

A INFLUÊNCIA DA REDE SOCIAL INSTAGRAM NA CONSTRUÇÃO DA PERSONALIDADE E SEUS DANOS À PRODUÇÃO DA SUBJETIVIDADE

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORK INSTAGRAM ON CONSTRUCTION OF PERSONALITY AND ITS DAMAGE TO THE PRODUCTION OF SUBJECTIVITY

Victor Artur Ribeiro Silva¹, Iorran Patrick Guedes do Nascimento Silva², Douglas Sóstenes Souza Correia³

¹Graduando em Psicologia pela FIMCA Jaru, victorarturpsi@gmail.com, <http://lattes.cnpq.br/2914090855359857>; ²Graduando em Psicologia pela FIMCA Jaru, iorranguedes23@gmail.com, <http://lattes.cnpq.br/4792736481098756>; ³Bacharel em Psicologia pela Faculdade Uneuro, Especialista em Metodologia do Ensino Superior, Pós-graduando em Terapia cognitivo-comportamental, Pós-graduando em Neuropsicologia com Ênfase na Reabilitação Cognitiva e Intervenção ABA para Autismo e Deficiência Intelectual e Docente na FIMCA Jaru, psi.dougsos@gmail.com, <http://lattes.cnpq.br/1327958883486743>.

DOI: <https://doi.org/10.37157/fimca.v10i3.771>

RESUMO

Introdução: Estudo bibliográfico que aborda os impactos das redes sociais, com ênfase no Instagram, no desenvolvimento e desconstrução da personalidade dos usuários de forma que a saúde mental dos indivíduos cede a uma realidade fora de seu contexto cultural, estrutural e social. Redes sociais produzem ao indivíduo uma ideia de socialização com o outro prejudicial, trazendo danos para a sua construção ou dificuldades de personificação do indivíduo na elaboração sobre si mesmo. Assim mostra-se importância para a identificação dessas redes como um potencial maior na contribuição dos indivíduos. **Conclusão:** Em suma, cogita-se que o Instagram ou as redes sociais correspondem com uma grande influência na estrutura do indivíduo, pois considera-se que é um alicerce na comunicação e identificação de fenômenos sociais.

Palavras-chave: Personalidade, redes sociais, Instagram, psicologia, ansiedade, depressão.

ABSTRACT

Introduction: This bibliographic study on how social networks, with an emphasis on Instagram, can deconstruct users' personalities in such a way that individuals' mental health gives way to a reality outside their cultural context, structural and social. Social networks produce to the individual an idea of socialization with others that is harmful, bringing damage to its construction or difficulties in personifying the individual in elaborating on himself. Thus, it is important to identify these networks as having greater potential in the contribution of individuals. **Conclusion:** In short, it is considered that Instagram or social networks have a great influence on the structure of the individual, as it is considered to be a foundation in the communication and identification of social phenomena.

Keywords: Personality, social media, Instagram, psychology, anxiety, depression.

INTRODUÇÃO

O presente artigo foi construído a partir de um estudo bibliográfico abordando os impactos do consumo exacerbado das redes sociais no desenvolvimento da personalidade dos usuários. Como afirma Santos (2023), os usuários das redes sociais não conseguem ter uma interpretação exata do que os produtores de conteúdo querem levar às mídias. Dessa forma, percebe-se que a população que usa com maior frequência as redes sociais sente a necessidade de repetir comportamentos dos indivíduos que acompanham nestas plataformas.

A partir desse pressuposto, a intenção desse estudo é compreender se as redes sociais são modificadoras para o indivíduo e o quanto ele pode ser influenciado no seu desenvolvimento como ser humano e as suas variáveis que o usuário possa sofrer na sociedade. Sendo que os indivíduos que têm como objeto, percebe-se uma idealização por parte dos usuários, que tem a frustração como resultado mais frequente, já que a realidade do indivíduo usuário da rede é totalmente diferente da dos influenciadores que produzem conteúdos digitais.

Esta percepção incongruente da realidade pode transfigurar a personalidade do indivíduo e da sociedade em geral, mediante disso, pode afetar não somente o indivíduo no singular, como também todo o seu contexto familiar.

Conforme Santos (2023), o processo de formação de representações sociais começa quando um grupo de indivíduos incorpora algo novo, tornando-o familiar, o que facilita a comunicação e auxilia na sua interpretação do mundo. Ao entrar em contato com outras formas de representação social, o objeto novo, como resultado, assimila novos comportamentos e ações que ao entrarem em contato, se tornam conseqüentemente uma

parte de si mesmos como representações durante o processo de desenvolvimento do indivíduo. Atualmente, há uma amplitude de redes sociais (Facebook, WhatsApp, Twitter (em rebranding para X), Threads, TikTok etc.), e, por este fato, o presente trabalho se restringirá ao Instagram, tendo em vista que atinge uma quantidade expressiva da população influenciada pelo aplicativo. Compreende-se que as alterações provocadas pelas redes sociais na sociedade podem desvirtuar a finalidade de entretenimento. Sendo assim, torna-se um objeto ou acessório externo da personalidade, que causa dependência no indivíduo, tornando-o alienado aos padrões representados nas redes.

