UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E INOVAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

ANTONIO JOSÉ DE SOUZA

A INVEJA FEMININA NO INSTAGRAM: UM ESTUDO SOBRE COMUNICAÇÃO E PSICANÁLISE

SOROCABA/SP
2025

ANTONIO JOSÉ DE SOUZA

A INVEJA FEMININA NO INSTAGRAM: UM ESTUDO SOBRE COMUNICAÇÃO E PSICANÁLISE

Tese apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza

SOROCABA/SP

2025

Souza, Antônio José de.
A inveja feminina no Instagram: um estudo sobre comunicação e psicanálise. / Antônio José de Souza. – 2025.
440 p., 178 p. anexo. Bibliografia.

Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) Apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba - Uniso, Sorocaba – São Paulo, 2025.

Orientadora: Prof.ª Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza.

1. Comunicação Digital. 2. Inveja. 3. Instagram. I. Souza, Luciana Coutinho Pagliarini de (orientador). II. Título.

Ficha elaborada pela Bibliotecária Ana Caroline Mendonça de Barros, CRB8-9028

ANTONIO JOSÉ DE SOUZA

A INVEJA FEMININA NO INSTAGRAM: UM ESTUDO SOBRE COMUNICAÇÃO E PSICANÁLISE

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Aprovado em: 27/02/2025.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza

Universidade de Sorocaba

Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

Universidade de Sorocaba

Profa. Dra. Monica Martinez

Universidade de Sorocaba

gov.br Documento assinado digitalmente
JOAO CARLOS MASSAROLO
Data: 25/04/2025 09:32:52-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Prof. Dr. João Massarolo

Universidade Federal de São Carlos

Prof. Dr. Felipe Tavares Paes Lopes

Universidade Estadual de Campinas

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha esposa, Michele, pelo companheirismo, paciência e apoio ao longo do trabalho. E à minha mãe a avó materna por todo o carinho e empenho dedicados à minha criação. Se chegamos até aqui, é porque essas três grandes mulheres estiveram à frente abrindo o caminho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Universidade de Sorocaba, onde fiz minha graduação, mestrado e doutorado e onde leciono. A CAPES, pela bolsa de estudo que me permitiu trilhar o caminho da pesquisa.

Agradeço aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura pelas oportunidades de aprendizado e de trocas enriquecedoras.

Agradeço às estudantes que aceitaram serem entrevistadas durante a pesquisa e dividiram comigo um pouco de suas histórias. Agradeço aos analisandos e analisandas (os pacientes) que tanto me ensinam ao longo desses anos como psicanalista.

Quero agradecer à minha orientadora Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza, que foi uma mãe suficientemente boa, como diria Winnicott (2019), capaz de tolerar nossas ansiedades e de promover um espaço criativo em que eu pudesse crescer como estudante e pesquisador.

Deixo aqui também meu agradecimento à Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo pelas contribuições sensíveis, enriquecedoras e fundamentais, ao longo do mestrado e doutorado.

Of all the things I value most of all
I look inside myself
And see my world
And know that it is good
Spiral Architect, Black Sabbath

RESUMO

Essa pesquisa apresenta como tema a inveja, especificamente aquela que acontece a partir da interação e consumo de conteúdo nas redes sociais digitais. A indagação que impulsiona esta pesquisa é: "Como a inveja se manifesta nas redes sociais digitais, mais especificamente no Instagram, na perspectiva de usuárias dessa rede? " O objetivo geral da pesquisa é compreender como a inveja pode se manifestar em usuárias das redes sociais digitais. Como objetivos específicos, buscamos: a) estabelecer pressupostos teóricos sobre a inveja e a comunicação digital; b) identificar situações que geram inveja, na perspectiva de usuárias das redes sociais; c) explicitar especificidades das situações que geram inveja e refletir sobre o quanto o uso das redes sociais digitais pode ser pernicioso ou não. Para responder à nossa pergunta, realizamos uma pesquisa qualitativa com entrevistas semiestruturadas. Nosso corpus de pesquisa é composto das transcrições das entrevistas realizadas com as estudantes universitárias dos cursos de graduação presenciais e à distância da Universidade de Sorocaba. Para analisar nosso corpus, adotamos a Análise de Conteúdo Temática. Abordamos a inveja sob o olhar da psicanálise, a partir das teorias de Freud e Klein, que forneceram nossos pressupostos teóricos. Para abordar o Instagram, partimos das ideias sobre a comunicação digital de Byung-Chul Han. Entre os resultados alcançados, destacamos que a inveja que se manifesta entre as entrevistadas nas redes sociais digitais, especificamente no Instagram, é episódica e não é persistente, conforme as descrições da teologia e da filosofia; está muito associada a consumo e pode ou não ser mais perniciosa para mulheres que passam por algum sofrimento emocional. Nosso estudo, que faz parte da linha de pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos, traz contribuições ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura e para a área, na medida em que se debruça sobre questões referentes ao uso das redes sociais digitais e seus impactos, a partir de uma perspectiva teórica multidisciplinar.

Palavras-chave: Comunicação digital; inveja; Instagram; psicanálise.

ABSTRACT

This research explores the theme of envy, specifically as it arises through interaction and content consumption on digital social networks. The guiding question of this study is: “How does envy manifest on digital social networks, particularly on Instagram, from the perspective of female users of this platform?” The general objective of the research is to understand how envy can manifest among users of digital social networks. The specific objectives are: a) to establish theoretical assumptions about envy and digital communication; b) to identify situations that generate envy from the perspective of social media users; and c) to clarify the specificities of these situations and reflect on whether the use of digital social networks can be harmful or not. To answer this question, we conducted qualitative research using semi-structured interviews. Our research corpus consists of transcripts from interviews conducted with university students enrolled in both on-campus and distance learning undergraduate programs at the University of Sorocaba. To analyze our corpus, we adopted Thematic Content Analysis. Envy was examined through the lens of psychoanalysis, drawing on the theories of Freud and Klein, which provided our theoretical framework. Regarding Instagram, our approach was based on Byung-Chul Han’s perspectives on digital communication. Among the findings, we highlight that the envy experienced by the interviewees on digital social networks, particularly on Instagram, is episodic and does not persist over time, as described in theology and philosophy. Additionally, this type of envy is closely associated with **consumer culture** and may or may not be more harmful to women who are experiencing emotional distress.

Keywords: Digital communication; envy; Instagram; psychoanalysis.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 11
1.1 Problema 17
1.1.1 Objetivos e hipótese 18
1.2 Estado da Questão 18
1.3 Percurso metodológico e fundamentos teóricos de sustentação 33
2 CONTEXTUALIZANDO O INSTAGRAM 37
2.1 Sobre o Instagram 37
2.2 Sobre as polêmicas pesquisas realizadas pelo Facebook 44
2.3 Achamos um vilão e podemos emitir um veredito? 49
3 A COMUNICAÇÃO DIGITAL CONTEMPORÂNEA 51
3.1 Han e a filosofia da comunicação digital 51
3.1.2 Fome de tudo: o hipercapitalismo se enraíza no espírito 59
3.1.3 Otimização e destruição de si 65
3.1.4 O olho que tudo vê: transparência, *big data* e inconsciente coletivo 76
3.1.5 A "descoisificação" do mundo e o regime da informação 82
3.2 O ponto final da narração 88
3.3 Depois do Outro: a positivação da alteridade 92
3.4 Imagens, *smartphones* (ou *smartprisions*?) e plataformas sociais 96
3.5 Em busca de uma tentativa de concluir 104
4 A INVEJA SOB A PERSPECTIVA DA PSICANÁLISE 118
4.1 A inveja em Freud 121
4.1.1 A inveja na cultura: totem e tabu 122
4.1.2 Do totem à horda primeva: amor e ódio ao pai 126
4.1.3 Do eu às massas: laço social e inveja 130
4.1.4 Freud e a inveja do pênis 133
4.1.5 Reflexões sobre o conceito de inveja em Freud 137
4.2 A inveja em Klein 146
4.2.1 Klein e a inveja do objeto primário 148
4.2.2 A teoria da mente kleiniana 150
4.2.3 A inveja na teoria kleiniana 162
4.3 Concluindo com Melanie Klein 175
4.3.1 Invejas 179

4.3.2 Inveja e narcisismo 181
4.3.3 Pintando a tela da inveja 184
5 A INVEJA NO INSTAGRAM: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS 187
5.1 Tratamento e análise do material 190
5.4.1 Análise de conteúdo temática 192
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 249
REFERÊNCIAS 252
BIBLIOGRAFIA 260
ANEXO 1 – ENTREVISTAS 262

1 INTRODUÇÃO

Nosso interesse pelo estudo das redes sociais e sua influência já é de longa data. Ainda no mestrado, a pesquisa realizada tinha como objeto de estudo vídeos produzidos pelo grupo ciberativista *Anonymous* na rede social *YouTube*. O foco era observar a relação entre comunicação e violência em um ambiente midiático favorecido pela internet.

Especificamente sobre os vídeos do *Anonymous* do Brasil, identificamos que a violência é usada para impactar as pessoas, a fim de levar a uma tomada de atitude e até a adoção das ideias do grupo ou, pelo menos, a um posicionamento mais positivo em relação às atividades do grupo. A partir da análise semiótica dos vídeos (amparada na semiótica de Peirce e na filosofia da linguagem de Bakhtin), identificamos que uma das estratégias para provocar impacto é expor a violência sistêmica – a violência coercitiva do poder do Estado e do capital – para mobilizar as pessoas a partir da indignação. Naquele momento, compreendemos como os conteúdos que circulam na internet podem provocar emoções e afetar as pessoas que entram com contato com eles.

Trabalhando em agências de publicidade, acompanhamos o desenvolvimento e influência da comunicação digital especialmente na segunda década deste século. Páginas e perfis profissionais de marcas nas redes sociais digitais foram integradas às estratégias de comunicação mercadológica, assim como a observação do comportamento de seus participantes, a fim de tornar as ações táticas nessas redes mais eficientes na promoção de ideias, marcas e serviços.

Após a conclusão do mestrado, a oportunidade de prosseguir e aprofundar as pesquisas veio por dois caminhos: na formação regular em psicanálise e no trabalho específico com gestão e produção de conteúdo para redes sociais no departamento de marketing de uma empresa de tecnologia. Nesse período, nos interessamos pelos impactos psíquicos das redes sociais digitais: como elas afetavam a subjetividade de quem se aventurava nelas.

A partir do marketing e da publicidade, foi possível perceber como o conteúdo criado por marcas é capaz de mobilizar a atenção das pessoas e até levá-las a responder a certos estímulos cujos objetivos são comerciais (levar uma pessoa a seguir uma página de uma empresa, a interagir com um conteúdo, a visitar uma página de algum produto e realizar uma compra, apenas para citar alguns exemplos mais corriqueiros).

Observando o comportamento das pessoas nas redes sociais (interações, buscas, consumo de conteúdo), foi possível ver o quão importante elas são para muitos usuários: desde um passatempo até um meio de interação social, consumo de informação e entretenimento.

Percebemos que há um investimento emocional e de tempo nas redes sociais: mais do que um investimento funcional, existe engajamento afetivo.

A partir da formação em psicanálise, tal interesse resultou primeiramente em um artigo cujo foco era o estudo das *Instakids*, crianças influenciadoras digitais na rede social *Instagram*, em que buscamos empreender uma análise psicanalítica do fenômeno: o que pode levar uma criança a desejar ser um(a) influenciador(a), o papel dos pais e os impactos psíquicos dessa posição para a subjetividade da criança.

Tal pesquisa desembocou em uma monografia entregue na conclusão da formação, que buscou explicitar, a partir das teorias psicanalítica e da comunicação, como se dá a capacidade de influência dos influenciadores digitais. De forma mais ampla, buscamos investigar os fenômenos psíquicos envolvidos na relação seguidores(as)/influenciador(a) digital.

Portanto, acreditamos que a internet, especialmente as redes sociais digitais, são um espaço propício para mobilizar afetos e provocar emoções (entre eles, talvez a inveja), afinal, sua dinâmica está relacionada ao compartilhamento de conteúdo pelos seus participantes. Assim, a partir do conteúdo compartilhado – as manifestações dos usuários nessas redes – é possível observar como as emoções afloram nos posts (texto, vídeo, imagem) e nas interações com as postagens de pessoas e empresas, por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários. Basta observar o engajamento (as interações como curtidas, comentários, compartilhamentos) dos posts relacionados à política. Especialmente em épocas de eleições, eles fazem muito sucesso.

Se as postagens em redes sociais podem mobilizar afetos e provocar emoções, será que a inveja pode aparecer entre essas emoções? Como dissemos, a dinâmica das redes sociais digitais está relacionada ao compartilhamento de conteúdo pelos seus participantes. E muito desse conteúdo compartilhado referem-se a "experiências felizes", ou pelo menos, a experiências que, majoritariamente, são de pura positividade: aquisição de produtos, conquistas profissionais, momentos de fruição da vida, fotos com os melhores ângulos.

Mesmo o conteúdo promovido por empresas e influenciadores tende a excluir a negatividade. Se ela aparece, é como algo que pode ser convertido em positividade a partir da aquisição de um produto ou serviço. Esses conteúdos podem suscitar a comparação, e como possíveis consequências, uma sensação de inferioridade em relação ao outro. Mas será que podem despertar a inveja?

A inveja é uma emoção inerente à experiência de ser humano que está intrinsicamente relacionada ao desejo. Tiburi (2019) entende que a inveja é um desejo impotente, que não

promove a invenção e construção de si, mas a imitação do outro. O(a) invejoso(a), sente-se inferior e rancoroso em relação ao outro porque não pode sê-lo, mas não entende que pode ser outra coisa além do que é.

Para a autora, uma das formas de se imitar o outro é comprando: comprar produtos que o outro compra e consumir o que ele consome equivalem a uma forma de equiparação e promove a sensação de se estar fazendo a coisa certa: em vez de assumir o risco de desejar, imita-se o modelo que está "dando certo".

De acordo com a autora:

> O capitalismo produz a inveja ao manipular o lugar especial – o lugar a ser desejado antes de ser um mero lugar do desejo – a partir de hierarquizações e mensurações topológicas de valor das coisas, inclusive do valor do ser humano, ele mesmo coisificado (Tiburi, 2024a, p.17).

Com o desenvolvimento do capitalismo, a inveja foi explorada para fomentar o consumo. Umas das estratégias utilizadas para isso foi a promoção da comparação. Com o desenvolvimento da publicidade e da propaganda ao longo do século XX e dos meios de comunicação massiva, a incitação à comparação foi largamente explorada para suscitar a inveja e a adequação dos consumidores a estilos de vida (modelos) e todos os bens e serviços que deveriam ser adquiridos. Barbosa (2020) explora essa relação entre consumo e inveja na publicidade em sua pesquisa, que abordaremos mais detalhadamente ao explorar o Estado da Questão.

Tiburi (2019) apresenta suas ideias a partir de uma reflexão sobre outro meio de comunicação no contexto brasileiro, a TV, que ela afirma ser capaz de mobilizar a inveja (entre outras emoções como o medo e o ódio, a fim incitar o consumo, levar a um relaxamento político e promover o divertimento).

Se a inveja tem a ver com a imitação, a TV orienta seus telespectadores a seguirem modelos para se corrigirem conforme um padrão, não reconhecerem a singularidade de seus desejos. Os telespectadores se veem como "errados" e sentem inveja desses modelos que passam a ser imitados a fim de alinharem-se ao "certo".

Ainda de acordo com Tiburi (2024b), a inveja é inevitável em uma sociedade em que é possível estar num centro das atenções – o lugar a ser desejado – e em que a imagem se torna capital. Ou se ocupa o lugar do(a) invejado(a), ou do(a) invejoso(a).

Se pensarmos nas redes sociais digitais, a busca por visibilidade e a monetização da própria imagem, e em última instância, da vida, servem de subsídio para sustentar a argumentação de Tiburi até aqui.

Por outro lado, Han (2022a) afirma que uma das marcas das sociedades capitalistas contemporâneas é eliminação da alteridade, a exclusão do outro. Parte desse fenômeno, em sua visão, se explica pelo efeito de câmera de eco das redes sociais acompanhado pelo uso intenso do *smartphone,* que consequentemente afeta o processo de comunicação mediada e a relação das pessoas com o mundo.

Fisher (2020) descreve um perfil de jovens estudantes a quem teve a oportunidade de lecionar, no Reino Unido, que parece muito com os alunos que encontramos em nosso dia a dia da vida docente: entediados, não conseguem se concentrar em atividades que exigem atenção e reflexão; qualquer leitura solicitada é a imposição de um martírio, pois ler é difícil, por ser algo muito "parado" e entediante. Esse estado de coisas é "consequência do posicionamento estruturalmente ambíguo dos alunos, perdidos entre o antigo papel de sujeito de instituições disciplinares e o novo estatuto de consumidores de serviços" (Fisher, 2020, p. 44).

Parece que o único objetivo de muitos jovens estudantes é a busca de prazer constante. Nesse sentido, um caminho rápido para se afastar do tédio da sala de aula é sacar o *smartphone* e aliviar a tensão provocada pelo desprazer das atividades acadêmicas. "Estar entediado significa apenas estar afastado da *matriz* comunicativa de sensação-estímulo das mensagens eletrônicas, do *YouTube* e do fast food; estar privado, um momento que seja, do fluxo constante de gratificação açucarada sob demanda" (Fisher, 2020, p. 46).

A incapacidade de lidar com o desprazer, que na visão de Freud (1911) implica a entrada em cena do princípio de realidade e o desenvolvimento do pensamento. A dificuldade de entender que o aprendizado leva tempo e não é apenas uma atividade prazerosa e relaxante, diferente de outras, está associada para Fisher (2020) à lógica de consumo: queremos consumir (e não aprender) prazerosamente, de forma rápida, simples, indolor e muito, mas muito divertida.

O *smartphone* ao alcance da mão, em qualquer ocasião, é a oportunidade de se conectar a essa matriz comunicativa de entretenimento-controle (Fisher, 2020), algoritmicamente moldada para ser tão viciante quanto um *vape* (cigarro eletrônico), proporcionar excitação e consequentemente prazer a partir de estímulos contínuos.

Estudos recentes[1] mostram o que nós e outros tantos profissionais da área 'psi' temos observado há algum tempo na clínica: crianças muito pequenas, expostas continuamente a telas – TV, *smartphone* e *tablets* – desenvolvem um comportamento muito similar ao de crianças autistas: não se relacionam com outra pessoa, não esboçam emoção, não têm uma resposta emocional à interação com o outro, além de atraso no desenvolvimento da fala e agressividade dirigida a si e a outras pessoas, especialmente quando são afastadas das telas.

Esse comportamento tende a ser revertido quando a criança é privada de telas e passa a ser estimulada de forma viva e presente por outras pessoas. Na nossa experiência, o que chamou a atenção ao se deparar com uma criança assim, foi seu olhar perdido e o embotamento emocional. Mesmo carregando-a no colo e mantendo contato visual, a criança não olhava nos olhos, mas ao redor. Era como se ninguém a tivesse pegado nos braços.

Mas para que estamos abordando essas questões, desde a tese de Han até essa questão de exposição das crianças às telas? Porque a inveja implica um outro e a percepção de que ele existe.

Assim, será que é possível falar de inveja nessa terra do "eu cercado de espelhos" que é a realidade moldada pelos algoritmos das redes sociais digitais e especificamente no contexto desta pesquisa, no Instagram? O que esse outro – se é que ele é reconhecido dessa forma – coisificado como objeto-imagem de consumo que serve para adular e estimular, pode mobilizar naquele(a) que o vê?

Parte do jogo das redes sociais é compartilhar a intimidade. Porém, em uma sociedade marcada pela performatividade – tanto no sentido de desempenho, quanto de espetáculo – essa visibilidade parece levar a uma sensação de comparação constante. A comparação social já era um fenômeno comum, mas mais delimitado à comunidade (Alberoni, 1996), àqueles que eram visivelmente próximos. Com as redes sociais digitais, essa visibilidade do outro se expandiu exponencialmente. Agora, são muitos outros a quem se pode comparar: eles sempre fazem mais, se dão melhor no trabalho, viajam mais, curtem mais a vida, ganham mais dinheiro. Na contemporaneidade, parece que o outro na tela do *smartphone* sempre tem mais, pode mais e goza mais.

Esse modo de lidar com as conquistas do outro traz um senso de inadequação, de falha, de estar sempre em falta consigo e com o outro. Parece que para algumas pessoas, se instala um estado geral e contínuo de competição: em um período marcado pela precarização das relações

[1] Conforme noticiado pela imprensa brasileira: https://www.bbc.com/portuguese/articles/cd758lwrrwdo#:~:text=A%20psic%C3%B3loga%20e%20neurocientista%20Mayra,como%20a%20crian%C3%A7a%20se%20comporta. Acesso em 11 jan 2025.

de trabalho, distanciamento social (e acima de tudo, emocional), pela valorização das redes sociais digitais como meio de construir e promover uma "imagem positiva" e sedutora para o outro e para o mercado de trabalho – o grande Outro (Lacan, 1998) –, é imperativo produzir uma narrativa midiática de "sucesso" e "felicidade". E isso parece impactar imensamente os mais jovens.

No caso das mulheres, o problema ganha peso especial, devido a pressões impostas desde muito cedo por padrões de beleza, uma agressividade mais relacional (Haidt, 2024) e sua tendência a atender mais às expectativas sociais. A competividade generalizada instaurada na contemporaneidade marcada pelo discurso do empreendedorismo (Han, 2018) parece ganhar contornos dramáticos entre as jovens mulheres.

Pesquisas realizadas já abordaram a relação entre inveja e redes sociais digitais[2]. Nossa pesquisa pretende ir adiante nesses esforços, abordando como a inveja se manifesta nas interações entre usuários, especificamente no contato de uma pessoa com um post na rede social Instagram, para identificar que tipo de postagens tendem a aguçar a inveja alheia e como podem atualizar essa emoção em potencial. Entre as definições propostas pelo dicionário on-line Michaelis (2025)[3] para o verbete inveja, duas chamam a atenção. A primeira afirma que a inveja é um "sentimento de ódio, desgosto ou pesar que é provocado pelo bem-estar ou prosperidade ou felicidade de outrem". A segunda, em consonância com a primeira, diz que inveja é o "desejo muito forte de possuir ou desfrutar de algum bem possuído ou desfrutado por outra pessoa; avidez, cobiça, cupidez".

O interesse por essa possível relação entre inveja e o Instagram tem um duplo viés: a observação de como se dão as manifestações da inveja nas interações das pessoas nas redes sociais e a escuta psicanalítica que tem apreendido muitas falas relacionadas a essa vivência. São comuns falas como "eu não deveria, mas acabo me comparando a outras pessoas nas redes sociais", "eu sei que as pessoas não são felizes o tempo todo, mas é o que vejo nas redes sociais e isso me incomoda", "eu sinto inveja quando vejo as fotos que aquela pessoa posta", "tem um monte de gente produzindo muito mais do que eu".

Além disso, inveja é um tema recorrente na filosofia, teologia e psicanálise. Um dos mais vis dos sete capitais, aparece nas mais diferentes produções artísticas desde a tragédia

[2]As pesquisas serão comentadas no Estado da Arte de nossa pesquisa.

[3] https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/inveja/. Última visualização em 26.04.2025.

grega. Estudar e tentar compreender essa pedra no sapato da nobreza humana é um desafio de longa data.

No levantamento do Estado da Questão, as pesquisas identificadas estão na tríade redes sociais, consumo e inveja; a partir de um esforço para delimitar conceitualmente a inveja – um referencial teórico determinante do conceito –, tais pesquisas buscam estabelecer a inveja dentro de uma dinâmica de consumo de produtos para além do consumo de conteúdo nas redes sociais.

Nossa investigação pretende verificar se e como a inveja acontece especificamente nas usuárias da rede social Instagram. Já existe pesquisa que apresenta dados sobre o Facebook e sua relação com a inveja e diversas outras pesquisas que abordam a produção de conteúdo no Instagram; porém, abordando a relação entre inveja e rede sociais digitais, especificamente o Instagram, na área da comunicação, identificamos, até o momento, apenas um artigo. Assim, acreditamos que nossa pesquisa possa trazer dados inéditos para a área. Além disso, ela vai somar-se a pesquisas que procuram identificar possíveis relações entre redes sociais digitais, consumo de conteúdo e seus efeitos nos usuários.

E por que estamos investigando a questão da inveja especificamente com mulheres? Conforme veremos, a experiência da inveja faz parte da condição humana, independente de gênero. Porém, na escuta clínica, estamos ouvindo mais as mulheres relatando sobre seu desconforto em sofrimento em relação às redes sociais digitais, o que está alinhado ao que Haidt (2024) apresenta sobre o impacto dessas redes em relação às mulheres. Deixamos como um estímulo à pesquisa a investigação sobre a inveja masculina no Instagram.

Apresentamos a seguir a questão norteadora da nossa pesquisa.

1.1 Problema

Santaella (2001, p. 65) afirma que na "fase de definição de um problema [...] as capacidades intuitivas ganham importância, pois a percepção inicial de um problema é, o mais das vezes, pouco racional". Assim, nossa experiência precedente aliada à observação, nos apontaram um caminho intuitivo para o problema: as redes sociais têm impactos na subjetividade; a presença nessas redes, o contato com os conteúdos ali veiculados, provocam um sentimento que supomos ser inveja.

Não é possível estabelecer a investigação de um problema sem uma questão central a ser resolvida (Santaella, 2001), formalizada a partir de um amplo espaço temático. Assim, no âmbito desta pesquisa, buscaremos identificar como a inveja se atualiza na interação dos

usuários das redes sociais com os conteúdos postados e a pergunta que se delineou assim se apresenta: como a inveja se manifesta nas redes sociais digitais, mais especificamente no Instagram, na perspectiva de usuárias dessa rede?

Decorrem dessa questão os objetivos a seguir, bem como a hipótese.

1.1.1 Objetivos e hipótese

Nosso objetivo geral será compreender como a inveja pode se manifestar em usuárias das redes sociais digitais. Como objetivos específicos, buscamos: estabelecer pressupostos teóricos sobre a inveja e a comunicação digital; identificar situações que geram inveja, na perspectiva de usuárias das redes sociais; explicitar especificidades das situações que geram inveja e refletir sobre o quanto o uso das redes sociais digitais pode ser pernicioso ou não.

A hipótese formulada, com base na pergunta de pesquisa, nos objetivos delineados e nas investigações exploratórias realizadas, é a seguinte: é possível que os usuários do Instagram experienciem inveja em relação a outros sujeitos, mas essa manifestação não se assemelha às concepções filosóficas e teológicas tradicionais da inveja — caracterizadas como insistentes, contínuas e ruminantes. No contexto do Instagram, devido à sua natureza temporal, a inveja tende a se manifestar de forma mais breve e com uma descarga afetiva imediata.

Ela se manifesta em lampejos de desejo de ter algo, de ser parecida com alguém, de desfrutar de ambientes e situações que são intermitentes, substituídos por novos continuamente, uma vez que esses lampejos de desejo são produzidos a partir da lógica de uma sociedade neoliberal, de consumo, que continuamente expõe as pessoas a novas opções e fomenta essa adesão ao novo, o que pode gerar desassossego, impaciência, inquietação, ansiedade.

Antes de explicitar o instrumental metodológico a ser adotado, apresentamos a revisão de literatura sobre o tema da pesquisa.

1.2 Estado da Questão

Conforme observa Santaella (2001), uma vez que o problema de pesquisa está delimitado, o estado da questão – ou Estado da Questão – fica mais claro e melhor circunscrito. É o momento em que o pesquisador toma conhecimento de pesquisas já desenvolvidas e para brechas deixadas por elas, para que nosso trabalho possa colaborar com a área.

