HÁBITOS DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO:
COMO AS REDES INTERAGEM COM A SAÚDE MENTAL DOS INDIVÍDUOA

Maria Laura Botelho de Souza
Carla Sasso Simon

RESUMO

A sociedade contemporânea é marcada pela abundância de informações, o acesso à dados determina processos sociais, políticos e econômicos. A “dominação” das informações, por sua vez, é realizada por meio das mídias sociais. Os indivíduos buscam pertencimento e aprovação social nos ambientes virtuais, que por sua vez, são potencialmente viciantes, uma vez que estimulam a liberação de dopamina frequentemente. Além disso, os estímulos são cada vez mais eficientes porque são filtrados conforme perfis de personalidade, baseados em dados. Sendo assim, vícios comportamentais crescem concomitantemente com o avanço das mídias sociais. O presente projeto busca, portanto, refletir sobre a interação entre os hábitos de consumo de informação com a saúde mental dos indivíduos, no contexto das redes sociais. Foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros e artigos para atingir esse objetivo. Ademais, outras temáticas relacionadas também serão foco do estudo, como: algoritmos e vícios comportamentais; identidade social e comparação; saúde mental e fatores de personalidade; dependência e aspectos cognitivos. Nesse sentido, confirmou-se diversos malefícios que os hábitos de consumo de informações em redes sociais acarretam aos usuários, visto que a longo prazo a sobrecarga de informações baseadas em algoritmos influência diretamente tanto a autoestima dos indivíduos quanto o sistema de recompensa deles. O uso patológico das redes sociais aumenta o nível de estresse e prejudica o controle inibitório, prejudicando as tomadas de decisões e o manejo de emoções para além do âmbito virtual.

PALAVRAS-CHAVE: Informações. Redes Sociais. Vícios Comportamentais. Saúde Mental.

SUMMARY

Contemporary society is marked by an abundance of information, access to data determines social, political and economic processes. The “domination” of information, in turn, is carried out through social media. Individuals seek belonging and social approval in virtual environments, which in turn, are potentially addictive, as they frequently stimulate the release of dopamine. Furthermore, stimuli are increasingly efficient because they are filtered according to personality profiles, based on data. Therefore, behavioral addictions grow concomitantly with the advancement of social media. The present project seeks, therefore, to reflect on the interaction between information consumption habits and the mental health of individuals, in the context of social networks. Bibliographical research was carried out in books and articles to achieve this objective. Furthermore, other related themes will also be the focus of the study, such as: algorithms and behavioral addictions; social identity and comparison; mental health and personality factors; dependence and cognitive aspects. In this sense, several harms that information consumption habits on social networks cause to users were confirmed, since in the long term the overload of information based on algorithms directly influences both the self-esteem of individuals and their reward system. The pathological use of social networks increases the level of stress and impairs inhibitory control, impairing decision-making and the management of emotions beyond the virtual environment.

KEYWORDS: Information. Social media. Behavioral Addictions. Mental health.

INTRODUÇÃO

Segundo o filósofo contemporâneo Byung-Chul Han (2022), o poder na sociedade atual ocorre por meio da dominação de informações, que por sua vez são processadas por algoritmos e inteligência artificial. No livro “Infocracia: digitalização e a crise da democracia”, o autor defende que o acesso à dados, por meio do regime de informação, determina diversos processos, no âmbito social, econômico e político. Nesse sentido, “A técnica digital da informação faz com que a comunicação vire vigilância. Quanto mais geramos dados, quanto mais intensamente nos comunicamos, mais a vigilância fica eficiente” (Han, 2022, p.13).

Ademais, as informações que se destacam são as que geram estímulos afetivos mais significativos, independente da veracidade dos argumentos. Sendo assim, “A digitalização enfraquece a consciência factual, a consciência da realidade” (Han, 2022, p.94). O excesso de informações, principalmente nas mídias sociais, gera desconfiança e confusão nos usuários. Além de conduzir os comportamentos deles, por meio da produção de perfis de personalidade.

> A psicometria, também chamada de psicografia, é um procedimento impulsionado por dados para a produção de um perfil de personalidade. O *profiling* (a caracterização de perfil) psicométrico torna possível prever melhor o comportamento de uma pessoa do que um amigo ou parceiro poderia. Com uma quantidade suficiente de dados, é possível até mesmo gerar informações que excedem aquilo que sabemos de nós mesmos. O smartphone é um aparato de gravação psicométrica que alimentamos com dados dia a dia, hora a hora até. Com ele, a personalidade de seu usuário pode ser computada com exatidão. O regime disciplinar tinha à disposição apenas informações (...). (Han, 2022, p.38)

Portanto, torna-se evidente o poder relacionado às informações na contemporaneidade. No livro “A Dieta da Informação” Johnson (2012) argumenta que a sobrecarga de informação deve ser vista como uma questão de saúde visto que “(...) os campos da psicologia cognitiva e da neurociência mostram que informações podem ter efeitos fisiológicos sobre nossos corpos, assim como consequências

relativamente graves e incontroláveis sobre nossa capacidade de tomar decisões" (Johnson, 2012, p. 21).

As mídias sociais, no geral, se relacionam diretamente com a "dominação" das informações, visto que "no regime de informação, ser livre não significa agir, mas clicar, curtir e postar" (Han, 2022, p.19). Ademais, conforme o psicólogo Adam Alter (2018), a curtida nesse contexto representa uma forma de apoio social básico. "Um post com zero curtidas não era apenas um motivo de sofrimento particular, mas uma espécie de condenação pública (...)" (Alter, 2018, p.106). Nesse sentido, a aprovação social é um dos principais fatores que fortalece o poder das redes sociais.

