



## PERCEÇÃO DE HOSTILIDADE NA REDE SOCIAL “INSTAGRAM”: REFLEXÕES SOBRE O MAL-ESTAR NA ERA DIGITAL

*Perception of hostility on the social media “Instagram”: reflections on malaise in the Digital Era*

*Percepción de hostilidad en la red social “Instagram”: reflexiones sobre el malestar en la Era Digital*

Gabriela Amaral Egreja Ferreira Doná<sup>1</sup>  
Jéssica Raquel Rodeguero Stefanuto<sup>2</sup>

**Resumo:** A pesquisa apresentada aqui investigou a percepção de usuários sobre elementos de hostilidade presentes no Instagram. Considerou-se que, embora o Instagram se apresente como uma rede social de partilha de imagens, a plataforma possibilita a manifestação de agressividades, de fomento de insatisfações e competições. Como os aplicativos em geral, é desenhada para a manutenção da conexão do usuário para fins de coleta e mercantilização de dados. Fundamentada na Teoria Crítica da Sociedade e alocada na Psicologia, a pesquisa analisou os dados obtidos via questionário online junto a 17 participantes voluntários, maiores de 18 anos, que passaram por processo de consentimento livre e esclarecido. Os resultados indicam que há percepção de hostilidade na rede e que uma gama importante de sentimentos e experiências desagradáveis pode ser associada ao uso da rede. Apesar disso, os usuários mantêm-se conectados, procurando gerir individualmente o mal-estar gerado na relação com a rede social.

**Palavras-chave:** Redes sociais. Mal-estar. Hostilidade. Era digital.

**Abstract:** The research presented here investigated users’ perceptions of elements of hostility present on Instagram. It was considered that, although Instagram presents itself as a social network for image sharing, the platform enables the manifestation of aggressiveness, the promotion of dissatisfaction and competition, and, like applications in general, is designed to maintain user connection for the purposes of data collection and commodification. Grounded in the Critical Theory of Society and situated within Psychology, the study analyzed data obtained through an online questionnaire answered by 17 voluntary participants, all over 18

<sup>1</sup> Psicóloga. Psicóloga autônoma. São Paulo/SP, Brasil. E-mail: egrejabat@outlook.com; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3277509047632102>; Orcid iD: <https://orcid.org/0009-0009-7851-4304>.

<sup>2</sup>Doutora em Educação. Docente do Departamento de Psicologia Social e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus Assis – FCLAs UNESP. Assis/SP, Brasil. E-mail: [jessica.stefanuto@unesp.br](mailto:jessica.stefanuto@unesp.br); Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6898807441659748>. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0001-6174-9267>

years old, who underwent a process of informed consent. The results indicate that there is a perception of hostility on the network and that a significant range of unpleasant feelings and experiences can be associated with its use. Nevertheless, users remain connected, seeking to manage individually the discomfort generated in their relationship with the social network.

**Keywords:** Social networks. Malaise. Hostility. Digital era.

**Resumen:** La investigación aquí presentada se dedicó a conocer la percepción de los usuarios sobre elementos de hostilidad presentes en Instagram. Se consideró que, aunque Instagram se presenta como una red social para compartir imágenes, la plataforma posibilita la manifestación de agresividades, el fomento de insatisfacciones y competencias y que, al igual que las aplicaciones en general, está diseñada para mantener la conexión del usuario con fines de recopilación y mercantilización de datos. Fundamentada en la Teoría Crítica de la Sociedad y enmarcada en la Psicología, la investigación analizó los datos obtenidos mediante un cuestionario en línea respondido por 17 participantes voluntarios, todos mayores de 18 años, que pasaron por un proceso de consentimiento libre e informado. Los resultados indican que existe una percepción de hostilidad en la red y que una gama importante de sentimientos y experiencias desagradables pueden asociarse a su uso. A pesar de ello, los usuarios permanecen conectados, procurando gestionar individualmente el malestar generado en la relación con la red social.

**Palabras clave:** Redes sociales. Malestar. Hostilidad. Era digital.

## **Introdução**

Em meio ao avanço da cultura digital e das tecnologias, as redes sociais hoje fazem parte da vida dos seres humanos. Em um momento histórico no qual inteligências artificiais generativas invadem os aparatos tecnológicos de uso ordinário e cotidiano e apresentam-se aos usuários como apenas uma ferramenta divertida e facilitadora da gestão de dados, as redes sociais ainda figuram como aplicativos que concentram número de usuários, informações e, portanto, poder. Segundo levantamentos da Plataforma de Dados Statista, em fevereiro de 2025, o Facebook, da Meta, aparecia como a rede social com mais usuários ao redor do globo. O YouTube figurava em segundo lugar e o Instagram e o WhatsApp, ambos da Meta, apareceram em terceiro lugar, com cerca de 2 mil milhões de usuários ativos mensais (Statista, 2025). Quando se trata do uso dessas redes no Brasil, o WhatsApp está no topo da lista. Com 147 milhões de usuários, o aplicativo está presente em 99% dos celulares brasileiros. Ele é seguido pelo YouTube, pelo Instagram e pelo Facebook, nesta ordem de popularidade, segundo apuração de Camardella (2025).

Com esta proporção, o Instagram, rede social focada em imagens, ainda que aparente ser um espaço aberto, em que postagens e falas aparentam ser livres e o acesso à vida uns dos outros parece potencialmente ilimitado, deve ser entendido como parte de um monopólio que

é, sobretudo, uma empresa com fins lucrativos. O aparente livre circular de informações e debates se dá no interior de um contexto e de um desenho das plataformas (O’Neil, 2020). Elas parecem favorecer a emissão de imagens e conteúdos adequados à lógica da competição e do empreendimento de si. Isso cria uma suposta vida perfeita dentro de uma plataforma digital que não é inócua em termos psíquicos e subjetivos.

Além disso, no início de 2025, a Meta, empresa dona do *Instagram*, do *Facebook*, do *Whatsapp* e do *Threads*, alterou sua política quanto às condutas nesses espaços digitais, liberando comportamentos que até então, ainda que de modo precário, eram proibidos e desestimulados nas redes sociais (Tuvuca, 2025; Tuvuca; Helder, 2025; Meta, 2025). Foi anunciado, por exemplo, o fim da recente política de checagem de fatos. Também caíram as proibições frente a mensagens preconceituosas, em um movimento que pode ser entendido como fértil para o aumento da hostilidade, principalmente contra grupos minoritários, já que a liberação envolve postagens racistas e LGBTfóbicas. Trechos como o seguinte podem ser encontrados nas novas políticas de conduta da empresa: “Permitimos conteúdo que defenda limitações baseadas em gênero para empregos militares, policiais e de ensino. Também permitimos conteúdo similar relacionado à orientação sexual, desde que fundamentado em crenças religiosas” (Tuvuca, 2025, s/p).

A chamada era digital tem implicado em profundas modificações dos modos de vida, influenciando o processo de construção do conhecimento em termos políticos, econômicos, culturais e ideológicos (Castro; Zuin, 2019). A internet promete ser um meio facilitador para muitas coisas, como a comunicação, a realização de pesquisas, o acesso a informações rápidas, a ampliação de mecanismos de trabalho e de circulação de ideias, enfim, uma infinidade de supostas vantagens. No entanto, a problematização acerca das implicações dessas supostas facilidades, bem como das finalidades que são ocultas nesses processos técnicos, é e necessária. Ela vem se fazendo presente nas investigações da Teoria Crítica da Sociedade, desde a primeira geração de autores, que a seu tempo estudaram o cinema, o rádio e discursos públicos.