Esse levantamento foi realizado na plataforma Capes (catalogodeteses.capes.gov.br), a fim de averiguar dissertações e teses, e na plataforma Scielo (scielo.br/) para verificar artigos. Outras plataformas como o Google Acadêmico (scholar.google.com.br/) e a Biblioteca Virtual de Psicanálise (bivipsi.org/pt-br/) foram também verificadas pontualmente.

Priorizamos aqui apresentar teses e dissertações afins com nossa pesquisa que foram identificadas nesse processo. Mesmo acompanhando artigos, preferimos focar nas teses e dissertações por serem trabalhos resultantes de um processo de pesquisa mais robusto do que os artigos (muitas vezes, recortes desses processos de pesquisa mais consistentes).

Esse levantamento do estado da questão foi realizado em alguns momentos ao longo dos quatro anos de pesquisa, mas decidimos apresentar aqui dois marcos específicos: o início e o período final da pesquisa.

Algo que no início nos chamou a atenção foi a profusão de pesquisas relacionadas às redes sociais na comunicação, h em contrapartida, a escassez de pesquisas sobre a relação entre o consumo de conteúdo nas redes relacionado à inveja.

No catálogo de dissertações e teses da Capes, uma busca a partir da expressão "inveja e redes sociais", num recorte temporal de 2015 a 2020, na grande área do conhecimento Ciências Sociais Aplicadas, na área específica da Comunicação, foram encontrados 5259 resultados. Em nenhum deles a inveja foi mencionada, apenas redes sociais. Uma nova busca da palavra-chave "inveja", no mesmo recorte, foram encontrados 12 resultados, mas apenas um específico da comunicação: "A inveja nos filmes publicitários da Fiat e Boticário, utilizando o contexto de classes sociais semelhantes", de Karen Muzany Pereira Dias Barbosa.

Além de ser uma das poucas pesquisas específicas da área da comunicação nos últimos 10 anos a abordar a questão da inveja, outro ponto importante é a tentativa de conceituação da inveja, que dialoga diretamente com um dos objetivos de nossa pesquisa. A autora busca na filosofia – com Espinoza e Aristóteles – e na psicanálise, com as teorias de Melanie Klein, as bases para sua definição. Além disso, em seu esforço na delimitação do conceito, Barbosa apoia-se em autores da psicologia (Festinger, Byington) e no trabalho de Alberoni (1996), que sob o viés sociológico, apresenta a inveja e suas implicações sociais.

Porém, a relação entre tema e pergunta norteadora não é explicitada diretamente, uma vez que a pergunta norteadora não consta no trabalho. No resumo, Barbosa (2020) apresenta a intenção de pesquisa: "analisar as indicações invejosas contidas em alguns filmes publicitários a fim de identificar como a narrativa apresentada indica uma perspectiva de classes sociais semelhantes". Daqui, apreende-se o que será analisado e sua relação com o tema.

São anunciadas duas metodologias: a bibliográfica, para delimitar os conceitos de publicidade, inveja e consumo e para a análise de imagens, que é qualitativa, apoia-se no Atlas Mnemosyne criado por Aby Walburg e utilizado por Didi-Huberman.

Uma vez que a pergunta norteadora não é apresentada, os objetivos não são claramente estabelecidos. Assim, encontramos pistas que sugerem objetivos na introdução da dissertação. Barbosa (2020) afirma que há estudos isolados sobre os temas que se conectam em sua pesquisa (inveja, publicidade e consumo), desse modo, uma das intenções de sua pesquisa foi "abrir discussões diante de elementos tomados pela complexidade que são a comunicação publicitária, a inveja e o consumo de classes sociais semelhantes" (Barbosa, 2020, p. 10).

A seguir, a autora afirma que partiu da hipótese de que a publicidade identifica o significado do comportamento dos sociáveis para usá-lo em sua linguagem, a fim de "investigar de que forma os princípios invejosos são espelhados nos gestos dos sujeitos dentro dos filmes publicitários em uma perspectiva de classes sociais semelhantes." (Barbosa, 2020 p. 10). Aqui, parece que temos uma pista de pergunta norteadora e objetivo geral. Em outro momento, a autora também sugere qual seria a relevância de sua pesquisa: "aproximar esses fenômenos que integram a vida social" (Barbosa, 2020, p. 10). Deduz-se que os fenômenos aos quais ela faz referência sejam a publicidade, o consumo e a inveja.

No capítulo Procedimentos Metodológicos, fica mais claro o desenvolvimento da pesquisa. Barbosa (2020) parte de um pressuposto: verificar se existia inveja ou não em alguns filmes publicitários. A partir de um critério de classificação estabelecido, bens duráveis e não-duráveis, a autora verifica os segmentos que mais investiram em publicidade em 2017 no Brasil e identifica, a partir do critério estabelecido dos bens duráveis e não-duráveis, que as categorias que mais investiram foram automóveis, higiene e beleza.

A partir disso, iniciou-se a delimitação do *corpus* de pesquisa composto por filmes publicitários. Barbosa (2020) afirma que "foram escolhidas as empresas Fiat e Boticário pois possuíam mais campanhas para selecionar".

Nesse capítulo, a autora retoma o levantamento bibliográfico que sustenta sua análise, pois a "dissertação possui caráter bibliográfico intimamente ligado às categorias de análises metodológicas". (Barbosa, 2020, p. 51). A partir dos filmes, ela identifica um traço comum, que estabelece como categoria: os círculos sociais que se repetiam. Outro ponto de atenção é o "olhar lateral que se repete em todos eles" (Barbosa, 2020, p. 52). Aqui compreendemos um termo que a autora usa nos momentos iniciais de seu texto: o olhar enviesado. A metodologia é apresentada de forma bem criteriosa, especialmente a questão da análise de imagens no Atlas Mnemosyne.

Apesar de não explicitar claramente os resultados em sua análise de filmes, no capítulo "Palavras Finais", Barbosa apresenta um resultado alcançado próximo à sua sugestão de pergunta norteadora/objetivo primário, conforme identificamos em seu texto.

> Foram identificados princípios de comportamento invejoso revelado como uma disseminação cultural que a publicidade aplica em seus trabalhos se espelhando nas ações da própria sociedade, aparecendo muitas vezes na publicidade industrial (varejo) em um contexto de classes sociais semelhantes. Assim o princípio do olhar enviesado foi detectado como um original invejoso diante da situação apresentada. (Barbosa, 2020, p. 74)

A dissertação foi selecionada para compor nosso Estado da Questão especialmente pela bibliografia apresentada – uma fonte de pesquisa relevante – e pela conceituação da inveja a partir da filosofia e da psicanálise. Além disso, se com o desenvolvimento da pesquisa partirmos para a análise de imagens midiáticas no Instagram, ela apresenta um instrumental metodológico interessante, o Atlas Mnemosyne.

Ampliando o estudo das dissertações e teses que poderiam ajudar a compreender o atual estado de desenvolvimento das pesquisas afins à relação da inveja e redes sociais, encontramos a dissertação "Exposição do consumo de alimentos nas redes sociais online: uma análise dos significados das postagens compartilhadas", de Francisco Wilker Carneiro Brito. Essa pesquisa se deu no Mestrado Acadêmico em Administração, na Universidade Estadual do Ceará.

A dissertação tem como objetivo estudar os significados das postagens de consumo de alimentos especificamente no Instagram. Aborda a questão da inveja a partir de um referencial teórico de autores da psicologia, especialmente da psicologia social.

Sobre a metodologia, num primeiro momento, o autor realiza entrevistas e posteriormente uma netnografia com análise de conteúdo das postagens no Instagram. O autor realizou entrevistas (narrativas semiestruturadas), com uma amostra de treze entrevistas de um universo que se enquadrava no contexto de pesquisa: pessoas com perfis ativos em redes sociais e que postavam imagens e vídeos de alimentos nelas. O pesquisador afirma que sua escolha foi por conveniência, e a quantidade de entrevistas foi determinada a partir do critério de saturação teórica.

Para analisar os posts, o autor recorre à netnografia para estabelecer uma análise de conteúdo. A partir da *hashtag #food*, o autor selecionou e analisou as postagens de imagens e vídeos no *feed* do Instagram e *stories* tageadas e dividiu-as em categorias.

Chama nossa atenção um achado do autor: o de que a comida é considerada algo que demonstra uma vivência. A postagem em imagem ou vídeo do alimento caracteriza a vivência de uma experiência no presente.

De forma geral, a inveja aparece como algo que a pessoa quer provocar nos outros ao postar essa representação de uma vivência. Porém, no contexto dessa pesquisa, ela está relacionada à comparação social, consumo e ao acesso e uso das redes sociais.

O referencial teórico apresentado pelo autor também é válido para aprofundar nos estudos sobre as redes sociais, sua evolução e impactos no comportamento (especialmente no consumo). O autor relaciona diversos autores e suas pesquisas sobre as redes sociais, influência do narcisismo, comparação social e inveja, como A. J. Vassalo, Van Djick, S. Utz, G. Shao.

Entre os motivos para as postagens de alimentos, como a presença social, o desejo de influência, desejo de repercussão, aparece a inveja. Mais precisamente, um desejo de acintosamente provocar inveja nos seguidores ao postar a imagem ou vídeo daquele alimento que representa a vivência de uma experiência. Cabe ressaltar que nas considerações, o autor aponta que os "significados das postagens percorrem desde o reforço da identidade para o próximo até a necessidade de influenciar, gerar inveja e ganhar status" (Brito, 2019, p. 68).

A dissertação foi escolhida para compor o Estado da Questão, porque o pesquisador busca estudar a questão da inveja a partir do Instagram e pela determinação da quantidade de entrevistas a partir da saturação teórica.

Do mesmo programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual do Ceará, encontramos outra dissertação de mestrado que trata da relação entre inveja e redes sociais; mas, agora, o foco está no Facebook: "Modelo explicativo da intenção de compra a partir dos *Big Five*, da orientação para a comparação social on-line e da inveja", de João Paulo Santos Cavalcante.

A pesquisa propôs-se a "analisar a relação entre os Cinco Grandes Fatores da personalidade, a orientação para a comparação social on-line, a inveja e a intenção de compra." (Cavalcante, 2017, p. 6). Na introdução, o autor apresenta um estado da questão no qual procura demonstrar de onde sua pesquisa parte e onde ela se encaixa. Nota-se, contudo, faltar um diálogo maior com pesquisas brasileiras, pois o autor basicamente apresenta trabalhos de revistas científicas internacionais da área de psicologia e psicologia social, o que nos leva a inferir sobre existir uma lacuna de pesquisas no Brasil na área em que o trabalho desse pesquisador se insere, ou, se realmente foi uma escolha do autor se vincular a pesquisas internacionais.

O pesquisador parte da teoria da comparação social proposta pelo psicólogo Leon Festinger em 1954, o qual propõe que as pessoas têm um *drive* interno a partir do qual elas se comparam a outros em termos de habilidades e opiniões. O pesquisador aborda os desenvolvimentos dessa teoria, selecionando algumas pesquisas posteriores até 2018. Aponta o recorte em que as pesquisas mais recentes abordam o fenômeno da comparação social a partir das redes sociais digitais. Sobre estas últimas, concluiu-se que algumas pesquisas apontam que a inveja pode despontar a partir da comparação social e que nem sempre seria ruim, pois ao comparar-se a alguém em situação considerada melhor, poderia despertar, na pessoa que inveja, o desejo de melhorar sua própria situação. Outro ponto observado é que pessoas com tendências narcísicas são mais propensas a se comparar mais. Cavalcante (2017) esclarece que a autoexposição narcisista pode provocar um estado emocional ruim naquele que visualiza esse tipo de *post,* no caso, dos sites de relacionamento. Sob outro aspecto, a inveja pode levar a pessoa a adquirir o objeto invejado.

O referencial teórico utilizado pelo autor para a definição de inveja é composto de autores da psicologia. Além disso, argumenta que é uma questão tratada em diferentes culturas em diferentes momentos históricos; chega a exemplificar com os Sete Pecados Capitais e a visão de Tomás de Aquino sobre a inveja; aborda a noção de *Schadenfreude,* definida como o prazer originado do infortúnio alheio. Outra definição que o ampara é a inveja benigna e a maliciosa: a primeira acontece quando aquele que inveja deseja estar na situação da pessoa invejada, há empatia por este, admiração e ausência de sentimentos destrutivos associados. O autor não explicita, mas subentende-se que a inveja maliciosa é destrutiva. Outra classificação que ele apresenta é entre inveja disposicional – um traço da personalidade – e episódica, que ocorre sempre em situações de comparação. Vale citar que Cavalcante também apresenta pesquisas que relacionam inveja e consumo. Assim como Barbosa (2020), ambos argumentam como ela é usada para promover o consumo.

Quanto à metodologia, o autor realiza uma pesquisa quantitativa, cuja amostra é não probabilística, formada por usuários brasileiros da rede social digital Facebook, entre 15 e 34 anos. O instrumento de pesquisa (questionário), além das questões sociodemográficas, apresenta escalas para medir e avaliar a comparação social e a inveja, e as escalas dos Cinco Grandes Fatores da personalidade (*Big Five*). Chamou-nos a atenção o modo como o pesquisador buscou identificar qual tipo de conteúdo na postagem tende a ser alvo de comparação pessoal. Cavalcante explicita que o que mais suscita a comparação social são as experiências – viagens, idas a restaurantes e bares, festas – a algo que aparece também na pesquisa de Brito (2019) quanto ao significado das postagens de alimentos.

Esta pesquisa se aproxima da nossa por abordar a temática da inveja nas redes sociais, além de apresentar resultados que nos levam a reflexão e formulação de hipóteses. A metodologia utilizada para o levantamento de dados e a posterior análise, é outro ponto a ser considerado.

Os trabalhos até então consultados nesse processo abordam as redes sociais digitais, sobretudo Facebook e Instagram como espaços centrais para estudar comportamentos, seja em relação ao consumo, comparação social ou construção de narrativas pessoais. Neles, a inveja emerge como elemento comum, ora como resultado das dinâmicas de comparação social ora como fator motivador de ações (como consumo ou compartilhamento). De maneira geral, os trabalhos destacam como a exposição e a interação nas redes influenciam a decisão de compra, a construção de identidades e as dinâmicas de status social.

Embora alguns estudos utilizem abordagens qualitativas, outros combinam métodos quantitativos, como modelagem de equações estruturais, para validar suas hipóteses. Entre os autores que compõem o referencial teórico, vale destacar Leon Festinger com a teoria da comparação social, que serve de base para entender como as redes sociais digitais amplificam a comparação entre pares, contribuindo para sentimentos de inveja e influência no consumo. Bourdieu é referenciado para explicar como bens e comportamentos são utilizados como marcadores de distinção social.

A partir de Lipovetsky, discute-se a busca por validação social e a centralidade da imagem na contemporaneidade; já os conceitos de psicopolítica e sociedade de desempenho comuns à teoria de Byung-Chul Han são aplicados na análise da exposição contínua e na busca pela aprovação nas redes. Warburg e Didi-Huberman são evocados para compreender a ressonância emocional de imagens compartilhadas nas redes sociais e na publicidade a partir de seus conceitos: *Pathosformel* e Atlas Mnemosyne.

O restrito número de pesquisas que investigaram a relação entre inveja e redes sociais levou-nos a acrescentar artigos advindos de pesquisas.

O primeiro, encontrado no Caderno Profissional de Administração da UNIMEP, leva o título em português (pois o texto está em inglês) “O sentimento de inveja nas redes sociais e o consumo de moda”, dos autores Márcia Kelly Silva Furtado, Haroldo de Sá Medeiros e Joanice Maria Araújo Diniz, todos da Fundação Universidade Federal de Rondônia.

O objetivo dos autores consiste em compreender como o sentimento de inveja suscitado por posts de influenciadores digitais de moda pode influenciar no consumo de produtos de moda. Inicialmente, eles buscam estabelecer conceitualmente o que é inveja. Buscam respaldo na teoria psicanalítica de Klein e outras vertentes da psicologia, como o psicodrama e a

psicologia social, a partir de autores como Cukier e Chae. A partir das ideias de pensadores contemporâneos como Baudrillard, Bauman e Lipovetsky, os autores demonstram como a inveja serve às estratégias de comunicação mercadológica, assim como a relação entre redes sociais e consumo.

A metodologia de pesquisa é qualitativa (entrevistas) e descritiva (análise das respostas). Os pesquisadores selecionaram 40 pessoas a partir da rede social Instagram e realizaram a entrevista em comunicação na própria rede social digital.

O artigo foi selecionado para estar nesse Estado da Questão por buscar entender um aspecto da relação entre redes sociais e inveja e também pela maneira como os autores estabeleceram a relação entre as teorias sobre inveja e o instrumento de coleta: o roteiro de entrevistas. Da mesma forma, a análise de conteúdo empreendida pelos autores a partir das ideias de Bardin serve de referência para nosso trabalho. Os autores buscam classificar sentimentos expressos nas respostas e na análise, sempre estabelecem pontes com o referencial teórico. Por fim, a conclusão de que o consumo estimulado a partir nas redes sociais, especificamente no Instagram, é influenciado pela inveja e que os posts de perfis de moda tendem a suscitar esse sentimento, é mais um dado que reforça nossa hipótese.

Em “O sentimento de inveja suscitado pelo consumo de produtos turísticos divulgados no Instagram”, Danielle Miranda de Oliveira Arruda, Izabelle Quezado, Elnivan Moreira de Souza e Rebeca Maria Bruno Montenegro (2019) buscam verificar a influência da inveja no consumo de viagens a partir de posts visualizados no Instagram. A pesquisa procura entender, sob o viés do marketing, como a inveja (entre outras emoções) pode afetar o comportamento do consumidor, considerado predominantemente racional no passado.

Os autores ressaltam que na academia, as pesquisas que abordam a inveja ainda priorizam o Facebook. Quanto ao referencial teórico, identificamos autores já vistos em outros trabalhos: Baudrillard, Klein, Spinoza, Aristóteles, Belk, Kong.

A metodologia é quantitativa por *survey* e o tratamento de dados foi realizado com dois softwares específicos, o SPPS e o AMOS. No instrumento de pesquisa, foram usadas as escalas de Belk para mensurar a inveja e de Bettman para avaliar a Identificação Social. Os autores sugerem, para futuras pesquisas, abordagens qualitativas apoiadas pela análise do discurso (AD) para complementar os achados das pesquisas quantitativas. Assim, não apenas por ser aderente ao tema da nossa pesquisa e pelas boas referências bibliográficas, mas pela metodologia que reforça nossa hipótese da necessidade de associar métodos quantitativos, qualitativos e de análise de conteúdo ou de discurso, este artigo foi bem-vindo.

“Inveja feminina: exploração preliminar” de Adrienne Harris, trata a inveja feminina sob a perspectiva da psicanálise. Segundo a autora, a inveja feminina é um fragmento de vivência arcaica, de origem intrapsíquica; porém, uma forma de proteção – um para-raios, conforme a autora – para o processo social.

Harris (2018) conceitua a inveja a partir da questão moral, da doutrina medieval e teológica (um dos sete capitais); remonta sua percepção à doença e seus sintomas físicos para os árabes. A seguir, cita o silêncio da psicanálise em relação à inveja, que pouco teorizou a respeito, exceto pelos trabalhos de Melanie Klein.

Estabelece relações entre a inveja e a agressividade feminina, pois, para a autora, a agressividade feminina ainda é um problema mal resolvido para algumas mulheres. Harris (2018) expõe sua própria experiência como teórica interessada pelo tema e na esteira de sua visão da dinâmica interior de alguns grupos.

Para a autora, existe um conflito relacionado à inveja nas mulheres em grupos (profissionais) que tem a ver com a criatividade, o desejo de prosperidade profissional, que envolve a agressividade, mas que acaba sendo mascarado. Entre invejar e ser invejada, a mulher tenta mascarar suas emoções na competividade de uma com a outra. Também sugere as origens da inveja da relação inicial com a mãe e o bebê, que tal fenômeno independe de gênero, porém, têm traços mais contundentes na relação mãe e filha (Harris, 2018).

Selecionamos esse artigo por abordar a questão da inveja feminina e pelo referencial teórico utilizado pela autora que pode ser útil para nossa pesquisa. Porém, a abordagem é mais teórica, e de certa maneira, superficial. A autora propõe um *overview* sobre o tema, mas não estabelece relação da teoria com análise de algum fenômeno ou material clínico, o que torna menos profunda sua abordagem. Não deixa, contudo, de apresentar ideias que podem ajudar a pensar sobre a questão de nossa pesquisa.

Descritos os resultados do início da elaboração desse estado da questão, passemos para os resultados obtidos no período final da pesquisa.

O trabalho intitulado "Eu Imaginado: As Selfies como Representação de Si no Instagram" foi desenvolvido por Antônia Zeneide Rodrigues (2021) como sua dissertação de mestrado na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Este estudo investiga como as *selfies* no Instagram funcionam como representações do eu na contemporaneidade. O principal objetivo de sua pesquisa é compreender de que maneira as *selfies* publicadas no Instagram atuam como representações de si, explorando as motivações e os significados atribuídos a essas imagens pelos usuários. Além disso, busca-se analisar como essas

representações influenciam a construção da identidade pessoal e social dos sujeitos na plataforma digital.

A metodologia utilizada na pesquisa adota uma abordagem qualitativa, utilizando a análise de conteúdo para examinar as *selfies* publicadas no Instagram. Foram selecionadas imagens de usuários com perfis públicos, permitindo o acesso e a análise das fotografias. A seleção das *selfies* considerou critérios como diversidade de gênero, faixa etária e contextos sociais, visando uma amostra representativa. Além da análise das imagens, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com alguns usuários para aprofundar o entendimento sobre as motivações e percepções relacionadas às suas publicações.

O trabalho fundamenta-se em teorias da comunicação, sociologia e estudos culturais. Autores como Erving Goffman são referenciados para discutir a apresentação do eu na vida cotidiana, especialmente no contexto das redes sociais. Segundo a teoria de Goffman, a vida cotidiana é interpretada como uma "performance teatral", em que os sujeitos apresentam diferentes versões de si mesmos para diferentes audiências. No contexto das *selfies*, essa teoria ajuda a explicar como as pessoas criam uma "fachada" (ou persona) cuidadosamente escolhida para exibição no Instagram, ajustando suas imagens de acordo com as expectativas sociais e pessoais.

Somam-se a esses, conceitos de identidade digital e cultura visual, explorados para compreender as dinâmicas das *selfies* no Instagram. A identidade digital é a projeção de si nos ambientes online, moldada pelas interações e práticas dentro das plataformas digitais. As *selfies* se tornam um componente central dessa identidade, representando a maneira como os usuários desejam ser vistos e percebidos em uma cultura digital que valoriza a imagem visual. Já as imagens visuais, especialmente as digitais, desempenham um papel crucial na comunicação e na construção de significados. O Instagram, como uma plataforma visual, promove uma linguagem em que as *selfies* funcionam como um tipo de discurso sobre identidade, estilo de vida e status social.

A pesquisa também dialoga com estudos sobre narcisismo e autoexposição na era digital, analisando como esses fenômenos se manifestam nas práticas de compartilhamento de *selfies*. A partir das ideias de Christopher Lasch, a autora explora como a sociedade moderna valoriza a autoimagem e a validação externa. Nesse contexto, as *selfies* podem ser interpretadas como um reflexo de narcisismo digital, onde a busca por curtidas e comentários reforça a necessidade de validação e aprovação.

Essas teorias e conceitos fornecem um arcabouço para entender o impacto sociocultural das *selfies* no Instagram, explorando como elas são moldadas por forças externas (como

tendências e normas sociais) e internas (como motivações e percepções dos usuários). O estudo revela como as selfies vão além de meras imagens: elas são performances visuais que sintetizam identidade, cultura e relações sociais.

Já no trabalho “O fenômeno Instagram: o especular e seu avesso”, dissertação de Vítor Leandro Silva Rosa na Universidade Veiga de Almeida (2022), tem como objetivo central analisar o impacto do Instagram na formação e projeção das representações do eu, com base em conceitos psicanalíticos e sociológicos. O trabalho investiga como o Instagram atua como um dispositivo de biopolítica, promovendo uma idealização estética que reflete um discurso hedonista e normatizador sobre os corpos e a subjetividade.

A metodologia segue uma abordagem qualitativa e teórica, fundamentada em revisão bibliográfica. Os principais passos incluem a leitura crítica de obras de autores como Jacques Lacan e seus conceitos do Estádio do Espelho e do olhar como objeto, para compreender o desejo de validação e visibilidade no Instagram; Michel Foucault, cujas teorias de biopolítica e biopoder são usadas para discutir como as imagens no Instagram promovem um controle sutil sobre os corpos, alinhado a discursos de saúde, beleza e bem-estar; Vilém Flusser e o conceito de imagens técnicas para descrever o papel do Instagram na construção e difusão de imagens artificiais, profundamente mediadas por tecnologia; Guy Debord, cuja teoria da sociedade do espetáculo é utilizada para descrever o Instagram como um espaço onde os sujeitos se tornam protagonistas de sua própria exposição pública; Preciado e sua discussão sobre o "corpo político" e como a biopolítica estrutura corpos e subjetividades em rede; Orlan, cujas práticas artísticas são pensadas como resistência às normatividades impostas pela estética digital do Instagram.

Sua análise aborda as práticas de compartilhamento no Instagram, incluindo a utilização de filtros e construção da imagem pessoal e propõe uma discussão sobre a padronização dos corpos e o retorno a ideais clássicos no contexto das redes sociais digitais. Como contrapartida crítica às práticas idealizadas do Instagram, o pesquisador empreende uma análise das obras da artista francesa Orlan.

Como resultados, o pesquisador afirma que o Instagram reforça ideais clássicos de beleza e harmonia corporal, funcionando como um dispositivo biopolítico. As representações corporais são padronizadas e alinhadas com discursos de saúde e bem-estar que mascaram práticas de controle. A plataforma promove uma lógica de "olhar" constante, onde o usuário busca ser visto e validado pelo outro. O *like* é descrito como uma forma contemporânea de estabelecer conexões e validar identidades.

As imagens publicadas no Instagram muitas vezes mascaram o real, apresentando versões idealizadas e editadas da vida cotidiana, e os filtros atuam como um mecanismo de construção do imaginário. Por outro lado, as práticas artísticas de Orlan são destacadas como exemplos de resistência aos padrões impostos pelo Instagram. A artista questiona e desconstrói as normativas estéticas com sua "Carnal Art".

A pesquisa conclui que o Instagram opera como uma rede de relações de poder descentralizadas. As interações são mediadas por discursos que consolidam a normatividade e ao mesmo tempo permitem resistências criativas.

A dissertação da Universidade Federal da Paraíba intitulada "Fotografias que Viralizam: Quando uma Imagem Mobiliza Afetos Coletivos", de Diego Luiz Nóbrega Rodrigues (2021), propõe uma análise interdisciplinar das fotografias que se tornam virais.

O objetivo central do trabalho é compreender como certas fotografias mobilizam afetos coletivos no ambiente digital, a ponto de se tornarem virais. O pesquisador propõe examinar as dinâmicas de viralização de fotografias no meio digital, estabelecer conexões entre a viralização e o "patrimônio visual hereditário", baseado no conceito de *Pathosformel* de Aby Warburg e propõe uma análise das fotografias virais a partir de um cruzamento teórico interdisciplinar.

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e exploratória, estruturada em três etapas principais: revisão do conceito de *Pathosformel* de Aby Warburg e sua aplicação na análise de imagens contemporâneas, diálogo com autores como Georges Didi-Huberman, Muniz Sodré e Limor Shifman sobre temas como memória coletiva, estatuto das imagens e viralização; escolha e análise de três fotografias virais brasileiras que mobilizaram reações coletivas nos últimos cinco anos (relacionadas ao período da pesquisa); inspirado no *Atlas Mnemosyne* de Warburg, o autor criou pranchas temáticas que associam as fotografias analisadas a constelações de outras imagens históricas e contemporâneas, explorando conexões visuais e culturais.