> Um aluno entre oito e dezoito anos hoje em dia passa um terço de sua vida dormindo, um terço na escola e um terço envolvido com novas mídias, de smartphones e tablets a TVs e laptops. Ele passa mais tempo se comunicando por meio de telas do que diretamente com outras pessoas, frente a frente. Desde a virada do novo milênio, a taxa de entretenimento sem tela caiu 20%, enquanto a proporção contrária subiu em porcentagem semelhante. (Alter, 2018, p.187)

Torna-se evidente, portanto, o potencial viciante da tecnologia e das mídias sociais. Os indivíduos buscam validação nesse espaço virtual, que por sua vez gera cada vez mais desejo de pertencimento. "Se uma foto não exercer o efeito desejado, sempre tem a próxima vez. Tem um caráter renovável e sem fim, porque é tão imprevisível quanto a vida das pessoas" (Alter, 2018, p.172). Nesse sentido, conforme Johnson (2012), as mídias sociais mantêm o cérebro constantemente alimentado, influenciando o sistema de recompensa dos indivíduos. O reforço de estímulos cerebrais é realizado por meio do neurotransmissor dopamina:

> Receptores de dopamina muitas vezes nos colocam em um loop. Atualmente, com todos os estímulos disponíveis para nós – todos os vários locais em que podemos ser contatados: nossas caixas de e-mail, nossas mensagens de texto, nossos vários feeds de redes sociais e blogs que costumamos ler -, nosso cérebro nos coloca em um loop descontrolado no qual não somos capazes de nos concentrar em nenhuma tarefa à nossa frente. Em vez disso, seguimos em busca de um novo reforço de dopamina mergulhado no dilúvio de informações que vem em nossa direção (Johnson, 2012, p.73).

Sendo assim, o consumo de informações, no contexto das redes sociais, frequentemente é realizado de maneira “viciada”. Byung-Chul Han (2022), por exemplo, refere-se a esse fenômeno como uma “embriaguez de informação”. Por sua vez, “vícios são tóxicos porque tomam o lugar de outras atividades essenciais, desde o trabalho e o lazer aos cuidados básicos com a higiene e a interação social” (Alter, 2018, p.16). Portanto, os vícios comportamentais influenciam diretamente a saúde dos indivíduos no geral. “O vício não é apenas uma resposta física: é como você reage psicologicamente a essa experiência física (Alter, 2018, p.64). Apesar de que, a curto prazo, a utilização “desenfreada” das mídias sociais gera sensações de prazer, a longo prazo essa interação pode gerar consequências negativas na saúde mental dos usuários.

Dessa forma, as redes sociais podem ser entendidas como ambientes férteis em dois sentidos, tanto para gerar dados quanto para consumi-los. Por meio das interações no mundo virtual, os indivíduos desenvolvem as suas identidades. Entretanto, esse processo ocorre concomitantemente com o desenvolvimento de vícios comportamentais, que são mantidos por conquistas cada vez maiores. “A ilusão de progresso o conforta à medida que você alcança pontuações elevadas, conquista mais seguidores ou passa mais tempo no trabalho, e assim você tem mais dificuldade para se livrar da necessidade de continuar” (Alter, 2018, p. 140). Por meio de diversos dados sobre os indivíduos, a capacidade de prever os desejos deles torna-se cada vez mais eficiente. Sendo assim, a própria identidade virou uma mercadoria nesse sentido (Han, 2022). Os dados personalizados permitem que os indivíduos recebam informações previamente filtradas conforme às suas necessidades pessoais.

> A personalização é, atualmente, em grande parte uma questão técnica, com consequências do que os tecnólogos de nossas principais empresas de internet estão desenvolvendo para nos manter clicando. A personalização não é um algoritmo maligno que nos diz apenas o que nossos líderes corporativos desejam que saibamos; em vez disso, é um reflexo de nosso próprio comportamento (Johnson, 2012, p. 43).

Portanto, considerando a sobrecarga de informações inerente à sociedade contemporânea e a sua influência sobre o comportamento, o presente artigo foi

desenvolvido com o objetivo geral de “refletir sobre a interação entre os usuários entre os hábitos de consumo de informação com a saúde mental dos indivíduos, no contexto das redes sociais”. Para aprofundar o assunto, por sua vez, os objetivos específicos foram os seguintes: analisar os vícios comportamentais relacionados às redes sociais, avaliar a influência da comparação social na satisfação pessoal, investigar a relação entre os hábitos de consumo de informações na internet e os fatores de personalidade dos indivíduos, mitigar os efeitos do uso de redes sociais no bem-estar psicológico dos usuários. A fim de atingir essas finalidades, pesquisas bibliográficas foram realizadas, por meio de leitura de livros e artigos.

DESENVOLVIMENTO

ALGORITMOS E VÍCIOS COMPORTAMENTAIS

De maneira geral os vícios existem há muito tempo, entretanto, os vícios comportamentais foram mais difundidos a partir das últimas décadas. Conforme Alter (2018), na quinta edição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, publicada em 2013, foi acrescentado nos diagnósticos oficiais o “vício comportamental” e a expressão “abuso e dependência de substância” foi substituída por “vícios e transtornos correlatados”. “Esses novos vícios não requerem a ingestão de nenhuma substância. Não introduzem nenhuma química em seu organismo, mas produzem os mesmos efeitos porque são atraentes e bem projetados” (Alter, 2018, p.12).

Em todos os tipos de vício há recompensas imediatas que funcionam como o que pode ser denominado de “reforço positivo” da experiência, aumentando as chances de repetir o comportamento e/ou a utilização de alguma substância. Entretanto, “a tecnologia viciante é parte do comportamento aceito de um modo que substâncias viciantes nunca serão” (Alter, 2018, p.15). Essa diferença na maneira como a sociedade enxerga os vícios comportamentais, como se eles fossem menos nocivos,

agrava ainda mais a situação. Ademais, conforme Alter (2018), tanto no vício em substâncias quanto nos vícios comportamentais, as mesmas regiões do cérebro são ativadas, liberando dopamina.