As redes sociais podem contribuir para a mobilização dos saberes, o reconhecimento das diferentes identidades e a articulação dos pensamentos que compõem a coletividade, no entanto, as redes sociais também podem ser utilizadas para humilhar, intimidar ou assediar (Castro; Zuin, 2019). Aspectos mais sutis e não diretamente agressivos, como a competição, a comparação com imagens adulteradas etc., podem também ter efeitos subjetivos nocivos que

configuram um cenário de hostilidade. Se se considera a nova política de conduta, a hostilidade pode ser ainda mais perceptível e pode ser alavancada para relações de agressividade e violência também offline.

Segundo um relatório da *Royal Society of Public Health* (2017), a maioria dos jovens entre 16 e 24 anos usa a internet fundamentalmente por meio das redes sociais, que são descritas como mais viciantes que cigarro e álcool. O relatório associa as redes sociais ao aumento de ansiedade, depressão e horas insuficientes de sono. Também indica que jovens que usam as redes sociais tendem a encontrar mais apoio emocional entre seus contatos, ao mesmo tempo em que o cyberbullying, a violência digital, torna-se um problema crescente (Rsph, 2017). Identificar estas violências e como elas são percebidas pelos usuários é o começo para detectar as formas de sofrimentos psíquicos, as consequências que podem gerar e até mesmo proporcionar caminhos para a superação, seja de um dado modo de relação com as redes sociais, seja do desenho dessas redes que, enquanto empresas, enriquecem a partir de uma certa lógica de exploração do usuário.

Segundo Nakagawa (2021), o Instagram afirma que agiu contra 6,5 milhões de postagens com discurso de ódio na plataforma, inclusive em mensagens diretas, entre julho e setembro de 2020. Em 95% dos casos, a violação foi detectada antes que alguém tivesse relatado. Mas, ainda assim, há muita violência na plataforma digital e, mesmo que a própria plataforma consiga detectar formas de violência e até banir contas violentas, esta tecnologia ainda não é utilizada para detectar conteúdo abusivo em mensagens privadas; estas precisam ser denunciadas pelos próprios usuários (Nakagawa, 2021). Em contrapartida, há expansão políticas para fornecer maior proteção contra diferentes tipos de abuso (Kantor, 2020). Mesmo assim, definir discursos de ódio não é simples, já que existem inúmeras opiniões divergentes sobre o que constitui um discurso de ódio, aglomerando fatores importantes a serem considerados na formação das políticas de segurança das plataformas digitais (Kantor, 2020).

Por vezes, as redes sociais funcionam como um grande grupo que exerce influência sobre o comportamento dos componentes e subjuga a identidade individual (Azevedo *et al*, 2011). A violência, seja ela psíquica ou física, é a expressão maior do exercício do poder, é a domesticação dos corpos e das mentes, submetendo o indivíduo a uma relação de sujeição (Azevedo *et al*, 2011). Pensando assim, esse trabalho partiu da hipótese de que pudesse existir uma relação ambígua do usuário frente ao Instagram, pois, ainda que esta seja uma rede social bastante utilizada, está também envolvida em queixas sobre sofrimentos psicológicos. Daí a

pergunta sobre os usuários perceberem e/ou identificarem as diversas formas de hostilidade e de violência e, mais, se é possível ver se estas agressões afetam as pessoas usuárias. Há sempre também a possibilidade de o usuário não reconhecer ou não identificar esses aspectos hostis que são apresentados pela literatura. Seguir com esses questionamentos e investigações possibilita uma melhor compreensão e enfrentamento destas questões.

Para realizar essa investigação, cujo objetivo maior foi conhecer a percepção dos usuários do Instagram sobre os aspectos de hostilidade presentes nessa rede social, foi levantada a bibliografia pertinente sobre a temática. Em um segundo momento, realizou-se um levantamento de dados junto a usuários da rede social Instagram por meio de um questionário *online*. Durante a elaboração do questionário, foi tomado o cuidado de não adentrar temáticas sensíveis, restringindo-se àquilo que se entende como pertinente para o problema em questão. O questionário foi dividido em três blocos, sendo eles: 1) “caracterização da amostragem”, tendo como objetivo conhecer um pouco dos participantes da pesquisa; 2) “relação com a internet e o Instagram”, com o objetivo de entender melhor sobre essa relação e aprimorar o entendimento das respostas; e 3) a parte final e principal do questionário, “percepção de hostilidade no Instagram”, para conseguir respostas para a hipótese inicial. Os dados levantados em 17 questionários foram organizados e foi realizada uma descrição quantitativa inicial. Na sequência, analisaram-se qualitativamente esses dados por meio de categorias de análise (Minayo, 2004) guiadas fundamentalmente pela noção de hostilidade e de percepção.

Por se tratar de pesquisa com seres humanos, o presente trabalho respeitou as Resoluções 466/2012 e 510/2016, ambas do Conselho Nacional de Saúde (CNS), versando sobre os cuidados éticos na pesquisa com seres humanos. Assim, a presente pesquisa só teve início após a apreciação e aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). A pesquisa contou com um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e foi garantido o processo de adesão junto aos participantes, que foram voluntários e não tiveram custos ou ganhos imediatos decorrentes da pesquisa. Considerando que toda pesquisa oferece algum tipo de risco, nesta pesquisa os riscos considerados foram: desconforto e/ou constrangimento ao responder à pesquisa; identificação ou vazamento de informações do questionário. Por se tratar de pesquisa em ambiente digital, foram utilizados apenas computadores pessoais e os dados obtidos foram armazenados e protegidos com senhas fortes, seguindo as orientações prescritas na carta circular número 1/2021 da CONEP/MS. Durante o desenvolvimento da pesquisa e nos meses

que se seguiram à coleta de dados, não foram relatados danos decorrentes da participação na pesquisa. Apesar de se tratar de uma amostragem reduzida e estatisticamente não relevante, a ideia é que se possa observar tendências e colher exemplos concretos sobre as formas de percepção e avaliação das pessoas acerca dos elementos de hostilidade presentes na rede social.

### **Sobre a categoria hostilidade**

Para desenvolver a presente análise, optou-se pela categoria hostilidade por se tratar de um vocábulo capaz de expressar formas mais ou menos diretas de violência e de agressividade. Além disso, abarca uma certa dimensão pouco amistosa do ambiente virtual que incorpora certas formas sutis de violência no entretenimento. Nesse sentido, a proposta era abarcar malestares e percepções de desagravo no interior da rede, mesmo que isso não fosse imediatamente identificado pelo usuário como violência. A partir da Teoria Crítica, a violência é entendida de modo amplo e multideterminado, estruturando o processo civilizatório desde as formas de dominação da natureza, externa e interna aos sujeitos (Adorno; Horkheimer, 1985). O que se convencionou chamar de civilização, não se deu sem processos de opressão e dominação, que marcam e estruturam a sociedade tal como a conhecemos. Esse processo, mediado na Modernidade também por uma educação pela dureza (Adorno, 1995), implica que cada pessoa deve violentar-se a um ajustamento a uma sociedade irracional, o que forja subjetividades dessensibilizadas e conformadas com a lógica de que, afinal, é preciso sacrificar-se e dessensibilizar-se ao sacrifício do outro.