O uso das redes sociais está cada vez maior no Brasil e no mundo. Com isto, o Instagram tornou-se parte da sociedade contemporânea. Diante disto, quais são os impactos que o Instagram provoca na personalidade de seus usuários e na construção social e quais transtornos podem ser instigados por esta rede social? Em suma, o Instagram e outras mídias, tem mudado as formas de padrões sociais de forma desbalanceada, postulando irrealidades que são maléficas e ferem toda uma sociedade, somando como fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos mentais. Este estudo vem apresentar possíveis conseqüências para a vida emocional dos indivíduos que comparam as suas realidades com o viés do outro, constatar que os pequenos extratos exibidos na plataforma não significam a realidade dos indivíduos e verificar quais são os transtornos que a rede social pode induzir aos seus usuários.

A EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO: REDES SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA

Segundo Almeida & Moraes (2010), adentrando ao Universo Tecnológico do Século XXI, os trabalhadores consideram que os computadores e as máquinas foram criados para o homem com o intuito de que tudo se torne mais palpável, rápido e eficaz. No

decorrer da história, a Comunicação passou por um processo de constantes modificações, onde estar conectado com todos tornou-se uma profissão.

Por sua vez, a comunicação é utilizada como uma ferramenta de persuasão e propaganda nas redes sociais, instrumentalizando o capitalismo selvagem na prática, onde muitos vendem um objeto e fazem com que os outros sintam a necessidade de adquiri-lo, provocando um sentimento de exclusão em quem se negue a aderir o sistema vigente. Além disso, o indivíduo que não goza do objeto externo exposto pela rede, cria uma necessidade ilusória muito doentia e a conquista de algo pode levá-lo a um endividamento na ânsia pelo objeto (SILVA, 2020).

Isto diz que as redes sociais inconscientemente, criam “formas” de subjetividade, onde seus usuários projetam seu “Eu” no “outro”, já que na vida cotidiana do *Influencer* tudo é mais fácil e contente, diferentemente da vida do cidadão comum. A rede social age como um “construtor” das imagens de seus respectivos usuários, sempre mostrando o quanto ele pode ser melhor, o que ele ainda não tem, o objeto de desejo não conquistado (SILVA; COSTA; OLIVEIRA, 2019).

O desenvolvimento da internet e das redes de relacionamentos criaram um mundo em que os campos de interação se globalizaram em redes de entretenimento inimagináveis, resultando em novos traços e comportamentos em um mesmo indivíduo. As mudanças provocadas por esses traços no comportamento das pessoas são visivelmente perceptíveis, podendo alterar características físicas, traços profissionais, dentre outras coisas (SILVA; COSTA; OLIVEIRA, 2019).

Preferir utilizar que ser visto e reconhecido nas redes sociais é algo muito visado, como necessidade de reconhecimento e de ser amado, e que as pessoas se identifiquem com este estilo. “Mas quando se trata de uma lógica, principalmente de trabalho, é um capital. É um capital social que gera dinheiro e visibilidade, então, torna-se uma renda que deve ser significativamente considerada, ao mesmo tempo em que se começa a levar a sério demais, sai de um lugar de criatividade para um lugar de produtividade. Um lugar em que está ali ‘rastreado’ a sua performance e não tendo muita escolha se não aparecer, porque se não aparece, desaparece. E aí, cadê o prazer nisso?” e pode se perder em alguns momentos e ficar algo muito mais trabalhoso. Vale sempre a reflexão de pensar-se como é que isso está me afetando, tanto no conteúdo dos outros, como no meu conteúdo para também não se perder numa lógica de repetição ou de obsessão (LIEDKE & MEIRA, 2022).

Conforme Liedke & Meira (2022), as “tretas” nas redes dão mais engajamento do que quase qualquer coisa, mas isso não é uma novidade. Na busca de dados, por exemplo, os jornais mais vendidos nas bancas, em grande volume historicamente, eram jornais de fofoca, como os tabloides na Inglaterra. As pessoas buscam ver o último escândalo, a última foto, a última separação, a última corrupção. Há um conjunto de coisas no cérebro humano que chama nossa atenção para o embate, para a disputa.

