

# COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

Miguel Rodrigues Netto  
(Organizador)

2

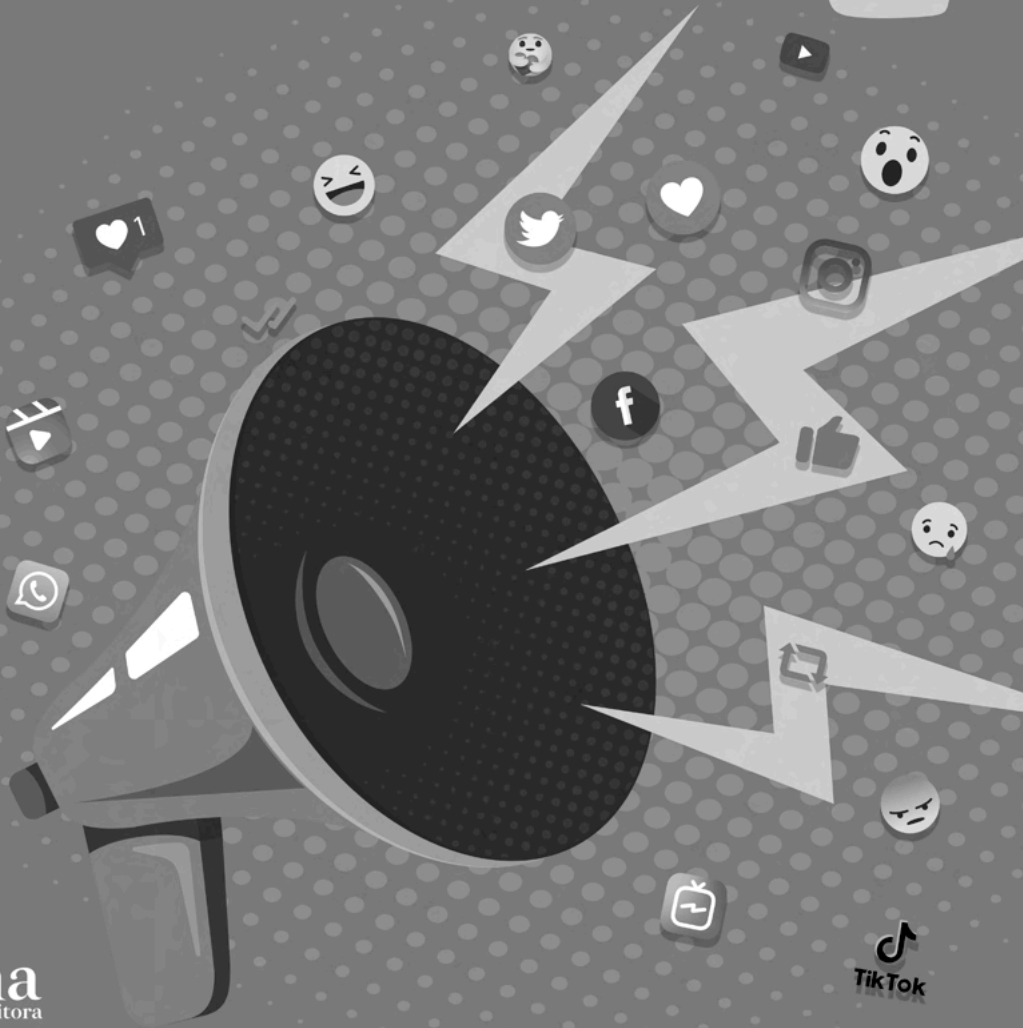


# COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

Miguel Rodrigues Netto  
(Organizador)

2



**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

## Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais 2

**Diagramação:** Daphynny Pamplona  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Indexação:** Gabriel Motomu Teshima  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Miguel Rodrigues Netto

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais 2 /  
Organizador Miguel Rodrigues Netto. – Ponta Grossa -  
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-540-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.409211410>

1. Comunicação. 2. Mídias. I. Rodrigues Netto, Miguel  
(Organizador). II. Título.

CDD 302.23

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de e-commerce, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

## APRESENTAÇÃO

O livro “Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais 2” é uma obra multidisciplinar que reúne estudos científicos de pesquisadores de diversas partes do país e do exterior sob o eixo problematizador da mídia e de suas relações na sociedade. Ao todo dezessete capítulos estão reunidos neste segundo volume que consolida norteamentos presentes na primeira obra e ainda avança sobre temáticas novas que apontam para interdisciplinaridades ainda não exploradas.

A obra começa com um bloco de capítulos que dialogam diretamente com o fazer jornalístico como no caso do estudo sobre o gênero opinativo em revistas da área de saúde e também na fotografia jornalística como ferramenta para alunos ou mesmo no estudo sobre dispositivos móveis e construção da notícia. Percebemos neste primeiro bloco que embora o eixo norteador seja a visão jornalística, existe forte articulação com outras áreas como educação, política e cultura.

No segundo bloco de capítulos as pesquisas se abrem para outros campos da comunicação mantendo o perfil multidisciplinar da obra como pode ser visto nos estudos “Apontamentos sobre biopoder, biopolítica e biopotência na comunicação comunitária no ciberespaço”; “Ciberdemocracia e *fake news*: reflexões sobre o período eleitoral de 2018” e “O agro em tempos de pandemia: economia e saúde na textualização do político pela mídia”. Tais estudos se dão no campo comunicacional, mas é inegável a habilidade dos pesquisadores em dialogar com outras ciências produzindo estudos complexos e multifacetados.

No último bloco de textos aparecem aquelas pesquisas que dialogam de forma mais transversal e autônoma com as mídias, problematizando a partir de seus conhecimentos aspectos que perpassam pela relação com os meios. É possível nestes textos identificar abordagens a partir da sociologia, política, psicologia e filosofia. Tais abordagens não estão estanques, mas sim em movimento e influenciando na conceituação de fenômenos comunicacionais.

O objetivo central deste livro em seu segundo volume é ampliar ainda mais o diálogo multidisciplinar, o que pode ser verificado pela formação dos pesquisadores que perpassam por diversos campos do saber acadêmico e emprestam seus olhares a esta obra coletiva, escrita a muitas mãos, corações e mentes. A atualidade das discussões aponta para o momento em que vivemos que produz a inquietação do porvir e aguça o senso investigativo em busca de respostas que por sua dinâmica espiral produzem mais perguntas.

A imersão cibernética ocorreu de forma abrupta para muitos produzindo uma overdose de informações. Muitos estão cansados de lives, reuniões e eventos virtuais e do trabalho home-office, mas no novo normal estes processos sociais vieram para ficar. As plataformas digitais e o universo midiático que entraram definitivamente na vida das pessoas com o advento da pandemia da Covid-19, parece já causar menos estranhamento e começa a ser



mais desvelado tanto pelos estudiosos quanto pelos usuários.

Desejamos que Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais 2 seja motivadora para seus objetivos em busca fontes para pesquisas futuras ou boa leitura e entretenimento. Afinal nestes tempos de pós-verdade e *fake news*, o que importa é a informação confiável e bem fundamentada.

Miguel Rodrigues Netto


## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

DISPOSITIVOS MÓVEIS E CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: UMA ANÁLISE DIANTE DA PARTICIPAÇÃO DO REPÓRTER LAERTE CERQUEIRA NA COBERTURA DO ATENTADO TERRORISTA DE BARCELONA

Miguel Rodrigues Netto

Daliana Martins Oliveira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114101>

### **CAPÍTULO 2..... 15**

CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO OPINATIVO NAS REVISTAS VEJA SAÚDE E VIVA SAÚDE

Brunna Ingrid Pinheiro de Sousa


Flaubert Cirilo Jerônimo de Paiva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114102>

### **CAPÍTULO 3..... 34**

EFEITOS DE SENTIDO SOBRE UMA PRÁTICA DISCRIMINADA: A CONSTRUÇÃO DE UMA MULHER MIGRANTE EM REPORTAGEM


Nádia Dolores Fernandes Biavati

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114103>

### **CAPÍTULO 4..... 46**

FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA COMO FERRAMENTA PARA ALUNOS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA


Ismael García-Herrero

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114104>

### **CAPÍTULO 5..... 52**

O PAPEL DA MÍDIA IMPRESSA NO PROCESSO DE CONFIGURAÇÃO DO ATOR DA ENUNCIÇÃO, PARTICIPANTE DAS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 NA CIDADE DE SÃO PAULO

Tânia Regina Exposito Ferreira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114105>

### **CAPÍTULO 6..... 64**


REPRESENTAÇÕES POLÍTICAS NO SUPLEMENTO INFANTIL GURILÂNDIA: DIREITOS HUMANOS, CIVIS, POLÍTICOS E SOCIAIS NO JORNAL ESTADO DE MINAS DOS ANOS DE 1956 A 1964

Aline Choucair Vaz

Eliana Eduardo Gomes da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114106>

