

USO OSTENSIVO DA SOCIALIZAÇÃO EM REDE NO BRASIL: CUSTOS À SOCIEDADE, SOB OLHAR DOS VÍCIOS CONTEMPORÂNEOS E DA MÍDIA¹

Decio Ferreira Forni² ; Vanderlei Postigo³

Resumo

Com o avanço do virtual, a partir de um contexto de socialização em rede, cada vez menos se aprende sobre as habilidades psíquicas que se exigem do corpo e da mente, visando a possibilidade da captação efetiva de informações com maior profundidade. Para se ler um livro, apreciar uma boa obra de arte ou a apresentação de uma obra teatral, é necessário um esforço de concentração básico, que parece estar cada vez mais prejudicado. Emprega-se tempo exagerado em interações virtuais, que, em grande parte, se referem à saber do outro, sem espaço para opiniões de fato próprias. Essas questões parecem levar a um quadro de baixa autoestima, a partir do momento em que o único referencial é a “pauta” dos formadores de opinião *online*, questões essas tratadas na campanha da Vivo Celulares no que tange a uma modalidade social do demarketing.

Palavras-chave: Socialização em rede; Custo Brasil; Baixa cognição; F.O.M.O; Demarketing.

Se para as economias mais maduras e avançadas já tem sido alto o custo, no sentido de uma perda maior da qualidade de vida, em um dito capitalismo tardio, pode ser ainda pior (JAMESON, 1997), levando em conta que, para uma economia hoje em dia prosperar, exige-se bom equilíbrio das competências básicas associadas às de reflexão. Há evidências de que para o Brasil tal custo (do virtual) tem aumentado.

O assunto é amplo e questionador, deixando-se claro que aqui, desde o início, defende-se fortemente quase todas as tecnologias do virtual, sendo questionado como elas são

¹. Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 (Redes Sociais/Sociabilidade) do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

². É professor da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM), foi professor convidado na pós-graduação *lato sensu* da Universidade Presbiteriana Mackenzie. É doutor em Comunicação e Semiótica (PUCSP) e mestre em Administração e Planejamento (PUCSP). E-mail: decio.forni@fapcom.edu.br.

³. É professor e coordenador de curso da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM) e professor na pós-graduação *lato sensu* da UNICID. É mestre em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo) e especialista em Comunicação com o Mercado (Faculdade Cásper Líbero). E-mail: coord.pp@fapcom.edu.br.

usadas. Frente à amplitude do tema, o recorte feito abordará a exacerbação da opinião alheia como tomadora de tempo, ainda que tenha pontos positivos de troca coletiva e transparência.

Quanto ao aspecto da baixa autoestima, associado a esse comportamento do “agir coletivo” de forma ostensiva, os comparativos entre economias ou ambientes que prezam a paz de espírito e altos índices de visão social, se comparados àqueles em que predominam o agir veloz, que não prezam o silêncio e não permitem de fato inovações profundas, também serão abordados através de alguns índices globais.

Conceitos acerca da felicidade e do senso virtual coletivo

Enquadrar a felicidade em certos padrões, logicamente, é algo sem sentido, afinal ela é experienciada por cada um de sua forma. Para alguns, ouvir música clássica pode ser reconfortante; para outros, *heavy metal* pode ser melhor. As preocupações que serão abordadas sobre esse tema ocorrem a partir de uma visão macro, que levam em conta reflexões básicas da filosofia e auxiliam para o raciocínio principal.

Assim, na filosofia, desde Atenas, pensadores refletiam sobre as necessidades da alma humana. Epicuro (século IV, a.C.), como recorda texto recente a respeito (CROFI, 2015), defendia que a serenidade era algo vital para a felicidade. Com isto, não queria dizer de se privar de tudo que traz prazer e empolgação, mas que a moderação até potencializa o entorno. Em suas palavras (EPICURO, apud CROFI, 2015), “nenhum prazer é em si um mal, porém certas coisas capazes de engendrar prazeres trazem consigo maior número de males do que de prazeres”.