A diferença entre as percepções de mundo, de grupos de pessoas ou de comunidades distintas que estão discutindo sobre algum tema instiga a participação e leva-os ao engajamento de querer mais daquilo. E esses comportamentos transformaram-se em modelo de negócio por algumas redes sociais, onde de certa forma, fomenta o espaço para um embate, para atrair as pessoas para ver a disputa que está acontecendo no embate, e, conseqüente, alongar o tempo que as pessoas ficam naquela trilha de informação ou de desinformação (LIEDKE & MEIRA, 2022).

Nas redes sociais contemporâneas há um sistema de edição feito por um sistema de informação. O que será exposto; qual conteúdo traz mais engajamento popular; etc. Grupos de identificação que são forçados, ou querem se forçar como grupo de identificação; as torcidas opostas no estádio, se eu conseguir segmentar exatamente quem é de qual torcida, eu mostro o quê para quem, com objetivo de ser observado por mais tempo (LIEDKE & MEIRA, 2022).

A rede social não tem nenhum interesse, a priori, nas pessoas. Trata-se de manipulação digital em benefício de um modelo de negócio. Pensando em uma frase utilizada na computação há muito tempo, sobre redes sociais e sistemas de informação em geral, que também vale para máquinas de busca: “Se não se paga para usar algo, torna-se o pagamento”. Será usado por quem está lhe fornecendo o serviço do jeito que ele quiser. Os Termos de Uso, por exemplo, não são lidos pela maioria dos usuários. Vai-se lá e clica onde diz ‘Aceito’. Aqueles Termos de Uso basicamente entregam o seu corpo, alma, vida pregressa e futura para aquela rede, e a partir dali, pode ser utilizado como uma ferramenta de controle da sua localização, que é dada pelo seu celular (LIEDKE & MEIRA, 2022).

Conforme Liedke & Meira (2022) parados ou não, atualmente, os celulares têm sensores capazes de identificar se a pessoa está em movimento. Dependendo da seriedade da rede, pode-se estar sendo rastreado, usando o microfone, direta ou indiretamente. Pela sua voz, entregará sua localização e dados para outras redes. Quando se observa o tamanho dos termos de contrato das redes sociais, se realmente dedicar-se a ler, compreende-se quais dados pessoais estariam sendo autorizados. O engajamento brasileiro proporcional está sempre, desde o começo da internet, entre os cinco maiores do mundo, é proporcional, se negar em por cento da população.

Segundo Liedke & Meira (2022), o risco está em pegar o pedaço pelo todo. As redes sociais são sempre um recorte, toma-se esse recorte como o todo e acaba tornando-se uma ocasião tão absoluta, assim, que se atrapalha. Ao mesmo tempo, a comparação não precisa ser sempre negativa, pode-se comparar e aprender com o outro e pegar uma referência de algo. Não precisa cair nesse eixo da rivalidade, da competitividade. Fica aquele embate da escassez, que está muito pautado por uma lógica de capital, neoliberal, de que não tem lugar para todo mundo e se terá que destruir o outro para poder crescer. A imagem é só uma imagem, ela não é o real, então, ela é aparente, ela aparenta algo. Mas precisa-se das imagens, não tem como se viver, também, sem as imagens.

Conforme Liedke & Meira (2022), a imagem nos ajuda a dar um sentido para o mundo. Agora, o quanto se torna refém dessas imagens, a que custo acaba-se colocando e perdendo a vida para tentar criar essas imagens, manipular essas imagens e se tem mais ferramentas hoje para isso. Só que em alguma medida, também está se perdendo um pouco até da experiência, quando se ficar tanto tempo ali editando, manipulando, curando a coisa certa, e a espontaneidade, aquilo virou uma coisa tediosa e não está nem vivendo aquela experiência direito porque o mais importante é como mostra-se aquilo para o mundo.

ORIGEM DOS INFLUENCERS DO INSTAGRAM

A origem do intitulado *influencer digital* remonta a meados dos anos 2000, com o advento dos blogs, através de uma “Guerra de Blogs” onde quem tinha mais interações conquistava o público. Este processo tornava-se sempre mais desafiador, visto que cada momento da vida pessoal era compartilhado numa espécie de

“Diário Virtual” com o propósito de se ganhar mais seguidores e a fala de um blogueiro era tomada para si como uma opinião de seu próprio ponto de vista em relação qualquer assunto (KARHAWI, 2017).

No Brasil, mais especificamente em 2010, dá-se início aos ‘vloggers’, na plataforma do YouTube. Diferentemente dos dias atuais, havia todo um ritual até a publicação dos vídeos, e, popularizou-se o termo *vlogger*, pois este tinha uma visão de que o objetivo central era passar uma mensagem aos usuários da rede de forma compacta (KARHAWI, 2017).