<b>CAPÍTULO 7.....</b>	<b>74</b>
APONTAMENTOS SOBRE BIOPODER, BIOPOLÍTICA E BIOPOTÊNCIA NA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NO CIBERESPAÇO	
Patricia Franck Pichler Maria Ivete Trevisan Fossá	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114107">https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114107</a>	
<b>CAPÍTULO 8.....</b>	<b>86</b>
CIBERDEMOCRACIA E FAKE NEWS: REFLEXÕES SOBRE O PERÍODO ELEITORAL DE 2018	
Lohaynne Silva Gregório Perini	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114108">https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114108</a>	
<b>CAPÍTULO 9.....</b>	<b>100</b>
O AGRO EM TEMPOS DE PANDEMIA: ECONOMIA E SAÚDE NA TEXTUALIZAÇÃO DO POLÍTICO PELA MÍDIA	
Débora Pereira Lucas Costa Milton Mauad de Carvalho Camera Filho Cristinne Leus Tomé	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114109">https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114109</a>	
<b>CAPÍTULO 10.....</b>	<b>111</b>
VISUALIDADE ALGORÍTMICA E CARTOGRAFIA CIDADÃ DA PANDEMIA - COVID-19	
Kenzo Soares Seto	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141010">https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141010</a>	
<b>CAPÍTULO 11.....</b>	<b>123</b>
MÍDIAS SOCIAIS E PROPAGANDA POLITICA ENTRE MANIPULAÇÃO E CENSURA	
Edgar Esquivel Solís	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141011">https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141011</a>	
<b>CAPÍTULO 12.....</b>	<b>138</b>
COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA: A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE	
Mafalda Eiró-Gomes Ana Luísa Raposo	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141012">https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141012</a>	
<b>CAPÍTULO 13.....</b>	<b>151</b>
COMUNICACIÓN: MEDIOS, TEMPORALIDAD Y PROCESOS SOCIALES 2	
Elizabeth Carabalí Donneys	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141013">https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141013</a>	
<b>CAPÍTULO 14.....</b>	<b>156</b>
REDES SOCIAIS E COMUNIDADES DE PRÁTICAS	
Luiz Carlos Affonso	


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141014>

**CAPÍTULO 15..... 178**

TRANSTORNO MENTAL E ESTEREÓTIPOS: A PROPAGAÇÃO PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Nadya Maria Macedo Pereira

Eliane Ribeiro Magalhães Fortes de Melo


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141015>

**CAPÍTULO 16..... 190**

*IDOLS* EM DRAMAS TELEVISIVOS CHINESES: CONTEXTO HISTÓRICO, POP E SUBVERSÃO POLÍTICA EM *THE UNTAMED*

Tatiana Machado Boulhosa

Guilherme William Udo Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141016>

**CAPÍTULO 17..... 202**

AS RELAÇÕES HUMANAS EM TEMPOS DE UMA NOVA ERA VIRTUAL

Victor Antunes de Souza Serrão

Jadson Justi

Edriline Barbosa Lima Justi

Jamson Justi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141017>

**SOBRE O ORGANIZADOR..... 220**

**ÍNDICE REMISSIVO..... 221**

## AS RELAÇÕES HUMANAS EM TEMPOS DE UMA NOVA ERA VIRTUAL

*Data de aceite: 01/10/2021*

### **Victor Antunes de Souza Serrão**

Universidade Federal do Amazonas  
<http://orcid.org/0000-0003-2793-9176>

### **Jadson Justi**

Universidade Federal do Amazonas  
<http://orcid.org/0000-0003-4280-8502>

### **Edrilene Barbosa Lima Justi**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
<https://orcid.org/0000-0003-0281-2603>

### **Jamson Justi**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
<https://orcid.org/0000-0002-7121-4079>

**RESUMO:** A Internet surgiu como um mecanismo futurístico capaz de transformar a forma como as pessoas se comunicam. E, com as pessoas cada vez mais conectadas às redes sociais, esse novo hábito acaba afetando as suas relações comportamentais. Essa nova era regrada pelo mundo virtual é algo próprio da evolução humana e é fruto da própria ciência. Dessa forma, este estudo questiona como o uso das redes sociais pode influenciar positivamente ou não o comportamento das pessoas nas relações humanas. Diante disso, o objetivo deste estudo é descrever os possíveis efeitos das redes sociais nas relações humanas. Esclarece-se, ainda, que esta pesquisa se apresenta metodologicamente como um ensaio teórico, desenvolvido por meio de reflexão fundamentada na realidade virtual contemporânea. Conclui-se que as condutas de

cada pessoa são influenciadas pelos algoritmos e pela comparação com a vida alheia, sendo assim, uma tendência comportamental de uma nova era virtual, podendo ter consequências positivas e negativas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes sociais. Relações humanas. Comportamento humano.

### STUDY ABOUT CONTEMPORARY VIRTUAL HUMAN RELATIONS

**ABSTRACT:** The Internet has emerged as a futuristic mechanism capable of transforming the way people communicate. People are increasingly connected to social networks and this new habit affects their behavioral relationships. This new virtual age is a characteristic of human evolution and is the result of science. Thus, this study questions how the use of social networks can positively or negatively influence the behavior of individuals in human relationships. Given this, the objective of this study is to describe the possible effects of social networks on human relationships. It is clarified that this research presents itself as an essay, developed through reflection based on contemporary virtual reality. It is concluded that the behavior of each person is influenced by the algorithms and by the comparison with the life of others, being, therefore, a behavioral tendency of a new virtual era, which can have different consequences.

**KEYWORDS:** Social networks. Human relations. Human behavior.

## 1 | INTRODUÇÃO

Ao longo da evolução da humanidade, o ser humano busca construir sua trajetória de vida por meios de relações comportamentais com os diversos grupos sociais. Essas são relações que se desenvolvem durante toda a vida, no âmbito familiar, no ambiente escolar, na comunidade em que se vive e no trabalho. A própria natureza humana liga os seres humanos a outras pessoas e à estrutura da sociedade em rede (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005). Eventualmente, novas construções virtuais estão surgindo, bem como a tendência do individualismo humano. A modificação do comportamento, em especial a implementada por aparelhos como smartphones na modernidade, é um efeito estatístico, o que significa que é real (LANIER, 2018). Essa modernidade alcançou um novo patamar com o surgimento das redes sociais, impulsionada pelo fenômeno da Internet.

A popularização da Internet propiciou uma nova forma de adaptação comunicacional entre as pessoas, tornando-se possível comunicar-se independente do país de residência. De acordo com os dados da Organização das Nações Unidas, até o final de 2018, 51,2% da população mundial estava usando Internet ao redor do mundo, o que equivale a 4 bilhões de pessoas. No Brasil, recente resultado do avanço de pesquisas relacionadas com tecnologias da informação e comunicação, divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2018), mostrou, pela primeira vez, que dois terços da população brasileira (69,8%) já possuem conexão à Internet (cerca de 126,3 milhões de usuários). De acordo com a pesquisa, 95,5% acessavam a Internet para trocar mensagens de texto, voz ou imagens por meio de aplicativos.

Atualmente, a Internet não é tratada apenas como um espaço virtual a qual pessoas jovens navegam, mas, sim, uma plataforma que reúne conjunturas sociais, econômicas e culturais, de diferentes estilos e personalidades das mais variadas pessoas, propiciando-as a oportunidade de interagir, buscar e até mesmo desenvolver vínculos amorosos (CANEZIN; ALMEIDA, 2015). As novas tecnologias têm servido para integrar as relações humanas, auxiliando a pessoa a expandir seus relacionamentos conforme sua inserção na realidade virtual, sobretudo pela criação e expansão das redes sociais. Dessa forma, a Internet mudou radicalmente a humanidade a ponto de transformar a maneira com que as pessoas se relacionam, se informam e se comunicam.

Com o advento das redes sociais, as pessoas aprenderam a se relacionar por meio de uma realidade que também está sendo construída constantemente. Essa nova era regrada pelo mundo virtual é algo próprio da evolução humana e é fruto da própria ciência. Logo, nosso

[...] mundo está em processo de transformação estrutural desde há duas décadas. É um processo multidimensional, mas está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação, que começaram a tomar forma nos anos 60 e que se difundiram de forma desigual por todo o mundo [...]. A história da Internet fornece-nos amplas

evidências de que os utilizadores, particularmente os primeiros milhares, foram, em grande medida, os produtores dessa tecnologia. (CASTELLS, 2005, p. 17).

As redes sociais transmitem interesses comuns entre seus usuários, interesses que movimentam o sistema e dão uma direção à sociedade (SAYMON, 2018). Elas funcionam por meio de algoritmos que correlacionam dados de pessoas, individualmente e entre elas. Essas correlações são teorias sobre a natureza de cada um, e envolvem a correlação de feeds, padrões comportamentais e de consumo dos internautas (LANIER, 2018). Entretanto, é enganoso olhar para a popularidade das redes sociais apenas como vantagens práticas e de melhoria econômica que muitos brasileiros tiveram ao longo de tempo de uso (SPYER, 2018).

Nesse cenário, ao acessarem às redes sociais, as pessoas lidam, corriqueiramente, com a rotina umas das outras. Encontram diversas formas de interação, tais como: viagens, trabalho, faculdade, relacionamentos afetivos, política, religião e, também, diversas celebrações com parentes, amigos e conhecidos. Agregado a esse “espaço virtual”, podem-se encontrar frases motivacionais e filosóficas que fortalecem a crença de que quem está por detrás daquele determinado perfil é uma pessoa completamente culta, reflexiva, preocupada com os diversos problemas do mundo e feliz em sua maneira de viver e pensar o mundo. Esse comportamento, no entanto, deriva de uma problemática relacionada a uma possível consequência das redes sociais nas relações humanas, pois, diferentemente da crença de que as redes sociais aproximam as pessoas, a conexão virtual em massa pode, nem sempre, aproximar de fato seus usuários.