Apesar da antiguidade desse raciocínio, comparado a um momento atual de mundo bem diferente, faz-se necessário compreender que, para cada época, há desafios e pressões a serem vivenciadas, mas vale lembrar que o futuro sem reflexão do passado é um raciocínio perigoso. Pode-se questionar o risco de um epicurismo excessivo, em uma selva tecnológica que vivemos, porém boas cabeças que criaram parte do virtual (aqui o da internet) vivenciaram uma fase de ampla reflexão nos anos 1960.

Em paralelo a isto, formações-base que exigem concentração mínima e esforços específicos para uma real aprendizagem, como o domínio de línguas, da matemática e das ciências, e o lado cultural envolvido nelas são cruciais para a estruturação de reflexões futuras. Com raras exceções, de grande parte dos líderes modernos foi exigida essa formação para desenvolverem a partir dela grandes projetos.

De Tomas Edson a Sigmund Freud, de Newton a Dostoievsky, passando por Tim Berns Lee, Linux e chegando hoje a Jobs e Larry Page, comumente citam-se habilidades que

eram advindas (à parte do dom excepcional) das ciências clássicas, acrescidas a amplos momentos de concentração, reflexão, quase impossíveis em ambientes de ampla dispersão. Atualmente, economias emergentes também têm demonstrado a relação entre boas notas e o desenvolvimento tecnológico e, agora, de inovação para a nova economia.

Porém, como vêm ressaltando alguns críticos do uso automático das redes sociais, do conhecimento compartilhado e do consumo de imagens constantes, estamos criando uma cultura da estupidez ou de emburrecimento para outros, quando se exacerba o senso comum (virtual) em detrimento do desenvolvimento de habilidades de aprofundamento, questões levantadas por Umberto Eco, Nicolas Carr, Bauman, entre outros.

Sobre o primeiro autor, até questionado por vários colegas pela raiva que despejou na declaração, citou:

[...] as redes sociais dão o direito à palavra a uma “legião de imbecis” que, antes destas plataformas, apenas falavam nos bares, depois de uma taça de vinho, sem prejudicar a colectividade. [...] **Normalmente, eles [os imbecis] eram imediatamente calados, mas agora têm o mesmo direito à palavra que um Prémio Nobel. (ECO, 2015).**

Eco ressaltou na verdade um saber coletivo que parece se depauperar cada vez mais e ainda, quando se espalha, gera desconhecimento ou desinformação quando explica fatos de forma errada, no caso de conteúdos publicados de modo geral ou, ainda pior poderíamos citar, quando são trazidas opiniões, arguições, que cada vez mais servem para denegrir, exaltar sentimentos ruins. Ou seja, quando isto ficava “na mesa do bar”, já era sério, mas restrito; agora a situação piorou com alcance do digital a todos (agora como produtores de conteúdos).

A respeito do assunto aqui abordado, além da “qualidade” de conteúdos em geral de pouca profundidade, há ainda a exacerbação da necessidade da troca, do “*always on*” que se instalou e que espalha através de *posts*, vídeos, *memes* e afins de baixíssima qualidade, que tragam o tempo de leitura, às vezes do silêncio em si que se necessita para algo profundo.

São exaltados índices de como o Brasil fica o maior tempo na *web* ou ao celular, que em tese poderiam ser positivos, mas quando os demais índices que envolvem educação, baixa taxa de inovação ou excelência científica ou mesmo fatores de baixa cognição geral de crianças, adolescentes e até adultos se fazem presentes, vê-se que o mau uso do virtual, aqui, traz um custo que vai da saúde pública até a criminalidade.

Segundo matéria recente da BBC *online* (2015), em um estudo elaborado pela Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), o Brasil ficou

entre as últimas posições em um *ranking* em habilidades de compreensão de leitura. Segundo parte desse estudo, realizado no âmbito do Pisa, índice global de educação, “alunos que usaram computadores com muita frequência na escola tiveram resultados piores em leitura *online*”.

