saber o que buscar se ele demonstrar instabilidade emocional. (ref. 27)

Podemos observar, então, que novamente de acordo com as respostas do formulário, algumas alternativas como limitar o acesso às mídias apenas pelo *desktop*, limitar o tempo diário de uso ou remover as notificações são ações que seguem esse raciocínio. Porém, vale ressaltar que os efeitos dessas medidas variam bastante de um indivíduo para outro. Por se tratar de um problema que envolve saúde mental, não especificamente gerando transtornos de ansiedade por exemplo, mas catalisando os sintomas, a melhor forma de se buscar soluções para o assunto seria buscar ajuda psicológica.

Sobre as ações cabíveis às empresas, considerando todo o contexto discutido, os desenvolvedores das mídias sociais têm sido cada vez mais encurralados e cobrados por mais responsabilidade, respeito e cuidado com os usuários que utilizam seus produtos. Enquanto no formulário alguns participantes responderam à questão 14 explicando que não acreditam ter ações que poderiam ser criadas pelos desenvolvedores ou simplesmente não esperam que contrariem seu modelo de negócio, outros respondentes acreditam que as ações cabíveis já estão sendo feitas. Com base nisso, podemos esperar algumas mudanças nas plataformas de acordo com algumas das reivindicações desses usuários.

Tomando como exemplo algumas alterações importantes que já estão sendo feitas, no começo do ano na F8 (conferência organizada pelo Facebook para desenvolvedores) Adam Mosseri, agora *head* do Instagram, apresentou algumas mudanças realizadas visando “despressurizar” a produção de conteúdo dos usuários. (ref-28) Dentre elas, destacam-se a implementação da seção de melhores amigos nos *stories*, onde você pode enviar conteúdo para apenas amigos próximos ao invés de todos seus seguidores, e principalmente a remoção da contabilização de curtidas publicamente.

O que pode ter causado a primeira alteração provavelmente seria que quando um usuário tem muitos seguidores ele não é próximo ou íntimo da maioria deles. Isso faz com que ele não se sinta a vontade em compartilhar qualquer conteúdo para essas pessoas. Já para a segunda alteração, a provável causa é a padronização do conteúdo compartilhado de acordo com a forma que ele reverbera com as curtidas, onde temos pessoas publicando coisas cada vez mais similares e não necessariamente o que tem mais vontade de expressar.

O que isso significa resumidamente é que a presença de métricas de sucesso nas mídias como número de seguidores e de curtidas estabeleciam um certo padrão

de conteúdo, onde os usuários não se expressam genuinamente, mas na verdade atuam competitivamente buscando essas métricas. Enquanto isso é um fator que prejudica a experiência dos usuários e passa a ser um motivo de alguns deles desistirem das mídias, é compreensível que essas ações tenham sido tomadas, pois interferem diretamente no atributo mais valioso que são os próprios usuários.

Observar que os desenvolvedores aprenderam essas visões atuais dos seus produtos é interessante, pois nos sugere que os *feedbacks* negativos dos usuários podem ser levados em consideração, enquanto não ultrapassem a linha dos interesses comerciais dessas empresas.

Adiante dessa linha, a melhor forma de lidarmos com as controvérsias e efeitos negativos provenientes do uso excessivo seria buscar ajuda psicológica ou então meios de equilibrar nossa vida virtual com a física, não somente para os diagnosticados com transtornos de ansiedade como para qualquer outro usuário.

REFERÊNCIAS

1. Facebook Investor Relations FAQ, **What is Facebook's mission statement?** 2019. Disponível em: <<https://investor.fb.com/resources/default.aspx>> Acesso em: 15 set. 2019.

2. Organização Mundial da Saúde. **Depression and Other Common Mental Disorders: Global Health Estimates.** Genebra. 2017. Licença: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Disponível em: <<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/254610/WHO-MSD-MER-2017.2-eng.pdf%3Bjsessionid=41A153AD8D67542B458FF06E909F77C1?sequence=1>>. Acesso em: 15 set. 2019.

3. CASTILLO, A. R. G.L. et al. **Transtornos de ansiedade.** Rev. Bras. Psiquiatr., São Paulo, v. 22, supl. 2, p. 20-23, Dec. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-44462000000600006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 18 set. 2019.

4. BRASIL. Ministério da Saúde. **Saúde Mental em Dados – 12**, ano 10, nº 12. Informativo eletrônico. Brasília. outubro de 2015. Disponível em: <https://www.mhinnovation.net/sites/default/files/downloads/innovation/reports/Report_12-edicao-do-Saude-Mental-em-Dados.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.

5. Organização Mundial da Saúde. **Mental Health: new understanding, new hope.** Genebra. 2001. Disponível em: <https://www.who.int/whr/2001/en/whr01_en.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.

6. RITCHIE, A.; ROSER, M. **Mental Health.** Publicado em OurWorldInData.org. Abril de 2018. Disponível em: <<https://ourworldindata.org/mental-health>>. Acesso em: 21 set. 2019.

7. OLFSON, M.; KING, M.; SCHOENBAUM, M. **Benzodiazepine Use in the United States.** JAMA Psychiatry. 2015; 72(2):136-142. Disponível em: <<https://jamanetwork.com/journals/jamapsychiatry/fullarticle/2019955?resultClick=1>>. Acesso em: 15 out. 2019.

8. ADAA. **Generalized Anxiety Disorder (GAD) – Symptoms.** Publicado em <https://adaa.org/>. Abril de 2018. Disponível em: <<https://adaa.org/understanding-anxiety/generalized-anxiety-disorder-gad/symptoms>>. Acesso em: 24 set. 2019.