Nesse sentido, vale lembrar como Adorno e Horkheimer (1985) já identificavam uma educação pela e para a violência e a opressão por meio da indústria cultural, incluindo os desenhos animados, que poderiam, ao contrário, ser espaços para a fantasia e um contraponto ao racionalismo. Administrados pela indústria cultural, a hilaridade dos desenhos animados é sempre associada à crueldade organizada contra o protagonista. Esse movimento ensina, desde a mais tenra idade, que é inescapável sujeitar-se, que é necessário desistir das resistências e habituar-se às sovas recebidas. Quanto dessa violência, mais ou menos sutil, daí a ideia de hostilidade, pode ser percebida no entretenimento contemporâneo mediado pelas redes sociais? Pontes (2021) afirma que a lógica das redes sociais:

[...] abre espaço tanto para interações inofensivas, quanto para discursos de ódio e violência direcionados para um determinado alvo, que normalmente se caracteriza por ser ou pertencer a um grupo étnico, racial ou político. Nas redes sociais é comum encontrar xingamentos, ameaças e preconceitos de diferentes naturezas, muitas vezes feitos por usuários que escondem sua verdadeira identidade (2021, p. 32).

Além disso, as redes podem configurar-se, na sociedade neoliberal, como ambientes em que o mal-estar social é gerido e administrado e, eventualmente, até reconduzido, seja via publicidade, seja via manutenção do engajamento para extração de dados. Essa lógica é compatível com as formas de controle e gestão social, nas quais incluem-se os saberes psi. Nesse sentido, a cultura digital pode fomentar novas formas de gestão do mal-estar, uma vez que “[...] uma complexa relação se estabelece entre o sofrimento psíquico como objeto legitimador da disciplina psiquiátrica e sua gestão a serviço da economia” (Neves *et. al.*, 2021, p. 127):

Nesse breve período de cerca de 50 anos, iniciado a partir dos anos 1970, é possível descrever uma verdadeira revolução nos métodos de pesquisa, nos fundamentos epistemológicos e sobretudo nos objetos que definem essa disciplina médica. A mais importante delas, contudo, é aquela que define a passagem da psiquiatria de uma função terapêutica, ainda inserida no interior da clínica médica, a uma função de aprimoramento (*enhancement*), decididamente tributária da lógica econômica (Neves *et. al.*, 2021, p. 127).

Evidentemente, portanto, não é o ambiente virtual que cria a violência, mas ele se torna mais uma via de expressão desta, com suas peculiaridades e especificidades que devem também ser conhecidas. Afinal, tampouco é natural que formas de agressividade, perseguição e afins gerem formas de financeirização das redes sociais por meio do engajamento que promovem, além disso, formas de pressão para a adequação a uma lógica neoliberal de empreendimento de si, que podem também ser percebidas como hostis, mesmo que aparentemente não sejam imediatamente vinculadas a uma agressão ou violência. Esse movimento de financeirização evidencia que há escolhas e finalidades técnicas, políticas e econômicas no modo como as redes são desenhadas e gerenciadas (O’Neil, 2020). E é possível indicar que, “Até pela ausência de política públicas de educação para a mídia”, como escreve Costa (2015, p. 155), “a prevalência da adaptação às estruturas e linguagens dos suportes por parte dos usuários ainda é um componente que dificulta formações diferenciadas e que possibilitem ações contraculturais e fora do sistema que integrem cultura à racionalidade técnica”. Daí a relevância de tanto conhecer aspectos sobre como vem se dando a relação entre os usuários e as redes sociais, como

no caso da percepção de hostilidade, como desdobrar dali formas possíveis de enfrentamento e subversão desses usos e explorações.

### **Redes sociais, o Instagram e a percepção da hostilidade**

A internet tornou-se parte do cotidiano de milhares de pessoas, podendo mantê-las conectadas 24h por dia, de qualquer lugar do mundo, e a tendência é que esse número de usuários cresça (Statista, 2025). Segundo Pontes (2021, p. 31):

Por meio da promessa de entretenimento, praticidade, e progresso, estimulou-se o consumo de computadores e provedores de internet. Atualmente, muito mais do que um espaço para pesquisas e difusão de informação, a internet, por meio das redes sociais, mantém os indivíduos conectados o tempo todo.

Hoje em dia, é comum ver crianças com um aparelho eletrônico com internet nas mãos. As reuniões com os amigos e familiares se tornaram sem sentido se não puder postar, registrar, compartilhar com centenas de outras pessoas; afinal, em uma sociedade excitada, ser é ser percebido (Türcke, 2010). “O acesso a esses meios de comunicação vem sendo inserido à rotina dos indivíduos e de suas famílias cada vez mais cedo e de forma mais intensa, criando a necessidade de estar constantemente em contato com o ambiente virtual” (Pontes, 2021, p. 32). A dificuldade de não estar conectado ou de reduzir a quantidade de acessos a esses espaços digitais que, embora virtuais, compõem a realidade das pessoas hoje, aparece nas falas dos participantes dessa pesquisa em consonância com a literatura da área.

Voltar a atenção para o que dizem usuários concretos, que puderam dedicar um tempo para voluntariamente responder a um questionário online, com questões fechadas e abertas, sobre o uso do Instagram e as percepções sobre as diversas formas de hostilidade presentes nessa rede, apareceu, então, como uma forma de enriquecer o debate para além dos números evidentes das estatísticas. Abarcar algo da complexidade da relação que se tem atualmente com a internet exigiu que o questionário de coleta de dados desta pesquisa fosse dividido em três blocos, sendo eles: o de “caracterização da amostragem”, tendo como objetivo conhecer um pouco dos participantes da pesquisa; a “relação com a internet e o Instagram”, com o objetivo de entender melhor sobre essa relação, para melhor entendimento das respostas; e, o terceiro e último bloco, a parte final e principal do questionário, “percepção de hostilidade no Instagram”. O questionário foi divulgado nas redes sociais pessoais das pesquisadoras, atingindo inicialmente uma amostragem de conveniência e, potencialmente, uma amostragem aleatória.

Tendo ficado disponível ao longo de 30 dias, a coleta de dados foi encerrada com a amostragem de 17 participantes, sendo a maioria do sexo feminino e entre 21 e 35 anos. São pessoas escolarizadas, com faixa de renda majoritariamente acima de 3 e 5 salários mínimos.

A caracterização da amostragem, ainda que em um número restrito, nos permite confrontar e comparar com os dados mais amplos de características de um usuário comum no Instagram. De acordo com o Statista, mais de 50% da base mundial de utilizadores do Instagram inclui indivíduos com idade igual ou inferior a 34 anos. Assim, a ideia é que a análise das respostas dessas pessoas possa fornecer elementos para a discussão e a reflexão acerca de padrões e de tendências comportamentais na rede, sem que haja a necessidade de uma relevância estatística.