Já em relação aos países que ficaram em melhores posições no *ranking* e a questão da menor dispersão, a matéria assinalava ainda:

[...] os dois primeiros do *ranking*, os alunos de Cingapura e da Coreia do Sul, utilizam menos computadores na escola - apenas 70% dos alunos usam computador, no caso de Cingapura, e 42% na Coreia do Sul - do que a média dos países da OCDE - de 72%. Segundo a organização, "o fato de assegurar que cada aluno atinja um nível de competências de base em leitura e matemática contribuirá mais para a igualdade em um mundo digital do que o simples fato de ampliar ou subvencionar o acesso a serviços e aparelhos de alta tecnologia". (BBC, 2015).

Mas, pergunta-se: isto já não ocorria antes, na sociedade de consumo de massa, tendo a mídia eletrônica como principal artefato? Talvez sim, como é o caso da TV, que retrata atualmente também um reflexo expandido (na chamada convergência), de baixo nível dos conteúdos e que ainda possibilita comentários ordinários em seus rodapés. Por outro lado, isto permite uma reflexão interessante, pois, nos canais públicos, cuja presença da cultura é obrigatória, ela se presta a um grande serviço de transmitir boas ideias, gerando comentários *online* também ricos.

Também a importância da opinião *própria* de qualidade *versus* a ideia de um senso comum que parece obrigatório, construído através do acesso constante das redes sociais via celular, estrutura um cenário constante de massificação, de um só olhar sobre as coisas, uma vez que há pouca reflexão envolvida. Se esse acesso pode instigar pela curiosidade e aparente visão múltipla de tudo, em geral parece conduzir mais para uma falta de identidade ampliada.

A respeito deste tema e seu reflexo para os universos da publicidade e comunicação, um autor da área trouxe a preocupação advinda da sociologia contemporânea sobre as gerações que já não conseguem lidar com a solidão.

Ele traz o pensamento de Bauman do livro *44 cartas do mundo líquido moderno*, do seguinte modo:

Zygmunt fala sobre essas novas gerações que não sabem o quão é vital ficar sozinho vez por outra e refletir: “**fugindo da solidão você deixa escapar a chance da solitude** – dessa sublime condição na qual a pessoa pode juntar

pensamentos, ponderar, refletir sobre eles e criar – e, assim dar sentido e substância à comunicação”. (MADIA, 2015, p. 78, grifos nossos).

Desta forma, a qualidade da própria comunicação pode estar amparada na capacidade de refletir, que muitas vezes exige uma autoconcentração ou solidão. Se, por um lado, precisamos de julgamentos externos, de opiniões contrárias, e o virtual pode concorrer com tudo isto, por outro lado o exacerbar da necessidade de um pensar socializado o tempo todo, 24 horas por dia, tem chamado a atenção até de especialistas que lidavam com a terapia para vícios mais químicos e, agora, se aproximam desses psicossociais.

No livro *New Addictions: as novas dependências*, o autor (GHERRESCHI, 2007, pp. 52-59), que tem um centro de estudos na Itália, compara uma parte do grupo que não consegue ficar longe da internet, dispendendo longas horas diárias que o tiram do convívio social, à dependência das drogas.

Lista, assim, alguns sinais clínicos da *Cyber Addiction*:

1. Necessidade de passar muito tempo na rede;
2. Perda de interesse pelas amizades;
3. Tentativas repetidas, sem sucesso, de reduzir ou interromper relações *online*.

Algumas das terapias para essas compulsões seriam:

- Grupos de autoajuda;
- Conselhos terapêuticos;
- Psicoterapia individual.

Semelhante ao tratamento de outros vícios que Guerreschi realiza na Itália, como os casos do tabagismo, alcoolismo e vícios em jogos de azar, atualmente foram agregados os cuidados a essa nova patologia, o que demonstra a importância do tema. Há diversos custos pessoais aos viciados, bem como a atenção demonstrada por outros centros de medicina, como nos Estados Unidos, e, no Brasil, até o marketing de empresas de telecomunicações têm campanhas educativas, expostos em sequência.