[...] é o caso do internauta que está afim de algo sério com a namorada. Mas há um problema. Ela é de uma família mais humilde e não tem nenhuma ambição para melhorar de vida: não estuda e nem trabalha. Passa o dia nas redes sociais, em aplicativos de mensagens ou na casa de alguma amiga. Ele sente que não estão mais na mesma fase e não tem os mesmos planos. Pede ajuda para decidir se deve tentar algo ou desistir. (LINS, 2016).

Esse é só mais um dos diversos casos, sobre uma relação afetiva, que permeiam os fóruns virtuais de discussões diárias sobre pessoas que valorizam as relações humanas virtuais em detrimento às relações físicas. As pessoas, muitas vezes, se preocupam tanto em apresentar suas melhores qualidades nas redes virtuais que negligenciam até mesmo a realidade. Em vista disso, as relações pessoais acabam por serem construídas em torno da realidade virtual em vez de se viver a realidade da aproximação física (CARVALHO, 2014).

Para se compreender melhor essa nova forma de relacionamento virtual vivenciada pela Internet, é necessário compreender possíveis efeitos comportamentais das redes sociais nas relações humanas (MOROMIZATO *et al.*, 2017). Uma das influências para tais efeitos foi o surgimento das mídias de massa, principalmente o cinema e a televisão que se tornaram os principais idealizadores das narrativas que transformam as relações humanas no ideal de felicidade; e das mídias de consumo que “vendem” a ideia materialista de um padrão ideal

estético e feliz para se viver. “[...] E esse conceito vai estar atrelado ao consumo, a um padrão de família, beleza, de gênero, de normas, de leis e do que você precisa ter e ser para ser bem-sucedido. E a gente sabe que esse padrão não existe [...]” (FERNANDES, 2018).

Não é à toa que as mídias de massa e de consumo passaram a ser ferramentas importantes na propagação de ideais e comportamentos de uma sociedade em ascensão.

Essas ferramentas influenciam um novo padrão comportamental nas relações humanas. Pessoas passaram a buscar incessantemente a “história perfeita” e olham para os outros como parte de seus destinos por acreditarem que podem viver conforme a imagem idealizada correta de vida, criada nas redes sociais. Essa imagem idealizada vai desde a maneira adequada de se relacionar, julgar o próximo, politizar-se, julgar o semelhante até viver em harmonia, dentre outros aspectos. Outrossim,

[...] a vida idealizada é diferente da vida pessoal. Menos nas redes sociais. Lá, a maioria das pessoas exibe aquele pedaço perfeito das suas próprias vidas. Os casamentos não têm brigas, os filhos são obedientes, ninguém está apertado de dinheiro, os negócios não passam por crises e ninguém tem dias de profunda tristeza, angústia ou decepção. (COSTA, 2018).

O resultado é que todas essas expectativas podem alimentar uma falsa sensação de boa convivência virtual. A psicóloga Sherry Turkle, em *Alone Together* (2011), apresentou uma pesquisa com 450 pessoas, entre crianças e adultos. Os resultados mostraram que pessoas que utilizavam as redes sociais por muito tempo ficavam naturalmente mais distante da sua vida real, apresentando, como consequência, sintomas de ansiedade, fadiga mental e uma desconexão emocional com o mundo “real”.

Mas, não é apenas do ponto de vista da idealização que as novas plataformas de comunicação estão a condicionar seus usuários. À medida que a Internet passou a fazer parte do dia a dia das pessoas, os “perigos” relacionados às conversas online se tornaram alvos de análise e debates de inúmeras situações vivenciadas cotidianamente, como os casos de infidelidade que passaram a ser públicos. Percebe-se que é muito comum, por exemplo, as pessoas romperem relacionamentos afetivos em virtude de comportamentos sintomáticos de obsessão, a qual se julga-se o(a) namorado(a) que reagiu “amei” à foto de uma outra pessoa, ou mesmo o fato de o(a) parceiro(a) interagir por mensagens com os demais usuários. Muitas vezes, até se “romantizam” tais comportamentos, atrelando-os à falta de ética e caráter dos respectivos parceiros diante das suas ações midiáticas.

Outra influência notada no comportamento humano a ser discutida é que o uso inadequado ou excessivo das redes sociais leva uma boa parte dos usuários à solidão indesejada, em decorrência do individualismo (FONSÊCA *et al.*, 2018). Não que estar sozinho signifique ser um problema, pois, muitas vezes, esses momentos auxiliam no crescimento pessoal. Mas a solidão indesejada tem consequências negativas para o bem-estar e a saúde, podendo ocasionar mudanças no sistema nervoso, imunológico ou até mesmo aumentar o risco de morte (MIRET; PÉREZ, 2019).



Dessa forma, este estudo problematiza a seguinte questão: Como o uso das redes sociais pode influenciar positivamente ou não o comportamento nas relações humanas? Esclarece-se, ainda, que esta pesquisa se apresenta como um ensaio teórico, desenvolvido por meio de reflexão fundamentada na realidade virtual contemporânea, bem como referencial teórico competente à temática discutida. Justifica-se a realização deste estudo na necessidade de iniciar uma discussão mais aprofundada a fim de angariar reflexões múltiplas capazes de nortear a realidade que, muitas vezes, é mascarada pelo mundo virtual. Portanto, essa temática torna-se relevante na lógica que deve ser mais evidenciada pela comunidade acadêmica vinculada às ciências sociais, haja vista que reflete uma nova tendência sobre as relações humanas, pois as redes sociais acompanhadas pelo fenômeno da Internet criam novos hábitos comportamentais nos usuários e proporcionam o surgimento de novas síndromes tecnológicas (MOREIRA, 2017).

Para tanto, a hipótese apresentada mediante a presente problemática é que possa existir consequências positivas e negativas em curto e longo prazo para o uso demorado ou não de redes sociais. Tal hipótese é fundamentada na lógica que a Internet ainda é território relativamente novo e os usuários ainda não adquiriram resiliência para lidarem com a gama de possibilidades tecnológicas aferentes e eferentes de impacto constante quando conectados.

Diante disso, o objetivo deste estudo é descrever os possíveis efeitos das redes sociais nas relações humanas, sobretudo as relações afetivas, familiares e de amizades. Leva-se em consideração, também, como as mídias de consumo contribuem para a construção de um comportamento estético exagerado que influencia os usuários de meios comunicacionais midiáticos.

## 1.1 Internet: tendências e as novas síndromes tecnológicas

O ser humano expressa cada vez mais a vontade de interagir com as demais pessoas e estar informado. Para isso, recorre ao uso massivo da Internet. Dentre os suportes virtuais de comunicação mais acessados da Internet, as redes sociais e as plataformas de streaming sobrepõem-se como as maiores agregadoras, gerando tráfego de bilhões de bytes diariamente. Dentre as principais tendências da década, têm-se a inteligência artificial e *chatbots*, realidade aumentada e virtual, plataformas de vídeos que continuam a ser largamente utilizadas, *user-generated* conteúdo (conteúdos gerados pelos próprios usuários em vez de marcas) (LIRA, 2020).

Como efeito, a vontade demasiada de acessar sites e aplicativos a todo o momento, além de postar fotos para se ganhar comentários e curtidas, tem sido uma das tendências da Internet no aparecimento das chamadas síndromes tecnológicas, que são, na verdade, novos potenciais para adoecimento mental em decorrência dos aparatos tecnológicos (MOREIRA, 2017). Dentre as referidas doenças, destacam-se:

- a. *Nomophobia* – é uma condição psicológica a qual a pessoa tem uma sensação

de ansiedade em virtude de estar desconectada da rede (MOREIRA, 2017);

- b. Síndrome da vibração fantasma – é a sensação de sentir o celular vibrando, e, ao verificá-lo, perceber que, na verdade, não havia nenhuma notificação que ocasionasse tal vibração (SOUZA, 2019);
- c. Náusea digital (*cybersickness*) – causada pela realidade virtual e de interações em ambientes virtuais. Trata-se de um problema que se manifesta por náusea, dor de cabeça, desorientação e palidez, entre outros sintomas (MASO; ADONI, 2019);
- d. Efeito Google: por conta da facilidade em encontrar todo o tipo de informação na Internet, o cérebro passa a reter uma quantidade menor de informações, passando a agir como se não mais necessitasse memorizar certas informações, já que as consegue com facilidade na rede (MOREIRA, 2017).

Compreender as tendências da Internet e as novas doenças tecnológicas são fundamentais para se refletir sobre o comportamento humano em suas dimensões físicas e virtuais, sobretudo com a expansão das redes sociais, cujos efeitos comportamentais nas pessoas apresentam sintomatologias similares às das doenças tecnológicas causadas pela Internet, como as da dependência do smartphone, ansiedade, alterações de personalidade, problemas psíquicos, dentre outros.

## **1.2 O efeito comportamental das redes sociais nas relações humanas**

Redes sociais são estruturas compostas de pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns, destacando-se por possibilitarem relacionamentos horizontais e não verticais entre os usuários, não necessariamente interligando-os por estruturas virtuais (MOREIRA, 2017). Assim, percebe-se que o papel das redes sociais é o de facilitar as conexões sociais entre pessoas, grupos ou organizações que compartilham dos mesmos valores ou interesses, integrados entre si. No entanto, esse conceito foi ampliado com a Internet e a criação das mídias sociais.

