

MÍDIAS SOCIAIS E O FENÔMENO DO FOMO: UMA PERSPECTIVA DA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO

Data de aceite: 01/02/2024

Luana Câmara Ayres

Maria Gabriela Stahlhofer Aguiar dos Santos

INTRODUÇÃO

A tecnologia e a internet reduzem distâncias, fortalecem interações, promovem mudanças culturais e trazem benefícios e malefícios que aparecem na relação com a sociedade (WANG, PEREIRA & ANDERY, 2016). Nesse contexto, a utilização das mídias sociais tem revelado uma nova faceta ao conectar pessoas que muito provavelmente não se esbarrariam no mundo físico e como uma forma de aquisição e venda de produtos e serviços. Por outro lado, é um meio em que ocorre violência e exposição de adolescentes e crianças a conteúdos precoces, interferindo no desenvolvimento cognitivo (MARQUES, SOUZA & SOUZA, 2021; ROYAL SOCIETY OF PUBLIC HEALTH, 2017, p.11).

O smartphone é um meio de uso da

tecnologia que facilita o acesso constante, já que está sempre ao alcance de seu portador (PICON et al. 2015). Nesse sentido, o tempo em que se passa conectado por intermédio desse instrumento pode possibilitar a experiência de sentir-se no controle, no entanto, esta temática vem sendo pesquisada atualmente devido a transtornos que têm aparecido, como por exemplo, os de imagem e de ansiedade (PICON et al. 2015; ROYAL SOCIETY OF PUBLIC HEALTH, 2017, p. 10).

Assim, o FoMO (*Fear of Missing Out*) surge como um recente fenômeno advindo do uso frenético da internet e das mídias sociais que tem trazido consequências psicológicas (MOURA et al., 2021) e afetado o bem-estar (ROYAL SOCIETY OF PUBLIC HEALTH, 2017, p. 8-11). Desse modo, pode estar associado a distúrbios de ansiedade, sono e dificuldades na atenção (GUPTA & SHARMA, 2021).

A FoMo é uma síndrome que se caracteriza pelo sentimento de estar perdendo algo quando se está “desconectado” e é representada por um

comportamento compulsivo para acompanhar o que acontece nas redes constantemente e o anseio de permanecer sempre online (PRYBYLSKI, et al., 2013). A partir disso, nota-se que um contexto de felicidade irreal é criado no espaço midiático e induz a comportamentos que são replicados e reforçados quando o “outro” interage com seus conteúdos.

O objetivo desse estudo é, portanto, analisar a FoMo pela perspectiva da Análise do Comportamento para que se possa entender os processos que fazem parte do controle de comportamento pelas tecnologias, a dependência causada por elas e as consequências psicológicas desse processo.

METODOLOGIA

O presente estudo foi desenvolvido na disciplina Análise do comportamento, do curso de Psicologia da FURG com o intuito de debater uma temática contemporânea. O critério de inclusão da busca de dados admitiu artigos que explicassem o FoMo e sua relação com as mídias sociais e o comportamento. O critério de exclusão consistiu na retirada de artigos que se aprofundavam em contingências do comportamento humano e na metacontingência para que fosse possível explorar mais consistentemente as consequências Psicológicas do FoMo.

A pesquisa foi realizada nos idiomas inglês e português. Foram utilizadas as bases de dados Scielo, Pubmed e Revista Perspectivas, através dos descritores “Análise do comportamento”, “FoMo”, Saúde mental e “Mídias sociais” em português. Para o idioma inglês foi utilizado o operador booleano “AND” : Behavior Analysis (AND) FoMo; Social Media (AND) Mental Health; FoMo (AND) Mental Health; Social Media (AND) FoMo; Social Media (AND) Behavior Analysis; Behavior Analysis, FoMo (AND) Social Media; Social media, FoMo (AND) Mental Health.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A mídia social é percebida como um lugar de afirmação sobre autoestima e identidade (BUGLASS, et al., 2017), em que a gratificação decorre do prazer em partilhar hábitos, rotinas e estilos de vida (PICON et al., 2015). É o meio mais frequente de estabelecer conexões como uma forma de fuga de frustrações emocionais e sociais (ROYAL SOCIETY OF PUBLIC HEALTH, 2017).

