

O impacto do tempo gasto no Instagram sobre a saúde mental e emocional dos usuários¹

Sonia Niara Sales SANTANA²
Monique Nascimento BARAÚNA³
Vânia Braz de OLIVEIRA⁴

Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, SP

RESUMO

No planeta com 7.83 bilhões de pessoas, 4.2 bilhões são usuários ativos nas mídias sociais. E o crescimento desse acesso foi de 13,2% (equivalente a 490 milhões de pessoas) de janeiro de 2020 para janeiro de 2021. Nos países da América do Sul, a adesão às mídias sociais é de 72% da população (KEMPa, 2021). O tempo médio de uso diário de um telefone móvel é de 4 horas e 10 minutos, sendo que 44% deste tempo é gasto nas mídias sociais (KEMP, 2021a). O Brasil tem sido um dos territórios perfeitos para que o ninho destas plataformas seja multiplicado e alimentado, uma vez que o mesmo é o segundo país no ranking de tempo médio e diário gasto com mídias sociais - devido às 3 horas e 45 minutos por usuário - sendo a faixa etária que gasta mais tempo conectada às mídias sociais a de 16 a 34 anos (MANDER; KAVANAGH, 2019). Diante deste contexto, não só o celular, mas as próprias mídias sociais se transformaram em uma extensão do ser humano, ou seja, uma nova e significativa tecnologia a qual passamos a utilizá-la constantemente. Carr (2011) aprofunda-se nesse fenômeno afirmando que toda tecnologia se transforma em uma extensão de nós mesmos e, conseqüentemente, nós nos tornamos extensão de nossas tecnologias - quase que em um processo simbiótico. Sobre essas ferramentas tecnológicas, Carr (2011, p. 209, 212, tradução nossa) afirma que “quanto mais as usamos, mais nos moldamos às suas formas e funções”⁵, acrescentando que “quando nós usamos uma ferramenta para exercer maior controle sobre o mundo exterior, nós mudamos nosso relacionamento com esse mundo exterior”. Afirmando

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Estudante de Graduação recém-formada do Curso de Jornalismo da UNIVAP, email: sonia.niara@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Jornalismo da UNIVAP, email: monique@univap.br

⁴ Coorientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Jornalismo da UNIVAP, email: vaniajor@univap.br

⁵ “The more we use it, the more we mold ourselves to its form and function.”

ainda que toda ferramenta apresenta suas limitações bem como suas possibilidades. O que podemos compreender paralelamente como a ação das mídias sociais, pois enquanto oferecem seus benefícios, também oferecem inúmeros e, quase que imperceptíveis, malefícios. Todavia, essas consequências, especialmente mentais e emocionais, poderão ser verdadeiramente conclusivas a longo prazo - talvez 10 anos serão suficientes, uma vez que, para Vaz (2011) há uma década atrás, as tecnologias ainda chegariam ao patamar o qual já a experimentamos nos dias de hoje. Em contrapartida, Newport (2019, p.1785) afirma que “as últimas duas décadas se caracterizam pela rápida disseminação de ferramentas de comunicação digital” e que essa rápida e exponencial disseminação, o que podemos incluir também as mídias sociais, nos proporcionam montanhas de conteúdo e informações muito maiores do que estamos preparados para lidar. E são justamente essas mídias que influenciam, muito além do conteúdo que por elas é disseminado, nossa forma de pensar e de agir. “Como nossa janela para o mundo, e para nós mesmos, um meio popular molda o que vemos e como vemos - e eventualmente, se o usamos o suficiente, ele muda quem nós somos, como indivíduos e como sociedade”⁶ (MCLUHAN *apud* CARR, 2011, p.3, tradução nossa). O presente trabalho buscou compreender o impacto do Instagram sobre a saúde mental das pessoas de faixa etária entre 18 e 40 anos, uma vez que o Instagram, a sexta mídia social mais acessada no mundo, de 2020 a 2021 (KEMP, 2021a), dentre as mídias sociais Youtube, WhatsApp e Facebook, foi definido como a mídia mais negativa para a saúde mental do usuário, uma vez que induz níveis de ansiedade, depressão, problemas ligados ao sono e à imagem pessoal, FOMO (*Fear of Missing Out*)⁷ e *bullying* (CRAMER; INKSTER, 2017). Nesta busca, também foi questionada a quantidade de tempo que as pessoas da sociedade têm gasto on-line nas mídias sociais e como isso tem afetado a qualidade de vida humana. Quanto a metodologia, foi aplicado um questionário padronizado e disponibilizado via Google *Forms* e distribuído via Instagram, LinkedIn e WhatsApp, a fim de coletar informações quantitativas sobre o tema central da pesquisa - o perfil do público, comportamentos e hábitos digitais, bem como suas impressões particulares quanto ao assunto. No total, foram coletadas 235 respostas; erro amostral de 5%; o nível de confiança da pesquisa de