Mas, afinal, qual efeito comportamental as redes sociais poderiam ter nas relações humanas? Unir, aproximar ou individualizar as pessoas? Não existe consenso entre escritores, estudiosos ou público em geral sobre essa questão. Cada qual tem sua opinião de acordo com suas vivências. Apesar disso, percebe-se que as redes sociais se tornaram as próprias relações sociais quando o que está no cerne é a interação humana. Somado a isso, a dependência do celular, do computador e da Internet é gradual e, apesar de serem vícios socialmente aceitos, são igualmente nocivos, pois alteram o comportamento das pessoas (MOREIRA, 2017).

Essa realidade é tão viva que, atualmente, existem jovens que se comunicam bem por elas, mas, ao ficarem de frente fisicamente com as pessoas que conversam demasiadamente online, se veem amedrontados, tímidos e acanhados (CURY, 2018). Assim, as pessoas tornam-se extremamente sensíveis a questões como status sociais, julgamento

e competição, sendo capazes até mesmo de modificarem suas ações comportamentais em virtude de pressão social (LANIER, 2018).

Em pesquisas da psicologia, como o experimento de aprisionamento de Stanford, o poder da opinião alheia provou ser tão forte a ponto de modificar radicalmente o comportamento dos participantes do estudo. Pessoas comuns, aparentemente de boa índole e sem passagem pela polícia, foram influenciadas a deixar o comportamento pacífico para torturar pessoas, pelo simples fato de sofrerem pressão social e influência do ambiente (LANIER, 2018). Com isso, modelam-se perfis precipitados de pessoas na mentalidade, de acordo com o que elas mostram, e não pelo que são. O medo de mostrar um lado “miserável”, sensível e sem máscaras é consequência de uma sociedade cercada por padrões seguidos à risca por milhares de pessoas (CARVALHO, 2014). E isso acende a discussão sobre o real efeito comportamental das redes sociais nas relações humanas.

Do ponto de vista comportamental, as relações humanas com familiares, amigos e colegas mudaram nos últimos tempos (SERRÃO; JUSTI, 2019). Segundo um estudo com mais de 16 mil pessoas realizado pela Kaspersky Lab, de outubro e novembro de 2016, empresa russa produtora de *softwares* para a Internet, uma das consequências é que as redes sociais podem gerar tensões nas relações humanas, afastando os usuários, visto que muitas pessoas se sentem deprimidas porque passam o tempo todo se comparando e buscando se destacar mais que os outros. Têm-se ainda, na referida pesquisa, que a busca por “curtidas” e pela aprovação social faz os internautas compartilharem muitas informações pessoais, podendo colocar em risco a imagem de familiares, amigos e de si mesmo (BOCK, 2017).

Essa nova realidade trouxe o mais novo problema emocional conhecido como *Fear of Missing Out*, comumente conhecido pelo acrônimo FOMO. Em outros termos, é a reação que revela aos usuários o medo de ficar de fora das redes sociais sem repetir os padrões e consumir curtidas, comentários e fotos de amigos (CURY, 2018). Esse novo problema desencadeia comportamentos individualistas, já que estimula efeitos comparativos de realidades entre usuários.

Essas mesmas considerações foram expostas por uma pesquisa semelhante do Departamento de Psicologia da Universidade de Houston. No referido estudo, tentou-se descobrir a correlação entre sintomas depressivos e redes sociais. Os resultados mostraram que os deprimidos tendem a se comparar com seus amigos no que diz respeito a carreiras, relacionamento, família, e, caso se sintam péssimos, a busca desses ideais acaba por se tornar uma obsessão (STEERS; WICKHAM; ACITELLI, 2014). Um outro estudo realizado por acadêmicos da Universidade de Humboldt e Darmstadt, revelou que visitas demasiadas a uma rede social largamente acessada na atualidade deixa uma a cada três pessoas insatisfeitas com a própria vida, despertando sentimentos de inveja e solidão (KRASNOVA *et al.*, 2013). Entretanto, é consenso entre os pesquisadores que isso não denota que as redes sociais causem necessariamente um estado depressivo, mas que sentimentos depressivos,

e muito tempo utilizando-as, tendem a andar juntos.

É importante salientar a incansável tentativa do mundo virtual em realizar a interação entre seus usuários. Conforme Holanda (2020), o custo que as redes sociais oferecem para usuários se comunicarem é relativamente baixo. Empresas aumentam sua visibilidade no mercado de trabalho pelo cruzamento de dados ao trocarem informações sobre diversos nichos de atuação, aumentando o potencial de publicidade pela abrangência do público-alvo.

Em busca de se compreender o real efeito das redes sociais nas relações humanas, a pesquisa de 2016 da Kaspersky Lab reforça a ideia de que as redes sociais possuem efeitos de unir, afastar ou individualizar as pessoas. Estas, como consequência, acabam desenvolvendo sentimentos ruins nos usuários como insatisfação com a própria vida e preocupação demasiada em querer se destacar aos olhos de outrem. Os dados conclusivos científicos sobre comportamento humano das redes sociais estão assim distribuídos:

- a. 42% dos participantes do estudo responderam sentir inveja dos amigos que mais fazem sucesso em suas postagens, e, por consequência, acham que suas vidas são ruins;
- b. 59% dos internautas já se sentiram desprezados ao ver foto de amigos em uma festa da qual não foram convidados;
- c. 45% descreveram que as fotos de férias felizes dos amigos tiveram uma influência negativa sobre eles;
- d. 37% responderam que, ao analisar fotos e publicações antigas e felizes, tiveram a sensação de que o passado foi melhor que o presente;
- e. 78% dos participantes da pesquisa já pensaram em abandonar as redes sociais, mas não tiveram coragem de perder suas recordações digitais;
- f. 65% mencionaram usar as redes sociais apenas para manter algum tipo de contato com amigos ou colegas;
- g. 60% relataram que utilizam redes sociais apenas para ver postagens divertidas e curiosidades (BOCK, 2017).

Além dessas características comportamentais, demais pesquisas atestaram que existem tendências para as formas que a infelicidade assume, de modo a ser possível supor o que está havendo com o comportamento de cada usuário das redes sociais). Usuários podem passar menos tempo com a família em proporção à “fofura” com que apresentam sua vida familiar nas redes sociais. O risco é algo que pode estar presente com o uso das redes sociais, agravando experiências traumáticas ou mesmo perdendo a autoestima mesmo quando se expressa (CAMPBELL, 2017).

Para tanto, existem também efeitos positivos ocasionados pelas redes sociais. Há inúmeros casos de comoção social com pessoas desempregadas, acidentadas e desalojadas que organizam arrecadações de donativos. Também é perceptível que as redes

sociais favorecem o processo de aprendizado das pessoas, as mantêm informadas sobre os diversos acontecimentos sociais e facilitam as relações de consumo e vendas entre usuários (CARVALHO, 2014). Portanto, os efeitos comportamentais das redes sociais nas relações humanas podem ser positivos ou negativos, tendo o papel de unir, afastar ou individualizar as pessoas, dependendo de cada caso e da forma como as redes sociais são utilizadas pelos usuários.

### 1.3 Efeito idealizador do comportamento humano nas redes sociais

Há uma máxima popular que diz que “a felicidade só é verdadeira quando é compartilhada”. Será que tal afirmação é verdadeira, sendo capaz de estimular a empatia das pessoas ou o medidor de felicidade só existe pelos olhos alheios? De fato, a sabedoria popular evidencia que, quando alguém percebe a felicidade do outro, ela sempre parece maior do que aparenta. Porém, indaga-se se as pessoas estão buscando a felicidade apenas para serem “felizes” aos olhos dos outros. Algumas vezes fica nítido que a felicidade das pessoas não é verdadeira, até o momento que ela é compartilhada por meio de redes sociais.

Isso não quer dizer que todas as interações nas redes sociais sejam negativas. Para tanto, quando

[...] interagimos com outras pessoas, também podemos experimentar camaradagem, solidariedade, respeito admiração, gratidão, esperança, empatia, proximidade, atração e um mundo de outros sentimentos positivos. Por outro lado, podemos sentir medo, hostilidade, ansiedade, ressentimento, repulsa, inveja e um desejo de ridicularizar. (LANIER, 2018, p. 20).

Segundo Mocellim (2007), o usuário pode reformular seu perfil constantemente, trocando a definição de quem é e das atividades com as quais se identifica de acordo com o que está sentindo no momento diante das novas experiências. A possibilidade de redefinição instantânea de características pessoais a todo o tempo pode levar os usuários a tentarem mascarar realidades e fomentar a competitividade na felicidade e perfeição de si mesmos, logo, isso caracteriza a idealização.

Essa idealização é um processo psíquico em virtude do qual as qualidades e o valor do objeto são associados à perfeição (PSICOLOGIA ONLINE, 2019). De alguma forma, entende-se que a idealização evidencia que o objeto serve para substituir um ideal próprio e não alcançado do eu (FREUD, 1980). Dessa forma, o que se percebe é que muitas pessoas (principalmente as mais jovens) buscam demonstrar, nas redes sociais, apenas suas melhores qualidades, como se vivessem uma fábula de príncipes e princesas, a qual a princesa, em seu castelo sem aparentes obrigações, espera que o príncipe encantado apareça e a leve para viver a perfeição do “felizes para sempre”. Entretanto, na realidade, as pessoas procuram no próximo apenas alguém que resolva suas carências mais íntimas, e, para atingir isso, acabam recorrendo à idealização comportamental de si (PSICOLOGIA ONLINE, 2019).