> De início, as vantagens superam em muito as desvantagens conforme o cérebro traduz o fluxo de dopamina em prazer. Mas logo o cérebro interpreta essa inundação como um erro, produzindo cada vez menos dopamina. O único modo de chegar ao barato original é elevar a dose da droga ou da experiência – apostar mais dinheiro, cheirar mais cocaína, passar mais tempo jogando um vídeo game mais atrativo. À medida que o cérebro desenvolve tolerância, suas regiões produtoras de dopamina se retraem, e as depressões entre um momento de euforia e outro são cada vez mais profundas. Em vez de produzir a quantidade saudável de dopamina que outrora inspirou otimismo e contentamento em reação a pequenos prazeres, essas regiões permanecem adormecidas até serem superestimadas outra vez (Alter, 2018, p. 63).

Portanto, torna-se evidente o crescimento de vícios comportamentais concomitante com o desenvolvimento das redes sociais. A literatura vem crescendo no que tange a relação dos vícios com consumo, e “O que sabemos é que a quantidade de experiências imersivas e viciantes está crescendo num ritmo acelerado, então precisamos compreender como, por que e quando as pessoas desenvolvem vícios comportamentais e depois se livram deles” (Alter, 2018, p. 249). Ademais, os algoritmos presentes nas redes sociais influenciam diretamente o que cada indivíduo recebe de informações, portanto essa personalização de conteúdo é realizada de maneira que gere o máximo de desejo possível. “O efeito é que você atrai o usuário para variações cada vez mais estimulantes do que interessa a ele” (Fisher, 2013, p.148-149).

Conforme o próprio fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, os algoritmos analisam diversas informações com o propósito de computar qual é a mais relevante para cada usuário (Fisher, 2013). Percebe-se então que os indivíduos nesse contexto passam a ser “condicionados” à determinados comportamentos, pois “(...) enquanto a relação entre uma emissora de TV a cabo e o espectador tem uma só via, a relação entre um algoritmo do Facebook e o usuário é uma via de mão dupla. Um educa o outro” (Fisher, 2023, p.164). Nessa lógica, conforme Lanier (2018), os algoritmos das

redes sociais estão em constante adaptação, eles vão se configurando da forma que gerar mais engajamento, independente das consequências.

> Quando um algoritmo proporciona experiências a alguém, a aleatoriedade que facilita a adaptação algorítmica pode alimentar também o vício humano. O algoritmo tenta capturar os parâmetros perfeitos para manipular um cérebro, que, por sua vez, muda em resposta aos experimentos do algoritmo para buscar significados mais profundos; é um jogo de gato e rato baseado em pura matemática. Como os estímulos do algoritmo não significam nada e são verdadeiramente aleatórios, o cérebro não está se adaptando a nada real, mas a uma ficção. Esse processo – de ser fisgado por uma miragem imprecisa – é o vício (Lanier, 2018, p.26).

Além disso, como os algoritmos são aleatórios eles geram uma imprevisibilidade de estímulos que atrai ainda mais a atenção dos usuários. “Os psicólogos chamam essas recompensas imprevisíveis de reforços intermitentes” (Price, 2018, p.36). Ao contrário do que o senso comum acredita, uma resposta “inesperada” é mais sedutora para o cérebro, pois o objetivo se torna procurar incessantemente a próxima recompensa positiva, como nos cassinos ou nos jogos de azar (Fisher, 2023). Os feeds não apresentam fim, segundo Price (2018), justamente para que os usuários se mantenham atualizando-os a todo momento, em busca de dopamina. A curto prazo esse comportamento gera sentimentos prazerosos, mas a longo prazo o vício gera ansiedade e “medo” de perder alguma informação nova.

> Ficamos convencidos de que a única maneira de nos proteger disso é olhar o celular a todo momento para termos certeza de que não estamos perdendo nada. Mas, em vez de aliviar a ansiedade, essa prática estimula-a de tal forma que as glândulas ad-renais acabam por liberar uma rajada de cortisol – um hormônio de estresse que tem um papel importante em situações de luta ou fuga – toda vez que largamos o celular. O cortisol nos deixa ansiosos. Não gostamos de nos sentirmos ansiosos. Portanto, para aliviar essa sensação, pegamos o celular. Por um momento, nos sentimos melhor; mas, assim que o guardamos, a ansiedade volta a dominar. Infectados pelo Fomo, ficamos olhando, tocando, mexendo, deslizando a tela, na tentativa de aliviar a ansiedade – fazendo coisas que por reforçar a repetição de hábitos, apenas aumenta nossa agonia (Price, 2018, p.38).

Nota-se, dessa maneira, como os hábitos de consumo de informações nas redes sociais e no celular, em geral, são realizados de forma “compulsiva” e consequentemente podem se tornar autodestrutivos. O sistema de recompensa

ativado relacionado a dopamina, nos vícios comportamentais, pode fazer com que seja possível “passar horas num aplicativo mesmo que ele o deixe triste” (Fisher, 2023, p.40). Ocorrem inúmeras mudanças comportamentais em decorrência do “hábito” constante de obter recompensas, principalmente considerando-se que os sistemas de recomendação guiados por algoritmos escolhem os conteúdos mais relevantes para cada pessoa. Por meio da coleta de dados, as redes sociais sabem inúmeros detalhes dos usuários, “Você está triste, solitário, assustado? Feliz, confiante? Sua menstruação se aproxima? Teve um pico de ansiedade?” (Lanier, 2018, p. 14)

Segundo Price (2018) a parceria das redes sociais, como o Facebook, com as empresas de coleta de dados permite que até mesmo detalhes sobre a vida offline dos usuários sejam exploradas. Sendo assim, os algoritmos reúnem o maior número possível de informações pessoais. “Em que tipos de link você clica? Quais são os vídeos que vê até o fim? Com que rapidez pula de uma coisa a outra? Onde você está quando faz essas coisas? Com quem está se conectando pessoalmente e online? Quais são as suas expressões faciais? (Lanier, 2018, p.14). Percebe-se, dessa forma, que a percepção de “liberdade de escolha” sobre os conteúdos nas mídias sociais é ilusória, pois os usuários não têm acesso aos mesmos tipos de informação. Ademais, a personalização dos feeds é realizada de acordo com a combinação que gerar mais engajamento e, consequentemente, lucro.