Custos da falta de pensar por si próprio e ganhos em situações contrárias

Um paradoxo de aceitar e até premiar a capacidade do pensamento individual é que, uma vez que ele gera sucesso, exige do grupo a maturidade de entender que aquele indivíduo foi melhor naquele momento, ao contrário do autoritarismo que quer opiniões coletivas iguais para o conforto geral.

Atualmente, porém, não é raro sermos culpados por não estarmos atentos com a última publicação, com a última tecnologia, o que reforça um sistema sem direito a opiniões

próprias e que pode obrigar a todos a seguirem as mesmas lógicas, em descompasso com o que seria um ambiente democrático.

Desta forma, a lógica de um *telos* globalizado, que força uma consciência através de dispositivos que já estão nas mãos de todos, traz o custo de baixa politização, cultura empobrecida, maus hábitos de convívio de modo geral e a lógica de se viver só o hoje, sem tempo para refletir o futuro, de discordar e trazer inovações e mudanças que geram crescimento efetivo.

Por esta razão, profissionais em grandes centros, nas áreas de psicoterapia e neuropsicologia, vêm chamando a atenção para distúrbios que se apresentam baseados nessa ausência do estar consigo mesmo, que sugerem baixa autoestima, uma vez que um dos parâmetros importantes é o bombardeamento de informação constante. Como cita o pesquisador da Texas A&M University, a respeito da fobia de não estar sempre conectado:

Esta atitude de ‘dê-me mais’ e ‘Eu quero isto’ pode ser danoso para nós em detrimento de ambas as faculdades - física e mental. De fato, recentes estudos têm mostrado que FOMO está ligada a sentimentos de insatisfação. "O problema com FOMO é que indivíduos a que ela impacta parecem estar desplugados ao invés de plugados, " diz McLaughlin. Quando você está tão conectado ao ‘outro’, ou ao ‘melhor’ (na sua mente), você perde seu senso de autenticidade. Este constante medo de estar desconectado significa que você não está participando como uma pessoa real em seu próprio mundo.⁴ (SCIENCEDAILY.COM, 2016, tradução própria)

Se pensarmos sobre grandes esforços que são feitos em várias áreas, em geral, os exemplos que se destacam como os melhores são aqueles que demandaram concentração. Áreas de estudos que exigem maior raciocínio destacam-se no mundo atual regido pelo conhecimento, que trazem desenvolvimento e competitividade a um país.

No Brasil, por exemplo, cada vez mais vive à mercê das tecnologias alheias, porém, em áreas que se dedicou e que congregam capacidades de raciocínio aplicado maior, como a aeroespacial, tem obtido resultado, uma vez que se envolve nestes centros uma cultura de forte treinamento e baixa dispersão.

Mesmo em áreas em que se citam o dom, como da música e dos esportes, grandes talentos ou recordistas são fruto de muitas horas de treinamento, disciplina de compreensão de

⁴ "This 'give me more' and 'I want that' attitude can be detrimental to us both physically and mentally. In fact, recent studies have shown that FOMO is linked to feelings of dissatisfaction. The problem with FOMO is the individuals it impacts are looking outward instead of inward," McLaughlin said. When you're so tuned in to the 'other,' or the 'better' (in your mind), you lose your authentic sense of self. This constant fear of missing out means you are not participating as a real person in your own world."

etapas teóricas que se adquirem com o tempo e não somente através de práticas em grupo, que são prazerosas, mas que, por vezes, não reforçam valores individuais e não trazem resultados importantes.