De certo modo, compreende-se que, na virtualidade, um pode ser o que quiser para o outro. Em redes sociais, ser amigo de alguém significa ter sido aceito na página dessa pessoa, podendo interagir instantaneamente com ela, ou trocarem mensagens via chat, o que pode representar, para alguns, relação superficial.

De acordo com Cury (2018), a comunicação nas redes sociais é comparada a um espetáculo ao qual as fotos de viagens e rotinas diárias, diversões e namoro, são os principais atos. E tudo isso é mostrado como “perfeito”. Porém, todo espetáculo tem seus bastidores e é nesse lugar que se encontram as brigas, as discussões, os desafios, as tristezas, as dificuldades, e todos esses problemas ficam “atrás das cortinas”, algo pouco ou nada exposto publicamente. Assim, a imagem de pessoas e relacionamentos perfeitos nas redes sociais pode desenvolver efeitos comportamentais negativos àqueles que se sentem inferiores à felicidade alheia.

Talvez porque a divulgação da imagem pessoal seja um ato de publicidade ao qual as “curtidas” definem o preço e a qualidade do divulgador. A curtida se tornou muito mais do que uma simples reação positiva em relação a um post ou uma atualização, mas também evoluiu para se tornar um comentário sobre a pessoa que a realiza. E, por terem esses efeitos, pode-se aferir que as curtidas se tornaram uma maneira de se dar um “feedback psicológico” sobre a atitude das pessoas nas redes sociais, sejam nas relações afetivas, familiares ou com os amigos (ROSEN, 2012).

Um desses efeitos negativos de sentimentalismo ruim está nos relacionamentos afetivos (SERRÃO; JUSTI, 2019). Existem pessoas que se irritam com o(a) parceiro(a) pelo simples fato de este ter reagido “amei” a fotos de outras pessoas, ou o fato de se achar “prova de confiança” o ato de se permitir ao parceiro a leitura do conteúdo das mensagens que trocam com os demais usuários. Não se pretende aqui julgar que tais comportamentos são certos ou errados. Contudo, a problemática torna-se danosa quando há indícios de manipulação comportamental. Como é o caso de um assassinato que se tornou de conhecimento público no Estado do Amazonas, Brasil, em decorrência de uma crise de ciúmes.

Depoimentos de amigas da Miss Manicoré mostraram que Rafael era controlador e verificava tudo o que Kimberly postava nas redes sociais. A exposição da miss nas mídias incomodava o suspeito, que pressionava a jovem de 22 anos para que se mudasse para o apartamento onde ele morava – mesmo local onde ela foi encontrada morta – assim ele poderia controlar a jovem de perto. (BLOG DA AMAZÔNIA, 2020).

Assim como esse caso, existem vários outros de casais que quase ou mesmo chegaram a um final trágico do relacionamento em virtude de manipulação comportamental em decorrência do compartilhamento de informações pessoais nas redes sociais, ou de interações com os demais usuários, que são quase sempre de conhecimento público.

Situações comprometedoras nas redes sociais já foram responsáveis por prejudicar o relacionamento com cônjuges ou parceiros de quase um quinto dos participantes de uma

pesquisa sobre comportamento humano nas redes sociais segundo Bock (2017). De acordo com essa mesma pesquisa, queixas relacionadas a esse tipo de problema já são ouvidas em muitos consultórios especializados, tornando-se uma nova “síndrome tecnológica” que necessita de acompanhamento profissional.

Em um estudo realizado por pesquisadores da Universidade de Guelph, Canadá, com 308 estudante universitários, queria saber sobre os ciúmes que sentiam quando estavam em uma rede social. As mulheres passavam muito mais tempo na rede social que os homens e sentiam mais ciúmes ao fazê-lo. Os pesquisadores concluíram que o ambiente da rede social criava esses sentimentos e aumentava preocupações sobre a qualidade de seu relacionamento (MUISE; CHRISTOFIDES; DESMARAIS, 2009).

No que tange aos relacionamentos familiares e entre amigos, um em cada três usuários diminuiu a comunicação ao vivo com pessoas queridas por causa das redes sociais (BOCK, 2017). Segundo Mattos (2017), na pesquisa de 2016 da Kaspersky Lab,

[...] 21% dos pais admitem que a relação com seus filhos piorou depois de os virem em situação comprometedora nas redes sociais. Por outro lado, mais de um quinto dos pais admite que o relacionamento com os filhos foi afetado pela situação inversa: depois que as crianças os viram em situações constrangedoras online. Para outros 14% dos pais, não há perturbação relacionada às atitudes dos filhos na internet. Até parece existir um consenso entre a maioria dos usuários de que as redes sociais não devem substituir os canais de comunicação pessoais e reais, diz o chefe da equipe de pesquisa e análise global da empresa, Dmitry Bestuzhev. Apesar disso, ele afirma que os resultados mostram que as redes sociais podem ser uma ‘espada de dois gumes’. “Estão mudando a forma como nos comunicamos uns com os outros, e o que vemos em mídias sociais tem repercussão em nossas relações no mundo físico”, diz.

Contudo, isso é consequência da influência do comportamento humano idealizado que cada vez mais fica à mercê da aprovação dos outros, pois, como se sabe, a opinião alheia afeta diretamente no humor e emoções expressas das pessoas. Mesmo que de repente as relações entre familiares possam ter sido unificadas pelas redes sociais, o percentual ainda é bastante pequeno, se comparado ao efeito inverso que ocasiona nas relações familiares.

Sobre esse assunto (relações humanas), acadêmicos da Universidade de Cornell e da Universidade da Califórnia argumentam que emoções expressas por amigos, via redes sociais, influenciam o próprio humor, constituindo a primeira evidência experimental de contágio emocional em escala maciça (KRAMER; GUILLORY; HANCOCK, 2014). Exposição a representações tão altamente idealizadas das vidas dos outros pode provocar sentimentos de inveja e uma crença distorcida de que as pessoas têm vidas mais felizes e bem-sucedidas, aumentando o sentimento de isolamento (WALTON, 2017).

Com base nos ideários anteriores, percebe-se que a idealização do comportamento humano nas redes sociais desenvolve, nos usuários, atitudes capazes de afetar as relações familiares, afetivas e demais amizades. Essas atitudes implicam problemas relacionados

à insegurança da pessoa, depressão, distúrbios e outras psicopatologias. Os usuários preocupam-se tanto em idealizar uma imagem que não possuem que acabam prejudicando, muitas vezes, a si mesmo e as demais pessoas, em virtude de padrões e estilos disseminados na Internet que acabam por influenciar comportamentos restritos e tendenciosos dos internautas.

#### **1.4 Efeitos das mídias de consumo e o padrão estético exagerado nas relações humanas**

De certa forma, existe uma semelhança entre as mídias de consumo (empresas de cosméticos, viagens, perfumaria, vestuário) e as mídias de massa (televisão, cinema e plataformas midiáticas). No entanto, o mundo virtual apresenta características futurísticas em relação à televisão e ao cinema que aos poucos estão utilizando plataformas virtuais para se atualizarem nesse novo mundo promissor. E uma dessas características é a utilização das mídias de consumo nos canais digitais para criar e influenciar padrões de estética e consumo, tais quais,

Veiculação de tratamentos estéticos milagrosos e um ideal de beleza muito exagerado disseminados pelas redes sociais são preocupações destacadas pela dermatologista Lorena Marçal [...].

[...] muitas vezes, usando imagens sensacionalistas e distorcidas, gerando um falso ideal de beleza e de “facilidade” de procedimentos sem riscos, propagados por pessoas que não são médicos nem especialistas e não têm conhecimento e autorização para divulgar esses serviços.

“É preciso ter muito cuidado. Hoje em dia buscam um padrão que nem sempre é indicado e recomendado, como lábios exageradamente grandes, mandíbulas marcadas, região molar muito projetada, nariz fino e sobrancelhas bastante arqueadas [...]” (ASSOCIAÇÃO BAHIANA DE MEDICINA, 2019).

Sobre esse assunto (mídias de consumo nos canais digitais), a internauta Edna Fernandes, em entrevista, afirmou que costuma comparar sua beleza às demais mulheres, nas redes sociais. Segundo ela, “Se eu, por exemplo, vejo a foto de uma amiga que está muito bonita, é como se fosse um baque na autoestima. É como se eu pensasse: ‘Ela consegue tirar uma foto bonita e eu não’ [...]” (PRATA, 2017).

Percebe-se, por meio da fala da internauta, que as redes sociais “ditam” certos padrões de beleza e avaliam que as curtidas influenciam o que deve ser considerado belo ou feio e o que deve ser visto como legal ou chato. Dessa maneira, as mídias de consumo são as principais responsáveis por determinar os padrões de beleza e de perfeição.

O mundo atual vende para as pessoas o prazer que é a essência da felicidade. Como por exemplo, fotos em frente ao espelho da academia, ou com o namorado em uma praia exuberante com uma legenda instigante, ou em restaurantes são imagens que podem simbolizar uma ilusão de felicidade (LOPES, 2013).