A partir disso, a FoMo destaca-se pela necessidade do indivíduo pertencer a um grupo (GUPTA & SHARMA, 2021). A utilização das mídias sociais atua como um meio de aliviar sofrimentos do mundo real (MOURA et al., 2021), um dos fatores que pode contribuir para a permanência no meio digital. Em contraposição, o sentimento de solidão, a sensação de ser “vigiado” e a maior dificuldade para manter um relacionamento presencial têm sido apresentados como reflexos da utilização recorrente desse meio (OLIVEIRA-JÚNIOR et.al., 2021).

O meio midiático tem grande capacidade de replicação do conteúdo, atuando como reforçador caso o que for compartilhado agrade a grande maioria. Em consonância, também como aspecto reforçador, postar um conteúdo gera a sensação de segurança por ser um mecanismo virtual (WANG, WANG & YANG, 2019).

Os comportamentos no FoMO, podem ser percebidos pela Análise do comportamento, por um lado, pela satisfação do que se recebe ao estar conectado e por outro, pelo sentimento de perda quando não se está. Nessa perspectiva, a ausência nos mecanismos virtuais gera insatisfação, angústia e inquietação, além do sentimento de desaprovação, quando não se consegue administrar críticas e comentários maldosos na internet.

Quando se está presente, é possível acompanhar e reproduzir conteúdos, o comportamento pode ser reforçado pelos likes e compartilhamentos que outras pessoas efetuam dentro da *Timeline* do produtor. Quando se usa o Facebook, por exemplo, a necessidade de checar constantemente atualizações de status e o perfil de amigos é evidente e o comportamento de estar conectado também pode ser reforçado positivamente com o que outra pessoa posta, dependendo dos interesses em comum.

O comportamento é moldado nas mídias sociais e é percebido na cobrança de um padrão de beleza inalcançável que influencia indivíduos a usarem filtros nas fotos ou vídeos para permanecerem “perfeitos” nas publicações no Instagram ou danças no *Tik-Tok*. Além disso, esse tipo de comportamento também pode ser percebido quando se utiliza excesso de maquiagem para “cobrir” as imperfeições ou quando o corpo não é aceito pela própria pessoa, característicos em transtornos de imagem.

Assim, comportamentos são percebidos como punições positivas, por exemplo, quando há críticas ao que se posta e compartilha ou pela simples ausência de uma curtida ou compartilhamento no *Feed* do Instagram. Já a punição negativa é exemplificada quando não se recebe o benefício de estar online ou mesmo pela retirada do reforço positivo que se recebe ao passar a tela do smartphone pro próximo vídeo que se assiste nos *Reels* ou *Tik-Tok*.

Os vídeos trazem satisfação a medida em que são fatores surpresa de curta duração. Quando finalmente os reforços são recebidos, pessoas sentem que pertencem a um grande grupo e fazem de tudo para compartilhar informações que serão aplaudidas, e, para não perder nada o que acontece, como as *Trends* (tendências), aprisionam-se a necessidade de estar sempre conectados, principalmente pela sensação de segurança sentida (WANG, WANG & YANG, 2019). Dessa maneira, o FoMO pode gerar grandes impactos na construção da identidade, da autoestima e provocar a criação de uma imagem distorcida em adolescentes, podendo levá-los a depressão e até mesmo ao suicídio (OLIVEIRA-JÚNIOR et. al., 2021). No entanto, mesmo que cause danos, o fenômeno do FoMO continua a ser expandido por ser fortemente influenciado pelo que a mídia impõe.

A mídia também pode ser vista hoje como uma instituição de controle, em que governo, mídia e economia têm uma ligação mantida por reforçadores positivos como

postula Knapp (WANG, PEREIRA & ANDERY, 2016). Portanto, a mídia está interligada a outros grupos e organizações, principalmente com interesses econômicos. Nessa medida, o capitalismo pode ser apontado como um dos sistemas reforçadores do comportamento no FoMO. Como o objetivo é o lucro, é possível comercializar e vender uma moda, um estilo, repertórios comportamentais, que acabam por nunca preencher a maioria da população, que adoece posteriormente como consequência.