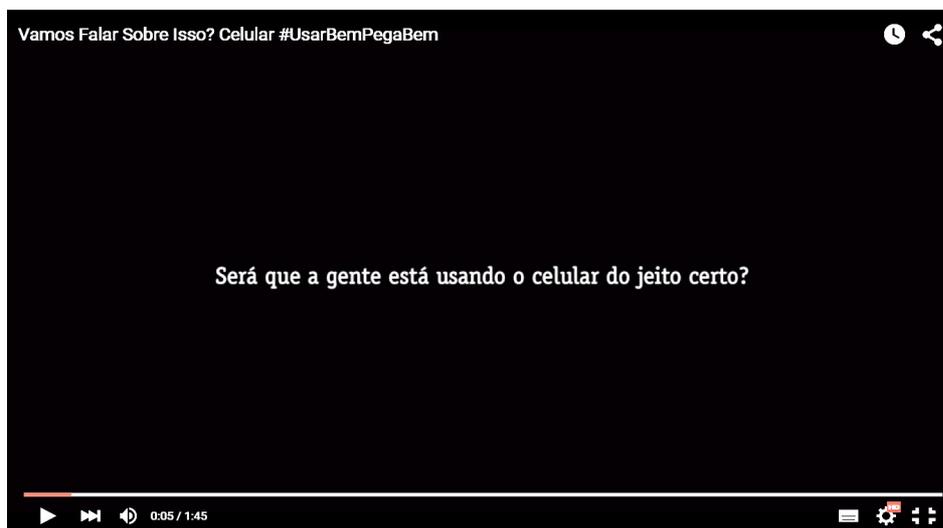
O custo do virtual, assim, no Brasil, sugere (se não bem gerenciado) altas perdas, o que tem se refletido em preocupação das próprias empresas que ganham com estes negócios.

O demarketing ou marcas em prol de um conviver melhor

Hoje em dia, algumas empresas têm se preocupado com um uso consciente de seus produtos e serviços, uma vez que podem interferir na qualidade de vida das pessoas e da própria sociedade, o que, em longo prazo, é uma perda para a própria marca.

Criada pela agência DM9DDB, uma ação de demarketing da operadora Vivo mostra cenas cotidianas de mau uso do aparelho e, ao fundo, uma narração que questiona e convida o público a refletir se o objeto celular está sendo usado da maneira correta, sendo veiculada em mídias digitais, na TV paga e no cinema. Ao finalizar, a assinatura da peça traz: “#usarbempegabem#”, assim mostrada nas figuras abaixo:

Figura 1 – Abertura do comercial Vivo “Usar bem pega bem”.



Fonte: Youtube, 2016.

Figura 2 – Cena de uso de celular no cinema



Fonte: Youtube, 2016.

Figura 3 – Cena de uso do celular enquanto dirige um carro



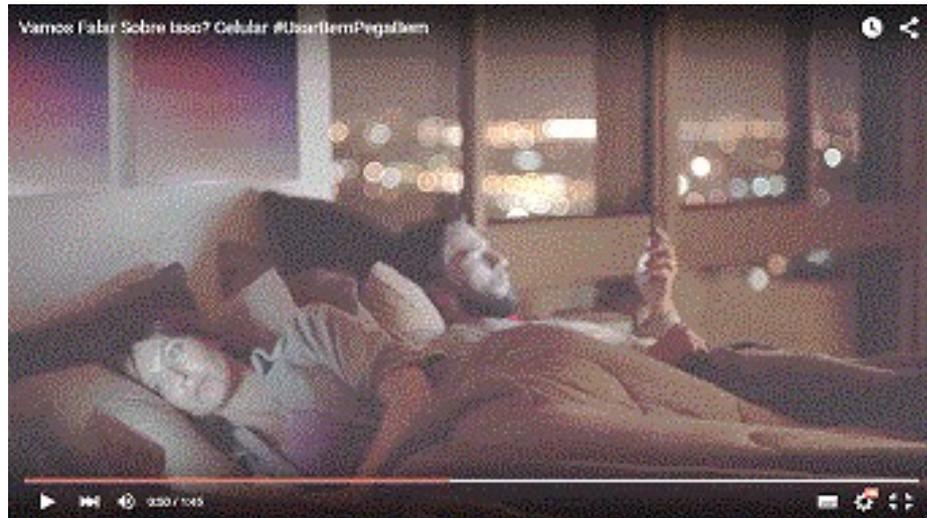
Fonte: Youtube, 2016.