A análise é fundamentada no método do Estudo de Caso, com triangulação de dados qualitativos, incluindo fontes visuais, textos críticos e registros midiáticos. Warburg é central na análise, especialmente em sua abordagem interdisciplinar e imagética.

O pesquisador trabalha com os conceitos de *Pathosformel* de Warburg, que trata da sobrevivência de "fórmulas emotivas" em imagens, que carregam memórias culturais e emocionais. Recorre a Didi-Huberman para abordar a exploração da memória e do tempo nas imagens, como elas evocam afetos anacrônicos e heterogêneos.

Em Sodré, busca o conceito de "bios midiática", para discutir como as interações tecnológicas e sociais na era digital moldam a circulação e o impacto das imagens. Em Shifman,

se apoia na questão da viralização na internet, com ênfase nos critérios de transmissão, velocidade e alcance.

Em Roland Barthes, busca suas reflexões sobre a dimensão emocional das fotografias, especialmente em seu impacto visual e textual. Em Dewey, aborda a experiência estética e as interações emocionais associadas ao compartilhamento de imagens.

Como resultados de sua pesquisa, o autor aponta que as fotografias analisadas provocaram intensas reações emocionais, conectando-se a memórias e experiências coletivas. Exemplos incluem imagens que retratam desigualdade social e momentos de vulnerabilidade humana. As imagens virais foram associadas a padrões visuais e culturais persistentes, alinhados ao conceito de *Pathosformel*. Isso evidencia como determinadas formas e temas ressoam emocionalmente em diferentes contextos históricos. A elaboração das pranchas revelou a persistência de elementos visuais e narrativos que transcendem contextos históricos, conectando imagens virais a um repertório cultural mais amplo.

A pesquisa destacou o papel das redes sociais digitais como amplificadoras das dinâmicas de compartilhamento, enfatizando a fusão entre esfera privada e pública na viralização. As três fotografias analisadas (como a de Lucas Landau, "Menino na Praia de Copacabana") ilustraram narrativas visuais que mobilizam questões sociais e éticas, mostrando como o corpo humano é central no desencadeamento de afetos.

O trabalho conclui que as fotografias virais são mais do que fenômenos de mídia: elas refletem dinâmicas profundas de memória, afeto e identidade cultural. O uso do pensamento de Warburg e de ferramentas transdisciplinares se mostrou eficaz para desvendar essas dinâmicas, propondo novas formas de compreender a fotografia na contemporaneidade.

Já a dissertação "A (Des)Construção de Perfis de Mulheres Fitness no Instagram: Corpos e Ressignificações Contemporâneas", da Universidade Federal de Mato Grosso, da pesquisadora Marcella Bordini Lírio tem como objetivo compreender como os perfis de mulheres no Instagram representam o corpo feminino no contexto da cultura fitness e como ocorre a crítica e a ressignificação dessa padronização. A pesquisa foca na análise de quatro perfis que promovem a cultura fitness e de três perfis que questionam e desconstroem esses padrões; em explorar as narrativas de autoaceitação e empoderamento em oposição aos ideais de “corpo perfeito”.

A metodologia parte de uma abordagem qualitativa, utilizando análise de conteúdo e "Instagrafia" (uma adaptação da etnografia para o Instagram). A pesquisadora selecionou sete perfis femininos no Instagram (quatro que promovem o fitness e três que criticam a padronização) a partir de critérios como visibilidade, engajamento, interação com seguidores e

diversidade nas mensagens (promoção de corpo fitness *versus* desconstrução). Observou e analisou as publicações (fotos, vídeos, textos, *hashtags* e emojis) para identificar padrões narrativos e performáticos para estabelecer categorias de análise: corpo fitness (narrativas de foco, disciplina e performance) e crítica ao corpo ideal (narrativas de autoaceitação e críticas aos padrões de beleza idealizada).

Os principais autores que deram sustentação teórica a suas análises são Foucault com o conceito de biopolítica e corpos dóceis para discutir como os corpos femininos são moldados e regulados pela cultura fitness; Stuart Hall e sua teoria das identidades pós-modernas, enfatizando o sujeito plural e fragmentado que busca reconhecimento e pertencimento nas redes. Com Bauman, a autora aborda a questão das identidades líquidas e transitórias na contemporaneidade; com Lipovetsky, conceitos como narcisismo coletivo e corpo como objeto de culto e consumo são mobilizados para as análises. Lévy e seu conceito de ciberespaço e redes interconectadas contribui para reflexões sobre a sociedade contemporânea. Quanto a Le Breton, a autora recorre a suas ideias para abordar o corpo como construção social, cultural e pessoal. Com Byung-Chul Han**,** ela recorre ao conceito de "homo digitalis" e à questão da otimização constante do perfil digital.

Quanto aos resultados, a pesquisadora aponta que os perfis que promovem a cultura fitness reforçam ideais de disciplina, foco e corpo perfeito, apresentando corpos moldados por técnicas específicas (exercícios, dieta, suplementação e intervenções estéticas) e as narrativas são voltadas à performance e à exibição do corpo como produto consumível, especialmente em ações de marketing. Influenciadoras fitness têm forte presença em estratégias mercadológicas.

Por outro lado, há uma crescente narrativa de empoderamento e autoaceitação, que rompe com a promoção de padrões rígidos e idealizados de beleza, com destaque para movimentos como *#BodyPositive*. Os perfis que desconstroem os padrões destacam os riscos à saúde física e mental associados à busca pelo corpo ideal, enquanto as críticas à cultura fitness começam a atrair marcas que se alinham aos valores de autenticidade e diversidade.

A pesquisa identificou como o Instagram opera como uma vitrine de corpos, reforçando a polarização entre o corpo ideal e o corpo real. Os discursos e práticas de desconstrução ganham espaço, mas ainda enfrentam resistência frente à hegemonia da cultura fitness. Por fim, o trabalho evidencia a dualidade no Instagram: enquanto algumas narrativas reforçam padrões estéticos e de consumo, outras promovem uma ressignificação dos corpos femininos. A pesquisa contribui para debates sobre a construção identitária, o impacto da mídia digital e as transformações culturais relacionadas ao corpo feminino na contemporaneidade.

Quando olhamos essas pesquisas em conjunto, podemos concluir que todos os trabalhos destacam o Instagram como um espaço central para a construção de identidades, representações e interações sociais na contemporaneidade. É uma plataforma digital que funciona como uma vitrine para narrativas de autoimagem e como espaço de tensão entre padronização e diversidade. De forma geral, elas apontam para a influência das redes sociais digitais na disseminação de padrões estéticos e culturais, assim como na criação de discursos hegemônicos e contra hegemônicos nas redes sociais.

As pesquisas transitam por temas mais centrais como: representação do corpo e autoimagem, padrões de beleza e seus impactos, influência das redes sociais na subjetividade, críticas às normatizações estéticas e emergências de narrativas de resistência.

Outro ponto comum às pesquisas é em relação à metodologia. Todas partem do método qualitativo, recorrendo a análises de conteúdo, seja de perfis específicos ou de fenômenos culturais mais amplos, assim como observação e interpretação detalhada de publicações visuais e textuais no Instagram.

Para finalizar o estado da questão, apresentamos artigos que colaboraram com nosso processo de pesquisa, seja a partir dos resultados de pesquisa, seja a partir da bibliografia. Apenas a título de curiosidade: usando a palavra-chave ampla de busca “Instagram” na plataforma Scielo, sem nenhum filtro de pesquisa, identificamos recentemente 118 resultados de pesquisa. Estabelecendo alguns filtros para restringir os trabalhos (anos e área de conhecimento), encontramos 24 trabalhos no campo da comunicação. Nesse recorte, dois artigos chamam nossa atenção: “*Effects of social comparison, travel envy and self-presentation on the intention to visit tourist destinations*”, de Danielle Fernandes Costa Machado, Paula Cândida do Couto Santos, Mirna de Lima Medeiros (2021) e “Cartografando comentários e sentimentos no perfil de Jair Bolsonaro no Instagram acerca da Covid-19”, de Douglas Faria Cordeiro, Maiara Raquel Campos Leal, Larissa Machado Vieira e Núbia Rosa da Silva (2022).

Os trabalhos colhidos abordam temas relacionados à comunicação, redes sociais, comportamento humano e impacto social, com diferentes abordagens teóricas e metodológicas. Analisam o papel das redes sociais digitais (especificamente o Instagram) na formação de comportamentos e opiniões, seja para consumo, turismo ou debates políticos. Os estudos destacam como redes sociais estimulam sentimentos como inveja, polarização e comparação social, moldando intenções e interações. O primeiro utiliza abordagens quantitativas (análise de regressão, mineração de dados) enquanto o segundo utiliza metodologias qualitativas (cartografia de controvérsias, análise textual).

Quando buscamos o termo “inveja” na mesma plataforma, temos os seguintes resultados. O primeiro artigo em destaque chama nossa atenção – “Inveja e gratidão: flutuações e esperança no mundo psíquico”, de Maysa Marianne Silva Bezerra e Marina Ferreira da Rosa Ribeiro, pois aborda a questão da inveja a partir da psicanálise.

O artigo utiliza como referencial teórico central a obra Inveja e Gratidão (1957) de Melanie Klein. A partir do arcabouço teórico kleiniano, a inveja é discutida como uma pulsão primária que emerge no bebê durante a relação com o seio materno, enquanto a gratidão é vista como uma resposta à capacidade de introjetar o objeto bom.

Além disso, conceitos psicanalíticos de Freud (dualismo pulsional: pulsões de vida e morte) são mobilizados para estruturar a análise, assim como contribuições teóricas de Winnicott. Em linhas gerais, o texto conclui que as flutuações entre inveja e gratidão são constitutivas da vida psíquica e que a elaboração desses sentimentos é fundamental para o desenvolvimento de uma subjetividade saudável, capaz de amar, criar e encontrar esperança mesmo diante de adversidades.

Quando restringimos os resultados num recorte temporal de anos, os resultados reduzem-se a sete e são de áreas variadas: psicanálise, antropologia, filosofia, sociologia. Já na Biblioteca Virtual de Psicanálise, plataforma que reúne textos das principais revistas de psicanálise da América Latina, quando procuramos pelo termo geral Instagram, encontramos dois resultados que pouco agregam a nossa pesquisa.

Descrito o estado da questão em momentos distintos da pesquisa, apresentamos nosso percurso metodológico, bem como os autores que fundamentam essa trajetória.

1.3 Percurso metodológico e fundamentos teóricos de sustentação

Na esteira de Santaella (2001), o território da comunicação em que esta pesquisa se insere é o da recepção da mensagem, bem como do contexto comunicacional das mensagens. Diante disso, a metodologia parte da Documentação Indireta (Lakatos; Marconi, 2019), com levantamento bibliográfico pertinente ao tema.

A partir do levantamento do Estado da Questão apresentado, verificamos que as pesquisas que abordam a inveja percebida a partir da interação nas redes sociais digitais são, em sua totalidade, qualitativas ou quantitativas. A metodologia que adotaremos também será qualitativa, uma vez que ela trata do “universo de significados, dos motivos, das aspirações, das crenças e das atitudes (Minayo, 2016).

Lakatos e Marconi (2019) definem que a metodologia qualitativa busca compreender significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, focando na análise ou interpretação de aspectos mais profundos, a fim de descrever o comportamento humano e sua complexidade.

Considerando-se que esta metodologia tem como objetivo alcançar uma compreensão particular do objeto investigado, sua atenção é focada no singular, específico; não para explicar, mas para compreender o fenômeno estudado em contexto. Por isso, o envolvimento do sujeito pesquisador na observação e construção de seu objeto de pesquisa é importante.

Minayo (2016) afirma que o ciclo da pesquisa qualitativa compreende três grandes etapas: a fase exploratória, que compreende a elaboração do projeto de pesquisa, com delimitação do objeto, definição de objetivos e hipóteses, assim como a elaboração teórica e de pressupostos; e a preparação de recursos para o trabalho de campo.

A fase de campo "consiste em dialogar com a realidade concreta a construção teórica elaborada na primeira etapa". Aqui, o(a) pesquisador(a) vai estabelecer relações a fim de confirmar ou refutar suas hipóteses e pressupostos teóricos a partir dos dados obtidos empiricamente.

A terceira etapa refere-se, basicamente, à análise do material a partir de seu tratamento. É preciso, portanto, ordenar os dados, classificá-los para, finalmente, analisá-los, buscando compreender e interpretar os dados à luz da teoria de base do projeto ou daquelas exigidas pelo próprio material a ser analisado. Seguindo esses passos, vamos procurar explicitar melhor o nosso processo de pesquisa.

Na fase exploratória, partimos das primeiras informações colhidas: os trabalhos identificados no Estado da Questão e as pesquisas internas da Meta (na época, a holding ainda respondia pelo nome de sua principal rede social digital, Facebook) a respeito do Instagram e possíveis efeitos dessa plataforma social sobre seus usuários, e especificamente, sobre as usuárias. Analisamos essas pesquisas e constatamos que elas indicavam a inveja como uma emoção relatada pelas usuárias ao ver certos conteúdos no Instagram. Isso nos chamou a atenção, pois coincidiu com o que observávamos na clínica com as analisandas: muitos relatos de que determinados conteúdos nessa rede social despertavam inveja, fomentavam comparações excessivas e reforçavam a sensação de que "a grama do vizinho era mais verde". Porém, os dados das pesquisas não deixavam claro o que era considerado inveja naquele contexto. Não podemos afirmar se a pesquisa realizada pela Meta não tinha algum pressuposto sobre o que era inveja, ou se, de alguma forma, procurou entender o que era inveja para as

usuárias da rede que fizeram parte das pesquisas; afinal, o material a que o jornal teve acesso eram partes de apresentações de resultados dessas pesquisas.

A partir disso, vimos a necessidade de ter mais claro um conceito de inveja para a nossa investigação. Partimos então para a psicanálise e nos debruçamos sobre as teorias de Freud e Melanie Klein, dois autores que abordam a inveja de formas específicas em suas obras, a fim de estabelecer um modelo (Bion, 2022), que nos serviria de mapa e (Deleuze, 2011) para nossa investigação.

O modelo nos permitiria investigar essa relação entre inveja e a participação no Instagram com a flexibilidade necessária para encarar o problema. Esse modelo, como pressuposto teórico, poderia ser confrontado com a realidade empírica, orientando a investigação, mas sem enrijecê-la. As teorias de Freud e Klein têm as marcas da ciência de sua época: um forte espírito positivista, a tendência a estabelecer relações de causa e efeito nos fenômenos investigados, assim como a tendência a estabelecer uma teoria generalista, universalista, e em muitos aspectos, essencialista, desconsiderando aspectos culturais, materiais e históricos.

Essa questão de ordem epistemológica no desenvolvimento da psicanálise ao longo do século XX foi amplamente debatida e revisada, assim como se propuseram desenvolvimentos mais adequados para equilibrar os aspectos essenciais e contingentes. Apenas para exemplificar, Winnicott (2019)ressaltou a influência do ambiente para a constituição psíquica, Bion (2022) vai insistir na influência do grupo sobre o sujeito (a relação entre o que ele chama de narcisismo e socialismo), Eric Fromm e Karen Horney, cada um a seu modo, propõem a revisão de conceitos de Freud e sua teoria a partir das influências culturais (a chamada corrente culturalista da psicanálise), André Green vai insistir no caráter intrapsíquico e intersubjetivo da psicanálise. Não vamos entrar numa revisão extensa desse tema, pois foge ao escopo de nosso trabalho. Ou seja: acreditamos que as teorias de Freud e Klein podem ser muito úteis, mas contextualizadas com os desenvolvimentos ulteriores, e não tomadas como “tábuas das leis” ou, nos aproximando de Deleuze (2011), como decalques: uma forma pronta que colocamos sobre a realidade para enquadrá-la.

Por outro lado, avançamos na pesquisa sobre a comunicação digital contemporânea. Para tanto, nos debruçamos na teoria de Byung-Chul Han, que aborda o desenvolvimento dessa comunicação, mas contextualizando-o com o desenvolvimento do capitalismo no século XXI, especificamente com o avanço do neoliberalismo. Tal abordagem, em nosso ponto de vista, será útil para tratar o Instagram, uma plataforma social com objetivos comerciais que é criada e se desenvolve nesse contexto midiático e neoliberal contemporâneo.

Ao pensar sobre o que as universitárias percebem ou sentem ao visualizar certos conteúdos e como são suas representações a respeito no Instagram, nota-se que a pesquisa se concentra nas percepções, emoções e relações humanas que se desenvolvem em um determinado contexto midiático. Com base nisso, optamos por utilizar uma abordagem qualitativa. Ou seja, a investigação científica se debruçará nos aspectos subjetivos e comportamentais, nas relações e representações que ocorrem em um determinado cenário sociocultural midiático.

Acreditamos que a pesquisa qualitativa nos auxiliará na tentativa de captar um pouco mais da subjetividade da entrevistada e sua percepção sobre seu modo de "sentir inveja": quais são suas representações de inveja, se o que elas definem como inveja está de acordo com nossos pressupostos sobre a inveja, e se no contexto midiático do Instagram, é possível experimentar ou não o que, a partir de tais pressupostos, entendemos por inveja.

A Análise de Conteúdo Temática, conforme a descreve Gomes (2016), nos auxiliará na análise das entrevistas das universitárias da Uniso. Detalhes desse instrumental metodológico serão explicitados no quinto capítulo, em que a análise do corpus terá lugar.

Abrimos, agora, espaço para o capítulo que contextualiza a rede social que é suporte do nosso objeto de pesquisa: o Instagram.

2 CONTEXTUALIZANDO O INSTAGRAM

Neste capítulo vamos apresentar mais detalhadamente o Instagram. Recorremos a Fregoneze e Haidt para essa contextualização. Vamos abordar algumas pesquisas que abordam os efeitos que o acesso e participação nessa rede pode ter em seus(suas) usuários(as), especificamente a pesquisa interna realizada pelo Facebook (antes de se tornar a *holding* Meta) que se tornou alvo de polêmica após ser publicada pelo *Wall Street Journal* em 2021.

2.1 Sobre o Instagram

Fregoneze (2021) afirma que Instagram é uma plataforma digital ou rede social digital no senso comum, que permite o compartilhamento de fotos e vídeos (que podem ser compartilhados em outras redes sociais digitais também a partir do Instagram) usando recursos técnicos como filtros digitais.

Nas legendas – textos que acompanham imagens ou vídeos – usam-se as *hashtags*: uma forma de indexar o conteúdo nessa rede, que permite que as pessoas que buscam por assuntos específicos, tenham como resultado postagens indexadas pelas *hashtags*.

Lembra Fregoneze (2021) que a partir das *hashtags* é possível descobrir novos(as) usuários(as), assim como podem servir para provocar um efeito de ironia na relação da palavra com a imagem, até mesmo revelar sentimentos e intenções que contribuem para a elaboração de um ideal de aceitação social.

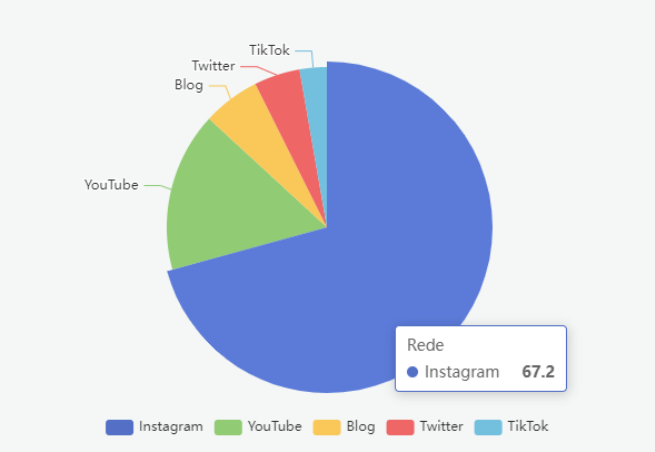
Os conteúdos postados nessa rede vão desde imagens com frases, mensagens diretas para outros(as) usuários(as), fotos e vídeos, divulgação e venda de produtos. Fregoneze (2021) também afirma que o Instagram é um espaço virtual em que as pessoas podem seguir outras pessoas cujas postagens lhe interessam, assim como podem ser seguidas por aqueles que se interessam pelo que elas têm a postar. Para a autora:

> O Instagram é hoje uma das redes virtuais de maior facilidade de uso por sua simplicidade e informações claras. Com essa ferramenta virtual, é possível que milhares de pessoas se conectem e compartilhem momentos, hábitos, histórias, opiniões, experiências, produtos, serviços e marcas. Com base na ideia de que uma imagem vale mais que mil palavras, o Instagram mostrou-se atraente para todo tipo de público. (Fregoneze, 2021, p. 123).

Seguindo Bauman, Fregoneze (2021) afirma que nessa rede o consumidor se torna a mercadoria, uma vez que ele vende sua imagem em troca de interações e aceitação. Nesse sentido, é natural que a plataforma seja integrada às estratégias de marketing e publicidade de marca, assim como sirva de ferramenta de comunicação mercadológica de pessoa que tornam sua presença nessa plataforma digital um negócio. Quanto maior o número de seguidores, maior o alcance de sua produção e sua influência.

De acordo com o Mídia Dados 2022 – documento de referência sobre consumo de mídia no Brasil para o mercado publicitário –, é o principal espaço virtual para promoção da imagem de influenciadores digitais e circulação de seu discurso, verificável no diagrama abaixo (Figura 1). No Instagram, esses *creators* monetizam sua presença nessa rede, seu eu editado, "*photoshopado*" e embalado para consumo dos seus milhões de seguidores.

Figura 1 – Instagram tem forte presença dos influenciadores



Fonte: Mídia Dados 2022

Ainda que muitos desses produtores de conteúdo não se dediquem a dizer o que deve ser feito, o modo de vida exibido nas imagens produzidas está alinhado, em muitos casos, a uma situação considerada ideal, "correta", mostrando formas de consumo e comportamentos alinhados às expectativas do que é considerado sucesso sob o viés da sociedade capitalista contemporânea.

Desde o seu lançamento oficial em outubro de 2010 na Apple Store (loja de aplicativos da Apple), Fregoneze (2021) afirma que o aplicativo foi um sucesso, sendo baixado por um milhão de pessoas até a primeira quinzena de novembro no mesmo ano. Ao ser disponibilizado para o sistema operacional em 2012, disseminou-se rapidamente entre usuários(as) por todo o mundo. Para a autora, seu sucesso é relacionado a simplicidade do aplicativo.

O Instagram passa por atualizações regulares para beneficiar quem usa a rede social digital tanto para diversão, quanto para negócios. É possível compartilhar fotos e vídeos no aplicativo e hoje ele conta com “partes” diversificadas: *stories*, feed, *reels, direct* (mensagens diretas), explorar.

E, conforme o próprio blog da rede social digital (Mosseri, 2023), não há apenas um algoritmo que atua na seleção dos conteúdos que cada pessoa que acessa a rede social vê. Cada uma dessas áreas conta com um algoritmo específico que se adapta ao modo como cada pessoa usa o aplicativo e interage nessas áreas, assim como classificadores e processos.

Figura 2 – Instagram usa diferentes algoritmos para personalizar a experiência

Fonte: Mosseri (2023)

Para exemplificar: no *feed* (página inicial do aplicativo), são exibidas postagens para cada usuário(a) a partir dos sinais (informações reunidas e analisadas que vão determinar que postagens serão exibidas). Os sinais mais importantes são as atividades da própria pessoa que usa o aplicativo (curtidas, compartilhamentos etc.), informações sobre uma publicação (por exemplo, sua popularidade) e sobre quem a publicou, e por fim, o nível de interação de uma pessoa com outra.

Figura 3 – Instagram usa diferentes algoritmos para personalizar a experiência

Fonte: Mosseri (2023)

Cada área leva do aplicativo leva em conta sinais específicos. Porém, algo comum a todas, é a atividade do(a) usuário(a). O que é visto, que tipo de interação acontece com postagens e pessoas, tudo isso é determinante para o que será exibido.

Mossari (2023) ressalta que é possível influenciar o que é visto na rede social. Além das ações realizadas pela pessoa que cria um perfil e passa a seguir outras pessoas e criadores de conteúdo, é possível personalizar o *feed* e *stories* a partir da criação de lista de favoritos (perfis favoritos), seleção de amigos próximos – perfis específicos para compartilhamento de postagens específicas – e silenciar perfis cujo conteúdo não interessa mais, porém, sem deixar de seguir aquela pessoa na rede.

Outros recursos para o controle do que é visto na plataforma digital são o controle de conteúdo sensível (conteúdo que viola as Diretrizes de Recomendação) – como violência, sexo, consumo de produtos controlados (tabaco e remédios, por exemplo) – para ver mais ou menos conteúdos que podem ser desagradáveis de contas que a pessoa não segue (para menores de 18 anos a possibilidade de ver mais conteúdo sensível não está disponível), a opção “não tenho interesse” em uma publicação recomendada para evitar mostrar fotos e vídeos de algo que a pessoa não gosta e a ferramenta de denúncia para denunciar perfis e postagens no Instagram.

O Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais no mundo (ComScore Brasil, 2022) e é o segundo país no mundo com mais usuários no Instagram[4], ficando atrás apenas do país de origem da rede, os EUA. Também 22% dos usuários brasileiros mantêm o aplicativo

[4] Conforme dados apresentados pela empresa de pesquisa brasileira Opinion Box: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=Entre%20os%20entrevistados%20da%20nossa,entra%20v%C3%A1rias%20vezes%20por%20dia. Última visualização: 26 abr. 2025.

aberto ao longo do dia e 92% dos usuários entram na rede social pelo menos uma vez por dia (Opinion Box, 2023).

O Instagram é a 3ª rede social mais acessada no país (ComScore Brasil, 2022), atrás do Facebook e *YouTube*. Porém, constata-se que esta rede social é a que recebe maior dedicação de tempo por parte dos usuários, além de ser a preferida dos jovens brasileiros: é a faixa etária entre 16 e 29 anos a mais presente, com 83% quer acessando várias vezes ao dia, quer conectada o dia todo (Opinion Box, 2023).

Tais dados aproximam-se dos resultados de pesquisa realizada pelo Centro de Estudo para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação[5] e confirmam essa adesão dos mais jovens ao consumo de conteúdo digital na rede social Instagram. Segundo essa pesquisa, o Brasil contava, em 2021, com 22,3 milhões de crianças e adolescentes conectados. Entre esse público, 62% tinham um perfil no Instagram à época (Cetic, 2022).

Há alguns anos, as redes sociais são questionadas sobre os possíveis efeitos na saúde mental de seus usuários. Em 2021, o *Wall Street Journal* divulgou uma reportagem baseada em pesquisas internas realizadas pelo próprio Facebook[6] sobre tais impactos causados pelo consumo de conteúdo no Instagram, especialmente nos usuários mais jovens, crianças e adolescentes. Efeitos observados em adolescentes usuários do Instagram dizem respeito à percepção da autoimagem, mais especificamente, à imagem do corpo. Segundo pesquisa[7], a comparação social nesta rede social é mais intensa porque o conteúdo é percebido como "vida real", porém, uma vida baseada em padrões de consumo e estéticos altamente idealizados, comuns entre as celebridades, mas pouco realistas para a maioria dos usuários.