Pouco tempo depois, em 2012, desenvolveu-se o título de “Formador de Opinião”. Como cita o autor Hineraski (2012), estes formadores de opinião trouxeram como forma de trabalho as informações e produtos que vendiam para determinados veículos de informação, seja através da mídia digital, impressa ou televisiva, mesmo sem apresentar bagagem intelectual e profissional para a área em que se propuseram a atuar. Criou-se uma ‘profissão’ onde não existiam limites éticos do que era exposto ou representado em seu Blog; veiculando-se um estilo de vida distorcido da realidade de muitos.

Seguindo a linha do tempo, em 2015, os *Influencers Digitais* consolidam seu espaço no mercado de marketing publicitário e produção de conteúdo para a Internet. O que corrobora para esta evolução foi a transmissão em tempo real para milhares de usuários, assim expondo seu estilo de vida com maior facilidade (SANTOS, 2023).

Com isso, o estilo de vida que os *Influencers Digitais* apresentam no Instagram tem uma confiabilidade de que seus conteúdos podem ser enxergados como reais pelas lentes de seus seguidores reais, no sentido de que os produtos “o outro” seja uma parte do meu “Eu”, tornando essa vivência cada dia mais íntima, uma aspiração para a construção da personalidade. O Instagram, hoje no mercado nacional, apresenta uma grande massa de *Influenciadores* de diversas áreas e que estão entre os mais seguidos do Brasil e do mundo; todavia que a exposição de sua vida particular seja o principal foco no conteúdo dos profissionais da rede (SANTOS, 2023).

O EFEITO REBOTE DO INSTAGRAM

Muitas vezes, esta exposição traz olhares que têm pontos de vistas antagônicos do que eles objetivam, como cita o autor:

Os *influenciadores* muitas vezes compartilham suas realizações, conflitos, posicionamentos em torno de algum tema de interesse público, o que pode trazer haters nos comentários de suas publicações ou nos perfis de fofoca do Instagram. Isso pode ocorrer, pois o *influenciador* toma-se uma pessoa pública na Internet, e, às vezes, nas mídias tradicionais (TV, Rádio). No momento em que eles mostram-se vulneráveis, mesmo com todos os privilégios de uma pessoa pública que sempre está relacionada a uma boa aparência física, família “feliz” e por possuir bens materiais, alguns seguidores os criticam ao compará-los com pessoas anônimas que estão na luta diária e nem por isso estão nas Redes Sociais lamentando-se; enquanto a outra parte, em sua maioria, solidariza-se e identifica-se por perceber que todos estão vivenciando suas dores e lutas na vida cotidiana, independente de ser uma pessoa famosa ou anônima. E é a partir desses momentos, que algumas pessoas/seguidores se sentem mais à vontade para compartilhar seus sofrimentos psíquicos nos comentários dos posts dos *Influenciadores* ou quando as páginas de fofoca do site repostam a publicação do *Influenciador* (SANTOS, 2023, pág. 46).

Em suma, as redes sociais funcionam da seguinte maneira: se está agradando-se, não se enfrenta adversidades. Caso contrário, provoca-se o cancelamento e o indivíduo passa a sofrer ataques

em massa por não se enquadrar em um determinado contexto (SILVA, 2016).

Na mesma intensidade em que os produtores de conteúdo compartilham suas opiniões pessoais para seus seguidores, habitualmente esta resposta se constitui de maneira mais rápida e contrária à mensagem que os mesmos gostariam de passar, ou seja, a dependência é mútua e traz danos para aqueles que as consomem e a produzem (SILVA, 2016).

A busca pela popularidade e a encenação de uma vida perfeita na rede transcendem da gana do populismo e sai dos trilhos da normalidade cotidiana. A dependência da rede social surge pela necessidade de “likes” ou de ser uma daquelas pessoas que aparecem na barra de pesquisa ou no “seguir”, agindo na quebra do Self de ambos os lados, onde o indivíduo sai como o mais prejudicado, pois idealiza-se algo que o Outro não tem (SILVA, 2016).

Os “Padrões de Vida” impulsionados pelo algoritmo do Instagram, por muitas vezes é de cunho narcísico, priorizando físicos perfeitos, objetos de valor, sucesso profissional e pessoas em festas aparentemente felizes, onde, na verdade, pode vir a ser um pequeno extrato de sua vida, que por algumas horas é percebida como uma vida constantemente agitada, mostrando como um “padrão de vida perfeito” que instiga ao espectador, sensações e desvantagem e insucesso por não atingir tal padrão (ABJAUDE et al, 2020).