Figura 4 – Uso de celular à mesa, na companhia de amigos



Fonte: Youtube, 2016.

Figura 5 – Uso do celular na cama, antes de dormir



Fonte: Youtube, 2016.

Figura 6 – Uso de celular por crianças pequenas, na hora de brincar



Fonte: Youtube, 2016.

Como se observa, são situações que envolvem risco de morte no trânsito, falta de preocupação com o espaço do outro em momentos de lazer, descaso com amigos ou em relacionamentos, até em situações importantes de descanso e, por fim, usurpando das crianças momentos de relacionamento social e lúdico.

O chamado demarketing, (ARENS, 2013, p. 18) ou uso menos acentuado do marketing, quando a própria empresa informa ou educa seus clientes, denota uma situação grave. Em especial em tópicos citados acima, de maus resultados para o Brasil, surgem evidências de que o custo do virtual aqui gera problemas e, talvez, também oportunidades para as próprias marcas, que, a partir do momento em que agirem com novas estratégias de

comunicação em prol de um *target* mais consciente, podem trazer melhores resultados, se utilizadas táticas informativas como a citada, uma espécie de demarketing social.

Considerações finais

As informações direcionam, por fim, que um dos custos aqui é o de uma baixa autoestima, ligada a dados que nos relacionam a maus índices em várias áreas, que envolvem, entre outras, impactos educacionais, altas taxas de acidentes, além de saúde, relacionados ao *stress* e déficit de atenção, em que pese serem múltiplas as causas.

Conclui-se que precisamos nos educar para um bom uso das tecnologias e do virtual, pois, infelizmente, há uma cultura, em especial dos mais jovens e das empresas que só pensam em altos lucros, de que quando alguém os critica e os chama para focar-se no presencial, a pessoa ou instituição (que faz o apelo) está errada.

A ausência de paz de espírito, neste caso relacionada ao mau uso do virtual, é algo que precisamos resgatar. As situações abordadas e ilustradas na campanha da Vivo, criada pela DM9DDB, estão relacionadas à exacerbação da opinião alheia (em quase todas as cenas sugere-se isto). Centrar-se em nós mesmos pessoas e consumidores, de forma equilibrada, está se tornando uma virtude necessária.

Referências bibliográficas

ARENS, William F.; SCHAEFER, David; WEIGOLD, Michael. **Propaganda**. Tradução de Beth Honorato. 1. ed. Porto Alegre: AMGH: Artmed, 2013.

BBC. **Estudantes brasileiros estão na lanterna em ranking digital**. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/educacao/alunos-brasileiros-estao-na-lanterna-em-ranking-de-habilidades-digitais-diz-ocde,64a7297b761858955f74f33c4f0ecdd5h8crRCRD.html>>. Acesso em: 20 set. 2015.

CROFI, Flavio. **Epicuro e sua visão da felicidade plena**. Disponível em: <<http://www.updateordie.com/2015/06/19/epicuro-e-sua-visao-de-felicidade-plena/>>. Acesso em: 29 jul. 2015.

GUERRESCHI, Cesare. **New Addictions**. As novas dependências. São Paulo: Paulus, 2007.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1997.

MADIA, Alberto. Caderno, borracha e lápis. **Marketing**. São Paulo. n. 493, p. 78, mar./abr., 2015.

REVISTA FORUM. **Eco: “Redes sociais deram voz a uma legião de imbecis”**. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2015/06/eco-redes-sociais-deram-voz-a-legiao-de-imbecis/>>. Acesso em: 20 set. 2015.

SCIENCEDAILY.COM. **FOMO: Its your life you're missing out on**. Disponível em: <<https://www.sciencedaily.com/releases/2016/03/160330135623.htm>>. Acesso em: 11 out. 2016.

VIVO. **Vamos falar sobre isso? Celular #Usarbempegabem**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=O2eHUI2-AxU>>. Acesso em: 20 set. 2015.