Também, pesquisa realizada pela Real Sociedade de Saúde Pública do Reino Unido e pela Universidade de Cambridge[8] (RSPH, 2017), jovens entre 14 e 24 anos que passam mais tempo em redes sociais, são os mais propensos a sofrer problemas de saúde mental. A discussão gerada entre a matéria publicada pelo Wall Street Journal e a Meta (empresa proprietária do Facebook, Instagram e WhatsApp), embora traga informações interessantes a serem debatidas,

---

[5] A divulgação dos dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil pode ser verificada aqui: https://olhardigital.com.br/2022/08/17/internet-e-redes-sociais/78-dos-jovens-brasileiros-usam-redes-sociais-diz-estudo/. Última visualização: 04 mai 2023.

[6] A matéria original está no link: https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-instagram-is-toxic-for-teen-girls-company-documents-show-11631620739. Porém, como seu acesso é restrito a assinantes, acompanhamos essa notícia a partir de sua divulgação no Brasil: https://canaltech.com.br/redes-sociais/jornal-publica-estudos-sobre-impacto-negativo-do-instagram-em-adolescentes-197416/. Última visualização: 06 mai 23.

[7] O Wall Street Journal divulgou os dados das pesquisas internas a que teve acesso. A qual estamos nos referindo especificamente pode ser verificada no link: https://s.wsj.net/public/resources/documents/teen-girls-body-image-and-social-comparison-on-instagram.pdf. Último acesso: 06 mai 2023.

[8] Os achados da pesquisa podem ser verificados no link: https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf. Última visualização em 06 mai 23.

fogem ao escopo deste artigo. Trazemos, contudo, alguns pontos das pesquisas que merecem registro, a partir da ideia de que o Instagram (2021) favorece comparações sociais.

A fim de dirimir o impacto negativo da divulgação de suas pesquisas internas, o Instagram se posicionou publicamente a respeito da matéria. A plataforma afirmou que a matéria focava em uma amostra limitada dos resultados obtidos e evidenciaram muito mais os achados sobre impactos negativos. Além disso, reforçou seu empenho em tornar mais transparentes seus processos de pesquisa internas ou com pesquisadores parceiros. Segundo o Instagram;

> Os estudos sobre os efeitos das redes sociais no bem-estar das pessoas trazem resultados mistos e nossa própria pesquisa reflete isso. As redes sociais não são inerentemente boas ou ruins para as pessoas. Muitos as consideram essenciais em um dia, e problemáticas no outro. O que parece ser mais determinante é como as pessoas utilizam as redes e como elas estão se sentindo quando o fazem (Instagram, 2021).

No mundo offline existe comparação social, ansiedade, depressão. Logo, nas redes sociais digitais, elas vão aparecer também. Assim, para o Instagram, a condição emocional da pessoa, como ela está se sentido, vai influenciar sua experiência na plataforma e a percepção dela.

Para corroborar sua posição, o Instagram afirma que à época, as pesquisas realizadas a respeito dos impactos das redes sociais digitais sobre as pessoas não eram conclusivas.

> Um estudo de Harvard[9], conduzido a partir de diferentes métodos, descreveu a "gangorra" de experiências positivas e negativas que os adolescentes americanos têm nas redes sociais. A mesma pessoa pode ter uma conversa importante com um amigo em um determinado momento e ter um desentendimento com ele no dia seguinte. De acordo com uma pesquisa da Pew Internet[10] sobre adolescentes nos EUA, 81% dos jovens disseram que a rede social os faz sentir mais conectados com seus amigos, enquanto 26% relataram que os faz sentir pior sobre suas vidas. (Instagram, 2021).

O Instagram afirmou que suas pesquisas apontavam na mesma direção: não era possível estabelecer uma correlação direta entre o uso do aplicativo e malefícios. Era preciso relativizar

[9] Vamos deixar aqui os links que o texto do Instagram aponta para que leitores verifiquem as pesquisas: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444818755634. Última visualização em 06 mai 23.

[10] Os achados da pesquisa que o Instagram cita podem ser verificados aqui: https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/. Última visualização em 06 mai 23.

os resultados a partir de contextos específicos da experiência subjetiva individual de cada pessoa.

> Nossas descobertas foram semelhantes. Muitos disseram que o Instagram pode tornar as coisas melhores ou não ter qualquer efeito, mas alguns, principalmente aqueles que já estavam se sentindo tristes, apontaram que o Instagram pode piorar as coisas. No campo das pesquisas, isso não é surpreendente nem inesperado. [...] Isso não muda o fato de que levamos estas descobertas muito a sério. Criamos um trabalho específico para responder a esta pesquisa e melhorar a experiência no Instagram. (Instagram, 2021).

Entre as medidas apontadas para melhorar a experiências das pessoas que usam o aplicativo, a plataforma digital reforçou seu empenho em manter a segurança psicológica das pessoas a partir de recursos para se defenderem do *bullying* e conectar aquelas que precisam de uma ajuda mais especializada a organizações de apoio (apesar de, no texto, não exemplificar claramente que ferramentas são essas ou como atua nesse apoio mais específico).

Porém, a plataforma reconhece que a questão da comparação social e a percepção negativa da imagem corporal são um problema no qual ela tenta intervir individualmente a partir da identificação de comportamentos específicos, como ver continuamente conteúdos que estimulam a percepção social negativa.

> Estamos cautelosamente otimistas de que estes estímulos podem ajudar a direcionar as pessoas para conteúdos que as inspiram e as animam e, em maior escala, podem mudar a percepção daqueles que ainda se concentram apenas na aparência física. (Instagram, 2021).

Haidt (2024), ao se debruçar sobre um extenso conjunto de pesquisas realizadas nos EUA e Reino Unido sobre os efeitos das redes sociais sobre os adolescentes, aponta duas grandes questões que influenciam nos resultados inconclusivos dos estudos.

Em primeiro lugar, alguns estudos observam o acesso à internet de forma generalizada. Nesse sentido, estabelecer uma correlação ou causa direta entre acesso e participação nas redes sociais com problemas psicológicos e emocionais é mais difícil. Ao analisar especificamente os dados relativos a acesso às redes sociais digitais e problemas psicológicos, tende a aparecer mais claramente a relação entre eles.

Um exemplo é o estudo de Orben, Dienlin e Przybylski (2019), no qual os autores usam painéis representativos em larga escala para explorar a relação entre o uso de mídias digitais e o bem-estar psicológico de adolescentes. Publicado na *Proceedings of the National Academy of*

Sciences, este estudo utilizou dados de larga escala de três amostras distintas, incluindo adolescentes dos Estados Unidos e do Reino Unido, para investigar se o tempo gasto com mídias digitais estava significativamente relacionado a resultados psicológicos prejudiciais, como níveis mais baixos de bem-estar mental e emocional.

Os achados dessa pesquisa não encontraram evidências diretas do uso de mídias digitais e malefícios psicológicos e emocionais. Porém, ao se debruçar sobre o estudo, Haidt (2024) procurou analisar especificamente a associação entre redes sociais digitais e problemas de saúde mental entre meninas (ao invés de mídias digitais, que envolvem um uso mais amplo da internet e tecnologias correlacionadas, assim como o recorte mais específico de gênero). Nesse recorte, os resultados foram diferentes e apresentaram uma correlação muito mais significativa.

Haidt (2024) também aponta que estudos correlacionais são abertos a interpretações. Por exemplo, dependendo das variáveis – genética, ambiente, solidão etc. – consideradas ou não, não seria a presença nas redes sociais digitais que levaria as meninas à depressão, mas o contrário.

Para Haidt (2024), a fim de estabelecer uma relação causal entre a presença nas redes sociais digitais e problemas psicológicos causados por essa presença, são mais eficientes os ensaios clínicos controlados randomizados.

Outro ponto que o autor levanta é que muitos estudos focaram no efeito sobre os sujeitos das redes sociais digitais. Mas os efeitos grupais podem ser muito maiores e podem até camuflar os efeitos individuais em sua extensão real (Haidt, 2024, p. 175). Nesse caso, o autor cita a relevância de experimentos que procuraram entender como a comunidade mudou com a oferta de acesso mais ampla às redes sociais digitais.

2.2 Sobre as polêmicas pesquisas realizadas pelo Facebook

Haidt (2024) lembra que o Facebook encomendou estudos para entender como o Instagram estava afetando adolescentes nos EUA e no Reino Unido. Os resultados dessas pesquisas foram divulgados apenas internamente e só chegaram a público quando a informante Frances Haugen enviou para o *Wall Street Journal* capturas de tela desses documentos usados internamente para divulgação dos resultados.

Conforme comentado, a matéria do *Wall Street* à época provocou repercussão, pois evidenciava que o uso do aplicativo por meninas e adolescentes tinha um efeito negativo. Os estudos divulgados foram:

- *Teen and Young Adults on IG & FB* (“Adolescentes e jovens adultos no Instagram e Facebook”, tradução nossa): compara os impactos psicológicos das diferentes plataformas. Mostra que enquanto o Instagram contribui mais para questões de imagem corporal, o Facebook está mais relacionado a tensões sociais e políticas.
- *Teen Mental Health Deep Dive* (“Mergulho profundo na saúde mental de adolescentes”, tradução nossa): investiga como plataformas digitais específicas afetam a saúde mental, com Instagram sendo frequentemente citado como a mais prejudicial, evidencia que a exposição prolongada (tempo de acesso) nessa rede aumenta sentimentos de isolamento e pressão social.
- *Teen Girls Body Image and Social Comparison on Instagram – An Exploratory Study in the U.S* (“A imagem corporal das adolescentes e a comparação social no Instagram – um estudo exploratório nos EUA”, tradução nossa): ressalta que o Instagram é particularmente prejudicial à imagem corporal de adolescentes, devido à predominância de conteúdos altamente editados e aspiracionais. Aponta também que as adolescentes relatam maiores sentimentos de inadequação e inveja ao consumirem conteúdos específicos relacionados à aparência.
- *Social comparison: Topics, celebrities, like counts, selfies* (“Comparação social: tópicos, celebridades, contagens de curtidas, selfies”, tradução nossa): examina como os tópicos relacionados a celebridades, contagem de curtidas e selfies intensificam a comparação social. Além disso, identifica que o foco em padrões de beleza irrealistas impacta negativamente a autoestima de meninas adolescentes.
- *Mental Health Findings* (“Descoberta sobre saúde mental”, tradução nossa): estudo que explora a ligação entre o uso de redes sociais e problemas de saúde mental, incluindo ansiedade e depressão. Destaca a comparação social como um fator chave que exacerba esses problemas, especialmente entre jovens mulheres.

Trazemos, contudo, alguns pontos das pesquisas que merecem registro, a partir da ideia de que o Instagram favorece comparações sociais.

Todas as pesquisas destacam que a comparação social é intensificada por plataformas como Instagram, onde o conteúdo visual é altamente curado. Ou seja, planejado, escolhido e editado. Meninas e mulheres adolescentes estão particularmente vulneráveis a sentimentos de inadequação devido a comparações com imagens de celebridades, influenciadoras e colegas.

De acordo com Haidt (2024), graças a popularização do *smartphones* em torno de 2010 (lembremos que o pesquisador é americano, logo, cabe relativizar se o avanço se deu na mesma proporção no Brasil), jovens começaram a passar mais tempo conectados, porém, de formas

diferentes. Enquanto os meninos se concentraram nos jogos on-line e *YouTube*, as meninas passaram a acessar mais as plataformas digitais baseadas em imagem, como o Instagram e Pinterest.

De forma geral, os documentos concordam que os impactos negativos incluem problemas de saúde mental, como depressão, ansiedade e baixa autoestima associadas ao acesso ao Instagram. Haidt (2024) lembra que as plataformas orientadas para a imagem, de apelo visual, usaram o modelo de negócios desenvolvido pelo Facebook, que visa aumentar o tempo da pessoa na plataforma gerando dados que são convertidos em receita gerada para os anunciantes.

Analisadas em conjunto, as pesquisas apontam questões relacionadas à imagem corporal, com muitas adolescentes desenvolvendo transtornos alimentares ou distúrbios de percepção corporal.

Haidt (2024) parte de dois conjuntos de motivações e objetivos para entender como as jovens são mais sensíveis aos apelos visuais do Instagram: agência e comunhão.

Agência se refere ao esforço individual para a expansão do eu e desenvolvimento de habilidades únicas. Comunhão envolve o esforço da inclusão do eu em uma comunidade a partir do cuidado e empatia com os outros. Ambas seguem correlacionadas ao longo da vida e são muito importantes na adolescência para o desenvolvimento da identidade.

As meninas tendem a ser mais focadas em esforços de comunhão, enquanto os meninos tendem a focar mais nos esforços de agência, segundo Haidt (2024). E redes sociais digitais como o Instagram exploram a necessidade de comunhão das meninas entre outras preocupações sociais.

Para Haidt (2024), as meninas são mais afetadas pela comparação social visual e pelo perfeccionismo. No geral, os achados das pesquisas internas do Instagram apontam que meninas adolescentes são um grupo particularmente vulnerável, muitas vezes devido à maior pressão para atender a padrões de beleza e sucesso inatingíveis.

> Adolescentes são especialmente vulneráveis à insegurança, porque seu corpo e sua ida social estão mudando rapidamente. Eles se esforçam para descobrir onde se encaixam na nova ordem de prestígio de seu sexo. Quase todos se importam com a aparência, sobretudo quando passam a ter interesses românticos. (Haidt, 2024, p. 181).

Porém, para as meninas a pressão é maior; sua posição social está intimamente ligada à beleza física. Nas redes sociais digitais focadas na imagem e de alto apelo visual, tornam-se

mais expostas a julgamentos (muitas vezes cruéis) de sua beleza física, assim como estão mais expostas a padrões de beleza inatingíveis. E meninas tendem a ser vítimas da comparação social porque, segundo Haidt (2024), são mais suscetíveis ao perfeccionismo socialmente prescrito, que faz com que sintam a necessidade de atender a expectativas estabelecidas por outras pessoas ou pela sociedade.

De forma geral, identifica-se nas pesquisas do Instagram que para os adolescentes, em geral, são valores importantes o estilo de vida "ostentação" –*"money for nothing"* –, talentos, viagens, experiências e relacionamentos familiares e românticos; para as garotas adolescentes, as comparações quanto à (auto)imagem do corpo envolvem os padrões físicos, pele impecável e moda.

Também, as pessoas tendem a se sentir pior quando veem *posts* de celebridades e as pré-disposições de humor podem levar a uma espiral emocional descendente, que podem ir do ciúme a uma "autodiagnosticada" disforia.

Mas são os pontos que despertam a inveja que chamam a atenção: efeitos de câmera para embelezar fotos tendem a intensificar a comparação social negativa: por exemplo, efeito "*heart eyes*" (olhos de coração) pode indicar que a pessoa que posta a foto está apaixonada e estar em um relacionamento tende a causar inveja[11].

Fatores aleatórios nas imagens desde a aparência de celebridades até o sentimento de sentir-se desprovido(a) de talentos ao se comparar a outras pessoas[12] também podem causar inveja. E mais, imagens ligadas ao corpo e à aparência tendem a provocar inveja quando mostram padrões de beleza fixos e excludentes, quando estão descontextualizadas (mostram o resultado, não o processo), focadas em parte do "corpo perfeito" e quando são desonestas (se dizem verdadeiras, sem filtro ou edição, mas estão editadas).

A pesquisa *Teen Health Deep Dive* (2021), identifica a inveja como um fator recorrente entre adolescentes devido ao conteúdo aspiracional nas redes sociais. Especificamente, menciona que ela é frequentemente sentida em relação a amigos e influenciadores que aparentam vidas "perfeitas". Esse sentimento contribui para a deterioração da autoestima e um aumento nos sintomas de depressão.

---

[11] Esse dado é possível de ser verificado na página 23 do arquivo referente a pesquisa "Social comparison: Topics, celebrities, like counts, selfies" divulgada pelo Wall Street Journal: https://s.wsj.net/public/resources/documents/social-comparison-topics-celebrities-like-counts-selfies.pdf. Última visualização em 06 mai 23.

[12] Conforme aponta diretamente a pesquisa "Teen Girls Body Image and Social Comparison on Instagram – Na Exploratory Study in the U.S.". Última visualização em: 09 mai 23.

A inveja surge como uma emoção comum, especialmente em relação a conquistas, aparência e estilo de vida aparentes de outras pessoas nas redes sociais digitais. Essa emoção parece contribuir para o aumento de problemas de autoestima e insatisfação com a vida. De acordo com a pesquisa *Mental Health Findings* (2021), adolescentes que passam mais tempo nas redes sociais relatam frequentemente "sentimentos de inveja" ao verem conteúdos que destacam conquistas ou características físicas que consideram superiores às suas.

No Instagram e em plataformas similares – que priorizam conteúdos visuais altamente editados e aspiracionais, como fotos de viagens, conquistas e padrões estéticos muito determinados, há uma tendência a evocar nas pessoas a sensação de que a vida dos outros é "melhor", gerando inveja e sentimentos de inadequação.

O medo de estar perdendo algo (FOMO – *Fear of Missing Out*) amplifica a inveja, especialmente quando os usuários(as) veem amigos participando de eventos ou vivendo experiências que parecem significativas.

Além disso, recursos como contagem de curtidas e seguidores reforçam a comparação social. De acordo com os estudos do próprio Instagram, adolescentes sentem inveja ao observar postagens que recebem maior engajamento, especialmente se os autores dessas postagens são amigos, colegas ou figuras públicas admiradas. As pesquisas *Social Comparison Topics: Celebrities, Like Counts and Selfies* (2021) e *Teen and Young Adults on Instagram and Facebook* (2021) trazem em seus resultados o papel da inveja no Instagram e como é exacerbada devido à prevalência de conteúdo aspiracional, *selfies* altamente editadas e a presença de métricas públicas como curtidas e seguidores em tópicos de comparação social, como contagem de curtidas.

Quanto a influenciadores e celebridades, os estudos apontam que eles contribuem significativamente para a comparação social, pois compartilham estilos de vida que parecem perfeitos e inatingíveis. Isso tende a despertar inveja, não apenas pela questão da aparência física, mas também pelo acesso a bens de consumo e experiências que são percebidas como símbolos de status. A pesquisa *Team Body Image and Social Comparison on Instagram* (2021), que aborda especificamente como as adolescentes experimentam inveja em relação à aparência física de celebridades e influenciadores no Instagram, evidencia que a inveja intensifica os sentimentos de inadequação e está diretamente conectada a problemas de imagem corporal e transtornos alimentares.

De forma geral, relacionando os dados dessas pesquisas, é possível verificar que entre os fatores que desencadeiam a inveja estão a **idealização de um estilo de vida** expresso em imagens de viagens, produtos de luxo e conquistas pessoais. A **validação pública** a partir de

métricas visíveis como curtidas e comentários que aumentam a percepção de sucesso ou popularidade dos outros; a a**parência física** dos outros, percebida em fotos editadas que criam um padrão irrealista que tende a gerar comparações constantes e sensação de insuficiência.

Entre os impactos emocionais da inveja, de forma geral, é possível, a partir das pesquisas vazadas do Instagram analisadas em conjunto, identificar que essa emoção está associada à diminuição da autoestima, principalmente em meninas adolescentes. Ela tende a promover sentimentos de inadequação, isolamento e em casos mais graves, pode contribuir para o surgimento de transtornos mentais, como ansiedade e depressão.

A inveja é amplificada em contextos em que a comparação social é predominante, como em redes voltadas para imagens (Instagram) ou interações sociais visíveis (Facebook). Meninas adolescentes são mais suscetíveis à inveja relacionada à aparência física, enquanto meninos tendem a experimentar inveja relacionada a status social ou conquistas materiais.

2.3 Achamos um vilão e podemos emitir um veredito?

Procuramos contextualizar o Instagram como uma plataforma digital de compartilhamento de imagens (foto e vídeos). Seu modelo comercial é basicamente o mesmo do Facebook: quanto mais as pessoas permanecem logadas nele, mais dados elas geram sobre si a partir de suas atividades no aplicativo, que vão servir para o direcionamento preciso de publicidade de empresas anunciantes baseada em diversas variáveis de segmentação.

Diversas são as pesquisas entre EUA e Europa que procuram avaliar os efeitos para a saúde psíquica das redes sociais digitais. Haidt (2024) fez uma extensiva análise de pesquisas nos EUA e Reino Unido. Santaella (2021) também fez um interessante levantamento sobre obras publicadas a respeito das redes sociais digitais no Brasil, tanto de autores brasileiros quanto do exterior.

De alguma forma, a maioria das pesquisas vêm apontando para problemas relevantes que precisam ser observados oriundos do uso (especialmente o uso prolongado) das redes sociais digitais. Sejam mais alarmistas ou mais otimistas, no geral, as pesquisas sinalizam pontos de atenção.

O próprio Meta vem procurando compreende melhor a questão há algum tempo, conforme pudemos verificar. O vazamento de algumas dessas pesquisas pelo *Wall Street Journal* em 2021 chamou a atenção de forma mais ampla sobre os efeitos dos usos das redes sociais digitais, especificamente em vista dos aspectos negativos para a saúde psíquica das adolescentes e jovens adultas.

Mesmo procurando relativizar alguns dos apontamentos dos estudos divulgados, não é possível negar que existe alguma correlação entre piora da saúde psíquica, existindo condições patológica prévias ou não. É claro que o contexto emocional individual vai afetar a experiência da pessoa na rede. Se, por alguma razão, a pessoa não está bem, há uma tendência em sua experiência ser negativa.

Isso, por si só, é motivo para demonizar o Instagram? Acreditamos que não. Seguindo Santaella (2021), pensamos que as tecnologias, os meios e suas tecnologias, uma vez que se inserem em nossas vidas, tornam-se extensões de nossos corpos e mentes. Apenas livrar-se deles não parece ser uma boa solução, mas implicar-nos sobre o uso que fazemos deles, já é um começo para reorganizar essa relação.

Conforme observamos os dados das pesquisas, é possível perceber que em um espaço dominado pela visualidade como o Instagram, há uma tendência maior a comparação social. E onde há comparação social excessiva, temos um terreno fértil para o florescimento da inveja. E observando especificamente as pesquisas do Instagram, podemos ver como isso afeta diretamente às mulheres, especificamente adolescentes e jovens adultas.

Mas por quê?

3 A COMUNICAÇÃO DIGITAL CONTEMPORÂNEA

Nesse capítulo, vamos situar as redes sociais, especificamente o Instagram, em relação à comunicação digital contemporânea. Nosso objetivo é discutir o contexto da comunicação tecnicamente mediada, especificamente a partir do desenvolvimento e consolidação da internet.

Faremos isso a partir do vértice específico do pensamento de Byung-Chul Han. Partindo de seu olhar, vamos abordar a comunicação digital e seus desdobramentos: a desmaterialização do mundo, a prevalência da informação, o fim da narração, os impactos antropológicos dos *smartphones,* a exclusão da alteridade, a primazia da imagem digital, e os impactos psíquicos e sociais desse contexto midiático atual.

A fim de aprofundar em alguns pontos e ampliar a discussão, manteremos diálogos com outros autores, como Santaella, Lipovestky e Bauman na conclusão da apresentação das ideias de Han.

No final do capítulo, apresentamos especificamente o Instagram e o contextualizamos na contemporaneidade entre as redes sociais digitais.

3.1 Han e a filosofia da comunicação digital

Byung-Chul Han é um filósofo contemporâneo que em seu trabalho vem se debruçando sobre a questão da comunicação digital e seus impactos na contemporaneidade, inclusive, impactos da ordem daquilo que é emocional, psíquico: *burnout*, depressão e sua relação com o capitalismo neoliberal em sociedades em que a comunicação e conexão digitais prevalecem.

> Hoje há tantas coisas e acontecimentos que necessitam de discussão filosófica. Depressão, transparência ou mesmo Partido Pirata são problemas filosóficos para mim. Sobretudo a digitalização e a conexão digital constituem hoje uma tarefa e um desafio especial para a filosofia. Precisamos de uma nova antropologia, digital, uma teoria da percepção e do conhecimento. **Precisamos de uma filosofia social e uma filosofia da cultura digitais** (grifo nosso). (Han, 2021a, p.162)

Han (2018a) acredita que vivemos numa ordem digital habitada por *homus digitalis.* Despedimo-nos da ordem terrena para nos lançarmos no mar sem linhas firmes da mídia digital. A velha ordem terrena dava estabilidade, apesar de sua facticidade e imprevisibilidade. Era uma ordem firme, com muros e fronteiras; espírito, pensar e agir eram categorias estabelecidas e bem delimitadas.

O filósofo nos lembra que em seu primórdio, a internet foi celebrada justamente pela sua liberdade: uma navegação livre e ágil, saltando por janelas e informações a partir de cliques, novas possibilidades de comunicação. “A topologia do digital consiste de espaços planos, lisos e abertos” (Han, 2018a, p. 99).

Porém, Han (2018b) chama a atenção para o que ele considera crucial na ordem digital: o uso intensivo da liberdade com fins de controle na sociedade digital. Para o autor, as mídias sociais se assemelham a panópticos digitais, em que seus “internos” se expõe ativamente à observação por vontade própria e comunicando-se incessantemente. Assim, a liberdade e a comunicação ilimitadas se transformaram em monitoramento e controle total.

Na ordem digital atual, o pensar é substituído pelo calcular, pois, segundo Han (2018a, p. 89), “a ordem digital totaliza justamente o calculável ou o aditivo”. A imprevisibilidade prejudica a eficiência e a transparência. O pensamento que se prolonga, que vagueia, que teoriza e especula, que pede e precisa de tempo para realizar-se, não combina com a precisão dos cálculos e da visualização total de processos “protegidos contra surpresas, rupturas ou acontecimentos” (Han, 2018a, p. 91). A criatividade não se senta à mesma mesa que a previsibilidade.

Da mesma forma, a ação é substituída pela operação. Han (2018a, p. 90) afirma que “operações são *actomes*, isto é, ações atomizadas no interior de um processo amplamente automático, ao qual falta a amplidão temporal e existencial”. Porque a ação, para o filósofo, é constituída pela hesitação ou vacilação, pois “toda decisão existencial está atada a dúvidas” (Han, 2018a, p. 116), já que nunca é possível saber de antemão os desdobramentos de uma decisão que leva a ação.

Por isso, na ordem digital, hesitação e vacilação são problemas, “falhas no sistema” que impedem a realização da decisão e sua operacionalizam de modo eficiente e instantâneo, (de preferência, automático), a partir de dados.

A proximidade e a distância pertencentes à ordem terrena são excluídas na ordem digital pela supressão simples da distância, resultado de uma ausência de afastamento. “A ausência de afastamento é uma grandeza positiva. Falta a ela a negatividade que caracteriza a proximidade. A distância está inscrita nela.” (Han, 2018a, p. 92).

Han compreende que a contemporaneidade é marcada por um excesso de positividade em detrimento da negatividade. Positividade e negatividade são categorias epistemológicas na obra do autor, e não morais. Por exemplo: Han (2022a, p. 07) afirma que a “negatividade do outro dá lugar, hoje, à positividade do igual”. O outro é exterior, diferente, está na categoria da negatividade pois está além do conhecido, é assimétrico. É a “outra face” do fenômeno, oculta.

Porém, essas categorias estão intrinsicamente ligadas à comunicação digital em sua visão, especialmente quanto à tendência de exacerbar a positividade às custas do recuo da negatividade. Han (2018a) também afirma que a comunicação digital e as redes sociais digitais são pornográficas pelo seu excesso de positividade. Ou seja, é pornográfica pois dá a ver a intimidade inteiramente, sem reservas, é excessiva. Se dá a conhecer sem nada esconder, sem uma dimensão negativa (desconhecida), que é a marca da imagem erótica (até constitutiva de seu erotismo), por exemplo.

A comunicação digital, sem barreiras, dispensa limites como alteridade, interioridade, estranhamento ou segredo, representantes da negatividade. Ela "sofre uma aceleração quando se aplaina, isto é, quando todos os limiares, os muros e os abismos são eliminados" (Han, 2018b, p. 20). Uma comunicação rápida e sem entraves é mais eficiente.