Uma pergunta que aparecia mais ao final do questionário era a seguinte: “Quando falamos de ‘hostilidade’ em que você pensa? Se puder escreva algumas palavras que entende que são relacionadas com ‘hostilidade’ pra você”. Por hostilidade não ser uma palavra utilizada de modo corriqueiro, foi preciso ter a certeza do entendimento dos participantes desta pesquisa sobre o assunto estudado. Então fizemos a pergunta acima, buscando conhecer o entendimento dos participantes sobre a palavra hostilidade e exemplos de como pensar sobre o tema. As respostas foram semelhantes entre alguns dos participantes; outros se basearam no senso comum para exemplificar, mas, de modo geral, os participantes entendem a hostilidade como rivalidade, comparações, provocações, intimidações; grosseria, falta de respeito, falta de empatia e acolhimento; insegurança, medo, pessoas chatas que compartilham o que querem, violência, perversidade, agressão, ameaça, ofensas; exposição, bullying. Estas palavras foram tiradas de frases e expressões escritas por alguns dos participantes. Alguns destes adjetivos foram colocados por mais de uma pessoa, além de se expressarem como sendo algum ruim, causador de baixa estima, inapropriado, e foi até considerado um ato de *fake news*. É, portanto, com uma ampla gama de significação, que os participantes receberam a reflexão proposta na pesquisa, vigorando um entendimento que posiciona a hostilidade em um leque conceitual próximo à violência, ao desagravo e, em um sentido mais geral, ao mal-estar.

A questão central, então, era verificar em que medida e de que modo os participantes usuários da rede percebem isso que qualificam como hostilidade, partindo, em alguma medida, do pressuposto de que a rede é desenhada para favorecer engajamento, sem contar

que isso resulta em formas hostis ou não de convivência virtual. Entende-se aqui que “a percepção de algo como objeto ou fenômeno específico requer a exposição repetida ao conjunto de estímulos sensoriais mobilizado por ele e, igualmente, da mediação das aprendizagens sociais [...]”, não sendo, portanto, nem um processo natural, nem dado de antemão, nem pressuposto necessariamente no adulto usuário de redes sociais frente ao que pode ser identificado como hostilidade: “É a construção de conhecimentos que confere à percepção a qualidade de significação, dado que indica as importantes alianças que vão se estabelecendo entre o seu desenvolvimento e a formação da consciência” (Martins, 2013, p. 139).

Remetendo a um contexto mais amplo, é pertinente considerar uma crescente digitalização da vida e uma mutação das formas de emprego e trabalho na contemporaneidade. Ao mesmo tempo, tornam-se mais difusas e mascaradas as formas de dominação, controle e também, de violência. Nesse sentido, o Instagram não deve ser considerado aqui apenas como uma plataforma de entretenimento, já que ele passou a ser também uma ferramenta de trabalho, carregando todas as ambiguidades e contradições desses processos. Antes mesmo de perceber-se a própria rede como uma empresa, parece haver a percepção de que se trata de um espaço em que é possível anunciar, vender e alocar versões digitais de microempresas e de anúncios de trabalhos. Muitos dos seus usuários ganham por diversas funções que a plataforma proporciona, mas ainda assim, é preciso ter engajamento e visualizações para que isso ocorra, a exemplo da resposta de um participante que disse que o Instagram se tornou uma “vitrine acessível”, ou seja, o que é postado ali, muitas vezes, é desejado por centenas de pessoas, seja um corpo, um produto, uma imagem, a vida que a pessoa demonstra ter etc. Outro participante também faz menção a essa lógica de mercado percebida no interior da rede no seguinte trecho: “[...] [há um] enorme número de influenciadores digitais vendendo uma forma de vida muitas vezes inalcançável para a maioria da população”. Sendo um lugar onde quase tudo pode acontecer, a internet se tornou livre para criar e postar o que é desejado.

Nesse sentido de uma vitrine acessível, a ideia é também que o próprio perfil de usuário se torne uma mercadoria, algo que é explorado na extração de dados e que movimenta e mantém pessoas engajadas. A ideia do empreendimento de si fica evidenciada aqui quando tudo aquilo que aparece na rede precisa obedecer a certos padrões de engajamento e de visibilidade que, a rigor, são sempre inatingíveis. A pressão para o ajustamento, que já aparecia no diagnóstico realizado por Adorno e Horkheimer sobre a indústria cultural (1985), parece ganhar aqui novos

contornos. Se você não buscar se “encaixar” nos padrões sociais impostos nas redes sociais, principalmente no Instagram, aplicativo de fotos, postagens e compartilhamentos, acaba se tornando alvo de críticas, comentários maldosos, desapontamentos sobre sua pessoa ou modo de ser, tornando-se excluído do círculo social existente dentro da plataforma, ou até mesmo sendo alvo de exposições por não atingir o “esperado” naquele momento e lugar. Um participante escreve sua resposta sobre o porquê de o Instagram ser causador de sofrimento psíquico nos seguintes termos: “o Instagram gera sentimento de frustração e incapacidade, as pessoas se sentem insignificantes ou incapazes.” Sobre essas pressões e percepções de necessidades de ajuste de si, Pontes (2021) afirma que:

Esse alcance global, 24 horas por dia, sete dias por semana, transforma os usuários em massa, padronizando pensamentos e vontades, sendo quase impossível se opor a essa força invisível. Ao aderir à massa da coletividade das redes sociais, a consciência individual é suprimida em nome de uma consciência grupal padronizada (2021, p. 33).

Os dados da pesquisa confirmam essa permanência do usuário, vindo ao encontro da discussão sobre a força de massa que tal imersão pode produzir: dos 17 participantes desta pesquisa, mesmo podendo assinalar mais de uma alternativa, 17 (100%) afirmam que acessam a internet de casa, sendo que todos acessam de outras maneiras também, sendo assim: 8 (47,1%) acessam através de 4G, 4 (23,5%) acessam através de 3G e 5 (29,4%) acessam por meio do Wi-Fi do trabalho. Esses dados são informativos para deduzirmos que a maior parte dos participantes possui acesso à internet durante o dia inteiro, ou seja, estão conectados em casa, alguns no trabalho e outros por internet móvel.

Mesmo durante o sono, se o celular está ligado e com a internet ligada, a pessoa permanece conectada, gerando dados e informações que são captadas pelos aplicativos. Por esse motivo, nos interessou saber o modo como o telefone celular fica durante o sono dos participantes. As respostas foram: 7 (42,2%) dormem com o celular ligado e carregando, 4 (23,5%) dormem com o celular em modo avião e com o wifi desligado, 2 (11,8%) dormem com o celular ao lado ligado, 1 (5,9%) dorme com o celular em modo noturno, 1 (5,9%) dorme com o celular desligado, 1 (5,9%) dorme com o celular em modo avião com o wifi ligado e 1 (5,9%) dorme com o celular próximo a ele(a), mas em modo silencioso. Somando os participantes que dormem com o celular ligado e carregando, com o celular ligado, em modo avião, mas com o wifi ligado e com o celular próximo, mesmo que no silencioso, 11 participantes - mais da

metade - dormem com o celular conectado, de alguma forma. A forma como o aparato digital se apresenta, portanto, determina, em grande medida, a forma como ele é utilizado, inserindo o usuário na lógica que é necessária para a forma financeira do capital.