Nesse sentido, o CEO da Microsoft anunciou em 2014 o seguinte: “cada vez mais, a commodity realmente escassa é a atenção do ser humano” (Fisher, 2023, p.161). Esse contexto levou as empresas a confiarem os seus negócios às máquinas, visto que por meio do “feedback adaptativo” as decisões se tornam mais assertivas (Lanier, 2018). As inteligências artificiais (IA) antes de 2016 apresentavam fiscalização humana, entretanto, nesse ano um novo tipo de *machine learning* passou a existir, o “aprendizado profundo”, em que a própria IA assume a fiscalização, sem presença humana na maioria dos ajustes. “Ou seja: quando o Youtube afirma que não tem como dizer que o algoritmo faz o que faz, provavelmente a afirmação é literal” (Fisher, 2023, p. 163).

Frente a estes dados, torna-se evidente os inúmeros fatores que contribuem para o crescimento dos vícios comportamentais no contexto das redes sociais. As plataformas, no geral, nutrem “seus algoritmos com bilhões de inputs, todo dia, sem fiscalização, tiradas de grupos de dados que incluem toda a gama, toda a tenebrosa gama de comportamento humano” (Fisher, 2023, p. 175). Há um design comportamental projetado meticulosamente conforme a química cerebral para gerar dependência aos usuários, especialmente caracterizados por experiencias agradáveis e interfaces que geram pouca ou nenhuma necessidade de raciocínio crítico. Além do prazer viciante das doses de dopamina, as redes sociais também usam punições e reforços negativos. “Você está recebendo o equivalente a petiscos e choques elétricos quando usa as redes sociais” (Lanier, 2018, p.21). Há diversos estímulos para mudança de comportamento individualizada, quando há demonstração positiva de estima social a tendência é que os indivíduos repitam a ação, o hábito de postar mais é reforçado, por exemplo.

IDENTIDADE SOCIAL E COMPARAÇÃO

O desejo por identidade social é inerente ao ser humano, “nossa noção de *eu* deriva em grande parte do nosso pertencimento a grupos” (Fisher, 2023, p.47-48). Nesse sentido, é possível compreender mais um dos fatores que tornam as redes sociais extremamente atrativas, pois através do “botão curtir” os instintos de aprovação social são diretamente acionados. “Não é só que as curtidas fornecem a validação social em cuja obtenção investimos tanta energia: é que elas oferecem essa validação com um imediatismo e uma escala que até então era desconhecida na experiência humana” (Fisher, 2023, p. 44). Em cada ato realizado nas redes sociais é viabilizado quantificar a relevância do mesmo para a “comunidade virtual”, é como se houvesse um “sociômetro”.

> O conceito surgiu de uma pergunta proposta pelo psicólogo Mark Leary: Para que serve a autoestima? A angústia que sentimos com a baixa autoestima é

> totalmente gerada dentro de nós. Não teríamos desenvolvido um ponto fraco tão incomum e doloroso, segundo o raciocínio de Leary, se ele não nos desse um benefício que superasse o custo mental tão grande que tem. Sua teoria, hoje bastante aceita, é de que a autoestima seria, na verdade, uma "medida psicológica do grau com que as pessoas percebem que são valorizadas nas relações e são socialmente aceitas pelos outros". (...) O resultado foi a criação do sociômetro: a tendência de monitorar, de maneira inconsciente, como outras pessoas da nossa comunidade supostamente nos percebem. Processamos essa informação na forma de autoestima e de emoções afins, como orgulho, vergonha ou insegurança (Fisher, 2023, p. 43-44).

Sendo assim, é comum e compreensível que os usuários de redes sociais "postem" conteúdos conforme o *feedback* dos outros usuários. "Postamos fotos e comentários para mostrar aos outros que somos dignos de amor, que somos populares e, num aspecto mais existencial, que somos importantes (Price, 2018, p.39). Segundo Fisher (2023), o estímulo de validação social decorrente de curtidas é forte ao ponto de aparecer em tomografias, a mesma área que ativa a dopamina, o núcleo *accumbens*, demonstra atividade neuronal nesse caso. Diversos estudos de neuroimagem já destacam a ativação destas áreas dopaminérgicas e sua relação com o uso da tecnologia. Nessa lógica, assim como as recompensas relacionadas ao valor social influenciam diretamente o comportamento dos indivíduos, as "punições" também devem ser analisadas, pois pressão social e julgamentos nas redes sociais são estímulos centrais. "(...) quando temos medo de que as pessoas não nos considerem descolados, atraentes ou de status elevado, acabamos nos sentindo mal. Esse temor é profundo e chega a doer" (Lanier, 2018, p. 27-28)

Em uma pesquisa realizada por Kim et al. (2021), os resultados confirmaram teorias de estudos anteriores, em que indivíduos dependentes ou "viciados" em redes sociais apresentam menor autoestima, visto que as comparações sociais nesse contexto estimulam sentimentos de inveja e de mal-estar subjetivo. Dessa forma, indivíduos com maior tendência de se comparar com os outros são mais suscetíveis ao estresse causado pela comparação nas redes sociais. Os estudos "(...) confirmaram as relações gerais entre o vício em mídias sociais e todas as medidas relacionadas à comparação social, indicando que a tendência a se envolver em comparações sociais, a percepção de privação relativa de bens materiais, riqueza e

apoio social estão altamente associados ao vício em redes sociais" (Kim et al., 2021, p. 12, tradução própria).