Por isso é importante a "desinteriorização" voluntária das pessoas ao se expor nas redes sociais digitais, pois a negatividade da interioridade, do reservado, daquilo que é privado é positivada quando tornada pornograficamente pública.

Han (2017a, p. 11) afirma que "a pressão pelo movimento de aceleração caminha lado a lado com a desconstrução da negatividade. A comunicação alcança sua velocidade máxima ali onde o igual responde ao igual, onde ocorre uma *reação em cadeia do igual"*. Por isso a negatividade da alteridade e do estranho – sua diferença e singularidade – precisam ser eliminadas, ou seja, tornadas diferenças ou diversidades que podem ser consumidas; tornadas consumíveis, tornam-se comunicáveis.

Han (2018b, p. 20) afirma que "o dispositivo da transparência obriga a uma exterioridade total com o objetivo de acelerar a circulação de informação e comunicação" e de capital (Han, 2017a). Quando as pessoas se expõem completamente, eliminando a reserva da negatividade, elas podem ser lidas, analisadas; suas ações se tornam previsíveis, administráveis e controláveis.

Para Han (2018a) a comunicação digital e as mídias digitais, de uma forma ampla, estão transformando nossa relação com nós mesmos, com o outro, com o mundo. Encantados com a tecnologia e suas luzes, caminhamos sobre a Terra que agora gira na velocidade da informação (que se multiplica ao infinito) e substitui a aspereza dos objetos reais, necessários para nos orientar no mundo *off-line*.

Han (2018a) estabelece uma diferença entre a mídia eletrônica e a digital e a comunicação possível em cada uma. Mídias eletrônicas como rádio e TV, eram eficientes quanto à emissão: permitiam o envio de mensagens a muitas pessoas, porém, sem a

possibilidade de retorno, de troca de mensagens. Tornavam as pessoas destinatárias e consumidoras passivas de informação.

Além disso, funcionavam muito bem com o poder, já que havia uma assimetria e hierarquia estabelecida entre emissores e receptores: os detentores dos meios de produção e emissão de mensagens determinavam quais mensagens seriam enviadas, discursos e grupos que poderiam ter visibilidade ou representatividade.

Já as mídias digitais têm a temporalidade do presente imediato (Han, 2018a). Elas dispensam a mediação e a representação (opostas à transparência e eficiência) como entraves à velocidade da transmissão e troca de informações. Na visão de Han, a comunicação (digital) nessas mídias é caracterizada pela produção e envio de informações sem a dependência da mediação de intermediários. Como exemplo de mídias digitais, o filósofo cita redes sociais digitais como o X (antigo Twitter), Facebook e blogs.

A comunicação digital toma forma viral pois "é contagiante na medida em que ela ocorre em planos emocionais ou afetivos" (Han, 2018a, p. 98). Isso significa que ela não é uma comunicação racional, ou mediada pelo pensamento; sua velocidade tem a ver justamente com a possibilidade de descarga emocional que as mídias digitais, com sua velocidade e comodidade permitem. Podemos tomar como exemplo para refletir sobre essa afirmação de Han a viralidade de certos conteúdos compartilhados nas redes sociais digitais.

Se de alguma forma eles nos afetam, mexem com nossas emoções, a tendência é que os compartilhemos sem a devida reflexão sobre o que é aquilo, do que se trata, se aquele conteúdo é baseado em fatos reais. "Uma informação ou um conteúdo mesmo com significância pequena, se espalha rapidamente na internet como uma epidemia ou pandemia. Nenhuma outra mídia é capaz desse contágio viral" (Han, 2018a, p. 99).

Se antes as pessoas eram receptoras e consumidoras "passivas" de informações emitidas pelas mídias eletrônicas, hoje elas querem, além de consumir, produzir e enviar informações. Além do efeito mais óbvio que é o aumento exponencial da quantidade de informações circulando, Han (2018a) afirma que essas mídias digitais desmediatizam a comunicação. Mas o que isso significa?

A desmediatização generalizada da comunicação exclui a representação, no sentido de que as pessoas querem, por elas mesmas, dizer o que pensam, apresentar-se sem nenhum tipo de intermediário. Um impacto direto no campo da comunicação profissional, segundo Han (2018a), é a "dispensabilidade" dos jornalistas. Os veículos de imprensa e os jornalistas tornam-se desnecessários quando todas as pessoas produzem e comunicam informações. É possível se informar a partir de outras "fontes", de pessoas que podem falar *in loco*, de determinados fatos.

Um sinal disso é como o jornalismo profissional tenta incluir cada vez mais a participação das pessoas que não são jornalistas, o público consumidor do seu conteúdo. É comum telejornais locais, veículos de notícias presentes na internet (em sites e redes sociais) e rádios incluírem informações enviadas pelo público "leigo" para fazer parte do conteúdo jornalístico de seus programas: informações sobre o trânsito, problemas em estações de trens ou terminais de ônibus, relatos locais de acontecimentos relevantes.

Han (2018) salienta o papel de filtro da representação. Por exemplo: um veículo de imprensa sério, teoricamente, não vai publicar qualquer notícia sem checar as fontes. Há alguns anos, um consórcio de veículos de imprensa de alcance nacional foi estabelecido no Brasil para checar notícias que circulam nas redes sociais digitais e aplicativos de comunicação direta como o WhatsApp para autenticar sua veracidade ou verificar se são informações falsas (*fake news*).

No caso da política, é necessária uma distância entre os representantes e representados. Os bastidores precisam estar ocultos, é necessária a confiança como pressuposto e nem tudo deve ser tornado público imediatamente. "A política como agir estratégico carece de um poder de informação, a saber, de uma soberania sobre a produção e a distribuição de informação" (Han, 2018a, p. 39).

Mas, como "o neoliberalismo transforma o cidadão em consumidor" (Han, 2018b), a ação política desses consumidores eleitores é passiva, na visão de Han. E ele afirma que os consumidores apenas criticam e reclamam, sem de fato se engajarem politicamente, como fazem com produtos e serviços. Desinteressados do agir comum, não estão interessados no bem (e nem na formação) da comunidade ou na política, mas na satisfação de suas necessidades individuais. Proporcionalmente, partidos e políticos respondem a essa demanda tornando-se fornecedores de respostas e atitudes políticas desses eleitores consumidores.

Cabe a reflexão sobre se, realmente, a ação política das pessoas acaba sendo realmente tão passiva. Han parece generalizar uma tendência sem ter em mente acontecimentos como a Primavera Árabe, as Jornadas de Junho no Brasil, ou a ação dos diversos grupos que lutam por direitos de "minorias". Abordaremos essa questão ao final do capítulo.

Alguns políticos, em nome de uma "democracia direta", usam a comunicação digital e as mídias digitais justamente para abolir os filtros e levar suas mensagens a seus eleitores. Sem os filtros – a mediação – falam diretamente com seu eleitorado nas redes sociais digitais, em *posts* e *lives*, mas seu discurso não necessariamente almeja a verdade dos fatos, pois é retórico: busca produzir efeitos de sentido em seu público, reforçado suas visões, anseios e medos, escorando-se em suas expectativas ao dizer aquilo que seu eleitorado espera ouvir.

Assim, para Han, a democracia representativa também é afetada pela desmediatização. Uma vez que os políticos eleitos são representantes de seus eleitores, quando estes desejam falar por si mesmos, aqueles tornam-se entraves e dispensáveis. Escondidos sob as cortinas do poder, agora eles são impelidos a estar sempre em cena sob o imperativo da transparência e da presença.

Porém, essa transparência exigida dos políticos não se refere ao dar a ver os processos políticos de decisão que interessariam ao cidadão; trata-se de expor políticos, desmascará-los, tornando-os (justificadamente) objeto de escândalo, algo que interessa a espectadores e consumidores, que terão mais sobre o que reclamar e para se entreter. Então, essa transparência não se constitui como uma demanda política genuína, que implica engajamento e ação, mas apenas como uma participação passiva, que não vai além da indignação, do escárnio e reclamação, algo que o cinismo político não leva em conta quando se deita no travesseiro.

Dessa forma, o(a) político(a) tradicional, como aquele que tem uma visão e a propõe ao seu eleitorado – ou seja, que faz uma política que mira o futuro – desaparece, refém da presença – contida num presente contínuo que não permite a elaboração estratégica do futuro – e da exigência de transparência. "A crescente compulsão por *presença* que a mídia digital produz ameaça o princípio universal da *representação*."

A compulsão por presença das mídias digitais, teoricamente, deveria aproximar as pessoas. Porém, Han acredita que ela afasta as pessoas justamente por tornar a comunicação mais eficiente e cômoda, tornando-a "sem corpo e sem rosto" (Han, 2018a, p. 44), uma vez que o contato com o outro e com o real é percebido como resistência.

Pensemos aqui no *ghosting*, definido pelo Wikipedia (2024) como o "um termo coloquial usado para designar o término repentino de um relacionamento com uma pessoa sem quaisquer explicações ou aviso".

No texto do verbete, afirma-se que segunda década dos anos 2000, "a mídia relatou um aumento do *ghosting,* que foi atribuído ao crescente uso de mídias sociais e aplicativos de namoro". Entre algumas causas apontadas para esse corte repentino na relação, o verbete aponta o desejo de evitar desconforto emocional provocado pelo relacionamento (sem se preocupar com o desconforto emocional causado ao outro). Mais adiante no texto, afirma-se que "quando um relacionamento é online e há poucas conexões sociais mútuas no relacionamento, as pessoas estão mais inclinadas a dar *ghosting* devido à falta de consequências sociais".

O real e o outro em sua alteridade em carne e osso oferecem uma resistência: tem desejos, intenções, o mistério da diferença; algo que combina pouco com a fluidez, eficiência e exigência por transparência da comunicação digital através das mídias digitais, segundo a

caracterização de Han descrita até aqui. O que talvez fosse muito mais difícil de fazer pessoalmente – dispensar a outra pessoa, ter de se explicar, encarar a raiva, as lágrimas ou, no mínimo, os questionamentos – torna-se muito mais fácil em um processo de comunicação com alguém sem corpo ou rosto, que é apenas uma imagem, texto e áudios numa tela de celular.

Eis outro aspecto da comunicação digital para o qual Han chama a atenção: esse distanciamento do real e do outro, também se manifesta numa erosão da comunidade. Para o filósofo, a comunicação digital não é dialógica, "destrói o espaço público e aguça a individualização do ser humano" (Han, 2018a, p. 86), pois é dominada pelo narcisismo.

Para que as relações pessoais se estabeleçam, é preciso confiança. Han (2021a) afirma que a possibilidade de traição é inerente à confiança. Ou seja, em uma relação em que há confiança, há a possibilidade de traição. Nunca é possível conhecer totalmente o outro, há a imprevisibilidade, o desconhecido, a negatividade expressa na impossibilidade de uma transparência total do outro. Em uma relação em que há confiança, pode haver a liberdade, pois há espaço para o risco.

Quando impera a desconfiança, a liberdade recua diante do risco (de ser enganado, traído). Numa relação pessoal (especialmente nas relações amorosas) isso tende a uma maior demanda por controle da parte desconfiada: quer saber onde a outra pessoa vai, onde esteve, com quem falou; quer ter acesso aos seus perfis nas redes sociais, às conversas que tem em aplicativos como o WhatsApp. Em teoria, quanto mais informações a parte desconfiada da relação tem sobre a parte que "provoca" desconfiança, menor é o risco de ser enganado (de ter sua pouca confiança traída).

Segundo Han (2021a), confiar tem a ver com ser capaz de manter uma relação positiva com outra pessoa apesar de desconhecê-la (mesmo em relações mais íntimas, será que é possível conhecer totalmente a outra pessoa?). Se a outra pessoa é totalmente conhecida, se a negatividade foi eclipsada pela positividade total manifesta na transparência absoluta, a confiança torna-se dispensável.

Extrapolando esse exemplo do que acontece nas relações interpessoais, podemos pensar sobre uma sociedade que renuncia à liberdade (e da possibilidade da confiança) em nome do controle, da segurança e da previsibilidade. Para Han, esse é o estado das sociedades capitalistas contemporâneas.

"A comunicação digital como a nova forma de produção elimina rigorosamente os refúgios, transformando a tudo em informações e dados" (Han, 2021a, p. 50). Ou seja, uma vez que é inescapável usar as tecnologias de comunicação – computador, internet, *smartphone* – participar das redes sociais digitais, produzir e consumir informações, é praticamente

impossível não expor algo da intimidade nas redes sociais digitais ou não gerar dados a partir da navegação na internet ou do uso de aplicativos.

Além disso, as pessoas querem usufruir dos benefícios que a comunicação e mídias digitais favorecem: querem se conectar, conhecer outras pessoas, procurar trabalho ou agilizar sua produtividade no trabalho, assistir a filmes e séries, estudar. Querem criar e otimizar a sua imagem on-line, ou sua persona, termo comumente usado para se referir a essa presença digital performática. De acordo com o filósofo:

> Na sociedade do controle digital, a exibição pornográfica coincide com o controle panóptico. Essa sociedade da vigilância se realiza aí, onde seus habitantes se comunicam não por coação externa mas por uma necessidade interior, onde, portanto, medo de renunciar à sua esfera privada e íntima dá lugar à necessidade de colocá-la à vista impudicamente, e onde liberdade e controle se tornam indistinguíveis (Han, 2021ª, p.54).

Han (2018a, p. 10) afirma que a mídia digital "transforma decisivamente nosso comportamento, nossa percepção, nosso pensamento, nossa vida em conjunto" de uma forma para além de nossa consciência. Enquanto seguimos encantados pela luz do ecrã *smart* de nossos aparelhos celulares, mais nos submetemos à dataficação da realidade: o processo de acúmulo e uso estratégico de informação a partir dos dados gerados no lado *on-line* da vida, a partir de nossa navegação na internet e uso de *gadgets* conectados a ela.

E conforme nos habituamos à navegação no ciberespaço, nos tornamos estrangeiros (no mal sentido) e deslocados na realidade *off-line* da vida, pois a "mídia digital furta à comunicação a tatilidade e a corporeidade" (Han, 2018a, p. 44). Quanto mais a vida *off* se torna *on*, menos conscientes dos seus impactos (especialmente os mais negativos) estamos enquanto nos divertimos saltando entre vídeos curtos e curtidas, na visão de Han.

Até aqui, apresentamos o que Han entende por comunicação digital e nossa condição nesse contexto de intersecção entre comunicação e tecnologia. Agora, vamos nos aprofundar em alguns aspectos da visão do filósofo, alguns já apontados até aqui e outros que ainda não foram apontados.

O primeiro deles será que a comunicação digital e o contexto midiático contemporâneo não é um desenvolvimento "natural", consequência de causas anteriores, uma "evolução" que se deu a partir do desenvolvimento tecnológico, mas que foram forjados ativamente nas condições do capitalismo contemporâneo.

3.1.2 Fome de tudo: o hipercapitalismo[13] se enraíza no espírito

Para Han, a ideia de crescimento propagandeada e valorizada nas sociedades capitalistas contemporâneas é uma espécie de delírio mortal: a expansão total e desenfreada da produção e consumo, um sinal de vitalidade econômica, parece muito mais uma destruição cega. Quanto mais essas sociedades se expandem, mais o mundo que elas ocupam perece.

O Dia da Sobrecarga chegou ainda no primeiro semestre do ano de 2023[14]. Nessa data, o mundo consumiu todos os recursos possíveis da Terra para aquele ano a fim de manter seu estilo de vida. Tudo do que foi consumido a partir de então, era uma espécie de "empréstimo". Tomou-se os recursos do futuro para viver o presente.

Nesse sentido, Han (2021a, p.7) afirma que "o que hoje chamamos de crescimento é, na realidade, uma proliferação cancerígena e sem rumo" e que a humanidade parece seguir um caminho em que vai experimentar a sua própria destruição como uma espécie de gozo estético, devido a sua autoalienação.

A morte é uma preocupação central no capitalismo. Como sistema econômico, para afastá-la, busca eternizar-se através da reprodução ilimitada do capital e da acumulação. Nesse processo, ele destrói tudo o que precisa para continuar se reproduzindo e acumulando-se eternamente: o meio ambiente e as pessoas, pois "o temor inconsciente da morte o impulsiona" (Han, 2021a, p. 19). A morte é prejuízo absoluto que o capitalismo procura negar.

Han (2021a) compara o capital à mana. A mana é o poder adquirido pelo guerreiro ao matar seu inimigo e lhe dá a sensação de poder e invulnerabilidade ao acumulá-la matando vários inimigos. Um exemplo bastante visual do que é essa incorporação do poder do inimigo vem do filme "Highlander – O guerreiro imortal", da década de 80. Na história, os guerreiros imortais adquiriam o poder de outros guerreiros imortais ao matá-los e decapitá-los. A incorporação da força vital dos adversários – uma alusão à incorporação da mana – acontecia em cenas dramáticas com efeitos especiais.

Nas sociedades contemporâneas do capitalismo neoliberal – o hipercapitalismo – a acumulação de mana se dá a partir da acumulação de capital. Quanto mais capital se tem, mais

---

[13] Han usa o termo hipercapitalismo de forma "solta", sem explicar muito sobre o conceito ou como ele o usa. Lendo a obra do filósofo em conjunto, é possível inferir que hipercapitalismo, na sua visão, representa a fase contemporânea do capitalismo, neoliberal, mais "descoisificado", informacional e atrelado ao contexto tecnológico da comunicação digital, que invade todos os espaços da vida e a reduz, de maneira geral, à lógica do mercado e consumo. A forma como Han usa o termo faz eco a definições de outros autores, como Gonick e Kasser, e Fuchs.

[14] Conforme matéria: https://www.terra.com.br/byte/ciencia/humanidade-ja-usou-os-recursos-naturais-do-ano-inteiro,46c21e5f54022ca4b6b43b483008c335zv5hvvnh.html#:~:text=O%20Dia%20da%20Sobrecarga%20da,est%C3%A1%20tomando%20emprestado%20do%20futuro. Última visualização: 24.jun.2024.

poder se tem para escapar da morte; se “tempo é dinheiro”, quanto mais capital acumulado, mais o tempo se expande. “Face ao limitado tempo de vida, o que se acumula é tempo de capital” (Han, 2021a, p. 18).

A lógica interior a essa acumulação de capital corresponde ao que Han chama de economia arcaica da violência. Segundo o filósofo, nas sociedades arcaicas, as mortes – mesmo as naturais – eram interpretadas como o resultado de violência. Como toda morte tinha tendência a enfraquecer os grupos, era necessário equilibrar a balança do poder matando.

Já quem tinha dinheiro – muito dinheiro – poderia ter mais animais para o sacrifício ritual e o poder de matar (de exercer uma violência mortal de ordem da vida, uma vez que tinha o poder de determinar a morte do animal sacrificial), adquirindo o status de um predador protegido da morte. “No plano psicológico mais profundo, persiste a crença arcaica de que a riqueza acumulada para matar, a riqueza crescente de capital, previne a morte” (Han, 2021a, p.17).

Se o capital trabalha para superar a morte – seu limite – ele o faz às custas da vida: seja a do planeta, no sentido de consumir seus recursos, seja a vida humana. Afinal, a produção e acumulação dependem do trabalho humano, do tempo de vida humano, matéria-prima fundamental para o capitalismo e que deve ser submetido à lógica da produção e do trabalho.

Han (2023) afirma que a vida humana, nas sociedades capitalistas contemporâneas é avaliada a partir do trabalho e desempenho; a positividade da atividade domina o tempo da vida a ponto de excluir a negatividade da inatividade – uma falha do sistema que deve ser corrigida – que é reabsorvida no sistema como “tempo livre” (que de livre não tem nada, uma vez que é o tempo do trabalho, do repouso que faz parte do seu tempo e é inerente à produção).

Para entender melhor esse ponto é preciso compreender, na visão de Han, as mutações sociais entrelaçadas às mutações do capital, especificamente no período final do século XX.

Han (2021a), a partir das ideias de Foucault, afirma que nas sociedades industriais e disciplinares, o poder era repressivo. Desde o século XVIII, o poder disciplinar já não trata de determinar a morte, mas de afirmar a vida. Tais sociedades eram determinadas pela negatividade da proibição e pela coerção do dever (Han, 2017a).

Essa mudança é determinada pela mutação do sistema produtivo, que migrou da produção agrária para a produção industrial, pois era necessário adaptar o corpo e inseri-lo na lógica de produção mecânica. “O poder disciplinar é um poder normativo que submete o sujeito a um conjunto de regras, obrigações e proibições, eliminando desvios e anomalias” (Han, 2018b, p. 34). Essa forma de poder implica em uma técnica que recai sobre o corpo, mas também se estende à mente, uma vez que implica a correção moral do sujeito.

A técnica mais adequada para o exercício dessa forma de poder é a biopolítica, uma vez que, nesse contexto, é necessário administrar vida da população, pois ela constitui a massa produtiva que anima produção fabril. “A reprodução, as taxas de natalidade e mortalidade, a qualidade da saúde e a estimativa de vida se tornam objeto de controles regulatórios” (Han, 2018b, p. 35). Quartéis, fábricas, hospitais psiquiátricos eram parte dessa sociedade que precisava reunir e controlar a população (especialmente aquela parcela discrepante, anômala).

Porém, a biopolítica como técnica “ortopédica” do poder disciplinar, por mais que almejasse alcançar o aspecto moral do sujeito, era muito grosseira e exterior para alcançar o sujeito em seu íntimo. Seu corpo poderia ser controlado, mas e sua mente? E seus desejos mais profundos e pensamentos?

Na sociedade de controle, industrial, havia um opositor externo, explorador, claramente definido e a quem se poderia enfrentar. Por exemplo, nas fábricas: os trabalhadores eram explorados pelos donos das fábricas e para exigir melhores condições de trabalho, organizavam-se (em sindicatos, por exemplo) e realizavam protestos e greves para forçar uma negociação com os donos das fábricas. Nesse tipo de sociedade, era possível a ação revolucionária que pudesse reequilibrar a relação de poder ou até a constituição de uma nova ordem social.

Han (2018b) lembra que na visão de Marx, a sociedade capitalista deveria atingir determinado ponto em que as forças produtivas entram em contradição com as relações de produção dominantes. Essa contradição impele a mudança sociais, pois gera crise. “A antítese é eliminada pela luta do proletariado contra a burguesia, que produz uma ordem social comunista” (Han, 2018b, p. 14).

Para Han, ao contrário do que acreditava Marx, uma revolução comunista não é a resposta à contradição inerente ao embate entre forças produtivas e relações de produção. Para ele, tal contradição é insuperável; uma vez que é permanente e intrínseca, ela estende o capitalismo para o futuro; nas palavras de Han (2018b, p.18), o “capitalismo escapa para o futuro”.

Assim, ao invés de desembocar em uma revolução comunista, as contradições inerentes ao capitalismo industrial o levaram a uma mutação (Han, 2018b) que resultou no neoliberalismo e no “capitalismo financeiro com modos de produção imateriais e pós-industriais” (Han, 2018b, p. 14). E é justamente o neoliberalismo (ironicamente) que elimina a exploração da classe trabalhadora, uma vez que cada trabalhador(a) se torna uma *empresa* e a luta de classes se torna uma luta consigo mesmo. Mas será que não existe mais exploração de trabalhadores? Será que é o conflito de classes que não existe mais ou a *consciência de classe*, a comunidade e

solidariedade a ela associadas que sofreram com o avanço neoliberal? Abordaremos esse ponto também no fim do capítulo.

"No regime neoliberal a exploração tem lugar não mais como a alienação e auto desrealização, mas como liberdade e autorrealização" (Han, 2018b, p. 116). Uma vez que a exploração exterior agora é interiorizada, ou seja, não é o outro – o patrão, o dono da indústria, o governo que explora o sujeito – mas é ele próprio que se explora, agora ele é uma espécie de sujeito empreendedor; um **projeto**.

"O eu como projeto, que acreditava ter se libertado das coerções externas e das restrições impostas por outros, submete-se agora a coações internas, na forma de obrigações de desempenho e otimização." (Han, 2018b, p. 9). Se o sistema produtivo mudou, o poder também mudou. Vivemos agora não mais em uma sociedade disciplinar ou de controle; vivemos em uma **sociedade de desempenho**. E qual é a diferença?

Segundo Han (2017a) a sociedade disciplinar – uma sociedade da negatividade – tinha a experiência da força coercitiva do não, pois estava sob o peso da lei, do mandamento da proibição. O poder que a sustentava era repressor. Havia restrição, espaços fechados, segredo. Já a sociedade de desempenho, a partir da desregulamentação, expulsa a negatividade em nome do absolutismo da positividade e predomina um poder fazer; tudo é possível, basta querer. Você pode! "*Yes, we can!*", como pregava o slogan da campanha presidencial de 2008 de Barack Obama, ex-presidente americano. Motivação, iniciativa e projeto entram em cena. "O plural coletivo da afirmação *Yes, we can* expressa precisamente o caráter de positividade da sociedade do desempenho" (Han, 2017a, p. 24).

O poder que sustenta a sociedade do desempenho é completamente diferente. É um poder pouco visível, pois não há mais inimigo identificável. Eis aí uma das forças de discursos radicais, explorado contemporaneamente pela direita radical: ele oferece inimigos facilmente identificáveis como "a esquerda", os comunistas, as pessoas LGBTQIAPN+, professores, emigrantes. Basta atacar esses inimigos e a situação social está salva.

Esse poder também é muito mais sedutor e fascinante. "O poder que conserva o sistema assume hoje uma forma *smart*, inteligente e amigável, tornando-se assim invisível e inatacável" (Han, 2021a, p.35). E como funciona esse poder *smart*? A chave para compreendê-lo é a liberdade.

Han (2018a) afirma que o sentimento de liberdade surge no espaço entre duas situações. Um exemplo ilustrativo: uma pessoa vive, em determinado momento de sua vida, em um trabalho insatisfatório; ganha um salário que não é o suficiente para levar uma vida digna,

considera suas atividades repetitivas e sem propósito, é pressionada por uma chefia mais interessada em resultados que na (boa) administração do pessoal.

Essa pessoa decide, um dia, deixar esse trabalho. Sente-se leve, realizada, livre; agora, pode escolher onde vai vender sua força de trabalho. À medida que ela tenta se recolocar no mercado, depara-se com vagas cujos postos de trabalho são pouco atrativos financeiramente. As condições gerais dessas vagas – o trabalho em si, benefícios, ambiente de trabalho – são pouco convidativas e até mesmo piores que seu antigo e desprezado trabalho; ao mesmo tempo, as contas continuam a chegar e precisam ser pagas.

A sensação de liberdade ao se libertar do antigo trabalho dá espaço a desilusão de reconhecer que precisa de dinheiro para sobreviver, que suas escolhas são limitadas, que agora vai se sujeitar a uma oportunidade que talvez não seja aquele mais desejada, mas que é a que vai remediar sua situação. Ou seja, "esse sentimento de liberdade se instaura na passagem de uma forma de vida a outra até que essa também se mostre como um modo de coerção" (Han, 2018b, p. 9). Essa mesma sensação de liberdade acontece na passagem do sujeito ao projeto.

Se na contemporaneidade o sujeito dá lugar ao projeto, a possibilidade de se realizar, se reinventar, de realizar plenamente seu potencial e enriquecer com ele, está dada. Somos todos livres para realizar nosso potencial. Basta querer. *Yes, we can! Just do it.*

Se ao slogan de campanha presidencial de Obama adicionamos o slogan da Nike, temos a injunção exemplar da sociedade do desempenho. Somos livres para fazer o que quisermos como empreendedores de nós mesmos. Basta nos reinventarmos e nos melhorarmos com os recursos necessários para sermos "a nossa melhor versão".