A partir das respostas dos participantes desta pesquisa, é possível indicar que a hostilidade, em um sentido de uma violência ou mal-estar pulverizado, está presente e é percebida. Apesar de vigorar o uso e a permanência na rede, as pessoas expressam a consciência de que se trata, nas palavras de um participante, de uma “empresa em busca de lucro – hostilidade gera engajamento”. Alguns exemplos ou experiências de hostilidade são mencionados e percebidos por todos os participantes em algum momento de suas respostas. Esses exemplos evidenciam que, ainda que de diferentes maneiras, há uma partilha da percepção sobre a hostilidade presente nessa rede social. Mesmo aquelas pessoas que acham o “ambiente” do Instagram agradável possuem mecanismos de “fuga” sobre a “toxicidade” que esta plataforma digital pode gerar em sua vida. Muitos percebem o mal que fazem, mesmo que seja difícil “fechar” o aplicativo. É perceptível que possuem habilidades para perceber que o ambiente é danoso, mesmo havendo uma contraposição com a diversão, o “passatempo” e a necessidade de estar conectado. Dos 17 participantes, 9 (52,9%) acham o Instagram favorável para comportamentos agressivos e/ou violentos; 4 (23,5%) dos participantes desta pesquisa ainda não têm opinião formada sobre o Instagram ser ou não favorável para comportamentos agressivos e/ou violentos; 2 (11,8%) dos participantes desta pesquisa acham que o Instagram não favorece comportamentos agressivos e/ou violentos; 1 (5,9%) participante desta pesquisa acha que o Instagram até favorece comportamentos agressivos e/ou violentos, mas que também há uma rede de empáticos que se levanta para defender a pessoa a quem a agressividade é dirigida, e isso é bom nas redes sociais, já que sempre aparece alguém para “ficar ao lado” da pessoa alvo e 1 (5,9%) participante desta pesquisa acha que favorece e utiliza esse subproduto como plano de negócios para aumentar engajamento.

Diante da pergunta, por exemplo, sobre os sentimentos prevalentes depois do uso do Instagram por um tempo considerado mais longo para o usuário - os participantes poderiam assinalar mais de um sentimento – as respostas foram: 6 (37,5%) sentem que a felicidade prevalece após bastante tempo usando o Instagram, 3 (18,8%) sentem que a tristeza prevalece após bastante tempo usando o Instagram, 3 (18,8%) sentem que a raiva prevalece após bastante tempo usando o Instagram, 2 (12,5%) sentem que o medo prevalece após bastante tempo usando

o Instagram, 4 (25%) sentem que a surpresa prevalece após bastante tempo usando o Instagram, 4 (25%) sentem que a insegurança prevalece após bastante tempo usando o Instagram, 6 (37,5%) sentem que a indiferença prevalece após bastante tempo usando o Instagram, 1 (6,3%) sente que a ansiedade prevalece após bastante tempo usando o Instagram e 1 (6,3%) sente preocupação ao perceber que não está fazendo nada para salvar a Terra, mas a esperança surge.

Os participantes que se sentem felizes após o uso do Instagram por bastante tempo acabam sendo o dobro dos participantes que se sentem tristes. Medo, raiva e insegurança são sentimentos que mais de um participante acaba sentindo, tornando-se mais evidente e perceptível o efeito daquilo que é percebido como hostil. Alguns participantes se sentem indiferentes em relação aos sentimentos após o uso do Instagram, outros se sentem surpresos, sem definição se é uma surpresa boa, ruim ou indiferente. Instigados a pensarem o porquê de esses serem os sentimentos prevalentes, os participantes justificaram de maneiras diversas: o sentimento desagradável se dá em função de “consumir conteúdos repetitivos [que] geram desinteresse e ansiedade”; “comparações se tornam inevitáveis”; “falta aproveitar o tempo presente”; “políticas e discordâncias em relação aos candidatos à eleição”; “busca por conteúdos engraçados e de interesses pessoais”, no caso de sentimentos tidos como agradáveis; manter contato com os amigos; conteúdos com “informações demais ao mesmo tempo”; diversidade dos conteúdos; conteúdos falsos e indiferentes; “pessoas sem opiniões próprias”; “conteúdos que podem ameaçar e deprimir”; “muitas propagandas”; alguns ainda não se sentem afetados com a rede de maneira nenhuma, e outros não souberam explicar o porquê.

Quanto à investigação sobre a relação entre o uso do Instagram e sentimentos tidos como agradáveis, 11 (64,7%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é o contato com outras pessoas; 3 (17,6%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é poder trabalhar por meio dele; 3 (17,6%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é fazer novas amizades; 11 (64,7%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é publicar conteúdos que os agradam; 1 (5,9%) respondeu que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é saber sobre a vida de famosos; 14 (82,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é consumir conteúdos que os agradam; 8 (47,1%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram é a

possibilidade de ver a rotina dos amigos e conhecidos; 1 (5,9%) respondeu que o elemento transmissor de sentimentos positivos em relação ao Instagram são os bichinhos fofos, 1 (5,9%) também indicou sentimentos positivos em relação ao Instagram, sem ser possível especificar.

As respostas mais prevalentes, mesmo ainda não sendo de concordância geral, foram a possibilidade de manter, do Instagram, o contato com outras pessoas e poder ver e compartilhar a vida de amigos e conhecidos, além da possibilidade do consumo de conteúdos que lhes agradam e poder postá-los também.

Quanto a sentimentos mais associados à hostilidade, buscou-se aprofundar o entendimento dos aspectos do Instagram que fazem os participantes terem sentimentos negativos. Os participantes poderiam assinalar mais de uma resposta e elas foram: 8 (47,1%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são os cancelamentos, 14 (82,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são as *fake news*, 10 (58,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são comparações de vidas e pessoas, 14 (82,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são a aparência de uma perfeição irreal, 10 (58,8%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram é consumir conteúdos que não os agradam, 14 (82,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são os comentários desnecessários uns sobre os outros, 16 (94,1%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram é a falta de empatia, 12 (70,6%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram é o assédio virtual, 8 (47,1%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram é a falta de privacidade, 10 (58,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são as fofocas, 5 (29,4%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são os militantes, 12 (70,6%) responderam que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram são os preconceitos, 1 (5,9%) respondeu que o elemento transmissor de sentimentos negativos em relação ao Instagram é toda a agenda identitária e sua polícia de costumes. É quase unânime a visibilidade das problemáticas envolvendo o Instagram, fazendo-nos questionar ainda mais sobre as violências criadas e geradas por e p desta plataforma digital.

Ao mesmo tempo em que há consciência expressa sobre a hostilidade, há uma impotência e um, talvez seja possível dizer, desejo de permanência na rede. A lógica do vício (Türcke, 2010) pode ser recuperada em alguma medida na análise sobre o uso de redes sociais, uma vez que comportamentos próximos à compulsão podem ser encontrados aqui, inclusive sendo de conhecimento do usuário. “Da pressão/compulsão para transmitir deriva-se aquela compulsão de ser visto para poder ser percebido” (Costa; Zuin, 2006, p. 20). Vale nos perguntarmos, nesse sentido, em quais condições essa relação com as redes sociais se dá. Ou seja, seria importante nos perguntarmos em que medida outras atividades, relações e formas de interação com o mundo e as pessoas estão também sendo desprezadas ou substituídas, muito mais por uma necessidade dos aparatos de retroalimentarem o capital, do que por necessidade das pessoas. Além disso, contextos de rivalidade parecem não ter espaços de diálogo ou confrontação com as diferenças, mas geram tensões que não têm canais de elaboração coletiva.