Com isso, boa parte dessas pessoas corre o risco de desenvolver uma depressão, ansiedade e/ou baixa autoestima por serem usuárias e diretamente influenciadas pela ditadura da beleza e da felicidade imposta pelo Instagram; ou ainda passarem a ter maior irritabilidade e usar da agressividade para lidar com a frustração (ABJAUDE et al., 2020).

Os indivíduos que consomem diariamente as redes sociais podem sofrer com o mau funcionamento dos pensamentos e comportamentos alterados devido a distorção de valores, já que atingem o aparelho psíquico geral. Mesmo em casos de consumo desvairado das redes sociais, estudos apontam a influência na construção psíquica e na vida singular dos indivíduos, em geral (ABJAUDE et al., 2020).

Acerca dos adolescentes, Liedke & Meira (2022) afirma:

Eu vejo até uma pressão, claro que para os adolescentes, mas mesmo para um adulto que está lá, fez uma especialização, é um médico, alguma coisa, e aí tem um garoto de 11 anos que faz mais dinheiro do que ele porque ele faz uma dancinha. Será que eu estou fazendo certo? Será que as regras mudaram tanto assim? Então, essa possibilidade também, de ter um sucesso muito imediato, dessa viralização que a gente não consegue planejar, teoricamente é um potencial para todo mundo? O nível de frustração também é muito grande. Por que eu não consegui? O que eu estou fazendo de errado? Para o adolescente, já é uma grande crise. A gente já está em crise por ser adolescente e ainda vem isso.

De acordo com Liedke & Meira (2022), as redes modificam o cérebro das pessoas e criam um fluxo de demanda comparável a vício. Este fato é globalmente verificado por pesquisas, com grupos de todas as idades. Segundo o autor, o consumo de redes sociais por mais de 1 hora por dia para indivíduos que estão em estágio de desenvolvimento caracteriza-os em regime de vício. Com isto, as redes sociais tornam-se ferramentas de estimulação maléfica para a saúde mental, pois induzem o aceleração das atividades funcionais, prejudicando as habilidades de ofícios de longo prazo.

A partir dos dados analisados no presente referencial, compreende-se que as Redes Sociais produzem ao indivíduo ideias de socialização com o outro, assim construindo uma falsa idealização do que seria a sua construção de si mesmo.

O fato é que as redes de comunicação, como o Instagram, produzem uma ansiedade em saber o que há de novo, além de uma constante comparação de sua vida com a do outro. Porém, os perfis das plataformas não transmitem a realidade como um todo do cotidiano daquele indivíduo; muitas delas não possuem uma rotina fixa de trabalho, estudo e etc.

Os usuários somente compartilham momentos em que encontram-se viajando, a passeio, no cinema, na academia, em qualquer lugar fora de sua rotina usual. Para quem tem uma vida rotineira, dá-se a entender que somente ela vive uma rotina monótona e pouco atrativa, e que os outros podem descansar, ter momentos de lazer. Essa percepção não é algo generalista, mas promove danos à saúde mental do indivíduo.

Além do mais, os Influencers têm demonstrado o inverso disto, publicando desvairadamente conteúdos de sua vida pessoal, como se todos se interessassem pelo que eles fazem, como fazem, e onde fazem. Dito isto, os usuários podem captar algumas ideias lançadas e pegá-las para si, dando a entender que seja normal submeter a todos sua vida singular como se fosse um 'reality show'.

Além do influencer ferir a integridade psicológica de quem o assiste, molda-se uma personalidade disfuncional dentro de sua própria realidade, comprometendo os limites morais e éticos para adentrar um público maior onde possa agradar a todos, como se fosse um produto à venda, onde a cada crítica proferida modificarem seus conceitos objetivando a monetização a qualquer custo.

Com esta falta de padrão de ideias centrais, o usuário que faz uso dessas redes acaba repetindo tais comportamentos, contribuindo de forma maléfica para o conceito do Eu, que traz uma ideia de formação do que se trata da construção da minha razão e do que se é ideal do outro mal transfigurado. Quando o produtor de conteúdo traz uma ideia de algo que é bom para a saúde e no outro dia, por nenhuma razão desmoraliza o produto, traz uma ideia de incongruência, sendo este exemplo muito comum nas Redes Sociais.

De fato, os pontos de vista que os Influencers compartilham na mídia eletrônica são dedicados a um determinado público-alvo, já que muitos se identificam com um conteúdo mais próximo de sua inclinação ideológica pessoal, porém, a criptografia utilizada atualmente pelas Redes Sociais vem abordando um estilo próprio, mostrando o que está mais propício para o "padrão" da plataforma.

Por exemplo, os stories e o feed do Instagram sempre exibem propagandas de produtos ou informações que podem prejudicar o usuário. Estes conteúdos transmitem o contexto social da realidade, dinheiro fácil, teorias da positividade, pessoas que conseguiram superar os seus desafios, famílias contentes e felicidade, um "robozinho" que ganha dinheiro, trabalho fácil e rápido, pessoas magras e perfeitas para o padrão estético da sociedade atual e produtos milagrosos para a beleza.