Dessa maneira, as pessoas buscam satisfazer todo o tempo um vazio. E o próprio sistema capitalista contribui para isso por meio da influência psicológica das mídias de



consumo. É certo que isso não é apenas uma especulação psicológica arbitrária, mas esse é também o modo de funcionamento de redes sociais por meio da monetização, processo que mostra a publicidade e organiza o feed dos usuários com base no que “curtem”.

Percebe-se que são “vendidas” ideias de viagens a lugares perfeitos, padrões de belezas a serem alcançados se os usuários fizeram adesão à determinada “fórmula mágica”, ou mesmo se comportarem-se de tal maneira poderão atingir um estado pleno de etiqueta, conduta e inteligência. Essas influências, portanto, conduzem pessoas a idealizarem comportamentos em suas relações humanas com intuito de alcançarem o padrão de vida ideal (CARVALHO, 2014).

Tais características apresentam consequências, na maioria das vezes, negativas, como mostram resultados de pesquisas das Universidades de Humboldt e Darmstadt. De acordo com os referidos estudos, postagens de fotografias de férias foram a maior causa de inveja provocada por imagens em redes sociais. A interação social foi a segunda maior causa de ressentimentos com os usuários, pois, ao compararem a quantidade de curtidas e comentários que tiveram em fotos ou posts, sentiram-se ressentidos em relação a quem tinha mais curtidas e visibilidade (KRASNOVA *et al.*, 2013).

No entanto, a inveja não é necessariamente uma emoção destrutiva, muitas vezes ela pode fazer inclusive as pessoas se esforçarem mais na busca de seus objetivos, segundo pesquisadores das universidades de Michigan e Wisconsin-Milwaukee. Esses mesmos pesquisadores solicitaram a 380 alunos para olharem para “fotos provocadoras de inveja” e textos de redes sociais, incluindo posts sobre comprar bens caros, viajar e se casar. Mas, o tipo de inveja que os pesquisadores encontraram foi a “inveja do bem”, que é a que faz as pessoas se esforçarem mais (WU; SRITE, 2015).

É fato notório que as redes sociais, além de poderem motivar as pessoas a buscarem uma qualidade de vida melhor, por meio da competição, influenciam no comportamento de compra e consumo dos usuários. Esse é fator positivo tendo em vista que existem consumidores das mídias de consumo que utilizam comunidades virtuais assiduamente e possuem amplo conhecimento dos produtos e envolvem-se em discussões sobre eles, além de apoiarem-se mutuamente na resolução de problemas e gerações de ideias, contribuindo, assim, para uma relação mais estreita entre consumidores e empresas (NEVES, 2016). Essa mudança de comportamento e percepção fez os internautas a pesquisarem melhor antes de comprar e a influenciar inclusive as compras de outras pessoas.

De fato, percebe-se que as mídias de massa podem influenciar positiva ou negativamente nas relações virtuais, uma vez que, quando utilizadas por pessoas que idealizam a perfeição de si mesmas, acabam por buscar o estilo de vida estético e a viagem dos sonhos em uma realidade paralela ao cotidiano. Como consequências, sentimentos de inveja e inferioridade surgem em relação aos amigos, familiares e demais usuários.

Por outro lado, as redes sociais tornaram-se fóruns de divulgação e discussão de produtos de consumo e isso auxilia as pessoas a encontrarem o próprio padrão de beleza

e de vida, por meio do compartilhamento de experiências e da própria competitividade com outras pessoas, pois acabam almejando o melhor para si, na concepção de cada uma sobre felicidade e bem-estar.

## 2 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Internet veio para transformar a forma como as pessoas se comunicam. E, com as pessoas cada vez mais conectadas, esses novos hábitos acabam afetando diretamente as relações comportamentais de usuários. Um desses hábitos é o uso massivo de redes sociais.

As redes sociais funcionam como um sistema da Internet que pode promover qualidade de vida, mas também, eventualmente, desencadear problemas relacionados às sintomatologias das síndromes tecnológicas modernas. Um dos problemas das redes sociais, destacado ao longo deste trabalho, é que as pessoas só compartilham o que estão dispostas a mostrarem para os demais usuários, seja uma foto, frase ou uma opinião. Essa atitude pode significar uma concepção idealizada de si mesmo, uma vez que a pessoa só enfatiza suas melhores qualidades.

Logo, a pessoa pode apresentar insegurança, baixa autoestima e a ansiedade que tendem a afetar as relações familiares, afetivas e amizades, quando é feito o uso demasiado ou inadequado das redes sociais. Esta pesquisa não tem intenção de mostrar uma relação de causa e efeito entre redes sociais e vida real. Porém, esse tipo de tecnologia reduz a sociabilidade e o tempo investido em atividades cotidianas das pessoas.

Dessa forma, reafirma-se a discussão se as redes sociais unem, afastam ou individualizam as pessoas, podendo ser positivas em curto ou longo prazo, à medida que possibilita relações humanas de integração e compartilhamento de informações e experiências de consumo, da vida pessoal e convivência de forma harmoniosa. Tem-se também a possibilidade de consequências negativas, se utilizadas de forma idealizada, pois acabam por desenvolver comportamentos compulsivo-obsessivos e inúmeras psicopatologias que podem ocorrer temporalmente de forma rápida ou não, dependendo das variáveis.

Para tanto, menciona-se que mesmo a Internet tendo surgido nos Estados Unidos da América por volta da década de 1960, seus usuários ainda estão em processo de adaptação ao redor do mundo, haja vista as grandiosas novidades surgindo a cada dia. Este estudo coloca em pauta que a humanidade tende a se adaptar positivamente a novas realidades desde os primórdios dos tempos. Os processos de ajustes são necessários para melhorias cotidianas e, logicamente, cabe para a realidade contemporânea, pois o mundo vive se adaptando a inúmeras situações sociais, econômicas, em saúde e tecnológicas, o que inclui os sistemas globais como a Internet com seu enorme poder de comunicabilidade. Sobretudo, as possíveis consequências negativas mencionadas ao longo deste estudo por uso inadequado de redes sociais pode ser apenas um momento de adequação e, como o passar do tempo, se solucionará.

Com base no exposto, tornou-se possível atingir o objetivo desta pesquisa ao se entender que as redes sociais trouxeram várias modificações ao comportamento humano e que as condutas de cada pessoa são influenciadas pelos algoritmos e pela comparação com a vida alheia, sendo assim uma tendência comportamental de uma nova era virtual. Hipoteticamente, supôs-se que existiam fatores positivos e negativos da nova era virtual nos relacionamentos humanos e essa hipótese foi amadurecendo ao longo dos argumentos apresentados no trabalho, sendo, portanto, válida. Essa foi uma das grandes dificuldades na realização deste trabalho, promover uma reflexão científica sobre as relações humanas nas redes sociais, sobretudo, pela falta de estudos quantitativos sobre o tema no Brasil, que poderiam reforçar numericamente por meio de testes estatísticos específicos as características e descrições gerais desenvolvidas em estudos qualitativos referentes ao objeto deste estudo.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BAHIANA DE MEDICINA. A pressão por perfeição causada pelas redes sociais pode afetar a qualidade de vida das pessoas. *Revista da Associação Bahiana de Medicina*, Salvador, 17 set. 2019. Não paginado. Disponível em: <https://revistaabm.com.br/blog/a-pressao-por-perfeicao-causada-pelas-redes-sociais-pode-afetar-a-qualidade-de-vida-das-pessoas>. Acesso em: 12 ago. 2021.

BLOG DA AMAZÔNIA. PRESO – *Rafael confessa a polícia que matou miss enquanto ela dormia após pegar mensagens no celular*. Blog da Amazônia, Manaus. Não paginado. Disponível em: <https://jornalrondonia.com.br/brasil/preso-rafael-confessa-a-policia-que-matou-miss-enquanto-ela-dormia-apos-pegar-mensagens-de-traicao-no-celular/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

BOCK, R. *Have we created unsocial media? How social media affects our lives and mood*. Kaspersky Lab, Moscow, 5 jan. 2017. Não paginado. Disponível em: <https://www.kaspersky.com/blog/digital-depression/13781/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CAMPBELL, D. Stress and social media fuel mental health crisis among girls. *The Guardian*, New York, 27 nov. 2017. Não paginado. Disponível em: <https://www.theguardian.com/society/2017/sep/23/stress-anxiety-fuel-mental-health-crisis-girls-young-women>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CANEZIN, P. F. M.; ALMEIDA, T. D. O ciúme e as redes sociais: uma revisão sistemática. *Pensando Famílias*, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 142-155, 2015. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/penf/v19n1/v19n1a12.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CARVALHO, C. *Redes sociais: uma realidade mascarada*. [S.l.]: Comunidade Católica Shalom, 2014. Não paginado. Disponível em: <https://www.comshalom.org/redes-sociais-uma-realidade-mascarada/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (org.). *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 2005. p. 17-30. Disponível em: [https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a\\_sociedade\\_em\\_rede\\_-\\_do\\_conhecimento\\_a\\_acao\\_politica.pdf](https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf). Acesso em: 12 ago. 2021.