Além disso, é fundamental lembrar que, além de a forma da rede social não ser neutra, os conteúdos disponibilizados tampouco são inócuos, podem gerar sofrimento e relações de opressão entre seus usuários, ao mesmo tempo em que retroalimentam o engajamento, a participação e a monetização da empresa. Para a plataforma, que monetiza com o engajamento, não faz diferença se esse engajamento se dá por elementos hostis. E os elementos de hostilidade não remetem apenas a agressão ou violências explícitas, mas são percebidos e identificados assim inclusive quando se trata de postagens, por exemplo, tidas como bonitas e agradáveis. Como o trecho de um dos participantes desta pesquisa: “como se a vida das pessoas fosse linda e feliz, só a sua um perrengue”.

A percepção de hostilidade diante de uma suposta perfeição exibida é percebida pela maioria dos participantes. Expressões como “corpos padronizados” e “falsa felicidade” aparecem nas respostas trazendo indícios de percepções de que a criação de vidas perfeitas dentro da plataforma digital explora também vulnerabilidades e cria pressões adaptativas incompatíveis com uma vida real, concreta e diversa, próxima da maioria das pessoas.

Evidentemente, esses conteúdos podem ser alterados digitalmente ou podem ser falsos, havendo sempre a possibilidade de os usuários se “esconderem” através de contas *fakes*. Um dos participantes da pesquisa citou o seguinte exemplo: “uma mulher rica e magra, que tem roupas da moda, viaja o mundo e é feliz, pode gerar inseguranças, tristezas, raivas...”. Nesse mesmo sentido de a hostilidade ser percebida como uma pressão pelo inatingível, um outro

participante escreve o seguinte: “[nas redes] proliferam padrões que favorecem marcas e padrões de vidas irreais”. Nesse mesmo caminho, um outro participante indica sentimento de mal estar diante da “exposição excessiva de padrões irreais e inalcançáveis”.

Uma pergunta aparecia do seguinte modo: “Nos últimos tempos, tem havido uma série de denúncias sobre o Instagram ser causador de sofrimento psíquico. Porque você acha que isso acontece? De modo geral, as respostas foram: o Instagram “transmite algo real que muitas vezes não é”; projeções de “expectativas de vida distante da realidade de muitos”; “ódio gratuito”; existência de “agressividade”; é “gerador de gatilhos”; há “muita exposição”; é “gerador de sentimentos angustiantes e frustrantes”; padronizações de corpos; falsa felicidade; *fake news*; falta de empatia; “muitos comentários agressivos”; manipulação de dados; “causador de inveja”; há usuários que remetem à situações de cyberbullying; a rede “faz acreditar que o que está postado é verdade absoluta”; “vendas de produtos que nem todos são capazes de consumir”.

Os usuários parecem também ter consciência de que nem mesmo para a pessoa dona do perfil essa imagem é real, ou é real o tempo todo, como evidencia o seguinte trecho de outro participante: “os usuários podem se esconder atrás de um perfil e propagar *fake news*, além de comentários sem empatia”. No entanto, há razões para indicar que esse saber não torna o usuário necessariamente menos vulnerável às pressões e à lógica do empreendimento de si e, nesse sentido, é importante pensar a própria percepção como um fenômeno mais complexo que envolve outras mediações do que, por exemplo, apenas intuir o identificar algo de mal estar na rede. Como escreve Martins (2013):

[...] a percepção não é um processo natural. Nela operam inúmeras mediações, que compreendem tanto os mecanismos interfuncionais (motricidade, linguagem, pensamento etc.) quanto as experiências e os conhecimentos anteriores. Ademais, a percepção do objeto não se processa como captação de um conjunto de indícios sensoriais, mas localizando-o conceitualmente em uma dada categoria, na ampliação da nitidez e da profundidade pelas quais o objeto é percebido (Martins, 2013, p. 133).

Ou seja, é preciso tanto aprender a perceber, quanto é preciso articular diferentes saberes, experiências e processos psicológicos para que o julgamento daquilo que é percebido transcorra de modo mais completo e consciente. “[...] a percepção humana”, escreve Martins (2013, p. 134), “se forma no processo histórico de *atividade perceptiva*, do qual resultam transformadas as propriedades naturais, orgânica, que lhe conferem sustentação”. Nesse sentido:

seu desenvolvimento corresponde, sobretudo, às ações de descoberta das características dos objetos e fenômenos necessárias à sua identificação, originando-se de “comportamentos de busca”, de “orientação no meio”, que, gradativamente internalizados, instituem a ‘ação perceptiva’ (Martins, 2013, p. 134).

Procurando caracterizar a relação dos participantes da pesquisa com a rede social Instagram, visando articular esses múltiplos elementos da percepção, perguntamos a utilidade desta plataforma na vida deles, podendo assinalar quantas opções forem necessárias. Obtivemos várias opções como respostas e são elas: 9 (52,9%) usam o Instagram por diversão, 10 (58,8%) utilizam a rede social para se comunicar com os amigos, 4 (23,5%) utilizam a rede social para se comunicar com a família, 5 (29,4%) utilizam a rede social para se comunicar profissionalmente e/ou com clientes, 4 (23,5%) usam o Instagram para trabalhar, 9 (52,9%) usam a plataforma para obter informações e notícias, 2 (11,8%) usam a plataforma para verificar fontes de notícias, 1 (5,9%) utiliza o Instagram como meio de fofocas, 9 (52,9%) utilizam a rede social para acompanhar informações sobre pessoas conhecidas, 5 (29,4%) usam a plataforma ter acesso à receitas, 7 (41,2%) usam o Instagram para obterem dicas em geral, 4 (23,5%) usam o Instagram para terem acesso à decorações, 3 (17,6%) usam o Instagram para terem acesso à moda, 2 (11,8%) utilizam a rede social para acompanhar famosos, 3 (17,6%) usam o Instagram para conhecerem pessoas novas, 9 (52,9%) utilizam a rede social para manter contato com pessoas que estão distantes, 2 (11,8%) utilizam a rede social para paquerar, 10 (58,8%) usam o Instagram para postar fotos e vídeos, 4 (23,5%) utilizam a rede social para divulgar produtos ou serviços, 4 (23,5%) utilizam a rede social para estudar e aprender coisas, 5 (29,4%) utilizam a rede social para saber sobre cursos e afins, 12 (70,6%) usam o Instagram como passatempo e 1 (5,9%) usa o Instagram para seguir pessoas que falam sobre assuntos do seu interesse.