Neste contexto, o usuário sente-se como se estivesse perdendo algo, como se fosse necessário ocorrer algum fato para mudar de vida e ele passar a ter a vida similar à do influenciador, pois só assim se sentirá feliz. São nestes momentos em que se elucida a ansiedade, depressão, síndrome do pânico, uma falta e um desejo de ser ou ter algo.

A necessidade, na realidade, é ilusória, pois o fato de que há outras possibilidades está correto, porém, subjugar os padrões no qual o indivíduo constrói sua vida; como opiniões, vínculos, crenças, preceitos, formas físicas e o próprio trabalho, resulta em danos temporários ou permanente para o indivíduo que faz uso assíduo e rotineiro dos conteúdos do Instagram.

Quanto à profissão de produtor de conteúdo do Instagram, compreende-se uma interação mais limitada do usuário. Apesar da liberdade de expressão ser um direito assegurado pela Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, Brasil (1988) os conteúdos publicados na *timeline* das Redes Sociais atualmente desestabilizam os conceitos ideológicos do indivíduo, pois não é somente uma expressão de valores, mas sim, uma comparação de valores, onde apenas quem manifesta sua opinião é visto como certo. Poder-se-ia realizar uma restrição de idade, já que nesta plataforma, exige-se a idade mínima de 13 anos para o seu cadastro, logo na fase de desenvolvimento da personalidade.

Como relata a autora Louback (2019).

As pessoas alienadas pelas Redes Sociais, em particular o Instagram, podem sofrer danos a longo prazo na construção do indivíduo. Os estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a Royal Society for Public Health, do Reino Unido apontam que a exposição excessiva desperta múltiplos transtornos mentais, em especial a ansiedade e a depressão. Credita-se a manifestação de tais distúrbios através de estímulos de ideais irreais à realidade dos indivíduos, já que os conteúdos propostos pela maioria das contas contemplam de maneira considerada "ideais" para todos, acarretando grandes prejuízos psicológicos (Pg. 01).

Como afirma Marfim (2017).

O Instagram é a Rede Social mais propensa a provocar ansiedade, depressão, má qualidade de sono e insatisfação com o próprio corpo nos jovens. A informação vem de um estudo do Royal Society for Public Health (RSPH), chamado *Status of Mind* que teve foco em entender de que forma e em que medida as redes sociais estão afetando a mente dos jovens — maioria dos usuários em todas as plataformas. Para isso, as Redes Sociais analisadas foram as mais populares: YouTube, Twitter, Facebook, Snapchat e Instagram (Pg. 01).

Em suma, a comunicação no decorrer da história nunca foi tão utilizada como no século vigente, já que as mídias padrões, como a televisão da rede aberta, não corresponde mais ao maior público no país. Muitos têm os smartphones como fonte de informações, onde eles compartilham, divulgam e opinam sobre tudo ao mesmo tempo, criando assim uma ideia de estar atento a tudo, a todo momento. Esta agilidade de informação, institui indivíduos alienados, que passam horas nas Redes Sociais interagindo ou observando outras pessoas como indivíduos camuflados, às vezes, sem serem percebidos ou até mesmo anônimos, com nomes fictícios. Isso pode acabar provocando fenômenos de introversão da personalidade, onde, às vezes, a pessoa sente vergonha de sua própria vida, principalmente por não possuir o mesmo objeto ou padrão de vida que os outros têm.

Percebe-se que a rede social perdeu o caráter de veículo de comunicação e passou a ter uma finalidade de unir os iguais e descartar o pensamento conflitante, seguindo um senso comum, sem nenhum aprofundamento categórico, tornando o usuário alienado às informações compartilhadas pelo algoritmo das plataformas, criptografando aquilo que lhe agrada, estimule, o condicionando a uma dependência social disfarçadamente. Com isto, o Instagram e as redes sociais, estão cada vez mais presentes na sociedade e isto pode se tornar natural para as próximas gerações, justificando um maior adoecimento psíquico, sendo o

Instagram o mais preocupante, pelo fato da rapidez de informações e criptografias estimulantes, desconstruindo o senso crítico e contribuindo para a demência social, no contexto macrossocial, vivendo uma falsa realidade.

A finalidade das Redes Sociais, no caso o Instagram, é o compartilhamento rápido de fotos; a ideia de compartilhar rápido subentende que o indivíduo não se "preparou" para a foto, entretanto, nem sempre é o caso. Há diversos casos de Influencers que ocultam o processo de publicação de suas fotos nas redes. Em relação aos filtros utilizados, verifica-se uma distorção da realidade do indivíduo, padronizando o que a maioria considera "bonito", induzindo uma ideia de descontentamento quanto ao seu próprio corpo e gerando baixa autoestima.