COSTA, G. C. Por que perseguimos a vida perfeitamente idealizada? *Gaúcha ZH*, Porto Alegre, 3 abr. 2018. Não paginado. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/opiniao/noticia/2018/04/por-que-persequimos-a-vida-perfeitamente-idealizada-questiona-escritor-cjfiqusog04jb01ph0ya1038m.html>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CURY, A. *Redes sociais nos afastam dos outros e nos tornam mais solitários*. [S.l.]: Personare, 2018. Não paginado. Disponível em: <https://www.personare.com.br/redes-sociais-nos-afastam-dos-outros-e-nos-tornam-mais-solitarios-2-m8163>. Acesso em: 12 ago. 2021.

FERNANDES, N. “O ‘american way of life’ está atrelado a um padrão de beleza e gênero”. *Revista Galileu*, Rio de Janeiro, 24 jan. 2018. Não paginado. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2018/01/hollywood-paulo-cunha.html>. Acesso em: 12 ago. 2021.

FONSÊCA, P. M. *et al.* Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, Rio de Janeiro, v. 70, n. 3. p. 198-212, 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arb/v70n3/14.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

FREUD, S. Psicologia de grupo e a análise do ego (1921). In: FREUD, S. *Além do princípio do prazer, psicologia de grupo e outros trabalhos (1920-1922)*. Rio de Janeiro: Imago, 1980. v. 18. p. 77-154. Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud.

HOLANDA, I. *A influência das redes sociais na comunicação humana*. [S.l.]: Blog Fortes Tecnologia, 2020. Disponível em: <https://blog.fortestecnologia.com.br/a-influencia-das-redes-sociais/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *PNAD Contínua TIC 2017: Internet chega a três em cada quatro domicílios do país*. Belford Roxo: Agência IBGE Notícias, 2018. Não paginado. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>. Acesso em: 12 ago. 2021.

KRAMER, A. D. I.; GUILLORY, J. E.; HANCOCK, J. T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Washington, DC, v. 111, n. 24, p. 8.788-8.788, 2014. Disponível em: <https://www.pnas.org/content/pnas/111/24/8788.full.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

KRASNOVA, H. *et al.* Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON WIRTSCHAFTSINFORMATIK, 11, 2013, Leipzig. *Proceedings* [...]. Berlin: Institute of Information Systems, 2013. p. 1-16. Disponível em: <https://boris.unibe.ch/47080/1/WI%202013%20Final%20Submission%20Krasnova.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

LANIER, J. *Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais*. Tradução: Bruno Casotti. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LINS, R. N. *As ciladas do amor idealizado*. São Paulo: BlogOsferaUol, 2016. Não paginado. Disponível em: <https://reginanavarro.blogosfera.uol.com.br/2016/04/23/as-ciladas-da-idealizacao-do-amor/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

LIRA, L. *Tendências para a internet e as redes sociais em 2020*. [S.l.]: Mundo Bit, 2020. Disponível em: <https://blogs.ne10.uol.com.br/mundobit/2020/01/09/tendencias-para-a-internet-e-as-redes-sociais-em-2020/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

LOPES, B. C. O. *A busca da felicidade e o bem-estar no mundo pós-moderno*. Belo Horizonte: Escola Koinonia, 2019. Não paginado. Disponível em: <https://escolakoinonia.eadplataforma.com/forum/1/a-busca-da-felicidade-e-o-bem-estar-no-mundo-pos-moderno/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MASO, J. S.; ADONI, T. O lado B da tecnologia: com o avanço da tecnologia, é cada vez mais comum a ocorrência de um efeito colateral ainda pouco estudado: o *cybersickness*. *Viver*, São Paulo, n. 12, p. 9-13, 2019. Disponível em: <https://www.hospitalsiriolibanes.org.br/institucional/publicacoes/Publicacoes/revista-viver-edicao-12.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MATTOS, L. Redes sociais prejudicam relações com amigos e família. *O Tempo*, Goiânia, 5 fev. 2017. Não paginado. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/interessa/redes-sociais-prejudicam-relacoes-com-amigos-e-familia-1.1431809>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MIRET, M.; PEREZ, E. L. ¿Estamos más solos a pesar de estar más conectados? *The Conversation*, Boston, MA, 12 jun. 2019.. Não paginado. Disponível em: <https://theconversation.com/estamos-mas-solos-a-pegar-de-estar-mas-conectados-114400>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MOCELLIM, A. Internet e identidade: um estudo sobre o website Orkut. *Em Tese*, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 100-121, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/download/13477/12360>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MOREIRA, R. *Redes sociais e seu impacto no comportamento humano*. [S.l.]: Profissionais TI, 2017. Disponível em: <https://www.profissionaisiti.com.br/2017/06/redes-sociais-e-seu-impacto-no-comportamento-humano/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MOROMIZATO, M. S. *et al.* O uso de internet e redes sociais e a relação com indícios de ansiedade e depressão em estudantes de medicina. *Revista Brasileira de Educação Médica*, Rio de Janeiro, v. 41, n. 4, p. 497-504, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbem/v41n4/0100-5502-rbem-41-04-0497.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MUISE, A.; CHRISTOFIDES, E.; DESMARAIS, S. More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *Cyberpsychology & Behavior: The Impact of the Internet, Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society*, Larchmont, v. 12, n. 4, p. 441-444, 2009.

NEVES, A. *Relação com o consumidor: impactos das redes sociais no comportamento de consumo*. [S.l.]: Canaltech, 2016. Não paginado. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/redes-sociais-os-novos-comportamentos-de-compra-e-consumo-70329/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

PRATA, P. Pressão por perfeição no mundo digital prejudica a saúde mental das meninas. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 2 set. 2017. Não paginado. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/bem-estar,pressao-da-perfeicao-no-mundo-digital-pode-prejudicar-o-bem-estar-das-meninas,70001961932>. Acesso em: 12 ago. 2021.

PSICOLOGIA ONLINE. Idealização: significado e como evitá-la. *Psicologia Online*, Barcelona, 6 ago. 2019. Não paginado. Disponível em: <https://br.psicologia-online.com/idealizacao-significado-e-como-evita-la-174.html>. Acesso em: 12 ago. 2021.

ROSEN, L. D. *The power of "like"*. San Diego, CA: Psychology Today, 2012. Não paginado. Disponível em: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/rewired-the-psychology-technology/201207/the-power>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SAYMON, L. *A influência das redes sociais na comunicação humana*. Recife: CESAR, 2018. Não paginado. Disponível em: <https://www.cesar.org.br/index.php/2018/08/27/a-influencia-das-redes-sociais-na-comunicacao-humana/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SERRÃO, V. A. S.; JUSTI, J. Amor saudável e patológico: desdobramentos neurobiológicos. *Revista Interdisciplinar de Estudos em Saúde*, Caçador, v. 9, n. 2(18), p. 98-115, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uniarp.edu.br/index.php/ries/article/download/1550/1059>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SOUZA, M. *Por que a gente sempre acha que o celular vibrou, quando não era nada?* São Paulo: UOL, 2019. Não paginado. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/08/13/por-que-a-gente-sempre-acha-que-o-celular-esta-vibrando.htm>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SPYER, J. *Mídias sociais no Brasil emergente: como a internet afeta a mobilidade social*. Tradução: Julia Martins Barbosa. Londres: UCL Press, 2018. Disponível em: <https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10052478/1/Mídias-Sociais-no-Brasil-Emergente.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

STEERS, M.-L. N.; WICKHAM, R. E.; ACITELLI, L. K. Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, Tallahassee, v. 33, n. 8, p. 701-731, 2014.

TOMAÉL, I. M.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

TURKLE, S. *Alone together: Why we expect more from technology?* New York: Basic Books, 2011.

WALTON, A. G. Social media may make you feel socially isolated: Study. *Forbes*, New York, 6 mar. 2017. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/alicegwalton/2017/03/06/social-media-and-social-isolation-go-hand-in-hand-but-which-comes-first/#6ea540241785>. Acesso em: 12 ago. 2021.

WU, J.; SRITE, M. (2015). Benign envy, social media, and culture. In: DIGIT WORKSHOP, 20., 2015, Fort Worth. *Proceedings* [...]. Atlanta: Association for Information System, 2015. Disponível em: <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=digit2015>. Acesso em: 12 ago. 2021.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**MIGUEL RODRIGUES NETTO** - Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT (2005) e Licenciado em Letras Português/Inglês pela Universidade Cesumar – UNICESUMAR (2016). Especialista em Gestão da Comunicação Pública e Responsabilidade Social pelo Instituto Várzea-Grandense de Educação – IVE (2007) e Especialista em Gestão da Comunicação Empresarial pelas Faculdades Integradas de Jacarepaguá – FIJ/RJ (2012). Mestre em Política Social, Estado e Direitos Sociais pelo Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso (2011). Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Estudos Pós-Graduados da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP (2019). Pós-Doutorando em Direitos Humanos pelo Centro de Estudos Brasileiros da Universidade de Salamanca – CEB/USAL – Espanha. Professor Adjunto II da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT tendo atuado nos Câmpus Universitários de Alto Araguaia, Sinop e atualmente Tangará da Serra, além do Núcleo Pedagógico de Vila Rica. Ministra disciplinas em diferentes áreas do conhecimento tais como Ciência Política, Cibercultura, Comunicação, Cidadania e Movimentos Sociais, Comportamento do Consumidor, Economia Política, Gestão de Empresas de Mídia, Leitura e Produção de Texto, Leitura e Produção Textual em Língua Francesa, Políticas de Comunicação, Realidade Socioeconômica e Política Brasileira e Sociologia da Comunicação. Atua como pesquisador na Rede de Pesquisadores em Estado, Políticas Públicas e Formação Humana – UERJ/UNEMAT. Também atua no grupo de pesquisa Políticas, Públicas, Estado, Direito e Sociedade – PPDES/UNEMAT e Coordena o Grupo de Estudos em Mídia, Política e Sociedade – GEMPOS/UNEMAT. Coordenou o Projeto de Extensão “Uma viagem entre a língua, cultura e sociedade francesa” (2015-1017). Presidente da Câmara de Educação Profissional e Educação Superior do Conselho Estadual de Educação de Mato Grosso – CEPS/CEE/MT (2017-2019). Tem como campo de pesquisa as áreas de Ciência Política, Comunicação, Educação, Linguística, Políticas Públicas e Sociologia. Organizador do livro Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais publicado pela Atena Editora.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agronegócio 103, 104, 105, 107, 108