Ao avaliar os interesses dos participantes desta pesquisa em relação ao Instagram e o que mais fazem nesta rede social, percebe-se que utilizam mais para interesses pessoais e comunicações do que para trabalho. Percebe-se também que o Instagram é útil para pesquisas, permitindo que os participantes busquem cursos, receitas, itens de decoração, entre outros. Segundo relatório da plataforma Statista, as redes sociais são a atividade digital mais comum no mundo todo, sendo que, em janeiro de 2023, a taxa global de utilização das redes sociais atingiu 59%. Isso significa que quase seis em cada dez pessoas utilizam redes sociais em todo

o mundo. Nas estatísticas globais (Statista, 2025), há também uma sintonia com os dados coletados aqui acerca dos usos das redes sociais. Manter-se em contato com amigos e familiares, por exemplo, figura em primeiro lugar no levantamento do Relatório Global de 2025 (Statista, 2025). E é interessante notar como o conteúdo e o uso da rede aparecem também, em algum sentido, de forma genérica, evidenciando o sucesso da fórmula de manter as pessoas conectadas a despeito, inclusive, do conteúdo que é veiculado. Evidentemente existem preferências, mas é interessante notar como finalidades como “passar o tempo” e “preencher o tempo livre” aparecem, no relatório global, ocupando também os primeiros lugares. “Ver o que está sendo falado” e “encontrar inspirações para comprar coisas” evidenciam a penetração do uso das redes sociais em diferentes esferas da vida cotidiana (Statista, 2025).

Essa aparente fluidez e trivialidade dos conteúdos das redes sociais parecem, no entanto, conter uma ambiguidade: tanto a efemeridade quanto a permanência podem aparecer como problemas, preocupações e ameaças. Por um lado, uma informação “vazada” pode permanecer online e alcançar uma visibilidade indesejada. Como um participante disse em um trecho de sua resposta: “lançou a palavra já alcança o mundo, não tem retorno”. Ou seja, escapa ao controle do usuário aquilo que ele lança na rede, e isso não só em função da sua postagem individual, mas considerando também os compartilhamentos. A violência monetizada, os xingamentos, as comparações sobre o que é postado e compartilhado dentro desta plataforma digital têm o seu alcance potencialmente infinito. Complementando a resposta deste mesmo participante: “as pessoas ainda não são capazes de suportar toda a exposição que buscam”, e isso mesmo em uma lógica em que a visibilidade na rede está vinculada a um senso de existência. Ao mesmo tempo, essa amplitude de alcance e visibilidade pode ser rapidamente ultrapassada pela próxima novidade. Como escrevem Zuin e Costa (2006):

*A mediação tecnológica permite olhar os fatos como espectador, que, na impotência de exercer ação direta sobre a realidade relatada, deixa-se envolver episodicamente com o espetáculo, para em seguida ser novamente tragado pela sobreposição dos fluxos intensos de imagens mais sensacionais (2006, p. 20).*

A racionalidade técnica insere o usuário cada vez mais em um processo de aceleração ao qual parece imperativo que os processos psicológicos se adaptem. Tanto a velocidade das transformações técnicas dos aparatos e recursos tecnológicos, quanto designs e fluxos de notícias e informações criam uma lógica em que a notícia do dia já está sempre ultrapassada e superada por um novo acontecimento, sem que haja exatamente um filtro acerca do que é

relevante apreender. Mesmo aquilo que é relevante corre o risco de ser banalizado ou solapado no processo de acúmulo e bombardeio de pixels e informações. E a relação com o mundo pode sequer chegar a formas mais complexas, como a percepção, sendo exploradas, fundamentalmente, as sensações em choques de novos e mais atuais estímulos (Türcke, 2010). As sensações são portas de entrada para o mundo da consciência e refletem qualidades isoladas dos objetos e fenômenos (Martins, 2013).

As contradições também estão postas, e talvez possam ser brechas e espaços para a reflexão. A maior parte dos participantes disse gostar do Instagram. Mesmo para aqueles que não gostam da rede social, achamos importante saber os aspectos que entendem como sendo positivos dentro da plataforma digital. Podendo assinalar mais de uma resposta, os participantes responderam assim: 12 (70,6%) apontam ser positiva a possibilidade de interação com pessoas, principalmente as que moram longe, 5 (29,4%) apontam ser positivo saber sobre a vida dos outros, 11 (64,7%) apontam ser positiva a possibilidade de poder ver e compartilhar fotos e vídeos, 6 (35,3%) apontam como positivo trabalhar por meio de uma rede social, 2 (11,8%) apontam como positivo conhecer pessoas novas, 14 (82,4%) apontam como positivo acessar conteúdos que lhes agradam; e 10 (58,8%) apontam como positivo buscar informações que lhes interessam. Interação com outras pessoas, inclusive distantes, compartilhar vídeos e fotos, consumir conteúdos que lhes agradam e poder buscar informações do seu interesse são os pontos considerados mais positivos, sendo indicados pela maior parte dos participantes.

E, por fim, uma pergunta aberta, em que os participantes poderiam responder livremente, aparecia do seguinte modo: “O que você acha que poderia ser feito para melhorar o “ambiente” do Instagram?” As respostas, incluíram: “não há nada a ser feito”; “o foco do Instagram está em lucro e engajamento, não em melhorias”; “reavaliação dos filtros”; monitoramento de postagens e vendas; meios de “combater as fake News”; “a mudança também está nos usuários”; “conscientização” do que é postado e compartilhado; denúncias tanto virtuais como em delegacias; “averiguar as políticas e deixá-las mais rígidas”; “banir” algumas contas; controlar quem seguir e conteúdos postados; “acabar com o Instagram”; “independente da rede social, o ódio vai continuar sendo praticado”; “dificultar o uso do aplicativo”; “fim do capitalismo” e ainda tiveram pessoas que não souberam o que responder. Ainda que a violência, em sentido amplo, siga presente na sociedade a despeito da existência de redes sociais, é importante a possibilidade de discutir coletivamente formas de controle e cuidado das empresas.

Ao contrário, depois da realização dessa pesquisa, a política da Meta optou por autorizar explicitamente formas de agressão e discriminação.

### **À guisa de conclusão: por uma crítica à exploração do mal-estar na era digital**

Este trabalho lidou com a pergunta sobre se os usuários do Instagram percebem aspectos hostis que podem, ou não, estar presentes nesta rede social – ainda que a literatura indique a forte presença de hostilidade nesses ambientes digitais. E, em caso afirmativo, como isso se dá. Ainda como objetivos, o interesse foi conhecer a relação dos usuários com o Instagram; as implicações que esta plataforma apresenta sobre os sentimentos dos usuários; descobrir se os participantes percebem, ou não, a hostilidade neste ambiente chamado Instagram; e entender também os elementos que os usuários consideram agradáveis e desagradáveis em relação a esta rede social.

Alguns dos principais resultados que obtivemos com esta pesquisa foram que os participantes da pesquisa responderam de modo afirmativo sobre a existência da hostilidade na rede social Instagram. Além disso, os participantes percebem a rede social como uma plataforma em busca de lucro e visibilidade. A relação dos participantes desta pesquisa com o Instagram varia, sendo que alguns dizem não gostar da plataforma – apesar de se sentirem levados a utilizá-la —, outros se “blindam” contra a hostilidade, acessando apenas os conteúdos que lhes fazem bem e fomentando uma lógica de “bolha” em que se seleciona aquilo a que se quer acessar. As estratégias individuais parecem uma forma de os usuários construírem um refúgio que permita “frequentar” os espaços das redes sociais.