Torna-se evidente, sendo assim, como a comparação social por meio das redes sociais pode influenciar diretamente a saúde mental dos usuários. De maneira geral, os desenvolvedores dos aplicativos de mídias sociais projetaram os seus produtos levando em consideração a necessidade inata que os sujeitos têm de conexão e reconhecimento social. "(...) alteramos nossas postagens e comentários diários para que a dopamina continue entrando geralmente sem perceber o que fazemos. Esse é o ciclo de retroalimentação da validação social, como dizia Sean Parker: buscar inconscientemente a aprovação de um sistema automatizado projetado para voltar nossas necessidades contra nós" (Fisher, 2023. p. 46-47).

Portanto, a internet, geralmente, induz a "comportamentos de manada", em que o discernimento individual fica prejudicado. "Não nos tornamos apenas mais tribais, nós perdemos nossa noção do eu. É um ambiente (...) propício para o estado psicológico de desindividuação" (Fisher, 2023, p. 243). Nessa lógica, a identidade de grupo é mais fortalecida nas redes sociais do que as identidades individuais. Esse fato, por sua vez, traz consequências negativas em diversas áreas da vida real. Conforme Kircaburun (2018), o uso problemático das redes sociais está associado com solidão, depressão, problemas de sono, pior satisfação com a vida e menor bem-estar psicológico no geral. "A diretriz principal de gerar engajamento se retroalimenta, e ninguém percebe que as emoções negativas são mais amplificadas do que as positivas" (Lanier, 2018, p.30).

SAÚDE MENTAL E FATORES DE PERSONALIDADE

De acordo com Price (2018), a sociedade contemporânea evita o máximo possível as sensações desconfortáveis, buscando prazeres imediatos e "entorpecentes". Assim como as drogas, os celulares passaram a ser uma alternativa para não lidar com as emoções negativas. "Se os smartphones são excelentes em alguma coisa, é garantir que nunca, mas nunca mesmo, tenhamos de ficar

completamente sós" (Price, 2018, p. 41). Além disso, existe uma falsa sensação de maior conectividade por meio das redes sociais, enquanto cada vez mais os usuários estão isolados na vida real. A autora ressalta principalmente as mudanças comportamentais dos adolescentes a partir de 2007, quando o primeiro iPhone foi lançado, em que fisicamente essa geração está mais segura, mas isso se deve ao fato de que a maioria está usando as redes sociais dentro dos seus quartos, provavelmente angustiados.

> A maioria das pessoas cria conta nas redes sociais com o objetivo de se sentirem conectadas – mas vários estudos sugerem que, quanto mais utilizamos as redes sociais, mais infelizes nos tornamos. Em 2017, o *American Journal of Epidemiology* acompanhou o mesmo grupo de pessoas ao longo do tempo, na tentativa de determinar se o uso das redes sociais realmente causava infelicidade, no lugar de apenas atrair pessoas que já eram infelizes. Concluiu-se que, de fato, parecia haver uma relação causal entre os dois fenômenos. Os autores descreveram os resultados da pesquisa na Harvard Business Review: "Verificamos de maneira consistente que curtir o conteúdo de outras pessoas e clicar em links prenunciava de modo significativo uma redução subsequente na saúde física, na saúde mental e na satisfação com a vida relatada pelas pessoas" (Price, 2018, p.45).

Outra pesquisa no mesmo sentido, resultou em pessoas mais satisfeitas com a vida apenas deletando o Facebook por quatro semanas. "A mudança emocional era equivalente a 25% a 40% do efeito de fazer terapia (...) quatro em cinco disseram, depois, que a desativação lhes tinha feito bem. Os desistentes da plataforma também passaram 15% de tempo a menos consumindo notícias" (Fisher, 2023, p. 292). Portanto, percebe-se como o hábito de consumo de informações por meio das redes sociais apresenta consequências diretas no bem-estar dos usuários. A característica "viciante" dos conteúdos somada à evitação que os indivíduos apresentam de lidar com emoções difíceis se torna uma combinação conveniente, mas "perigosa". De maneira geral, as pessoas se esforçam para fugir dos próprios pensamentos, de acordo com uma pesquisa publicada na revista *Science* em 2014, houve um experimento em que muitos participantes administraram choques elétricos em si mesmos para não precisarem ficar quinze minutos "sozinhos" com os seus pensamentos (Price, 2018).

Entretanto, muitos indivíduos mesmo sabendo dos malefícios do uso excessivo de redes sociais não conseguem voltar atrás e administrar o uso, eles agem contra os próprios interesses. Apesar de que diminuir o acesso gere mais felicidade e menos estresse, “seu comportamento, escreveram os economistas, era condizente com modelos de formação de hábitos – ou seja, de vícios – que levavam a opções de consumo insatisfatórias” (Fisher, 2023, p.42). As pessoas, em geral, utilizam as redes sociais de forma “automática”, sem reflexão crítica e não percebem os efeitos cumulativos que elas apresentam na saúde mental. Alguns conteúdos específicos geram reações de “luta ou fuga” em que pode demorar horas para que os usuários voltem ao “relaxamento mental” (Lanier, 2018).

Apesar de que as redes sociais causam prejuízos na saúde mental da população como um todo, as pessoas não são “influenciadas” da mesma forma, há fatores pessoais que interferem tanto na motivação do uso quanto na intensidade dele. “Indivíduos com diferentes traços de personalidade têm diferentes motivos de uso e essas diferenças de personalidade e motivações podem levar ao uso de diferentes tipos de vício ou diferentes motivações dentro de um vício específico” (Kircaburun; Griffiths, 2018, p. 159, tradução própria). Portanto, o vício em redes sociais apresenta-se como um processo consequente da interação entre características pessoais, fatores predisponentes, mediadores, entre outros. Um estudo investigou as relações entre dependência do Instagram, autoestima e os traços de personalidade conforme o “Big Five”.