Han (2018b, p. 11) nos lembra que "a liberdade é uma palavra relacional". Ou seja, a liberdade implica sempre o outro, o estar (bem) com. Pensemos no exemplo anterior, na luta coletiva dos operários por melhores condições de trabalho: a liberdade de ação – rebelar-se – acontece no interior do grupo, da coletividade; além disso, só é possível a um operário "estar bem" – satisfeito sob melhores condições de trabalho – se o outro, o colega, a categoria, também "está bem".

"Só nos sentimos realmente livres em um relacionamento bem-sucedido, em um feliz estar junto" (Han, 2018b, p. 11). O filósofo ainda nos lembra que na visão de Marx, a liberdade pessoal e os meios de desenvolver as capacidades individuais só são possíveis em comunidade.

A liberdade, portanto, acontece plenamente em uma sociedade em que os sujeitos podem se realizar coletivamente. Porém, na sociedade do desempenho neoliberal, "o sujeito neoliberal como empreendedor de si mesmo é incapaz de se relacionar *livre de qualquer propósito*" (Han, 2018b, p. 11). A liberdade individual, nesse sentido, é usada estrategicamente como meio de

permitir a reprodução mais rápida e eficaz do capital. E aí reside a eficiência e inteligência do neoliberalismo: sua capacidade de explorar a liberdade a partir de suas práticas e formas de expressão como a comunicação, o jogo e as emoções (Han, 2018a).

"A liberdade individual é uma servidão na medida em que é tomada pelo capital para sua própria multiplicação" (Han, 2018b, p.13). Na livre concorrência, possível a partir da liberdade individual – caminhando de mãos dadas e a passos largos com a desregulamentação – o capital relaciona-se consigo mesmo como outro capital.

Essa proliferação do mesmo torna o sujeito uma espécie de órgão genital do capital, cuja liberdade é submetida à sua reprodutibilidade, assim como confere ao capital uma espécie de subjetividade automática (Han, 2018b) que o leva a se reproduzir *ad infinitum*.

Como instrumentos reprodutivos do capital, os sujeitos livres competem entre si (a livre concorrência), sem a consciência de que estão acorrentados a um processo que não lhes é transparente e ao qual escolhem aderir livremente.

Han (2019b, p.16) afirma que "quem quiser alcançar um poder absoluto deverá fazer *uso* não da violência, mas da liberdade do outro. O que será alcançado no momento em que coincidirem por completo liberdade e sujeição". E aí reside o aspecto *smart* do poder na contemporaneidade: as pessoas acreditam que são livres. A dominação que oprime e restringe o uso da violência pelos cidadãos, tomando o direito do seu exercício para si, como a da sociedade disciplinar negativa, suscita a resistência; o sujeito oprimido revela-se contra seu evidente agressor. Já na sociedade do desempenho positiva, não há resistência, pois o sujeito é livre: a liberdade é usada e explorada.

Por exemplo: ninguém é coagido pelo governo a participar das redes sociais digitais; as pessoas livremente participam das redes e oferecem seus dados para serem explorados comercialmente pelas empresas. Da mesma forma, ninguém é obrigado a compartilhar conteúdo nessas redes. Porém, quanto mais conteúdo compartilha, quanto mais se expõe, quanto mais alimenta seus perfis com sua imagem e sua vida, mais seguidores e curtidas tem, maior a sua relevância nessas redes, pode até tornar esse entretenimento um trabalho divertido, tornando-se um *influencer*.

Mas qual é grande vantagem, afinal de contas, de explorar a liberdade do sujeito de desempenho, empreendedor que se vê como um projeto? Para Han (2017a), na sociedade disciplinar, havia um limite até onde a técnica que incidia sobre corpo podia chegar. Em determinando ponto, a repressão suscitava a rebelião. Na contemporaneidade, o poder *smart* é silencioso e sutil; a violência sistêmica, pouco perceptiva. Quando o registro do dever muda para o registro do poder ("*Yes, we can*"), a exploração é introjetada. O sujeito do desempenho,

livre para explorar seu potencial, agora é seu servo e senhor e passa a produzir muito mais, porque ele pode.

Porém, sem estância exterior dominadora, ele não se torna livre; nessa situação, em que a dominação exploradora é introjetada, o sujeito torna-se autorreferencial, explorador de si, e coerção e liberdade coincidem cruelmente.

Nesse contexto, mesmo a luta de classes perde o sentido, uma vez que agora é uma luta interna (o sujeito de desempenho contra si mesmo). Quando impera a produção imaterial, cada um detém as condições de produção. Segundo Han (2017a, p. 15) "é disseminada a ilusão de que qualquer um, enquanto projeto que se esboça livremente, é capaz de *autoprodução ilimitada*". Isso estabiliza o sistema e afasta qualquer possibilidade de mudança revolucionária, uma vez que não há extratos sociais diferentes; não existe burguesia e proletariado, nem luta de classes. No máximo, a distinção mais específica, como afirma Han (2017a), é a do proletário cuja autoprodução restringe-se a sua capacidade de gerar filhos, a sua única autoprodução possível.

Na sociedade de desempenho positiva e neoliberal – ou hiper capitalista – sujeitos de todas as classes estão submetidos à autoexploração. Se não há mais um explorador exterior, ou uma classe a qual combater – a burguesia, por exemplo, na dicotomia proletariado *versus* burguesia – torna-se mais difícil formar uma comunidade, no sentido político, um "nós" capaz de uma ação comum que promova a liberdade conjunta.

Cada sujeito de desempenho, isolado e explorando-se a si, enxerga no outro apenas um concorrente, do qual dificilmente se aproxima fora de uma relação mercadológica. Assim, prevalece a competividade de todos contra todos, o que demanda uma otimização contínua de si para continuar a manter o nível de competitividade individual. A ideia marxista de sujeição cai por terra nessa conjuntura, já que não há um inimigo exterior que pode ser atacado, pois no "regime neoliberal de autoexploração, a agressão é dirigida contra nós mesmos, ela não transforma os explorados em revolucionários, mas sim em depressivos" (Han, 2018a, p. 16). Sob essa perspectiva, a ditadura do proletariado não é possível, pois já estamos sob a ditadura do capital.

3.1.3 Otimização e destruição de si

Como o sujeito de desempenho é livre, não está mais submetido a nenhum trabalho compulsório; movido pela liberdade e boa vontade, se empenha em fazer mais e melhor, uma

vez que o trabalho agora não é obrigação, mas fonte de prazer (realização). Como um empreendedor (de si mesmo), ele não está submetido a ninguém além de si.

Como todos são competidores na mesma corrida para o sucesso e há poucos lugares no pódio é preciso investir em si, criar a sua "melhor versão". Han (2018a) afirma que a otimização pessoal – que anda de mãos dadas com a otimização do sistema econômico e produtivo como um todo – é justamente parte da ideologia neoliberal, que visa excluir qualquer bloqueio mental ou fraqueza em nome da eficiência e desempenho para uma auto exploração total. É preciso funcionar melhor para produzir mais.

Essa ideologia representa uma nova forma de subjetivação, com ares religiosos que beiram ao fanatismo. De acordo com Han (2018b, p. 46) "o trabalho interminável no eu se assemelha à introspecção e ao exame de si, protestantes, que por sua vez, representam uma técnica de subjetivação e dominação.

Meditação, *mindfullness*, hipnose; um batalhão de *coaches* e terapeutas alternativos colocam à disposição seus serviços para aqueles que visam "atingir melhores resultados" e "desenvolver todo seu potencial". Para uma vida mais feliz? Talvez, se toda essa parafernália resultar num desempenho melhor que eleve a produtividade, aí, o sujeito de desempenho como projeto contínuo, talvez seja "feliz". "Os pregadores evangélicos de hoje atuam como gerentes e treinadores motivacionais, que pregam o novo evangelho do desempenho e da motivação infinitos" (HAN, 2018b, p. 47). Pensamentos negativos e sentimentos ruins, esses pecados mortais, devem ser tratados como falhas do sistema e precisam ser mantidos longe. Psicologia? Só se for a positiva, pois seu enfoque é a felicidade, as emoções positivas, os traços "positivos" da personalidade. "A psicologia positiva submete a própria dor a uma lógica de desempenho" (Han, 2021a, p. 11).

Na sociedade disciplinar a biopolítica como técnica "ortopédica" disciplinar agia sobre o corpo na esperança de alcançar o espírito dos sujeitos, uma vez que mirava uma adequação moral (o dever, o mandamento), porém, como era ainda muito centrada no corpo, ainda havia espaço para a liberdade interior e para a revolta a partir de si.

Já na sociedade do desempenho hiper capitalista, essa técnica do poder muda. Sua eficácia vem justamente do fato de mirar a mente, a psique, mutando-se em uma psicopolítica (que já traz em si o dever, a injunção moral característica da sociedade disciplinar) determinada por um psicopoder. Partindo das ideias de Deleuze, Han (2018a), afirma que ao contrário da sociedade disciplinar, que tinha como forma de governo a biopolítica, uma vez que se organizava como corpo, o regime neoliberal, que se organiza como alma, tem na psicopolítica sua forma de governo.

Segundo Han (2018b, p. 107), “a psicopolítica neoliberal é a técnica de dominação que estabiliza e mantém o sistema dominante através da programação e do controle psicológicos”. Conforme mencionamos anteriormente, a técnica de poder está associada ao sistema produtivo. Como o sistema produtivo atual tende a ser incorpóreo e imaterial – produzindo mais objetos intangíveis como informações e programas – logo, ela constitui-se em psicopolítica, já que as atividades de trabalho tendem a ser mais intelectuais; portanto, ela é voltada para a psique. Mais do que domesticar o corpo, é preciso otimizar a mente para aumentar a produtividade.

Uma vez que o poder agora é *smart*, ele torna-se *soft*: é sútil, inteligente, permissivo e invisível a maior parte do tempo e explora a liberdade; faz com que as pessoas se submetam a ele por vontade própria, sem provocar dor, pois não é repressor. Por isso, se vale da motivação, da otimização, da autenticidade, da iniciativa e da competividade, assim como produz e explora emoções e sentimentos positivos. Ao invés de proibir ou oprimir, seduz e agrada para gerar dependência e dominar. Ao invés do dever de um sujeito moral determinado, propõe às pessoas que se realizem como possibilidade com um potencial infinito, como projeto.

Agora, o imperativo é a felicidade e a autenticidade. Seja livre, seja feliz, se realize, seja autêntico! A individualidade é exacerbada, uma vez que o sujeito de desempenho é impelido a voltar-se a si, a olhar para sua alma apenas (Han, 2021b), desconsiderando as relações sociais e os outros. Os problemas e dores que as condições políticas e econômicas provocam – ou seja, problemas intrinsicamente ligados à ordem social – são privatizados e psicologizados. Não são as relações de poder que precisam ser transformadas, nem as condições materiais da existência, mas o sujeito que precisa mudar (sempre para melhor!).

> A autenticidade é uma estratégia de produção neoliberal. O eu é submetido à coação de produzir a si mesmo de modo permanente na condição de empreendedor de si mesmo. Quem não tem sucesso nesse empreendimento, recorre à gilete (Han, 2021b, p. 79).

Para Han (2018a), o neoliberalismo se apropria das técnicas de si, das tecnologias do eu, para tornar a otimização constante de si uma forma de dominar e explorar o sujeito de desempenho, que agindo sobre ele mesmo, reproduz o contexto de dominação internamente (mentalmente) interpretando-o como liberdade. “Nós nos otimizamos rumo à morte, para melhor poder funcionar” (Han, 2018a, p. 115).

E como esse sujeito de desempenho livre convence-se a entrar nesse jogo de dominação? Uma vez que ele é um projeto aberto a todas as possibilidades e pleno de potencial – basta desenvolver estes para explorar aquelas – que não está sujeito a ninguém (além dele próprio),

ele faz de si uma obra de arte, “uma aparência bela e enganosa que o regime neoliberal mantém para explorá-lo por inteiro” (Han, 2018a, p. 44). Sobre esse sujeito coincidem então a liberdade e a exploração, assim com a otimização de si e a submissão.

Na psicopolítica, a culpa e as dívidas são estrategicamente utilizadas como recursos para a dominação. Han (2018a, p. 17), questiona: “*queremos ser realmente livres?* Acaso não inventamos Deus para não sermos realmente livres? Diante de Deus, estamos sempre em dívida, somos sempre culpados”. Uma vez que o sujeito do desempenho é um projeto aberto, é livre para escolher e realizar, sua entrada no jogo do hipercapitalismo é um desejo (e não uma necessidade, uma imposição).

Quando esse sujeito perde nesse jogo, ele não questiona o jogo – a sociedade, o sistema econômico – mas a si mesmo. Fragmentado, isolado e em estado de constante competição com os outros, ele se vê como um heroico sujeito cujas ações e apenas a sorte delas serão capazes de determinar seu destino. Ele é o escritor de sua jornada, logo, os *plot twists* desfavoráveis são responsabilidade sua que não se preparou adequadamente para escrever uma história de sucesso para si. Culpa e vergonha pelo fracasso recaem sobre esse sujeito, que, uma vez que é o grande e único responsável pela situação, não se revolta contra a sociedade ou sistema econômico, mas cobra de si o preço dessa conta amarga. Como também não há a possibilidade de desculpa ou expiação, surgem as crises de culpa e gratificação. “Ai está a inteligência peculiar do regime neoliberal: não permite que emerja qualquer resistência ao sistema” (Han, 2018a, p. 16).

Por outro lado, como esse sujeito vive sobre uma coação por desempenho (Han, 2017a), sempre explorando a si apaixonadamente e produzindo compulsivamente, as metas tornam-se transitórias e nunca satisfatórias. Nunca é possível parar, pois não há a satisfação pelo trabalho realizado, só a compulsão por produzir mais, melhor, mais rápido, com mais eficiência; prevalecem sentimentos de carência e culpa constantes. E como ele concorre consigo mesmo – afinal, o sujeito de desempenho é seu maior obstáculo a produzir mais, por isso precisa continuamente ser otimizado – sua sina é produzir até a exaustão, pois “o sujeito de desempenho se realiza na morte. Realizar-se e autodestruir-se, aqui, coincidem” (Han, 2017a, p. 86).

Se o cartão de débito ou crédito sem fim não são realidade para a maioria, as dívidas são. Para consumir hoje – o que é necessário e o que é desejado – se recorre ao futuro; o crédito permite ao sujeito de desempenho subir aos Céus, mas seu pecado é a dívida. “Não seria o capital um novo *deus*, que nos torna novamente devedores?” questiona Han (2018a, p. 18).

O filósofo estabelece um paralelo entre a situação do Estado e a condição individual: a liberdade de ação política (especialmente do governo) é limitada pelo alto endividamento. Um

pouco de atenção ao noticiário político e econômico, nacional e internacional, bastam para verificar o quanto a questão da dívida pública, por exemplo, determina o debate político.

Assim, a não realização de ações decisivas para a administração pública ou a austeridade são justificadas pela dívida. A ação política não é livre por conta da dívida. Então, uma política séria e propositiva, responsável, só pode acontecer numa situação de liberdade, que equivale a ausência de dívidas. Portanto, Han (2018a, p. 18) conjectura que "talvez nos endividemos permanentemente para que não precisemos agir, ou seja, para não sermos *livres*, para não termos que assumir *responsabilidades*".

Se a sociedade disciplinar negativa produzia loucos e marginais, a sociedade do desempenho hipercapitalista produz depressivos e esgotados. Han (2018a) afirma que doenças como depressão e *burnout* estão relacionadas a essa crise da liberdade, em que o sujeito de desempenho explora a si livremente, tornando-se um servo absoluto completamente alheio à soberania.

Han (2017a) também entende que essa coação à produção que se estabelece a partir da liberdade, como uma violência inerente ao sistema, produz o que ele chama de infartos psíquicos provocados pelo excesso de positividade. TDAH (Transtorno de Déficit de Atenção), Transtorno de Personalidade Limítrofe (TPL) e mesmo a depressão e o *burnout* são algumas das doenças psíquicas que o filósofo relaciona a essa violência da positividade.

O filósofo chega a essa conclusão tomando as doenças imunológicas como um modelo para pensar. Uma doença provocada por um vírus ou bactéria acontece com a invasão do organismo por um elemento exterior estranho, negativo. A isso, o organismo reage produzindo anticorpos para conter o outro invasor e eliminar a doença que ele provoca. As técnicas imunológicas – as vacinas e os antibióticos – são fundamentais para aumentar a imunidade do sistema contra esse.

O século passado era um tempo imunológico; havia uma divisão nítida entre dentro e fora, amigo e inimigo. Era um esquema militar de ataque e defesa: era necessário defender o sistema (político, econômico, social) atacando o estranho (o diferente, o outro em sua alteridade, em sua negatividade).

Porém, no século XXI, a alteridade do outro – sua negatividade – é cada vez mais excluída com a proliferação do si mesmo; o próprio sujeito do desempenho se explora, compete consigo mesmo, não se aproxima do outro de forma desinteressada. Contra as doenças neuronais (Han, 2017a), a técnica imunológica não é eficiente, pois elas estão associadas à violência da positividade. Por isso, Han as chama de enfartos psíquicos, já que uma das causas

do infarto é a adiposidade, o excesso do igual. Não há anticorpos contra a gordura. O excesso do mesmo (da positividade) leva ao enfarto.

Por outro lado, a dor em todas as suas formas – sofrimento, trauma, violação – como negatividade é doentiamente evitada. Até o amor e a paixão, parte dessa experiência do encontro com a alteridade, acabam se tornando um problema, pois o sofrer (a dor) são inerentes a essas emoções. Por isso, "já não nos arriscamos mais, não fazemos altas apostas, pois tememos o prejuízo, a dor e o trauma que isso nos causará" (Han, 2022a, p. 84).

Han (2017b) entende que na contemporaneidade há uma tendência do Eu em investir sua libido em si mesmo, distribuindo-a precariamente numa rede de relações – objetos – instáveis e de pouca durabilidade. Uma vez que o sujeito do desempenho é um projeto, uma obra de arte em constante criação, as possibilidades serem exploradas são infinitas; basta querer e criar a condições pessoais (habilidades e capacidades) de poder. Por isso, para que se apegar a um relacionamento amoroso quando há tantos *crushes* possíveis e tantas possibilidades de *matches*? Para que se dedicar a um trabalho específico por tempo maior quando é possível mudar de trabalho assim que as exigências se tornam desprazer e aguam o prazer da autorrealização no labor?

Por isso, Han afirma que a depressão é uma doença narcísica: um tipo de adoecimento característico de uma sociedade que padece sob o excesso de positividade. O filósofo afirma que "o que leva à depressão é uma relação consigo mesmo exageradamente sobrecarregada e pautada num controle exagerado e doentio" (Han, 2017b, p. 10). Ela é o resultado do esgotamento e está relacionada à pressão por desempenho e a busca pelo sucesso (*Yes, we can. Just do it!*); irrompe quando o poder (ser e fazer) do sujeito de desempenho encontra seu limite e se evidencia como um cansaço de poder e fazer. "A lamúria do sujeito depressivo de que *nada é possível* só torna possível numa sociedade que crê que *nada é impossível*" (Han, 2017b, p. 29).

Além disso, a quantidade excessiva de opções não favorece a criação e laços e investimento libidinal em objetos (pessoas, trabalho, atividades). Essa instabilidade de laços associada ao rompimento da ligação consigo mesmo, característica da depressão, não é favorável ao bem-estar psíquico. Acumula-se "amigos" e curtidas nas redes sociais digitais, porém, falta-lhes a negatividade da alteridade e a facticidade de presença. Assim, o sujeito de desempenho cheio de si, esvazia-se; o excesso de libido investida no Eu leva-o ao adoecimento depressivo.

Han (2021a) afirma que é comum a queixa de "não sentir a si mesmo" em pessoas que sofrem de depressão, transtorno de ansiedade e transtorno de personalidade borderline. Como

saída, o *cutting* é uma tentativa de volta a sentir a si mesmo a partir da automutilação. Especificamente nos casos de ansiedade e depressão, essa sensação de não sentir a si mesmo está associada a uma sensação de vazio interior.

Esse sentimento está muito associado, para o filósofo, a esse fechamento narcísico característico da sociedade do desempeno positiva, onde o outro, a diferença, é tornada um espelho em que é possível só ver e se relacionar consigo próprio. Segundo Han:

> Existem hoje muitos imperativos sociais que levam ao entorpecimento narcísico doentio da libido do eu, por exemplo o próprio imperativo da autenticidade. Ele faz surgir uma coação narcísica de si mesmo, de se questionar de modo permanente, se espiar, se espreitar, se assediar, e principalmente de se culpar constantemente (Han, 2021b, p. 81).

A autenticidade como estratégia de produção neoliberal, na visão do filósofo, leva muitos jovens e adolescentes a sentirem medos difusos – falhar, tomar decisões erradas, ser abandonado – o que os leva a sentir vergonha de seus limites.

De acordo com Han (2017a, p. 28), "o homem depressivo é aquele *animal laborans* que explora a si mesmo e quiçá, deliberadamente, sem qualquer coação estranha. É agressor e vítima ao mesmo tempo". E a violência desse processo reside justamente nessa autorreferencialidade que desemboca numa liberdade paradoxal, já que traz em si as estruturas coercitivas.

Han (2018a, p. 10) entende que na contemporaneidade, "o sujeito absolutiza a *vida nua* e trabalha", já que que o mero viver é absolutizado pelo hipercapitalismo. Não há espaço para o gozo, o excesso (a não ser que seja o excesso de trabalho), e a saúde é seu ideal. Uma vida equilibrada, com boa alimentação, glúten *free*, sem gorduras, sem açúcares, com horas de sono mensuradas por apps, rotina de exercícios e práticas de yoga – especialmente em suas versões ocidentalizadas como o *power yoga*, afinal de contas, *no pain, no gain* – totalmente determinada pela otimização de si para o trabalho.

O *neuro-enhancement* ("melhoramento cerebral") também é fundamental para o aperfeiçoamento psíquico para uma exploração de si mais eficiente. Assim, recorre-se a substâncias químicas para um melhor desempenho. Exemplo disso, é o uso abusivo de ritalina por adolescentes que se preparam para o vestibular ou por estudantes universitários. Os veículos de imprensa já noticiam essa prática há alguns anos[15] . Assim, a vitalidade, na sociedade de desempenho positiva, é tornada uma função vital e reduzida a desempenho (Han, 2017a).

[15] Como exemplos, temos essa notícia de 2017: https://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/pesquisa-da-ufmg-revela-uso-indiscriminado-de-medicamentos-psicoestimulantes-por-estudantes.ghtml. E outra mais recente, de

Tudo aquilo que restringe a autoexploração deve ser sumariamente eliminado. Assim, não há espaço para o sujeito do desempenho sentir dor. A dor obriga a parar, assim como a morte. Morte, dor e luto se interpõem ao tempo do capital e levam o sujeito a viver num outro tempo, em outro ritmo, que a afeta sua produtividade. Por isso, a sociedade do desempenho positiva não se dá bem com a morte, nem com a dor. A morte deve ser invisibilizada e a dor, convertida em felicidade e sentimentos positivos.

Doenças psíquicas como a histeria – especificamente a histeria de conversão, em que o(a) doente manifesta sintomas conversivos ou somáticos – são características de uma sociedade disciplinar negativa que restringia o prazer, especificamente o sexual. Era compreensível que as mulheres sofressem com a histeria, uma vez que eram sujeitas à repressão sexual. Assim, seus corpos eram o palco em que se representava o drama da repressão e da negação (de representações e afetos) e do retorno do reprimido em seus sintomas somáticos.

Hoje, Han (2017a) afirma que a repressão e negação não estão relacionadas às doenças psíquicas como *burnout*, déficit de atenção, depressão ou hiperatividade. Como adoecimentos característicos de uma sociedade positiva, elas não estão associadas à restrição, mas à liberdade (coercitiva) de poder tudo. Doenças como anorexia, bulimia e até mesmo o *cutting* – o ato de se cortar, bastante comum em adolescentes do sexo feminino e jovens adultas – estão relacionadas à otimização (exploração) do corpo, em que a pessoa se aliena dele, pois sua relação com ele é de cultivo e não de habitação. Esse ferir-se pode mesmo ser considerado uma tentativa de voltar a sentir a si mesmo(a).

O sujeito de desempenho, livre para se explorar e realizar seu potencial (sob o poder-ser e poder-fazer da liberdade, uma auto coação), concorrendo com todos e consigo mesmo, busca superar-se – produzir mais e melhor – até à exaustão definitiva, o colapso psíquico denominado *burnout*. "*O burnout é o resultado da concorrência absoluta*" (Han, 2018a, p. 100).

O filósofo entende que essa dinâmica psíquica está envolvida no processo de autoexploração do sujeito de desempenho e que "o projeto se mostra como um *projétil*, que o sujeito de desempenho direciona contra si mesmo" (Han, 2018b, p.101). O Eu enfrenta e ataca a si, pois frente ao Eu ideal, o "Eu real" é barrado pelos seus limites e não consegue se explorar contínua e infinitamente. Nessa livre busca incansável por mais desempenho, que demanda mais otimização de si, ele chega ao *burnout*, pois consome-se completamente. Nesse processo, surge a autoagressividade que pode culminar no suicídio.

2023: https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2023/12/07/estudantes-da-usp-vendem-remedios-controlados-sem-receita-pela-rede-social.htm. Última visualização: 23 abr 2024.

Para Han (2018), essa autoagressividade também está presente na depressão e faz parte de uma violência interior ao sujeito do desempenho, mas que é imanente ao sistema: é uma marca da sociedade do desempenho positiva hipercapitalista. Essa violência da positividade se manifesta como várias formas de violência e está presente na hiper comunicação e na superprodução da contemporaneidade, por exemplo.

A violência da positividade se manifesta também no imperativo à felicidade e no modo com que a negatividade da dor é excluída. Para entender melhor essa dinâmica, é preciso compreender como o hipercapitalismo explora as emoções.

Em primeiro lugar, Han (2018a) apresenta uma diferença conceitual entre emoção, sentimento e afeto que, em sua visão, são palavras empregadas indiscriminadamente e conceitualmente, como equivalentes.

A emoção e o afeto são subjetivos. O afeto refere-se a ser afetado por alguma coisa sensivelmente. Ele precisa de uma via direta – linear – para sua descarga, já que é eruptivo e instantâneo (limitado pelo instante). Por isso Han insiste que a comunicação digital é excelente para a descarga de afeto, devido a sua temporalidade e pelo meio digital em que acontece, mais imaterial e mais suscetível a ação direta (descarga) com mínima mediação.

"A emoção é dinâmica, situacional e performativa" (Han, 2018a, p. 61) e está ligada à ação, por isso é performativa e intencional. É mais fugaz; não se limita ao instante, como o afeto, mas sua duração é menor do que o sentimento. Elas são controladas pelo sistema límbico, responsável também pelos impulsos e surgem com a mudança de estado ou de percepção.

O sentimento, por sua vez, não é subjetivo – na visão de Han – mas objetivo e constatativo, pois é possível relacionar esse sentimento com algo ("sinto medo do escuro"). Assim, o luto é um sentimento (pois é sentida a perda de alguém ou algo muito importante).

O sentimento também tem uma temporalidade bem diferente do afeto ou da emoção. É mais estável, mais durável e constante. Por isso, Han (2017b) entende que a angústia é um sentimento e não um afeto, pois sua duração é maior vai muito além da instantaneidade do afeto. Enquanto a emoção visa um fim (é intencional), o sentimento não tem finalidade. Por exemplo: a angústia, em muitas situações, não tem um objeto definido.