De fato, a rede social mais acessada no momento é o Instagram, pois ela tem esta proposta de fazer algo rápido e instantâneo; o seu compartilhamento de fotos, de informações e efeitos de câmera cativa os seus usuários que não têm estas funções tão rápidas em outras plataformas. Isto afeta diretamente o usuário, que de uma forma sutilmente danosa estimula o surgimento de uma ansiedade e depressão, dentre outros transtornos mentais.

Mesmo as gerações atuais, que estão mais bem adaptadas à tecnologia e redes sociais, não conseguem distinguir ou lidar com elas de uma maneira saudável. Os resultados mostram que o estímulo prematuro às redes sociais não muda o fato de os usuários terem uma disfunção na construção pessoal, inclusive, traz uma falsa ilusão de que está se acostumando às redes sociais e que ela serve somente para a comunicação. Todavia, quando se priva o acesso às redes, percebe-se uma grande dependência, com sintomas físicos e psicológicos de abstinência, trazendo insegurança, falta de senso crítico, culpa, frustração e outros sentimento prejudiciais a saúde mental.

Os resultados obtidos neste trabalho testificam a influência das Redes Sociais para uma construção de personalidade ideológica do meio, pois o indivíduo em contato com o meio padroniza comportamentos do seu cotidiano ou projeta esse comportamento em forma de desejo ou objetivo, arquitetando ideias e meios para que o alcance; porém, neste processo, pode-se causar atritos de posições egóicas do indivíduo com o Eu ideal e o Eu idealizado. Com isto, os danos causados podem se estender para um descontrole emocional ocasionando no sofrimento psíquico desse indivíduo. De acordo com os autores, os resultados obtidos corroboram para esta análise negativa das redes sociais na construção da personalidade humana, já que demonstra um colapso estrutural da personalidade dos usuários é maior para os usuários do Instagram. Contudo, os resultados obtidos afirmam que o Instagram demonstra ser uma rede social com características malélicas para a formação do caráter humano, com as suas interações mostrando-se danosas para os usuários, tornando-as alienadas ao tempo de tela. A rapidez no compartilhamento de informações, mesmo sendo estes conteúdos irrelevantes aos usuários, é um conteúdo que cativa com estímulos atrativos, no intuito de fazer a pessoa ficar mais tempo online, na busca de algo que possa ser um desejo do usuário; algo que ele ache que precise adquirir, fazendo uma reciclagem de pensamentos sem sentido e evocando transtornos mentais e ideologias que intrinsecamente não constituem a realidade sociocultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto atual de capitalismo selvagem, os usuários das Mídias Sociais, inclusive do Instagram, são bombardeados a todo momento com anúncios invasivos e não solicitados, ofertando produtos milagrosos que prometem mudar suas vidas para melhor.

A ferramenta de propaganda é utilizada com diversos fins nas plataformas digitais e não poderia ser diferente no Instagram. Sob forte influência dos criadores de conteúdo, alguns usuários passam a utilizar seus perfis como uma espécie de diário virtual, compartilhando tudo o que fazem com seus seguidores, gravando sua rotina diária e o que encontram pela frente. Dentro do universo digital, quem não aparece ou não realiza as famigeradas "collabs" é invisibilizado e jogado para escanteio, pelas redes.

O mecanismo de algoritmo desenvolvido pelos sites é altamente inteligente e capaz de se retroalimentar, pois a partir do momento em que o internauta clica num link disponibilizado pelo referido site, ele será constantemente atualizado, enviando outras publicações similares e fazendo com que o usuário passe mais tempo rolando o feed de cima para baixo, se viciando e ficando preso à Rede Social em questão. Quando se vê, o indivíduo passou boa parte de seu dia fazendo uso de determinado veículo de interação social, comprometendo suas habilidades de gestão adequada do tempo livre ao seu dispor e consequentemente afetando suas relações interpessoais, seja em casa, no trabalho ou em qualquer outro local de convivência coletiva.