> O modelo Big Five compreende cinco dimensões de personalidade, incluindo extroversão (ser falador e sociável), amabilidade (ser de coração mole e bem-educado), neuroticismo (ser temperamental e instável), conscienciosidade (ser bem-organizado e trabalhador) e abertura à experiência (ser original e curioso). (...) Indivíduos menos abertos a experiências, agradáveis, extrovertidos, conscienciosos e mais neuróticos relataram níveis mais altos de vício em Internet. (...) Estudos relataram que extrovertidos e neuróticos são mais viciados em mídias sociais; alunos neuróticos, introvertidos e conscienciosos são mais propensos a serem usuários problemáticos do Facebook; ser menos aberto à experiência, menos estável emocionalmente e menos consciencioso está associado ao vício do Facebook; alunos introvertidos, menos agradáveis e menos conscienciosos são mais viciados em Twitter (Kicaburun; Griffiths, 2018. p. 160).

Já na própria pesquisa realizada por Kircaburun e Griffiths (2018), as análises demonstraram que diferentes níveis de dependência no Instagram foram percebidos como consequência de diferentes personalidades e características individuais. Por meio do Instagram percebeu-se que os usuários conquistaram alguns objetivos, como: autopromoção, vigilância e documentação. Entretanto, a comunicação com outras pessoas não foi relevante. Além dos aspectos citados, há também outras motivações do uso específico dessa rede social, como: entretenimento, conveniência, apelo do meio, passagem do tempo e formação. Dependendo dos preditores, por sua vez, o comportamento viciante foi estimulado ou não, os preditores que favorecem ao vício relacionaram-se com as gratificações de entretenimento e os que não impulsionaram o vício indicaram “autoapresentação” e diversão (Kircaburun; Griffiths, 2018).

Em relação aos cinco fatores de personalidade do modelo Big Five diversas correlações foram encontradas, a amabilidade, por exemplo, mostrou-se relacionada direta e indiretamente ao vício no Instagram. Indivíduos com esse traço forte “(...) podem se tornar usuários patológicos das redes sociais, como o Twitter, por terem dificuldades em construir novos relacionamentos e buscar os já existentes” (Kircaburun, Griffiths, 2018, p.165, tradução própria). Ademais, menor amabilidade e conscienciosidade foram associados a autoestima comprometida, que por sua vez influencia diretamente o uso dependente do Instagram. Nessa lógica, o aspecto social das redes sociais exerce mais pressão em usuários com esses dois traços de personalidade mais acentuados, principalmente por meio de comentários negativos e rejeições (Kircaburun; Griffiths, 2018).

Quanto ao traço de extroversão, os estudos demonstraram que indivíduos extrovertidos e introvertidos apresentam diferentes motivações e objetivos ao utilizarem as redes sociais, enquanto os primeiros desejam consolidar os relacionamentos prévios, os segundos tentam compensar a ausência de relacionamentos. “Assim, com o fluxo constante de fotos e vídeos coloridos de todo o mundo, o Instagram é indiscutivelmente um meio seguro e alegre para eles escaparem das relações problemáticas da vida real” (Kircaburun; Griffiths, 2018,

p.165, tradução própria). Entretanto, independente desses detalhes, ambos podem desenvolver um comportamento dependente das plataformas. Outro detalhe relevante no que se refere a menor extroversão, relaciona-se com maiores níveis de solidão, resultando em aumento de compartilhamento de vídeos e fotos no Instagram. Por outro lado, “descobriu-se que uma maior extroversão estava relacionada a uma maior possibilidade de deixar comentários ou curtir as *selfies* dos outros” (Kircaburun; Griffiths, 2018, p.165, tradução própria).

Nesse estudo, não houve correlações significativos entre o vício no Instagram e o fator “neuroticismo”, apesar de que “como os neuróticos têm curiosidade sobre o que os outros pensam ou dizem sobre eles, eles podem perder a noção do tempo lendo comentários de outras pessoas sobre suas selfies e vídeos e/ou perseguindo os perfis de outras pessoas” (Kircaburun; Griffiths, 2018, p.165, tradução própria). Outro fator de personalidade que não resultou em indicativos relevantes foi “abertura à experiência”, até mesmo dados sobre a “autoestima” tiveram mais impacto no desenvolvimento do vício. Conforme a pesquisa de Kircaburun e Griffiths (2018), os indivíduos com menor autoestima apresentaram maiores níveis de depressão, e consequentemente de comportamentos dependentes das redes sociais. Já os sujeitos com maior autoestima demonstraram se sentirem mais confortáveis com a socialização no geral, apresentando menos evitação na comunicação interpessoal.

DEPENDÊNCIA E ASPECTOS COGNITIVOS

Conforme Cudo et al. (2022), os vícios nas redes sociais têm correlação direta com fatores neurobiológicos e psicológicos. Além disso, através dessas características cada indivíduo apresenta uma interpretação subjetiva diferente ao interagir com os aplicativos, influenciando a forma como reagem afetivamente e cognitivamente. Na pesquisa realizada pelos autores, percebeu-se que indivíduos “viciados” aparentam ter alterações na função neuronal relacionada ao sistema de recompensa, por exemplo. Sobretudo no quesito da impulsividade, “os processos neurobiológicos anormais podem ser observados nessa população, principalmente

no estriado, giro temporal médio e superior esquerdo, bem como menor volume de substância cinzenta na amígdala, ínsula e estriado ventral" (Cudo et al., 2022, p. 485, tradução própria). De maneira geral, o vício em rede social é considerado multifatorial.

> De acordo com o modelo cognitivo-comportamental, alguma forma de psicopatologia (por exemplo, depressão, ansiedade social, abuso de substância) é necessário para fazer o vício aparecer. Esses usuários da Internet descobrem os benefícios de usar a Internet por conta própria. Esses benefícios intensificam alguns comportamentos e levam à continuação da atividade online. O surgimento e manutenção do vício em redes sociais está associado principalmente à cognição mal adaptativa do indivíduo, tanto no pensar sobre si mesmo quanto no pensar sobre o mundo. Os viciados podem ser propensos à ruminação, resultando em um pensamento contínuo e na discussão de problemas associados ao uso da mídia social. O vício também envolve pensamento negativo, baixa autoestima e falta de autoconfiança. Os viciados podem ser propensos à supergeneralização de sua experiência individual, o que resulta em suposições gerais sobre o mundo (por exemplo, que eles são respeitados apenas nas mídias sociais; somente lá são bem tratados; ninguém os ama na vida real). Todas essas distorções cognitivas aparecem automaticamente e inconscientemente, imediatamente após a pessoa ser exposta ao estímulo associado à Internet, incluindo as mídias sociais (Cudo et al., 2022, p.475, tradução própria).