Como as emoções estão ligadas a esse "nível pré-reflexivo, semiconsciente e corporalmente impulsivo da ação, do qual frequentemente não se tem consciência de forma expressa" (Han, 2018b, p. 68), a psicopolítica tende a agir sobre elas, pois afetam as pessoas em um nível "abaixo" da consciência, de forma subterrânea, em que suas defesas psíquicas tendem a estar de "guarda baixa". Logo, influenciá-las nesse nível pré-reflexivo, é um excelente meio de controle.

O contexto da produção imaterial atribui importância às emoções, que agora estão atreladas ao capital (imaterial) e "se desdobram para além do seu valor de uso". (Han, 2018b, p. 66). No hipercapitalismo, as emoções são usadas para vender e para comprar. Hoje, fala-se em relacionamento com marcas, valor emocional das marcas, *emotional design*; pensemos no slogan atual da Coca-Cola, *taste the feeling* ("sinta o sabor" na tradução para o Brasil), ou o mais antigo "emoção pra valer". Segundo Han (2018b), em última análise, consumimos emoções.

As emoções também são utilizadas para a otimização do sujeito do desempenho, a fim de aumentar a produtividade. Por exemplo, uma rápida busca no Google pode identificar textos e vídeos que falam sobre a importância da inteligência emocional no trabalho e como obtê-la, pois o(a) funcionário(a) contemporâneo(a), envolvido no trabalho intelectual e na produção imaterial, desenvolver essa competência que implica a capacidade de reconhecer as própria emoções e sentimentos de outras pessoas.

Para Han (2018b), a sociedade de desempenho neoliberal explora o comportamento, a comunicação, o social e as emoções. Para aumentar a produtividade e a lucratividade, a economia neoliberal injeta a emoção no processo produtivo promovendo sua transformação, pois ela precisa de instabilidade. As emoções, que têm um tempo de duração mais breve – são situacionais e mais dinâmicas –, são importantes para essa quebra de continuidade e linearidade, tão caras à racionalidade característica da sociedade disciplinar de economia industrial (lembremos aqui da linha de produção fordista).

A comunicação cumpre também papel importante nesse processo, especificamente a comunicação digital. A aceleração da comunicação digital favorece a emoção em detrimento da racionalidade, que é lenta, que precisa de tempo, de mediação. O(a) leitor(a) de uma notícia em um jornal impresso levava algum tempo para digerir e refletir sobre a informação. A conversa com pares ajudaria a contrastar sua opinião e equalizá-la. Na comunicação digital, ao ver o post de uma notícia em uma rede social digital (sem necessariamente abrir a matéria para lê-la), a adesão ou rejeição emotiva à notícia já leva à curtida, ao compartilhamento, ou ao comentário na notícia (muitas vezes ácido, irônico ou sarcástico, pois isso atrai a atenção de outros usuários).

O hipercapitalismo também se apropria do outro do trabalho (Han, 2018a), o jogo, justamente para aumentar a motivação e o envolvimento dos funcionários. Assim, a *gamefication* ou gameficação do trabalho infla-o com emoções, dramatização, gratificação a partir de recompensas e a sensação de êxito e realização. Um jogo é muito mais interessante do que uma função que meramente precisa ser desempenhada (o envolvimento emocional é muito

mais intenso) e permite explorar seus funcionários jogadores justamente enquanto e porque jogam.

Portanto, é possível afirmar que "as emoções positivas são o fermento para o aumento da produção" (Han, 2018b, p. 68) na sociedade do desempenho. A dor e pensamentos negativos devem ser evitados, pois eles são ruídos, sinais de fraqueza; falhas no sistema que devem ser eliminadas a todo custo para manter a produtividade eficiente.

Se de um lado a psicologia também segue a coação da positividade e foca na otimização do sujeito do desempenho, a medicina não fica atrás e estende a mão aos pacientes exaustos e deprimidos com a promessa de uma vida livre da dor. Além do sucesso de medicamentos psiquiátricos, opioides também são os *best sellers*, aplainando as dores físicas de uma sociedade com muitas dores na alma.

A felicidade agora é uma obrigação! A vida precisa ser instagramável e invejável no LinkedIn. Logo, não faz sentido que ela seja atrapalhada por emoções e sentimentos negativos. "Como capital positivo, a felicidade deve garantir uma capacidade para o desempenho ininterrupta" (Han, 2021b, p. 26).

Assim, ela é tornada dispositivo neoliberal, ou melhor, integrada a esse complexo dispositivo, que distrai o sujeito do desempenho, uma vez que ele está preocupado consigo mesmo, com sua realização, otimização ininterrupta e felicidade, e não toma consciência da dominação exterior do hipercapitalismo que ele reproduz em si. Por isso, Han (2021a, p. 26) afirma que "*seja feliz* é a nova fórmula da dominação".

A dominação, no nível psíquico, a partir de uma felicidade coisificada, opera para a consolidação da individualização, e consequentemente, para a despolitização e defasagem da solidariedade. A felicidade, reduzida a sentimentos positivos necessários a otimização de si, expulsa a dor – e consequentemente, a negatividade – que é inerente à felicidade mesma.

Assim como a felicidade se torna um problema particular, psicológico, a dor também. E ambas perdem sua dimensão social. "A dor reflete rejeições socioeconômicas que se inscrevem tanto no psíquico como também no corporal" (Han 2021, p. 29). Os sofrimentos oriundos do contexto econômico e político e a dor provocada pela autoexploração do sujeito do desempenho são radicalmente despolitizados e tornados consequências de erros e falhas individuais. A culpa é de quem não pensa positivo!

A sociedade do desempenho positiva se entranha na alma. Ela domina o sujeito do desempenho a partir de dentro. E conta com os recursos da comunicação e da tecnologia para fazer isso num nível mais radical ainda, a ponto de prever tendências sociais, e dessa forma, não dominar apenas o sujeito de desempenho no presente, mas dominar os sujeitos no futuro.

3.1.4 O olho que tudo vê: transparência, *big data* e inconsciente coletivo

A internet, a comunicação digital e as mídias digitais são fundamentais à psicopolítica. Ao acessar à rede, produzimos uma infinidade de dados que são comercialmente utilizados.

> Hoje, cada clique que fazemos é salvo. Cada passo que fazemos é reconstituído. Deixamos nossos vestígios digitais por toda parte. Nosso hábito digital é retratado exatamente na rede. O registro total da vida substituirá integralmente a confiança por informação e controle (Han, 2021b, p. 53).

Por exemplo, a tecnologia dos *cookies* do Google, permite o registro de informações sobre as páginas acessadas a partir do navegador. Essas informações são comercialmente usadas pelo Google para exibir mensagens publicitárias contextualizadas de empresas anunciantes. Se uma pessoa vê um produto em um site, logo, ao acessar outras páginas, verá banners daquele produto, ou posts patrocinados nas redes sociais digitais. Essas mensagens publicitárias tão precisas são exibidas se valendo dos dados de navegação do usuário. "Todo clique eu faço é salvo. Todo passo que eu faço é rastreável. Deixamos rastros digitais em todo lugar." (Han, 2018b, p. 122).

Além disso, para participar das redes sociais digitais, usamos nossas informações ao nos cadastrar. Nosso comportamento nessas redes – curtidas, comentários, perfis visitados, o que postamos – geram dados que são utilizados para compreender nosso comportamento on-line e offline. E para além até do que é possível imaginar.

Por isso, Han (2018a) é categórico ao afirmar que a psicopolítica digital marca uma crise na liberdade, uma vez que a própria vontade subjetiva é atingida e cooptada. Nossa presença na internet e todos os dados sobre nós que fornecemos faz com que a vigilância, antes passiva, converta-se em controle ativo. No contexto contemporâneo, o poder mira no controle psicopolítico do futuro.

"A liberdade e a comunicação ilimitada se transformaram em monitoramento e controle total. Cada vez mais as mídias sociais se assemelham a panópticos digitais que observam e exploram impiedosamente o social" (Han, 2018b, p. 19). O filósofo evoca aqui a imagem do panóptico tornado célebre por Foucault em "Vigiar e punir", a invenção que permitiria uma vigilância total e permanente dos presos por conta da disposição das celas e da torre do vigia.

No panóptico de Bentham (filósofo inventor desse dispositivo de controle), as celas ficam ordenadas ao redor da torre de controle uniformemente e estão isoladas umas das outras para que os presos não possam se ver e nem se comunicar. Ele é baseado em uma ótica perspectivística – com o centro e periferia bem delimitados –, pois a visão do observador é total sobre os observados, já que o vigia é capaz de escrutinar cada canto da cela, mas sem ser visto pelos prisioneiros devido a sua posição e disposição das celas. O exercício de um poder centralizado é evidente aqui.

Por isso, Han (2017a), afirma que que o panóptico idealizado por Bentham é típico da sociedade disciplinar, eficiente para exercer controle em seus espaços (presídio, fábrica, hospício, escola) e promover o melhoramento das pessoas (no caso da prisão, a solidão de não poder se comunicar e estar continuamente vigiado seria promotora o melhoramento).

Porém, na sociedade do desempenho positiva hipercapitalista, o panóptico é mais radical, pois a vigilância agora não é meramente exterior. Agora, ele é aperspectivístico. Todos que acessam a internet e as redes sociais digitais cedem seus dados e se auto expõe à vigilância sem uma dimensão clara dos riscos envolvidos, pois supõe-se serem livres. O panóptico digital é o dispositivo de uma sociedade da transparência psicopolítica onde opera o psicopoder, capaz de intervir em processos psicológicos. Além do efeito prático de todos expiarem a todos, o conformismo se instala, pois, uma vez que se é observado por todos (empresas e pessoas) o tempo todo, escapar à norma torna-se quase impossível.

Sua eficiência consiste no fato de que é por uma necessidade interior, um impulso da própria pessoa que faz com que ela se exponha, não é uma confissão forçada. Ela faz isso justamente porque ela é livre e assim deseja. “A desinteriorização da pessoa não acontece de forma violenta, mas sim como exposição voluntária de si mesmo” (Han, 2018b, p. 20).

Han (2019b, p. 108) afirma que “os habitantes digitais estão ligados em rede e têm uma intensiva comunicação entre si. O que assegura a transparência, não é o isolamento, mas a hiper comunicação”. Consumo e comunicação são estimulados continuamente na sociedade do desempenho hipercapitalista. O poder positivo convida as pessoas a registrarem seus momentos com seus *smartphones*. Com esse *gadget* conectado, o sujeito do desempenho se conecta ao mundo e torna-se informação. No panóptico tradicional a transparência era unilateral pelo escrutínio de um olhar observador central que a tudo via. Um exemplo desse tipo de controle aparece no livro de Orwell, “1984”, em que as teletelas – uma espécie de televisor – além de exibir a programação do governo, permitia observar as residências de seus moradores.

Já no panóptico digital, a exposição pornográfica de si e o controle convergem, pois é a própria rede – a internet, as redes sociais digitais especialmente – estruturada como panóptico

que instiga o exibicionismo e o voyeurismo. Assim, o medo da exposição da vida íntima dá espaço a uma coação interna – de se comunicar, de se mostrar –, uma necessidade, de se expor sem nenhum tipo de reserva.

"A coação por exposição explora o visível" (Han, 2017a, p. 34). À profundidade do ser se sobrepõe a superfície das imagens digitais do sujeito do desempenho. Produzir fotos e vídeos e postá-los é parte de sua existência digital. A compulsão por registrar tudo faz que com a vida seja objeto da câmera do *smartphone*. Han (2017a) afirma que a exposição enquanto valor erige uma tirania da visibilidade, pois tudo que tem algum valor deve ser tornado imagem, deve ser visível, transparente. Nesse ponto, auto exploração e auto exposição convergem.

E tais imagens não podem ser complexas, pois a complexidade traz opacidade, restringe a iluminação absoluta. As imagens são rasas e pornograficamente expositivas e sua estetização é anestésica.

Nesse processo, cada pessoa conectada vai se tornando também rasa – no sentido de positivar-se em informação que ilumina totalmente a si – tornando-se completamente transparente ao produzir dados e tornar-se informação ao acessar a internet, participar das redes sociais, usar os inúmeros aparelhos conectados, serviços on-line e apps. Torna-se um consumidor transparente.

A tecnologia segue rumo à mensuração e controle total da vida, na medida em que todos os objetos, além do telefone, vão se tornando *smart*: eletrodomésticos, carros, óculos, apps que acompanham nossa condição de saúde (níveis de cortisona, sono, batimentos cardíacos), escova de dentes, todos vão mensurando o sujeito do desempenho a cada instante gerando um volume gigantesco de dados. Os objetos nos rastreiam e mapeiam nossa rotina com a promessa de otimização e melhor desempenho em nossas atividades diárias.

Esse volume de dados variados vindos de inúmeras fontes resulta no que se chama há algum tempo de *big data*. Para Han (2018a), um eficaz instrumento psicopolítico de controle, pois permite conhecer em larga escala as dinâmicas da comunicação social, assim como criar prognósticos sobre o comportamento coletivo e individual.

O *big data* é fundamental à transparência contemporânea, pois ele lança luz aos cantos mais escuros da alma humana e da sociedade. Com ele, é possível acompanhar e prever o comportamento individual e coletivo. Micro e macrotendências passam a ser mais precisamente previsíveis.

Han (2018a) evoca o Iluminismo para lançar alguma luz sobre a questão. Afirma que vivemos em um segundo Iluminismo, no qual os dados são sexualizados e fetichizados, pois tudo deve ser tornado dado e informação.

No primeiro Iluminismo, a estatística deveria libertar as pessoas do conhecimento mitológico. O conhecimento fundamento em números resultaria em esclarecimento, ao contrário do conhecimento mitológico narrativo. Já no atual Iluminismo, o conhecimento é consolidado a partir de dados nos libertaria do conhecimento subjetivo, especulativo. Por isso, ele afirma que vivemos um dataísmo digital, em que a adição de dados promoveria uma transparência absoluta. Tudo e todas as pessoas poderiam ser conhecidas objetivamente, deixando o conhecimento subjetivo e suas limitações para trás.

Porém, o dataísmo, que acredita ser capaz superar as ideologias a partir da precisão e objetividade dos dados, é mais uma ideologia com características libidinais e traços pornográficos (Han, 2018), cuja violência, que esvazia a linguagem e renuncia ao sentido, desemboca numa forma de totalitarismo digital.

A confiança dá lugar ao controle na sociedade do desempenho positiva hipercapitalista. Dados, informações e metrificação substituem a crença. Não é preciso confiar quando se pode pesquisar (na internet). Empresas checam perfis dos candidatos às suas vagas. São comuns situações de pessoas que antes de se conhecer pessoalmente, já vasculharam os perfis e informações on-line uma das outras. Clientes de bancos têm suas vidas vasculhadas antes de terem acesso algum tipo de crédito ou financiamento. Na verdade, a uma sociedade transparente é uma sociedade bastante desconfiada. “Empresas como Facebook ou o Google trabalham elas mesmas como serviços secretos. Elas expõem a nossa vida para conseguir capital em troca de informações espionadas” (Han, 2018a, p. 124).

A vida parametrizada, protocolarizada é fundamental para essa nova forma de poder contemporâneo, o psicopoder, que procura ler e influenciar a mente do sujeito de desempenho de forma prospectiva. É justamente a possibilidade de estabelecer correlações para criar modelos de comportamento e decifrá-los que dá o passo inicial para o desenvolvimento da psicopolítica.

> Hoje, cada clique que damos e cada termo que pesquisamos ficam salvos. Cada passo na rede é observado e registrado. Nossa vida é completamente reproduzida na rede digital. Nossos hábitos digitais proporcionam uma representação muito mais exata do nosso caráter, e nossa alma, talvez até mais precisa ou mais completa do que a imagem que fazemos de nós mesmos. (HAN, 2018a, p. 85)

Segundo Han (2018a, p. 132), “toda nova mídia revela um inconsciente”. No caso da internet, a mídia digital e o inconsciente digital que ela revela são capazes de desvelar o inconsciente coletivo a partir do *data-mining* (a “mineração dos dados”, ou seja, o processo de

análise de dados para estabelecer correlações e identificar padrões) que pode ajudar a identificar desde tendências culturais a tendências de consumo, de intenção de voto. Talvez até tornem conscientes os desejos e inclinações individuais que permanecem inconscientes.

Han (2018a) até correlaciona esse inconsciente digital à segunda tópica freudiana – que apresenta uma teoria da mente que se divide em Eu, Super-Eu e Id – afirmando que os *big data* poderiam ser usados na exploração psicopolítica do Id criando um Eu parametrizado.

O aspecto mais complexo e perigoso disso é que as pessoas, individualmente, não conseguem identificar essas tendências, elas estão inconscientes disso. Logo, elas não têm controle algum sobre esse processo explorado por empresas, governos e partidos políticos. Dessa forma, o psicopoder é capaz de atingir as pessoas a partir de dentro, pois "a psicopolítica se empodera do comportamento social das massas ao acessar sua lógica inconsciente" (Han, 2018a, p.134) para programar e controlar as pessoas.

Além disso, "*Big Brother* e *big deal* se aliam" (Han 2018a, p. 90), pois os dados pessoais são explorados comercialmente. As pessoas são reduzidas a mercadoria e exploradas comercialmente.

Como exemplo Han (2018a) cita a empresa norte-americana Acxiom, especializada em análise de *big data*. Segundo o filósofo, essa empresa conta com um "catálogo" de dados pessoais de mais ou menos 300 mil cidadãos estadunidenses. Essas pessoas são subdivididas em 70 categorias. As *shooting stars*, são aquelas pessoas de alto valor de mercado, cujas necessidades e desejos podem ser atendidas com algum produto ou serviço. Já as pessoas de baixo valor de mercado, ou seja, com baixo potencial de consumo, são nomeadas de *waste* (lixo).

É possível imaginar de que forma o *big data* pode ser usado para o acesso a crédito, financiamento. Forma-se, assim, uma espécie de nova organização social mercadologicamente determinada, com classes sociais digitalmente determinadas.

Big data, data-mining, algoritmos e *micro-targeting* são utilizados para se alcançar uma visão total das pessoas, compreendendo aspectos de sua vida privada e psíquica, permitindo a emissão de mensagens personalizadas, capazes de atingir as pessoas com mais eficiência, uma vez que são otimizadas para influenciar com mais precisão.

Han (2018a) cita como exemplo as campanhas eleitorais americanas – sem citar nenhuma especificamente – em que o *micro-targeting* foi utilizado para alcançar os eleitores com mensagens direcionadas e personalizadas, assim como os algoritmos permitiram a otimização de discursos eleitorais a partir de prognósticos realizados a partir de dados e informações do eleitorado.

A esse estado de coisas, Han (2018a; 2021a) dá o nome de totalitarismo digital. De acordo com o filósofo, uma das maneiras de lidar com esse perigo é estabelecer leis e dispositivos que estabeleçam parâmetros mais claros sobre os usos e finalidades de dados das pessoas pelas empresas. Ele cita, por exemplo, a iniciativa do então presidente do parlamento europeu, Martin Schulz, de sugerir a criação de uma carta dos direitos fundamentais na era digital.

A União Europeia, aliás, mostra bastante preocupação quanto a segurança digital de seus cidadãos e há algum tempo procura regulamentar a ação de empresas com a Meta e o Google. Mas, para Han, maior regulação sobre o uso de dados das pessoas não basta para uma guinada contrário ao totalitarismo digital. É preciso também uma tomada de consciência por parte das pessoas, que deveriam se preocupar mais com os dados que oferecem às empresas ou sobre como geram informações ao tornar pública boa parte de sua vida privada. “Distribuímos voluntariamente refúgios privados, expondo-nos nas redes digitais que nos penetram, examinando-nos e nos tornando translúcidos” (Han, 2021b, p. 50).[16]

A própria lógica da hiper comunicação digital, como nova forma de produção imaterial, mistura tudo, erode os limites entre o público e o privado, o trabalho e o não-trabalho, torna tudo informação; todo e qualquer possível refúgio é inviabilizado, pois não há mais espaço que não seja invadido pela tecnologia, que não seja conectado ou conectável, quando reduzido a conteúdo comunicável nas redes sociais digitais. “Pessoas humanas tornam-se interfaces de um mundo totalmente conectado. Essa desproteção digital é estimulada e explorada pelo hipercapitalismo” (Han, 2021b, p. 50).

Mesmo a transparência, tema comum no discurso público e comumente conjugado com a liberdade e a informação (Han, 2017a), na realidade, é mais um dispositivo neoliberal. A exigência por transparência é um fenômeno de uma sociedade que tende a eliminar a negatividade. Han, (2017a, p. 10) afirma que “As coisas se tornam transparentes quando eliminam de si toda e qualquer negatividade, quando se tornam rasas e planas, quando se encaixam sem qualquer resistência ao curso raso do capital, da comunicação e da informação.

Assim, a coação por transparência contemporânea – que se manifesta desde a exigência de clareza dos processos políticos até a exigência de autenticidade individual – serve para colocar tudo para fora, tornar tudo visível, e assim, tornar tudo informação que possa ser

[16] Uma das investidas mais recentes é a investigação contra a Meta por desinformação: https://www.terra.com.br/noticias/educacao/comissao-europeia-investiga-meta-por-risco-de-desinformacao,4fd5c61f58b010c465b6024f2b274fc2awh57tmp.html#:~:text=O%20processo%20tem%20como%20objetivo,2023%2C%20al%C3%A9m%20de%20outros%20documentos. Última visualização: 02 mai 2024.

comunicada. No contexto produtivo do capitalismo contemporâneo – capitalismo da informação – neoliberal e imaterial, mais comunicação e informação resultam em mais aceleração e crescimento, pois promovem maior produtividade. "*Transparência* significa a política do se tornar visível do regime da informação (Han, 2022a p. 14).

Transparência e conformismo dão as mãos para atingir um consenso. Se, por um lado, o consenso é resultado de um estado de vigia permanente, por outro, ele serve para aumentar a comunicação e a circulação de informação, uma vez que, livres do estorvo das diferenças, da alteridade, proliferam-se viralmente, aplainadas e rasas. Na sociedade do desempenho positiva, as pessoas que se pensam livres, não estão. Livre é circulação de informações. "O paradoxo da sociedade da informação é: *as pessoas estão aprisionadas nas informações*" (Han, 2022a, p. 14).

Tudo deve ser tornado transparente em nome da hipervisibilidade que permite controle, previsibilidade e segurança. Exemplo disso, em escala individual e como fenômeno social, é o *quantified self*: o ato de monitorar-se a partir do uso de sensores – geralmente apps, *smartphones* e *smartwatches* – para registrar os parâmetros corporais: contagem de passos, temperatura, batimentos cardíacos, calorias, ciclos de sono.

Ter acesso a esses dados é útil como técnica de otimização de si – do sujeito de desempenho – mas, será que de fato, promove algum controle sobre si? Será que promove algum tipo de conhecimento real sobre o eu? Han (2018a, p. 84) acredita que não, pois "os números não *contam* nada sobre o eu. Não há narrativa. Mas o eu se deve a uma *narrativa*. Não a contagem, mas a narrativa é que conduz ao encontro de si e ao autoconhecimento".

Aí que reside o paradoxo da transparência: mais informação e mais comunicação, ao invés de promover uma iluminação total, criam espaços obscuros. "A própria transparência não é transparente" (Han, 2022a, p. 16). No geral, as pessoas têm pouca ou nenhuma compreensão sobre a lógica dos algoritmos. Como eles funcionam, como as empresas recorrem a eles, que tipo de dados coletam, nada disso é claro para as pessoas.

Da mesma forma, um número enorme de dados fisiológicos não promove maior esclarecimento sobre si. Pelo contrário, promovem um controle ansioso sobre a própria saúde que não afasta as angústias relacionadas à finitude da vida ou a falta de controle sobre si e sobre a realidade.

3.1.5 A "descoisificação" do mundo e o regime da informação

Um dos efeitos mais imediatos da comunicação e mídia digitais é justamente o apagamento do real, pois para que essa comunicação imediata flua continuamente, não é possível haver obstáculos. Fios, aparelhos, conexões: tudo isso vai desaparecendo para que a comunicação se torne constante e o fluxo de informação, ininterrupto.

Para Han, as coisas concretas estão desaparecendo nessa sociedade em que as possibilidades de comunicação, consumo e a relevância da informação se expandem impulsionados pela tecnologia, a internet e as redes sociais digitais.

"As coisas se tornam transparentes quando depõe sua singularidade e se expressam unicamente no preço. O dinheiro, que iguala tudo com tudo, desfaz qualquer incomensurabilidade, qualquer singularidade das coisas" (Han, 2017a, p. 10).

Sob o olhar de Han (2022b) as coisas concretas, materiais, servem para nos orientar no mundo e os objetos (do latim, *obicere*), oferecem resistência, têm a negatividade da resistência. Assim, a materialidade concreta das coisas propicia um ambiente estável em que é possível fazer morada: essa é a ordem terrena. Esta, porém, gradativamente é substituída pela ordem digital, em que a facticidade das coisas é trocada pela leveza e fluidez das informações. "Acima de tudo, a digitalização intensifica a desrealização do mundo ao descoisificá-lo". (Han, 2022a, p. 20)

Já na ordem digital, nos (des)orientamos pelas não-coisas. Mas o que é uma "não-coisa"? Baseado em Flusser, Han (2022b) afirma que a não-coisa é a informação. De acordo com Flusser (2006, 2007), a informação é um inobjeto ou uma não coisa[17]. O filósofo chegou a essa conclusão, ainda nas décadas finais do século XX, pois percebia já naquele momento um deslocamento para segundo plano dos objetos e sua concretude em detrimento das informações, pois "nosso interesse existencial desloca-se, a olhos vistos das coisas para as informações" (Flusser, 2007, p. 55).

Porém, Flusser chama nossa atenção para o fato de que as coisas já contêm informações (informar é formar em coisas): assim uma garrafa de vidro de Coca-Cola tem informações tanto quanto uma bateria de um carro ou um livro, só que essas informações, são mais ou menos evidentes dependendo de como estão inscritas na coisa informada e é preciso decifrá-las.

[17] O tradutor do livro de Han cita que o Flusser teria cunhado o texto ainda no Brasil como inobjeto. A fonte da publicação consta nas referências bibliográficas. Porém, Han cita um texto posterior publicado em alemão e que, posteriormente, foi traduzido e publicado em português. Nessa tradução, optou-se pela expressão não coisa para traduzir *das unding*, termo alemão usado por Flusser. O texto brasileiro de Flusser e o texto alemão vertido para o português têm diferenças.

Portanto, afirmar que as informações se sobrepõem às coisas em nossa realidade parece algo sem sentido, uma vez que vemos uma proliferação de objetos ao nosso redor, uma "enxurrada de trastes inúteis que acompanha a invasão das não coisas" (Flusser, 2007, p. 56).

Multiplicam-se as lojas de objetos de utilidade e decoração (*kitsch)* para as casas, a obsolescência programada acelera a produção de novos produtos tecnológicos; as tendências da moda levam a uma produção extensiva de roupas e acessórios e incentivam à expansão das redes de *fast fashion*. Carros novos, produtos de beleza e higiene; novas versões de velhos produtos embalados no apelo à nostalgia. Heróis dos quadrinhos invadem os cinemas e as casas com uma horda de produtos licenciados.

Porém, esses objetos não são *coisas do coração*. Para Han (2022b), as coisas do coração têm investimento afetivo, de tempo, memórias. Elas tiram do ensimesmamento e ampliam para além horizonte do eu a visão. As coisas do coração não são produtos com finalidades e validade determinada pela moda ou pela obsolescência programada. Elas têm história, fazem parte de uma narrativa pessoal, são afetivamente investidas; elas devem ser usadas, guardadas, e não apenas consumidas.

Para exemplificar, Han (2022b), cita algumas de suas coisas do coração: um velho relógio de bolso comprado há 35 anos, um relógio Junghans – presente de um amigo – uma lupa de arte, um cinzeiro portátil com uma rosa de tricô, uma cigarreira estilo *art-decó* e um carimbo de madeira com os três caracteres chineses de seu nome.