Outro fator alarmante desencadeado pelo uso desmedido das Redes Sociais seria a redução drástica da capacidade cognitiva do sujeito de realizar atividades de longa duração, como, por exemplo, a leitura de um livro, por mais breve e resumido que seja, assistir à alguma apresentação musical ou teatral sem recorrer ao aparelho celular para registrar o momento, de assistir à uma entrevista nas plataformas de vídeos de mais de 30 minutos, de ouvir uma canção de mais de 3 minutos. Nas plataformas de compartilhamento de vídeos como o YouTube, popularizou-se o conceito de "cortes", onde o usuário é induzido à instantaneidade e liquidez das relações, não sendo convidado a exercitar sua plasticidade cerebral e compreender o todo de um diálogo. Apesar do formato de Videocast ter alcançado milhões de visualizações nos últimos anos, muito raramente o receptor assistirá a entrevista completa, priorizando os famosos cortes para ressignificar a mensagem transmitida pelo emissor à sua maneira. Com isso, conclui-se que as redes sociais, mais precisamente o Instagram, mostrou-se prejudicial para a elaboração da psique do indivíduo, dando ênfase na sua massa influenciadora de ideia, colocando o indivíduo em uma posição desconfortável, estimulando transtornos mentais e angústia. Além disso, o Instagram categoricamente se torna estereotípico na construção ideológica e crítica de seus usuários, podendo modificar os seus princípios, senso crítico, formação de saber, percepção da realidade social e motivando transtornos mentais como a Ansiedade e a Depressão, as mais frequentes dos usuários; tendo em vista que o Instagram pode afetar outras áreas além da construção psíquica: Conjugal, laboral e social.

REFERÊNCIAS

- ABJAUDE, Samir Antonio Rodrigues; PEREIRA, Lucas Borges; ZANETTI, Maria Olívia Barboza; PEREIRA, Leonardo Régis Leira. Como as mídias sociais influenciam na saúde mental?. 2020. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-69762020000100001 Acesso em 07/04/2023.
- ALMEIDA, Andréia Oliveira; MORAES, Geisla Aparecida Alves de. A influência das redes sociais na vida cotidiana: análise dos perfis fakes em redes sociais como forma de entretenimento e socialização. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, 2010. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0711220293.pdf>. Acesso em 06/04/2023.

- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em 08/09/2023.
- FERRAZ, Claudia Pereira. A etnografia digital e os fundamentos da Antropologia para estudos em redes on-line. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo, v.12, n.35, p. 46-69, 2019. Acesso em 07/11/2023.
- HINERASKY, D. A. O fenômeno dos blogs street-style: do flâneur ao “star blogger”. 2012. 289 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Comunicação Social, Pucrs, Porto Alegre, 2012. Acesso em 06/04/2023.
- KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Revista Communicare*, v. 17, p.46 – 61, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb91nfluenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf Acesso em 06/04/2023.
- LATOURETTE, Bruno (1994) *Jamais fomos modernos - ensaios de Antropologia Simétrica*. Tradução: Carlos Irineu da Costa. Ed.34. (2012) *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: EDUFBA-EDUSC. Acesso em 07/11/2023.
- LIEDKE & MEIRA, Lucas, Silvio. Redes sociais: Modo de usar. Fernanda Lima e Rodrigo Hilbert, Bem Juntinhos. Canal GNT, 27 de maio de 2022. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=kcOdAQZMr8g> Acesso em 09/04/2023.
- LOUBAK, Ana Leticia. Redes sociais geram ansiedade e depressão em jovens brasileiros, diz estudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/10/redes-sociais-geram-ansiedade-e-depressao-em-jovens-brasileiros-diz-estudo.ghtml>. Acesso em 08/09/2023.
- MARFIM, Luana. Instagram é o pior aplicativo para a saúde mental dos jovens, diz estudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/05/instagram-e-o-pior-aplicativo-para-a-saude-mental-dos-jovens-diz-estudo.ghtml>. Acesso em 08/09/2023.
- SANTOS, Renata Sabino dos. Estudos das representações sociais dos influenciadores digitais e os seus seguidores sobre saúde mental na rede social Instagram / Renata Sabino dos Santos. – *Palmeira dos Índios*, 2023 .74 f. Acesso em 26/03/2023.
- SILVA, Charlie Bellow de Oliveira Pimentel. O tempo e o espaço como agentes potencializadores do sofrimento psíquico na contemporaneidade. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Universidade Federal de Alagoas, Palmeira dos Índios, 2020. Acesso em 06/04/2023.
- SILVA, João Henrique Da. A virtualização das relações e a liquefação dos laços afetivos sob a ótica de Zygmunt Bauman. 2016. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/356021483/4-A-Virtualizacao-Das-Relacoes-e-a-Liquefacao-Dos-Lacos-Afetivos-Sob-a-Otica-de-Zygmunt-Bauman> Acesso em 06/04/2023.
- SILVA, Renata Monteiro, COSTA, Eldessandra Santos da, OLIVEIRA, Maria Rosa de. Influência das Redes Sociais Sobre a Construção da Subjetividade Humana. *Psicologia*. Documento publicado em 06.01.2020, realizado em 2019. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1365.pdf>. Acesso em 06/04/2023.