Percebe-se, sendo assim, como os vícios em redes sociais fortalecem comportamentos desadaptativos, proveniente dos padrões do ciclo vicioso. Os sintomas vão desde sentimentos de alienação e solidão até incapacidade de sentir prazer em atividades offline (Cudo et al, 2022). Além disso, a dependência é semelhante a outros tipos de vícios que são classificados no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, pois há "alterações de humor, preocupação total com as redes sociais, alta tolerância, sintomas de abstinência, conflitos, retraimento e retorno ao uso excessivo de redes sociais após um período de abstinência" (Cudo et al., 2022, p.473, tradução própria). De maneira geral, os indivíduos viciados em redes sociais, de acordo com os autores citados, apresentam dificuldade relacionadas ao controle inibitório, então quando há um estímulo decorrente das redes sociais, esses sujeitos não conseguem resistir às tentações.

> Os conceitos dados de vício em redes sociais indicam a importância dos fatores cognitivos, por um lado, e os mecanismos associados a um comportamento compulsivo, por outro lado. (...) O controle cognitivo é

> definido como um conjunto heteronômico de mecanismos subjacentes à capacidade da pessoa de estabelecer comportamentos (...) para manter os objetivos da ação diante de uma situação de distração e para suprimir reações habituais ou impulsivas. (...) Por outro lado, o autocontrole é a capacidade de controlar o próprio comportamento, independentemente de qualquer influência externa, automatismos intrínsecos ou aprendidos e impulsos fisiológicos. Está principalmente associado à capacidade de conter reações desnecessárias ou prejudiciais, adiar a gratificação, controlar emoções, tratar as pessoas com cuidado e ajustar-se a um contexto social. O autocontrole permite que a pessoa mude seus processos cognitivos e comportamentais, o que abre caminho para atingir os objetivos contrassinais externos e ações esquemáticas impostas" (Cudo et al., 2022, p.476-477, tradução própria).

Nesse sentido, as alterações cognitivas que os indivíduos viciados em redes sociais apresentam podem prejudicar diversas áreas na vida deles. Visto que, os déficits no controle cognitivo, na função do córtex pré-frontal, têm relação direta com tomadas de decisões e gerenciamento dos impulsos. As funções executivas dos indivíduos são comprometidas, então o comportamento se torna desadaptativo (Cudo et al., 2022). Ademais, essa "vulnerabilidade" decorrente das modificações de comportamento é extremamente oportuna para as empresas de redes sociais, pois se torna mais fácil guiar a atenção dos usuários para os conteúdos desejados. "(...) uma análise do New York Times calculou que, em 2014, os usuários do Facebook estavam gastando o equivalente a 39757 anos de atenção da rede social – todos os dias. É uma atenção que não damos a nossa família, aos nossos amigos e a nós mesmos" (Price, 2018, p. 44). Além disso, o excesso de estímulos das redes sociais é "mentalmente exaustivo", pois o foco da atenção é alternado com uma frequência alta, afetando a capacidade de raciocínio e de resolução de problemas (Price, 2018).

Os usuários de redes sociais, sendo assim, cada vez apresentam mais dificuldade de "concentração" e de desenvolver pensamentos profundos. "Infelizmente, quanto pior se torna nosso foco, mais valiosos nos tornamos. Assim como as redes sociais lucram capturando (e vendendo) sua atenção, os sites informativos ganham dinheiro em cima de sua distração" (Price, 2018, p.55). O excesso de informações gera uma carga cognitiva alta, a memória de trabalho fica sobrecarregada e consequentemente se torna mais difícil conectar as novidades com

conhecimentos prévios, os *insights* são prejudicados. Além da própria fadiga mental e da improdutividade relacionada, é necessário refletir sobre as habilidades que poderiam estar sendo desenvolvidas no tempo em que os indivíduos se distraem nas redes sociais.

> As plataformas estavam remodelando não só o comportamento na internet, mas impulsos sociais subjacentes, e não apenas do ponto de vista individual, mas em termos coletivos, potencialmente modificando a natureza do "engajamento cívico e do ativismo, da polarização política, da propaganda política e da desinformação". (...) nome de modelo MAD, em referência às três forças que estavam reprogramando as mentes: motivação – os instintos e hábitos dos quais as plataformas sociais se apoderam-, atenção – o foco do usuário manipulado para distorcer sua percepção de estímulos e convenções sociais – e design – plataformas que haviam sido construídas de maneiras que preparam e incentivam certos comportamentos (Fisher, 2023, p. 207-208).

O relacionamento dos usuários com os ambientes virtuais, portanto, interfere diretamente na forma que os indivíduos experimentam o mundo "real", principalmente considerando as consequências na sociedade como um todo, diversas distorções cognitivas são acentuadas decorrente do uso indiscriminado dos algoritmos das redes sociais. Ademais, o envolvimento viciante das redes sociais mantém os indivíduos constantemente "distraídos", experimentando apenas superficialmente os conteúdos. Conforme Price (2018), torna-se um desafio extenuante viver experiências de forma profunda e completa, atingir o "fluxo", conceito cunhado pelo psicólogo Mihaly Csikzentmihalyi. A sobrecarga cognitiva, de maneira geral, acarreta aumento de estresse, dificuldade de concentração, ansiedade disfuncional e diversos outros comportamentos desadaptativos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nota-se, por meio das informações elucidadas ao longo do artigo, a complexidade inerente à dependência das redes sociais. Os usuários aos poucos mudam os seus comportamentos como consequência dos inúmeros estímulos

virtuais. No primeiro momento as sensações ao utilizar as plataformas são prazerosas, pois os níveis de dopamina sobem e os problemas da “vida real” são deixados de segundo plano, mas no decorrer do tempo, o uso excessivo e incontrolado das mídias gera cada vez mais desconforto mental. A interação entre os algoritmos e os usuários pode ser compreendida, muitas vezes, como uma “relação abusiva”, visto que os indivíduos acabam tendo comportamentos que os prejudicam mesmo tendo “consciência” dos efeitos negativos na satisfação pessoal.