⁶ “As our window onto the world, and onto ourselves, a popular medium molds what we see and how we see it—and eventually, if we use it enough, it changes who we are, as individuals and as a society.”

⁷ A expressão FOMO surgiu para definir o sentimento de ansiedade e insegurança causados, especialmente pelo uso das mídias sociais, diante da possibilidade de estar perdendo algo, algum evento ou oportunidade. Podendo ser traduzida por “o medo de ficar de fora”.

95%, e a distribuição da população de 80/20. Os resultados encontrados do formulário, respondido pelo público estabelecido, consistiu em sua maioria em mulheres (80,8%) de 26 a 34 anos (39,6%) que possuam um ou mais perfis ativos no Instagram, seja ele profissional e/ou pessoal, e que gasta, pelo menos, de 1 a 2 horas (48%) on-line nesta rede. Em relação ao tempo de uso gasto em atividade on-line no Instagram, a maioria dos participantes indicaram passar de 1 a 2 horas (48%), independente de que forma ou período do dia acabam distribuindo esse gasto. Enquanto uma quantidade significativa (15,6%) indicou gastar de 4 a até 5 horas nesta rede. Já as pessoas que indicaram gastar menos de 1 hora (20,4%), podem indicar um equilíbrio maior em relação ao tempo gasto, todavia, isso não as impedem de também estarem sofrendo os impactos sobre sua saúde mental, causados pelo Instagram. Ao serem questionadas se já se sentiram afetadas mental ou emocionalmente pelo uso do Instagram, em sua maioria, 62,4% sinalizaram que sim. Esses dados foram de grande importância, tanto para confirmar os achados do referencial teórico sobre os impactos relatados quanto para que fosse possível entender o fenômeno do uso das mídias sociais; a percepção de tempo gasto pelos usuários e suas possíveis consequências sobre a saúde emocional e mental dos mesmos (a saber, a pesquisa bibliográfica e documental envolveu os seguintes títulos: *The shallows: what the internet is doing to our brains*, de Nicholas Carr, *Minimalismo Digital*, de Cal Newport; *Celular: como dar um tempo*, de Caroline Price; *Ative seu cérebro*, de Caroline Leaf; *O mundo que não pensa*, de Franklin Foer, e *Dá um tempo*, de Izabella Camargo, *Sociedade do cansaço* e *No enxame*, de Byung-Chul Han; *O cérebro humano*, de Richard Restak; *Neurociências: desenvolvimento do sistema nervoso*, de Mark F. Bear, Barry W. Connors e Michael A. Paradiso; *Os 8Ps do marketing digital*, de Conrado Adolpho Vaz; *Marketing 4.0*, de P. Kotler, Kartajaya e Setiawan *10 argumentos para deletar suas redes sociais*, Jaron Lanier; e *Essencialismo*, de Greg McKeown). Foi possível concluir que há um significativo impacto das mídias sociais, em especial o Instagram, sobre a saúde mental e emocional dos usuários. E este impacto pode ser relacionado também ao tempo de uso, uma vez que, quanto maior for a quantidade de horas on-line e conexão, maiores tendem a ser os impactos causados, como os diferentes níveis de ansiedade, a comparação excessiva, o sentimento e necessidade de produtividade e exposição on-line, a baixa autoestima física e intelectual, a necessidade e impulso de compra, bem como indícios ou agravamento de patologias e transtornos mentais, como a depressão. Além disso, pode-