Outra forma que pode ser referida como um modificador de comportamento é o algoritmo, que manipula dados para ignorar informações ou conteúdos indesejáveis para cada público (WANG, PEREIRA & ANDERY, 2016). Nesse âmbito, as mídias sociais geram um alcance muito maior para pessoas que partilham modismos e “punem” quem não o faz. Assim, empresas com interesses financeiros podem coletar dados de possíveis consumidores, ludibriar com artefatos desnecessários e alimentar o sistema de ter, pertencer e ser alguém, um estilo, uma prática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A influência de sistemas de controle e a presença de reforços são os maiores norteadores para compreender o FoMO. Desse modo, a Análise do comportamento pode explicar o fenômeno como uma resposta advinda das consequências da interação de comportamentos, sendo estes incentivados e modificados com o uso das mídias sociais. Através dessa abordagem de estudo, tanto reforços como punições servem como guias para ser possível entender como os comportamentos são formados e perpetuados. No entanto, muitos outros fatores podem estar envolvidos nesse processo, principalmente no que tange ao universo midiático.

É indispensável refletir que a exposição acentuada às mídias pode acarretar distúrbios psicológicos e sociais graves que podem estar ligados à depressão e ao suicídio. É preciso conhecer bem esse mecanismo de funcionamento e os fatores atrativos desse espaço virtual para lidar com crianças e adolescentes e sua educação, sendo possível assim estimular potencialidades não descartando totalmente o que esse meio oferece.

Nesse aspecto, ainda é necessário analisar mais criteriosamente as contingências envolvidas no comportamento humano para contribuir com o diagnóstico clínico e psicológico de transtornos de forma precoce e estimular o desenvolvimento de competências para a administração saudável dos recursos midiáticos.

REFERÊNCIAS

BUGLASS, S.L.; BINDER, J.F.; BELTS, L.R.; UNDERWOOD, J.D.M. **Motivators of online vulnerability: The impact of Social network site use and FOMO**. *Computers in Human Behavior* 66,248–255, 2017. Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>.

GUPTA, M.; SHARMA, A. **Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health.** World J Clin Cases 9(19): 4881-4889, 2021. Published online 2021 Jul 6. Doi: 10.12998/wjcc.v9.i19.4881.

MARQUES, C.da.C.; SOUZA, C.W.; SOUZA, P.J.C. **A dependência da tecnologia na saúde mental dos Adolescentes. Brazilian.** Journal of Health Review 4 (5),2021.<https://doi.org/10.34119/bjhrv4n5-386>.

MOURA, D.F.; MOURA, H.de.S.; FILGUEIRAS, G.de.M.R.; FREIRE, S.E.de.A.F.; MEDEIROS, E.G. de. **Fear of Missing Out (FoMO), mídias sociais e ansiedade: Uma revisão sistemática.** Psicologia, Conocimiento y Sociedad 11(3),147-168, 2022.

OLIVEIRA-JÚNIOR, E.P. de.; BRANCO, E.R.; TRINDADE, M.T.; VASCONCELOS, V.M.G. **Os impactos das redes sociais no comportamento socioemocional de crianças e Adolescentes.** Revista de pesquisa e prática em Psicologia UFSC 1(1), 2021. Disponível em <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/rppp/issue/view/1>.

PICON, F.; KARAM R.; BRENDA, V.; RESTANO, A.; SILVEIRA, A.; SPRITZER, D. **Precisamos falar sobre tecnologia: caracterizando clinicamente os subtipos de dependência de tecnologia.** Rev. Bras. Psicoter.17(2),44-60, 2015.

PRYBYLSKI, A.K.; MURAYAMA,K.;DEHAAN, C.R.; GLADWELL, V. **Motivational,emotional and behavioral correlates of Fear of Missing out.** Computers in Human Behavior 29, 1841-1848, 2013.

ROYAL SOCIETY OF PUBLIC HEALTH. **Status of mind: Social Media and young peoples mental health and wellbeing(2017).**ISSN:2595-6825.doi : 1034119/bjhrv4n5-386.

WANG, J.;WANG, P.; YANG, X. **Fear of Missing Out and Procrastination as Mediators Between Sensation Seeking and Adolescent Smartphone Addiction.** Int J Ment Health Addiction 17, 1049–1062, 2019. Disponível em <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00106-0>.

WANG, M.de.L.; PEREIRA, M.E.M.; ANDERY, M.A. **Mídia, comportamento e cultura.** Revista Perspectivas 7(2), 147-164, 2016.