9. ADAA. **Facts & Statistics**. Publicado em <https://adaa.org/>. 2018. Disponível em: <<https://adaa.org/about-adaa/press-room/facts-statistics>>. Acesso em: 27 set. 2019.

10. NIMH. **Anxiety Disorders**. Publicado em <https://www.nimh.nih.gov/>. Julho de 2018. Disponível em: <<https://www.nimh.nih.gov/health/topics/anxiety-disorders/index.shtml>>. Acesso em: 4 out. 2019.

11. DURKHEIM, E. **The Rules of Sociological Method**. Prefácio à Segunda Edição, trad. W.D. Halls, The Free Press, 1982, ISBN 978-0-02-907940-9, p.45.

12. BOURDIEU, P. **Esboço de uma teoria da prática**. in Ortiz, R. (Org.). Bourdieu (Coleção Grandes Cientistas Sociais). São Paulo: Ática, 1983, pp. 46-81.

13. JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

14. LEVY, P. **A inteligência coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007, pp. 28-32.

15. LIRA, A. G. et al. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras**. J. bras. psiquiatr., Rio de Janeiro, v. 66, n. 3, pp. 164-171, set. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0047-20852017000300164&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 6 out. 2019.

16. SMITH, P.; CHRISTAKIS, N.A. **Social Networks and Health**. J. Annual Review of Sociology, p. 405-429, v. 34, n. 1. 2008. Disponível em: <<http://www.pinniped.net/smith2008.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2019.

17. TWENGE, J.M.; CAMPBELL, W.K. **Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study**. Preventive Medicine Reports, v. 12, pp. 271-283. Dezembro de 2018. Disponível em: <<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2211335518301827?token=F2879A9A98B70422A2BFF831471E24FA0D96A55C0171C07E1DC025004A8A90FBB98C2D5507F3FCC39339ADF56C73CF46>>. Acesso em: 9 out. 2019.

18. SHENSA, A. SIDANI; J.E. DEW, M.A; ESCOBAR-VIERA, C.G; PRIMACK, B.A. **Social Media Use and Depression and Anxiety Symptoms: A Cluster Analysis**. Am J Health Behav. 2018; 42(2):116–128. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5904786>>. Acesso em: 12 out. 2019.

19. LIRA, A. G. et al. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras.** J. bras. psiquiatr., Rio de Janeiro, v. 66, n. 3, pp. 164-171, set. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0047-20852017000300164&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 15 out. 2019.

20. FACEBOOK. **Audience Insights.** 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=169105172&age=18->>. Acesso em: 17 out. 2019.

21. SINEK, S. **Simon Sinek on How to Get People to Follow You.** Inside Quest, outubro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IPwYUDD9Pd4&t=62s>>. Acesso em: 19 out. 2019.

22. MOSSERI, A. **Facebook Products - Shaping the World.** Dezembro de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5kXYC265yn8>>. Acesso em: 27 out. 2019.

23. DOSSEY, L. **FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment.** Explore: The Journal of Science and Healing, v. 10, n. 2, pp. 69-73, 2014.

24. PRZYBYLSKI, A.K. MURAYAMA, K. DEHAAN, C.R. GLADWELL, V. **Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out.** Computers in Human Behavior, v. 29, l. 4, 2013, p. 1841-1848. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563213000800>>. Acesso em: 1 nov. 2019.

25. TAMIR, D. I.; MITCHELL, J. P. **Disclosing information about the self is intrinsically rewarding.** National Academy of Sciences of the United States of America, 109(21), p. 8038–8043. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3361411/>>. Acesso em: 5 nov. 2019.

26. MACIT, H.; MACIT, G.; GÜNGÖR, O. **A RESEARCH ON SOCIAL MEDIA ADDICTION AND DOPAMINE DRIVEN FEEDBACK.** Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5 (3), p. 882-897. Disponível em: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/607734>>. Acesso em: 7 nov. 2019.

27. HURLEY, K. **Is Social Media Messing with Your Teen's Mental Health?** Publicado em <https://www.psychom.net/>. Novembro de 2018. Disponível em: <https://www.psychom.net/depression-teens-social-media>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

28. FACEBOOK. **F8 2019 Day 1 Keynote**. San Jose, California. Maio de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xK0RwubFi-U#t=01h07m34s>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

APÊNDICE 1 – FORMULÁRIO DE PESQUISA

Questão 1: Qual é a sua idade?

Questão 2: Com qual gênero você se identifica?

Questão 3: Qual é a sua ocupação?

Questão 4: Você tem alguma conta no Facebook ou Instagram?

Questão 5: Com qual frequência você utiliza qualquer uma dessas redes sociais?

Questão 6: Qual momento do dia você está mais propício a utilizar?

Questão 7: Você se considera uma pessoa ansiosa?

Questão 8: Em uma escala de 1 a 5, o quão ansioso(a) você se considera?

Questão 9: Em qual tipo de situação você sente esse sintoma com maior intensidade?

Questão 10: Você acredita que o uso frequente dessas redes sociais pode aumentar a ansiedade?

Questão 11: Se sim, quais características do Facebook e Instagram você acredita que são os principais fatores desse aumento?

Questão 12: Você já tentou algum recurso para diminuir o uso das redes sociais?

Questão 13: Se sim, qual?

Questão 14: Por fim, quais recursos você acha que poderiam ser criados pelos desenvolvedores para frear o aumento da ansiedade dos usuários?