É possível continuar este trabalho investigando como os usuários do Instagram que sentem, de forma direta, a hostilidade presente na plataforma e que a percebem de modo mais consciente, avaliam que sua subjetividade e ações diárias sejam afetadas. Diante do amplo uso que se faz da rede social, é importante que sejam fomentadas discussões sobre a segurança na rede, sobre as políticas de proteção, sigilo e privacidade de dados, mas também sobre a atmosfera cultural que acaba por se manifestar ali, por um lado, ilustrando o espírito de uma época, mas, por outro, possibilitando que mudanças políticas e interesses de mercado sejam postos acima da dignidade humana. Nesse sentido, é fundamental construir um debate sobre as formas de monetização das redes. Que violência, exploração e mal-estares sejam lucrativos é um desenho intencional que pode ser reconfigurado. E que os sujeitos ainda reconheçam e

percebam pressões por ajustamento como mal-estar significa que há espaços importantes para resistências e descompassos frente àquilo que é exigido pela racionalidade neoliberal.

Por fim, este trabalho contribuiu para o fortalecimento da hipótese de que as pessoas percebem as contradições contidas na forma como a vida é exibida e organizada nas redes sociais. No entanto, nem sempre encontram meio para fazer frente a esse modo de organização, procurando saídas individuais e mudanças de hábito. É importante que se fomente uma reflexão sobre como o mal-estar é gerido nessas redes sociais, inclusive quando é provocado e cultivado por elas. No atual modo de monetizar e retroalimentar as poucas empresas donas das maiores redes sociais, o sofrimento e a violência podem ser mantidos e explorados se isso puder ser convertido em valores monetários. Nesse sentido, seria importante que as pessoas pudessem ter espaços e informações para reflexões sobre os elementos hostis da rede social e para que pudessem se defender deles e compreendê-los de modo mais amplo. Seria importante ampliar as discussões sobre formas de regulação dos modos de monetização dessas empresas, que podem estar lucrando a partir de sofrimentos, competições, explorações e violências.

## Referências

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ADORNO, T. W. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ARAÚJO, M. J. A violência simbólica: uma difícil percepção. **Unimontes científica**, Montes Claros, v. 6, n. 2, jul./dez. 2004. Disponível em : <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/unicientifica/article/view/2449/2499> Acesso em: 11 abr. 2026.

AZEVEDO, J. C. et all. O cyberbullying e suas relações com as estruturas psíquicas. **Nucleus**, v. 9, n. 1, abr. 2012. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3988625> Acesso em: 11 abr. 2026.

CAMARDELLA, I. As 10 Redes Sociais Mais Usadas no Brasil em 2025. Reportagem do AdsTerraBlog, 17 de julho de 2025. Disponível em <https://adsterra.com/blog/br/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em 11 ago. 2025.

CASTRO, C. S.; ZUIN, A. A. S. Agressões online e cultura digital: considerações sobre o cyberbullying como objeto de pesquisa. **Educação: teoria e prática**, Rio Claro – SP, v. 29, n. 60, p. 180-196, jan./abr. 2019. Disponível em: <https://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/educacao/article/view/12896/8830> Acesso em: 11 abr. 2026.

COSTA, B. C. G. Indústria cultural e digitalização da informação: mudanças de plataformas em redes de racionalidade técnica. In: MAIA, A. F.; ZUIN, A. A. S.; LASTÓRIA, L. A. C. N. (orgs). **Teoria Crítica da Cultura Digital**: aspectos educacionais e psicológicos. p. 155-167. São Paulo: Nankin, 2015.

COSTA, B. C. G.; ZUIN, A. A. S. Ser é ser percebido: a indústria cultural e a reeducação dos sentidos. **Revista do programa de pós-graduação da UNIMEP**, Piracicaba, ano 13, n. 1, p. 13-22, jun de 2006.

KANTOR, A. **Medindo nosso progresso ao combate do discurso de ódio**. Meta. Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2020/11/medindo-nosso-progresso-no-combate-ao-discurso-de-odio/> Acesso em: 11 abr. 2026

LEITE, D. M. A percepção na sala de aula. In: LEITE, Dante Moreira; organizador [da série] Rui Moreira Leite. **Estudos em psicologia**. São Paulo: editora UNESP, 2009.

META. **Políticas** – padrões da comunidade – violência e incitação. Disponível em: <https://transparency.meta.com/pt-br/policies/community-standards/violence-incitement/> Acesso em: 14 mar. 2025.

MINAYO, M. C. S. et all. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Editora vozes, 2004.

NAKAGAWA, L. Instagram é a rede social mais prejudicial à saúde mental do usuário, diz estudo. **Olhar digital**, 2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2019/08/02/noticias/instagram-e-a-rede-mais-prejudicial-a-saude-mental-do-usuario-diz-estudo/> Acesso em: 11 abr. 2026.

NAKAGAWA, L. Instagram banirá quem enviar ofensas por DM. **Olhar digital**, 2021 Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/02/10/noticias/instagram-ira-banir-quem-enviar-ofensas-por-dm/> Acesso em: 04 dez. 2021

NEVES, A.; ISMERIM, A.; BRITO, B.; COSTA, F. D. da.; SANTOS, L. R. P. dos.; SENHORINI, M.; SILVA JÚNIOR, N. da; BEER, P.; BAZZO, R.; GONSALVES.; COELHO, S. P.; CARNIZELO, V. C. R. A psiquiatria sob o neoliberalismo: da clínica dos transtornos ao aprimoramento de si. In: SAFATLE, V.; SILVA JÚNIOR, N. da.; DUNKER, C. (orgs). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. p. 125-175. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

O'NEIL, C. **Algoritmos de destruição em massa**: como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Trad. Rafael Abraham. Santo André/SP: Editora Rua do Sabão, 2020.

OXFORD LANGUAGES. Verbete hostilidade. **Oxford Languages** and Google. Oxford University Press, 2021. Disponível em <https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/> Acesso em: 20 nov. 2021.

PADILHA, A et all. Significado de fake. **Significados**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/fake/> Acesso em: 03 jan. 2022

PINTO, R. A. B.; PAULA, A. P. P. Violência simbólica e subjetividade: uma leitura a partir da teoria crítica adorniana. **Revista Subjetividades**, Minas Gerais, v. 22(2), e7884, 2022.

PONTES, L. M. **A percepção de estudantes do ensino médio sobre violência e preconceito**: uma análise à luz da teoria crítica da sociedade. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Letras) – Universidade Federal de Jataí, Jataí, 2021.

STATISTA. **Most popular social networks worldwide as of February 2025**, by number of monthly active users (in millions). Disponível em:

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> Acesso em: 10 ago. 2025.

TURCKE, C. **Sociedade excitada** – filosofia da sensação. Campinas: Editora Unicamp, 2010.

TUVUCA, M.; HELDER, D. Meta publica em português nova política que permite associar público LGBTQIA+ a doenças mentais. **G1 Globo – Tecnologia**. 09/01/2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2025/01/09/meta-publica-em-portugues-nova-politica-que-associa-publico-lgbtqia-a-doencas-mentais.ghtml> Acesso em: 14 mar. 2025.

TUVUCA, M. Veja quais xingamentos e ataques podem deixar de ser barrados no Facebook e no Instagram. **G1 Globo – Tecnologia**. 14/01/2025. Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2025/01/14/veja-quais-xingamentos-e-ataques-podem-deixar-de-ser-barrados-no-facebook-e-no-instagram.ghtml> Acesso em: 14 mar. 2025.

---

**Recebido em:** 23 de março de 2025

**Aceito em:** 16 de agosto de 2025

---