Análise 6, 1, 3, 5, 9, 12, 13, 15, 22, 24, 25, 29, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 44, 45, 49, 51, 52, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 71, 76, 79, 91, 98, 99, 100, 103, 108, 109, 110, 116, 138, 141, 142, 144, 145, 158, 160, 174, 178, 179, 187, 188, 203, 210, 215

### B

Biopoder 4, 7, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 83, 84, 112

Biopolítica 4, 7, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 83, 84, 85, 112, 113, 114

### C

Censura 7, 2, 3, 96, 122, 188, 194, 195, 197, 198

Ciberdemocracia 4, 7, 86, 87, 88, 96, 98

Ciberespaço 4, 7, 31, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 86, 87, 88, 91, 95, 155, 156, 162, 174

Cidadania 7, 56, 57, 67, 71, 72, 78, 85, 136, 137, 138, 139, 140, 145, 181, 182, 184, 187, 218

Compartilhamento 17, 21, 27, 29, 59, 76, 78, 87, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 97, 154, 157, 160, 161, 162, 168, 169, 171, 172, 209, 213

Comportamento 11, 67, 97, 159, 160, 170, 179, 181, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 210, 212, 214, 216, 218

Comunidade 6, 39, 46, 47, 77, 78, 85, 88, 95, 114, 116, 139, 140, 143, 144, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 201, 204, 214

Construção 4, 6, 15, 17, 31, 33, 34, 36, 37, 38, 40, 42, 45, 57, 67, 73, 88, 113, 119, 170, 171, 176, 177, 179, 184, 186, 188, 193, 195, 204

Cultura 4, 16, 20, 22, 23, 24, 26, 31, 32, 36, 37, 39, 47, 51, 64, 65, 67, 70, 72, 73, 75, 84, 88, 98, 108, 110, 113, 119, 138, 142, 147, 151, 152, 157, 174, 181, 187, 188, 192, 194, 195, 198, 218

### D

Direitos 6, 40, 46, 50, 56, 57, 64, 67, 69, 70, 71, 72, 75, 98, 102, 137, 182, 183, 185, 187, 218

Discurso 3, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 52, 57, 58, 60, 61, 62, 64, 67, 70, 81, 84, 99, 100, 101, 102, 104, 106, 107, 108, 109, 129, 187, 188, 198

Dramas 8, 188, 189, 192



## **E**

Ecologia 16, 46, 47, 48, 49, 50, 144

Educação 4, 15, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 60, 64, 65, 66, 67, 71, 72, 73, 93, 99, 100, 155, 174, 175, 186, 187, 216, 218

Enunciação 6, 38, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

Estereótipos 8, 70, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187

## **F**

Fake News 4, 5, 7, 18, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 129, 133, 134, 145

Fotografia 4, 6, 46, 48, 50

## **G**

Gênero opinativo 4, 6, 1, 2, 3, 5, 7, 8, 12, 13

## **H**

Humano 139, 150, 151, 152, 170, 179, 181, 186, 200, 201, 203, 204, 205, 207, 208, 210, 214, 216

## **I**

Inclusão 20, 46, 47, 48, 50, 51, 138, 139, 180

Información 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 149, 150, 151, 152, 153

Inteligência 89, 112, 155, 156, 173, 174, 204, 212

Internet 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 48, 50, 52, 55, 59, 74, 75, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 94, 98, 122, 123, 124, 128, 129, 130, 134, 141, 150, 154, 155, 156, 158, 159, 161, 169, 170, 171, 173, 175, 194, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 210, 211, 213, 215, 216, 217

## **J**

Jornais 3, 4, 6, 21, 23, 32, 49, 52, 53, 59, 64, 65, 66, 89, 180

Jornalismo 1, 2, 3, 4, 6, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 82, 86, 92, 96, 99, 182, 187, 218

## **L**

Leitura 5, 44, 53, 107, 178, 209, 218

## **M**

Manifestações 6, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 66, 74, 84, 113

Mídia 4, 6, 7, 3, 11, 14, 16, 21, 22, 24, 25, 26, 32, 38, 39, 41, 49, 50, 52, 53, 57, 58, 59, 60, 74, 77, 79, 85, 89, 90, 97, 98, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 161, 176, 177, 178,

179, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187, 194, 195, 218

Migrante 6, 34, 35, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44

Mulher 6, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 63, 68

## **N**

Necropolítica 112, 113, 114, 120

Notícia 4, 6, 1, 9, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 32, 40, 43, 45, 79, 90, 91, 93, 94, 96, 101, 103, 183, 186, 187

## **O**

Objetivo 4, 1, 6, 18, 19, 24, 25, 27, 28, 34, 35, 37, 40, 47, 48, 49, 52, 53, 57, 58, 64, 79, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 96, 104, 112, 114, 123, 129, 130, 139, 154, 161, 163, 165, 166, 169, 171, 179, 180, 192, 193, 200, 204, 214

Olhar 9, 11, 34, 36, 37, 44, 70, 74, 77, 100, 103, 114, 120, 177, 188, 202

## **P**

Pandemia 4, 7, 8, 9, 11, 99, 101, 104, 105, 106, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 124, 134

Participação 6, 15, 20, 24, 25, 29, 47, 63, 67, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 91, 96, 119, 141, 154, 156, 164, 168, 172, 175, 183

Pesquisa 1, 3, 15, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 29, 30, 31, 35, 39, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 58, 64, 65, 66, 67, 71, 72, 73, 86, 88, 89, 92, 94, 98, 99, 100, 103, 114, 138, 146, 160, 173, 174, 175, 176, 178, 180, 182, 185, 200, 201, 203, 204, 206, 207, 210, 213, 214, 218

Política 4, 8, 6, 11, 36, 59, 64, 65, 66, 67, 70, 72, 73, 86, 87, 89, 91, 92, 96, 100, 101, 103, 107, 114, 122, 123, 124, 128, 129, 130, 131, 132, 134, 145, 147, 188, 198, 202, 214, 218

Propaganda 7, 72, 95, 105, 108, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 134, 180

## **Q**

Qualidade 10, 21, 25, 27, 48, 50, 53, 92, 103, 142, 144, 145, 186, 209, 210, 212, 213, 214

Questões 20, 22, 40, 49, 50, 79, 82, 88, 99, 100, 112, 139, 141, 144, 145, 146, 177, 179, 183, 185, 194, 205

## **R**

Redes sociais 7, 18, 19, 23, 24, 27, 28, 31, 58, 59, 78, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 119, 122, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 174, 175, 197, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217

Reportagem 6, 1, 9, 10, 12, 17, 31, 34, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 83, 90, 93, 94, 101

Representações 6, 34, 35, 36, 37, 45, 50, 64, 65, 67, 68, 70, 71, 72, 110, 111, 119, 176, 177, 179, 180, 184, 186, 187, 210

Responsabilidade social 27, 33, 136, 137, 138, 140, 147, 218

## **S**

Saúde 4, 6, 7, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 68, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 111, 112, 115, 116, 117, 119, 120, 143, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187, 203, 213, 216, 217

Sentido 6, 34, 36, 37, 39, 42, 50, 53, 55, 61, 63, 65, 67, 75, 77, 79, 80, 81, 84, 100, 102, 103, 106, 109, 110, 113, 114, 119, 140, 151, 155, 159, 161, 164, 167, 169, 171, 172, 180, 181, 184, 186, 188, 192

Surdos 46, 47, 48, 49, 50, 51

Sustentabilidade 7, 56, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146

## **T**

Teledramaturgia 188, 189, 192, 198

Texto 3, 6, 7, 8, 31, 37, 39, 40, 41, 42, 44, 52, 60, 61, 69, 79, 83, 84, 93, 94, 99, 100, 105, 106, 108, 159, 161, 169, 170, 201, 218

Transtorno 8, 176, 177, 178, 180, 182, 183

## **U**

Usuário 18, 19, 78, 88, 97, 115, 117, 118, 207, 208

## **V**

Virtual 8, 51, 78, 87, 88, 90, 92, 95, 96, 154, 159, 171, 175, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 207, 211, 214, 216

Visualidade 7, 110, 114



# COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

- 🌐 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
- ✉️ [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
- 📷 @atenaeditora
- 📘 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# 2