Acredita-se, sendo assim, que os vícios em redes sociais precisam ser tratados com a mesma seriedade que outros tipos de dependência que já são presentes nos manuais diagnósticos de Psicologia. Principalmente considerando-se que cada vez mais as adaptações dos algoritmos tornam os estímulos mais personalizados e tentadores. Além disso, como o sistema de recompensas dos “viciados” são alterados, ocorre consequentemente uma redução na sensação de contentamento com a vida fora da internet. No quesito dos relacionamentos interpessoais também há efeitos diretos, pois é incomparável o poder de “quantificar” o valor social dos usuários nas redes sociais e na realidade, ademais a comparação com os pares também se torna mais “naturalizada”. Nesse sentido, a autoestima dos usuários é constantemente influenciada no contexto das mídias sociais.

Por meio da pesquisa bibliográfica foi possível confirmar mudanças emocionais negativas decorrentes do uso inapropriado das redes sociais, os níveis de estresse e evitação de emoções demonstrou ser maior em usuários que apresentam hábitos de consumo de informação “compulsivos” nessas plataformas. Apesar de que diferentes fatores de personalidade mostraram ter relevância na interação entre os usuários e as redes sociais, a maioria dos indivíduos, independente dos traços, sofrem alguma consequência prejudicial para a saúde mental à longo prazo. É interessante conhecer as diferentes motivações que os usuários com determinadas características de personalidade possuem na interação com as redes sociais para futuras intervenções, mas em primeira instância os impactos cognitivos nos usuários em geral devem ser priorizados.

Nessa lógica, como a interação patológica com as redes sociais influencia o controle inibitório dos usuários, por exemplo, as tomadas de decisões em geral são comprometidas. Portanto, os efeitos ultrapassam o mundo virtual, há diversas consequências nas funções executivas dos indivíduos, como na atenção, na flexibilidade cognitiva, na memória operacional, na criatividade, entre outros. A sobrecarga de informações causa “exaustão mental” em muitos casos, atrapalhando a resolução de problemas e o manejo das emoções. Somando-se à essas vulnerabilidades humanas, as empresas envolvidas com as redes sociais se beneficiam com o consumo “insustentável” de informações nesse contexto, pois assim elas obtêm mais poder para gerar mais engajamento e direcionar a atenção para os conteúdos mais convenientes para elas. Dessa forma, os usuários se aprofundam cada vez mais em uma “realidade virtual” distorcida, que os mantêm interessados por meio de algoritmos e estímulos sutis que se ajustam frequentemente.

Por fim, após refletir sobre diversas questões relacionadas ao hábito de consumo de informações nas redes sociais, percebe-se a necessidade de aprofundar as pesquisas em cada temática específica, pois apesar de que as mídias sociais são “recentes” na história da sociedade, as gerações atuais já nascem inclusas nos ambientes virtuais, elas não terão referências de uma vida totalmente sem a influência dessas plataformas, como as gerações passadas. Portanto, acredita-se ser um dever da área da Psicologia trazer luz sobre a interação entre os indivíduos e as redes sociais, para que haja uma redução de danos e a autonomia dos usuários não seja extinta. Ao encarrar as redes sociais a partir de conhecimentos científicos da área da saúde, acredita-se ser possível realmente utilizar a tecnologia em prol da sociedade, aumentando as conexões ao invés de gerar isolamento e prejuízos à saúde mental.

REFERÊNCIAS

ALTER, Adam. **Irresistível**: por que você é viciado em tecnologia e como lidar com ela. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

CUDO, Andrzej; MISIURO, Agnieszka; KOPIS-POSIEJ, Natalia; JASKIEWICZ, Marta;

MISIURO, Tomasz. Funcionamento cognitivo e vício em sites de redes sociais – uma revisão. Psychiatria Polska.

Cudo A, Misiuro A, Kopiś-Posiej N, Jaśkiewicz M, Misiuro T. Cognitive functioning and social networking sites addiction - a review. **Psychiatr Pol.** 2022 Jun 30;56(3):471-491. English, Polish. doi: 10.12740/PP/133147. Epub 2022 Jun 30. PMID: 36342980.

FISHER, Max. **A máquina do caos**: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. Todavia, 2023.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia**: digitalização e a crise da democracia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

JOHNSON, Clay A. **A dieta da informação**. São Paulo: Novatec, 2012.

Kim H, Schlicht R, Schardt M, Florack A. The contributions of social comparison to social network site addiction. **PLoS One.** 2021 Out. 28;16(10):e0257795. doi: 10.1371/journal.pone.0257795. PMID: 34710108; PMCID: PMC8553147.

Kircaburun K, Griffiths MD. Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. **J Behav Addict**. 2018 Mar 1;7(1):158-170. doi: 10.1556/2006.7.2018.15. Epub 2018 Feb 20. PMID: 29461086; PMCID: PMC6035031.

LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Intrínseca, 2018.

PRICE, Catherine. **Celular**: como dar um tempo – o plano de 30 dias para acabar com a ansiedade e retomar a sua vida. Fontanar, 2018.

Esta obra está licenciada com Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.
[Recebido/Received: Abril 30, 2023; Aceito/Accepted: Agosto 29, 2023]