se concluir que os impactos das mídias sociais ultrapassam o campo subjetivo da saúde emocional e mental, atingindo também a cognição do indivíduo, uma vez que, segundo a neurociência, até mesmo o funcionamento cerebral é impactado, devido ao alto estímulo de campos e áreas cerebrais e suas conexões sinápticas.

PALAVRAS-CHAVE: mídias sociais; tempo; saúde mental; instagram; neurociência.

REFERÊNCIAS

BEAR, Mark F; CONNORS, Barry W; PARADISO, Michael A. **Neurociências:** desvendando o sistema nervoso. 2. ed. Porto Alegre, RS: Artmed, 2002.

CAMARGO, Izabella. **Dá um tempo:** como encontrar limite em um mundo sem limites. 1 ed. Rio de Janeiro: Principium, 2020. *E-book*.

CARR, Nicholas G. **The shallows:** what the internet is doing to our brains. 1st ed. New York: W.W. Norton & Company, 2011. *E-book*.

CRAMER, Shirley.; INKSTER, Becky. **Status of Mind:** social media and young people's mental health. London: Royal Society for Public Health, 2017. Disponível em: <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf> Acesso em: out. 2020.

EKMAN, Paul. Emoções são um Trem Desgovernado. *In:* COLLIN, Catherine *et al.* **O Livro da psicologia.** 2.ed. São Paulo: Globo Livros, 2012. p.196-197, 2016.

FOER, Franklin. **O mundo que não pensa.** Rio de Janeiro: LeYa, 2018. *E-book*.

HAN, Byung-Chul. **No Enxame:** perspectivas do digital. Rio de Janeiro: Vozes, 2018. *E-book*.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço.** Rio de Janeiro: Vozes, 2019. *E-book*.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à internet e à televisão e posse por telefone móvel para uso pessoal 2019.** Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf . Acesso em: 26 ago. 2021.

KEMP, Simon. Digital 2021: global overview report. **Datareportal**, 27 Jan. 2021a. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>. Acesso em: 9 mar. 2021.

KEMP, Simon. Digital 2021: Brazil. **Datareportal**, 11 Feb. 2021b. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil> Acesso em: 9 mar. 2021

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LAGE, Nilson. **A reportagem:** teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001. Disponível em: <http://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/Teterep-1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2021.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas:** o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 4ª ed. São Paulo: Manole, 2009.

MANDER, Janon; KAVANAGH, Duncan. **GlobalWebIndex’s flagship report on the latest trends in social media.** [s.l.]: Global Web Index, 2019. Disponível em: <https://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/2019%20Q1%20Social%20Flagship%20Report.pdf> Acesso em: 15 out. 2020.

MCKEOWN, Greg. **Essencialismo.** Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

NEWPORT, Cal. **Minimalismo Digital:** para um a vida profunda em um mundo superficial. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. *E-book*.

PARNELL, Bailey. **Is Social Media Hurting Your Mental Health?** [New York]: TEDxRyersonU, 2017. 1 vídeo (14:44 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Czg_9C7gw0o&list=PLCdwnbRIVUxdndGq-qcy164e42ctodiAM&index=4. Acesso em: abr. 2021.

PRICE, Catherine. **Celular: Como dar um tempo.** 1ª ed. São Paulo: Fontanar, 2018. *E-book*.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8Ps do marketing digital:** o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec Editora, 2011.