As coisas do coração têm um valor sentimental e não necessariamente um valor de mercado. O valor de mercado é perecível para os objetos produzidos em massa, que existem no tempo do mercado (e, portanto, da tecnologia e da moda). Para Han (2022b), a produção ostensiva de coisas como produtos justamente sinaliza a indiferença a elas.

Flusser (2007) afirma que essas informações, esses inobjetos, são de um novo tipo: elas são imateriais, são impalpáveis, impossíveis de serem agarradas com as mãos.

Contemporaneamente, com o processo de digitalização – primazia das mídias e comunicação digital – as coisas se tornam suporte das informações, infômatos: um meio disponível ao processamento de informações. Os objetos são recobertos por informações, as marcas (que implicam todo um complexo sistema simbólico) e tiram aquele produto da posição de "mais um de uma série" tornando-o algo "único" e individualmente especial; o hardware perde sua relevância frente ao software, inclusive este torna-se mais caro que aquele; a impressora digital privilegia a informação (o design) dos produtos, mais do que a singularidade de seu ser; o dinheiro se torna informação e não precisa mais estar na carteira física: vai para a carteira digital, circula pelos aplicativos de bancos (enviado e recebido via pix no Brasil). Os

bancos se tornam empresas digitais sem espaços físicos. O dinheiro contável, acumulável, torna-se números numa tela que vão e vem. As coisas, que são polos de repouso da vida, estão saturadas por informações (Han, 2022b).

O tio Patinhas "está por fora" no tempo da comunicação digital: ter uma coisa do coração, como sua primeira moeda, ou fazer mergulhos diários no seu dinheiro guardado em sua caixa forte é impensável: hoje, os irmãos metralhas são cibercriminosos capazes de invadir as contas do Tio Patinhas localizadas em algum paraíso fiscal. Talvez, manter-se "por fora" na comunicação digital seja o segredo para proteger sua riqueza.

Uma vez que vivemos em uma *infosfera*, na visão de Han, mais do que consumir produtos, consumimos informações. Comunicar-se e informar-se são os imperativos da contemporaneidade. A partir da comunicação digital e das redes sociais digitais – tornadas possíveis pela internet e pela evolução dos *smartphones* – nos comunicamos, produzimos e recebemos informações continuamente. "Todos nós nos tornamos *infomaníacos*. [...] Estamos nos tornando fetichistas de informações e dados" (Han, 2022b, p.14).

Assim, as coisas vão se tornando esses atores no processo de produção de informações; enquanto infômatos, as coisas – os objetos ao nosso redor – agora estão conectadas à internet e gerando informações, como geladeiras que avisam seus proprietários sobre seu conteúdo e o que precisa ser comprado, e ainda conseguem compartilhar postagens em suas redes sociais; há os aplicativos de celular e *smartwatches* que permitem parametrizar o corpo e suas condições, como nível de cortisona, pressão, estados de sono.

Nossas ações na internet geram dados – uma busca no Google, uma curtida em uma foto ou a compra em app de e-commerce – que são usados para publicidade de produtos ou para a compreensão de comportamento dos usuários e sua segmentação em públicos-alvo. Quando os objetos ao nosso redor se conectam com a internet e tornam-se infômatos, passam a coletar dados sobre nosso comportamento para predizer nossos atos de consumo. Tais dados tornam-se informações sobre nós usadas por diversas empresas para compreender o ritmo de nossa rotina, para onde vamos, o que fazemos e para prever nossas ações futuras, justamente pela sua previsibilidade e padrões estáveis que agora, mais do que antes, podem ser observados, analisados e informados. Assim, até as pessoas tornam-se informações. Passamos a produzir e consumir mais informações do que coisas (Han, 2022a). Como infomaníacos, nos tornamos caçadores de informações.

Em um mundo povoado por coisas que resistem à nossa ação, "a mão é órgão do trabalho e da ação" (Han, 2022b, p. 27). Ela determina a ação no mundo que o transforma. Flusser (2007), num sentido heideggeriano, afirma que mão humana com seu polegar oposto apreende

o mundo como coisa concreta e o transforma imprimindo formas e dividindo-o em um mundo da natureza (das coisas existentes que podem ser agarradas) e da cultura (das coisas disponíveis e que contém informação).

Mas o que acontece quando temos à mão um mundo cada vez mais "descoisificado"? Flusser (2007) afirma que que a mão que agarra e cria o mundo da cultura, continua esgotando os objetos informados, sacudindo-os, até reduzi-los a lixo. Assim, a história linear da natureza à cultura – o progresso – na verdade, é um círculo vicioso, que vai da natureza ao lixo, e vice e versa (passando pela cultura).

Uma saída possível a esse círculo inesgotável seria ter à mão informações inesgotáveis (inesquecíveis). Mas, para isso, elas precisariam ser impalpáveis, não poderiam estar informadas em coisas que poderiam ser sacudidas pelas mãos. Devem ser não coisas. É preciso, então, uma cultura imaterial, em que a memória é expansível e a informação, inesquecível.

O que nesse sentido se realiza hoje em dia a partir da comunicação em rede possibilitada pela internet e pelo *big data*. Essa memória expansível e informação inesquecível existem hoje. O Google tem todo o seu histórico de busca. Tudo o que você fez em alguma rede social da Meta também está registrado. Por exemplo, há o direito ao esquecimento[18], que implica, entre outras coisas, a exclusão de conteúdo de provedor de busca a fim de preservar uma pessoa.

Flusser aponta como exemplos dessa cultura imaterial em curso a existência da memória do computador, as imagens eletrônicas e os hologramas, que "são não coisas pelo fato de serem informações não consumíveis" (Flusser, 2007, p. 61), ou seja, que não podem ser agarradas com as mãos.

Han (2018a), a partir de Flusser, diz que o sujeito do desempenho tem as mãos atrofiadas pelos aparatos digitais. A mão livre de lidar com objetos palpáveis, usa os dedos para manejar informações. Porém, sem a resistência, a facticidade dos objetos, o tratamento e o trabalho de algo não são possíveis, assim como a ação, que pressupõe superar alguma resistência.

Ao passar os dedos, a mão deixa de agir. Essa liberdade do agir que permitiria ao sujeito do desempenho jogar ao invés de trabalhar. Mas, "não parte do digital qualquer resistência material que se teria de superar por meio do trabalho. Desse modo, o trabalho se aproxima, de fato, do jogo" (Han, 2018a, p. 62).

---

[18] Para saber mais: https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/direito-constitucional/o-direito-ao-esquecimento-e-o-conflito-com-os-direitos-a-liberdade-de-informacao-e-de-expressao#:~:text=O%20direito%20ao%20esquecimento%20consiste,transfigurar%20em%20verdadeiras%20penalidades%20vital%C3%ADcias. Última visualização

Porém, como já discutimos, o jogo, na sociedade do desempenho positiva, é reduzido a trabalho, como forma de aumentar o desempenho do sujeito que explora a si; não tem nada a ver com o ócio, o outro do trabalho. “O jogador se dopa e se explora, até que ele se arruíne com isso” (Han, 2018a, p. 63).

Han entende que para Heidegger, a mão se aproxima do pensamento e se afasta do agir, já que toda obra da mão é baseada no pensamento. É a partir dela que se alcança o Ser, fonte de sentido e de vida. A mão age no mundo, porém, sua ação é a escrita. “A mão que escreve se comunica com o ser”. (Han, 2018a, p. 69).

Porém, na contemporaneidade da comunicação digital, essa mão não age. Ela afasta-se do pensamento ao se divertir deslizando os dedos na tela do *smartphone* saltando entre vídeos e fotos nas redes sociais. O dedo que passa na tela é um dedo calculador que enumera, algo característico dessa época de primazia da comunicação digital.

“A era digital totaliza o aditivo, o enumerar e o enumerável” (Han, 2018a, p. 67). Tudo deve ser quantificado, metrificado, parametrizado. Se contam seguidores nas redes sociais digitais, passos, encontros sexuais (*matches*), calorias. O que não é enumerável, não é (ser).

Na sociedade do desempenho positiva hipercapitalista, a informação também é aditiva. Acumulam-se informações, mas elas não capazes de produzir sentido. Se as coisas se desmaterializam e se tornam informações, se passamos a produzir e consumir informações, se nós mesmos nos tornamos informações, isso não necessariamente traz maior clareza, conhecimento, sobre nós mesmos e sobre o mundo.

Para Han (2023), a atual carência de sentido e de ser das sociedades capitalistas contemporâneas, de forma geral, está associada ao que ele chama de tsunami de informações, que desperta a necessidade de orientação, sentido e identidade em meio à contingência das informações.

A adição de informações não gera estabilidade e nem produz conhecimento, pois elas não criam narrativas, âncoras que estabilizam a existência ao organizar o acaso, já que “falta, às informações, a *solidez do ser*” (Han, 2023, p. 13). As informações apresentam o mundo e o explicam; elas o tornam disponível para consumo imediato. Mas sua temporalidade é muito limitada, sua atualidade se exaure rapidamente. Elas têm sua própria lógica e não estão submetidas à temporalidade da verdade, que dura e estabiliza a vida (Han, 2022a).

Por isso, a informação vive da surpresa e do estímulo constante. Assim, o sujeito do desempenho é continuamente estimulado pelo tsunami de informações. A instabilidade temporal fragmenta a percepção e tem impactos cognitivos, pois a velocidade das informações – o fluxo intenso que desaba sobre a percepção e à coação por produzir novas informações –

assim como a impossibilidade de se demorar nelas, suprime as práticas que demandam tempo, contemplação, como a compreensão, o saber e a experiência.

O tédio e a distensão psíquica são afastados pelas informações. Basta um momento sem nada para fazer, ou uma situação que não é interessante – estimulante – para rapidamente sacar o *smartphone* e passear por mensagens no WhatsApp, stories, vídeos. A contemplação é impossível diante do infoentretentimento.

Han (2023) alerta para o fato de que, com o processo de digitalização do mundo e a proeminência das informações, a realidade passa a ser moldada por dados e informações. Ou seja, a realidade passa a ser percebida quase que exclusivamente por suas representações, que são as informações. Isso empobrece a experiência da presença imediata – sem mediação de informação – o que dilui a realidade. Como sua percepção é fragmentada, ela é tornada uma sequência de atualidades.

Assim, a informação inaugura uma nova forma de ser e um nova forma de dominação (Han, 2023). Para o filósofo, estamos em uma caverna digital, aprisionados às informações e acorrentados à tela digital. Dentro de um contexto produtivo imaterial, informacional, neoliberal, a sociedade do desempenho estabelece um regime da informação, que exige constantemente que as pessoas comuniquem opiniões, necessidades, desejos, preferências; que curtam e compartilhem e que exponham a vida em narrativas midiáticas, além de contínua e ininterruptamente caçarem informações. “Decisivo para o ganho de poder é, então, a posse de informações” (Han, 2022a. p. 24). O poder contemporâneo – o psicopoder – estimula a produção e circulação de informações para dominar.

Coagidas a se comunicar e a se expor à troca acelerada de informações, “as pessoas estão definhando e se transformando em um conjunto de dados que pode ser explorado e controlado” (Han, 2023, p. 29).

3.2 O ponto final da narração

Enquanto as informações proliferam, as narrações minguam. Há uma aparência de que proliferam narrações; o termo narrativa é usado pejorativamente para designar discursos que não se baseiam na verdade ou que criam outras realidades. Mas, mais informação não significa que há mais narração. Pelo contrário.

Han (2023) entende que a inflação da informação e da comunicação provoca uma escassez de narração. E quanto menos narrativas, maior é a falta de sentido e orientação. Parte da sensação de vazio contemporânea, Han atribui à diminuição das narrativas.

O filósofo afirma que as narrações – com seu momento interno de verdade – são capazes de nos ancorar no ser, de atribuir às pessoas um lugar no mundo, de formar comunidade, de vincular, unir e concluir (produzir um desfecho). Elas produzem sentido ao retirar das mãos frias do acaso a realidade, tecendo os acontecimentos em uma história, contínuo temporal extenso que nos abriga da contingência. Elas expressam a tonalidade afetiva de uma época e seu surgimento não se dá a partir do desejo e ação de uma pessoa, mas a partir da complexidade de ações realizadas por diferentes atores e pela atuação de forças.

Por exemplo: as religiões e os rituais. Segundo Han (2023, p. 10), "a religião é uma típica narração com um momento interno de verdade. Ela narra a contingência, *evitando-a*".

Especificamente a religião cristã, Han comenta que ela é capaz de ancorar a vida no ser ao alcançar toda a vida do cristão. Ela insufla narratividade ao tempo ao atribuir significado aos dias, como os dias comemorativos de cada santo, Quaresma e as festas religiosas como Natal, Páscoa e Corpus Christi.

Já os rituais, de acordo com Han (2023, p. 11), "como técnicas simbólicas de abrigo, eles transformam o ser-no-mundo em estar-em-casa", já que são práticas inseridas em um contexto narrativo.

É próprio da nossa época, com seu desencantamento do mundo, as narrativas perderem sua magia e se tornarem substituíveis por micronarrativas contingentes que carecem de um momento interno de verdade.

Porém, na sociedade do desempenho neoliberal, mergulhados em informações, buscamos nos agarrar às narrativas. Proliferam teorias da conspiração que circulam pelas redes sociais digitais e grupos de WhatsApp. São narrativas contingentes, efêmeras, que oferecem explicações simples para problemas complexos, especialmente em tempos de crise; não são nada mais do que pranchas às quais nos agarramos na tentativa desesperada de não se afundar numa enxurrada permanente de informações. Quando não se sabe qual direção seguir, qualquer mapa é válido.

Essas micronarrativas (Han, 2022a) conseguem se espalhar rapidamente pois são capazes de oferecer sentido e identidade, especialmente no espectro político de direita, que abertamente busca se sustentar em discursos identitários, e por criarem percepções de realidade com uma coerência narrativa que as tornam fidedignas e resistentes à contraposição de fatos. "Nelas, a ficcionalidade se reverte na factualidade" (Han, 2022a, p. 99).

Em tempos de crise de sentido e identidade, ou de crises mais agudas e pontuais, como na pandemia do coronavírus, elas são capazes de excluir a contingência e a complexidade. Assim, culpar a esquerda, os chineses, os imigrantes, os maçons ou os iluminati, é muito mais

simples e eficiente do que se aprofundar na complexidade das questões políticas, sociais e econômicas contemporâneas. As teorias da conspiração como micronarrativas efêmeras, “com sua explicação total ou mentira total, aniquilam abruptamente a insegurança e incerteza onerosas” (Han, 2022a, p. 99).

Além de menos narrativas ancorantes, também se narra menos. A prática de narrar histórias uns aos outros, diminui cada vez mais. Han (2018a) apresenta que a memória humana é uma narração. Quando alguém se recorda de algo de sua história, um acontecimento, uma passagem específica, essa lembrança é reconstituída em uma história que pode ser contada de formas diferentes a cada vez que for recontada, pois a memória não é um banco de dados com tudo registrado que pode ser diretamente acessado, ela “escolhe” o que vai ser lembrado e “constrói” lembranças ao reunir os elementos selecionados. Por exemplo: um mesmo acontecimento pode ter detalhes diferentes quando relembrado por duas ou mais pessoas que o vivenciaram; a memória não é factual. Lembrar é narrar.

Nas redes sociais digitais, também chamadas por Han de plataformas sociais (Han, 2023), não há narrações, apenas a troca acelerada de informações e narrativas efêmeras. Atenção profunda, escuta e distensão psíquica são fundamentais à narração. Por isso, quando as pessoas narram histórias umas às outras, promove-se a empatia e elas criam uma comunidade.

Na visão de Han, as pessoas têm tido pouca paciência para escutar umas às outras nas sociedades capitalistas contemporâneas. Nas redes sociais digitais, é mais comum saltar de um post a outro, de um vídeo a outro, de uma mensagem a outra, sem prestar muita atenção ao conteúdo. Mesmo quando as pessoas narram a si, é a partir de fragmentos: coisas que fazem no dia a dia, compras, opiniões. Sua própria rotina é exposta de forma fragmentada e sempre centrada num presente contínuo. Essa descrição já implica um estado ativo de tensão psíquica devido a produção e consumo contínuos de informação, pouco conveniente à narração. “Narrar e escutar atentamente histórias se condicionam mutuamente. A comunidade narrativa é uma *comunidade de ouvintes atentos*” (Han, 2023, p. 25).

A comunicação digital e as redes sociais digitais, enquanto plataformas sociais, não permitem a formação de uma comunidade, nem ao menos de massa – no sentido proposto por Le Bom –, sob a perspectiva de Han. Na sociedade do desempenho positiva hipercapitalista, a massa é um enxame digital, um aglomerado de sujeitos singularizados incapaz de gerar uma massa.

A massa tem um espírito próprio, em que as singularidades se diluem. Ela tem propriedades que se sobrepõe às individualidades que a compõe, é capaz de aglomerar e

unificar, formar um “nós”. O sujeito se dilui na massa e age conforme seu espírito. Algumas massas, inclusive, têm formações bastante estáveis, pois são dotadas de vontade, unidas por uma ideologia que as leva a agir coerentemente em uma direção. Capazes de uma ação comum, são capazes de desestabilizar relações de poder.

Já o enxame digital não tem espírito; é um aglomerado de individualidades sem coerência, um ajuntamento de alguéns anônimos singularizados, de muitos “eus” incapazes de formar um “nós”. O eu não se dilui no enxame digital, continua a ser uma unidade fechada e individualizada, não há uma consonância capaz de uni-lo a outros em uma massa de ação (Han, 2018a).

Para Han (2018a), esse é um fenômeno próprio à mídia digital. Mídias eletrônicas como rádio e TV são capazes de formar massa, enquanto as digitais, suscitam a singularização. As pessoas que vivem hoje no contexto da comunicação digital e das redes sociais digitais, tendem a não se reunir, pois lhes falta “a *interioridade da reunião* que produziria um *Nós*” (Han, 2018a, p. 29). São, no máximo, capazes de se juntar, mas sem se reunir, pois sua visão de coletividade está muito associada a formações voláteis e instáveis, carnavalescas e lúdicas, pouco compromissadas, e por isso, incapazes de ação política.

“A egotização crescente e a atomização da sociedade leva a que os espaços para o agir conjunto encolham radicalmente e impede, assim a formação de um contrapoder que pudesse efetivamente colocar em questão a ordem capitalista” (Han, 2018a, p. 33). Assim, enquanto sujeitos de desempenho que se auto exploram e se otimizam continuamente e competem entre si, as pessoas não se encontram efetivamente. A constituição social não promove espaços de encontro e nem a possibilidade de um agir comum. A comunidade perde força e a solidariedade diminui, sob esse ponto de vista.

As narrativas são fundamentais para a criar coesão social. Han (2023) lembra da importância das histórias que apresentam valores e normas comuns, capazes de vincular a pessoas em uma comunidade narrativa, como, por exemplo, os mitos. Essas narrativas capazes de formar comunidade propõem um horizonte de sentido compartilhado, algo diferente do que acontece contemporaneamente, que é a proliferação de narrativas que fundamentam um regime, mas não fomentam a formação de comunidade. No caso da sociedade de desempenho positiva hipercapitalista, narrativas subjacentes ao regime neoliberal.

Isso é fundamental para o desenvolvimento sem limites do neoliberalismo, uma vez que inviabiliza a formação da comunidade, e consequentemente, de um agir comum capaz de se contrapor ao psicopoder. Narrativas efêmeras e despolitizadas servem para “singularizar a sociedade, criando singularidades culturais como objetos, estilos, lugares, coletivos, ou eventos

singulares" (Han, 2023, p. 127). Sem comunidade e sem narrativas estáveis, prevalece a instabilidade, que pode ser estrategicamente explorada para mobilizar os sujeitos de desempenho.

Como as narrativas são produzidas e estrategicamente utilizadas pelo hipercapitalismo, elas servem para produzir uma sociedade do consumo ao invés de uma comunidade narrativa. São monopolizadas pelo comércio, produzidas e consumidas como mercadorias. Transformam-se, por exemplo, em *storytelling*, histórias que revestem marcas, produtos e serviços de significados efêmeros e consumíveis e exploram as emoções de forma mercadológica.

3.3 Depois do Outro: a positivação da alteridade

O mistério, o diferente, o estranho são um empecilho à iluminação absoluta proporcionada pela transparência total contemporânea. Para a auto exploração ser eficiente, a comunicação constante e a produção e recepção de informações precisam ser contínuas.

Qualquer empecilho deve ser removido, pois são considerados entraves, falhas à eficiência produtiva da comunicação, especialmente na sua forma digital. A digitalização tende a excluir a materialidade das coisas, a dor, a interioridade. Toda facticidade, tudo o que resiste, deve ser aplainado. Inclusive o outro, aquele que, com seu mistério e estranhamento, que oferece ainda uma centelha de negatividade diante do eclipse da positividade, deve dar lugar ao igual.

"A negatividade do *outro* dá figura e medida ao mesmo" (Han, 2022a, p. 9). Ou seja, a alteridade é fundamental para a constituição do mesmo. É no contato com o outro que o mesmo se define e se realiza. Porém, falta ao sujeito do desempenho – ou lhe é imposto faltar – o outro pelo qual ele se constitui. Quando a sabedoria popular diz que "nenhum homem é uma ilha", ou o poeta canta "é impossível ser feliz sozinho", entendemos a partir do nosso íntimo a verdade dessas palavras. Ser humano é ser a dois, a três, a muitos. Nascemos da conjunção do desejo de duas pessoas. Dependemos do colo materno para abraçar o mundo. Desde o início, sempre há o outro no nosso horizonte.

E um dos modos para fazer laço com o outro é a comunicação. Na sociedade do desempenho hipercapitalista, a comunicação digital, para Han, afeta diretamente o modo como as pessoas travam contanto com a alteridade. Quando os suportes comunicacionais mudam e a comunicação em tempo real digital dispensa a presença física, associados aos modos de produção imaterial, há uma tendência a um fechamento narcísico em si do sujeito do desempenho.

"Não é apenas a oferta de *outros* que contribui para a crise do amor, mas a erosão do *Outro*, que por hora ocorre em todos os âmbitos da vida e caminha de mãos dadas com a narcisificação do si-mesmo" (Han, 2017b. P.7). Han chama atenção aqui para algumas teorias sociais que tentam explicar o fracasso das relações amorosas contemporâneas, que miram como causa o excesso de escolhas de parceiros, ampliado pela otimização de busca e encontro de pessoas disponíveis com a tecnologia – a internet, redes sociais, apps – mas que, segundo o filósofo, erram o alvo ao não perceber a questão mais fundamental da narcisificação da sociedade e dos sujeitos.

Nessa sociedade do desempenho positiva, em que o autoaprimoramento para otimizar o desempenho do eu é fundamental para a auto exploração, como já discutimos, a reunião, a formação de comunidade e ação política comum tornam-se inviáveis, uma vez que a identidade e individualidade vêm antes de objetivos comuns e realização de um horizonte existencial coletivo. Uma vez que cada sujeito do desempenho enxerga o outro como um concorrente e suas relações são determinadas por uma lógica de mercado, o outro em sua singularidade, se não é transparente e disponível, é um empecilho que precisa ser afastado do caminho para o sucesso individual. "O eros é uma relação com o outro, que se radica para além do desempenho e do poder" (Han, 2017b, p. 25).

Sem o limite da negatividade do outro, o eu transborda para além de si projetando-se sobre o mundo, tornando a realidade um espelho que só tem significado quando reflete a imagem do eu.

Assim, a sociedade vai se tornando cada vez mais narcisista, pois cada pessoa, enquanto sujeito de desempenho, investe sua libido em si mesmo, o que esvazia a experiência erótica (negativa), pois, conforme define Han (2017b), eros se aplica ao outro que está para além dos limites do eu, que é assimétrico, exterior e sem-lugar (atopos), em uma relação assimétrica. Como, de forma generalizada, a negatividade está desaparecendo, a alteridade do outro sem-lugar também se esvai, uma vez que sua interioridade e estranheza precisam ser tornadas positivas: reduzidas a diferenças consumíveis, pois "o capitalismo vai eliminando por toda a parte a alteridade a fim de submeter tudo ao consumo" (Han, 2017a, p. 35).

Na visão de Han (2017b), em uma sociedade determinada pelo consumo, a comparação constante de tudo com tudo tende a nivelar todas as coisas como iguais. Quando todas as coisas podem ser comparadas porque são iguais, não há mais espaço para a diferença, para a alteridade.

Se tudo é tornado objeto de consumo, logo, a relação com o outro só é possível se ele é tornado também objeto de consumo. Como "o amor se positiva em sexualidade, a qual está também submissa à ditadura do desempenho" (Han, 2017b, p. 26), só é possível relacionar-se

com outra pessoa numa lógica de consumo; ela não pode ser amada em sua alteridade, em seu mistério e estranheza como uma pessoa inteira, mas consumida como objeto parcial sexual que provoca excitação. Não existe a negatividade do amor no mundo-mercado.

Os espinhos do amor são extirpados na contemporaneidade. Numa sociedade que evita qualquer forma de dor – que, se possível, deve ser positivada e tornada consumível – e que usa as emoções para um melhor desempenho na auto exploração, o amor deve gerar sentimentos agradáveis e inconsequentes, pois "é positivado numa fórmula de fruição" (Han, 2017b, p. 29).

Nesse processo de exclusão do outro, a comunicação digital e as redes sociais digitais desempenham um papel importante, segundo o filósofo. Elas nos embriagam e provocam transformações na percepção, no pensamento, na vida coletiva. "A rede se transforma, hoje, em um campo de ressonância especial, em uma câmara de eco, da qual é eliminada toda alteridade, toda estranheza" (Han, 2022a, p. 15).

Conforme já discutimos, a partir da mudança dos modos de produção, que se tornaram mais imateriais, informação e comunicação precisam fluir continuamente, sem interrupções, no terreno plano do "espaço digital". No caso da comunicação, Han (2022a) compreende que ela se reduz a "afagos": curtidas, mensagens enviadas em redes sociais digitais ou apps de comunicação, à espera de um sinal do outro. Interpelar o outro, jamais! Mas não pela desculpa de não o incomodar, mas pelo medo de sua (frustradora) resposta. O eu não pode ser incomodado na sua tentativa maníaca de manter os estímulos em um estado *flat*, liso, constante.

Para ilustrar, algo ouvido de um grupo de alunos de graduação: segundo eles, é comum que os jovens de sua idade, nas baladas, mantenham o app de relacionamento Tinder ligado: assim, eles começam um contato on-line antes de se aproximarem fisicamente. Ou seja, se aproximam fisicamente apenas quando há alguma certeza de que não serão rechaçados pelo outro.

Essa cena descrita por alunos, longe de apresentar uma representatividade estatística, serve como um modelo para ilustrar a ideia de Han: o outro em sua alteridade causa medo e frustração porque é desconhecido e sua dimensão negativa. Por isso, ele precisa ser "positivado", iluminado, tornado conhecido e controlável.

Aqui voltamos à questão da autenticidade: o outro precisa ser autêntico para ser transparente. Nesse sentido, na sociedade de desempenho positiva, ela está mais para uma estratégia neoliberal que visa produzir mais mercadorias a partir das quais o sujeito do desempenho pode expressar sua autenticidade. Uma vez que habita uma sociedade de consumo, ele expressa a si, sua autenticidade, consumindo. E essa autoexpressão, longe de ser a marca de sua individualidade, é determinada pelo consumo, pelo comércio, pelo neolibelarismo. Assim,

nada é menos autêntico e mais exteriormente determinado do que a autenticidade *prêt-à-porter* contemporânea.

Porém, Han (2022b) aponta que essa demanda por autenticidade tende a produzir uma compulsão narcísica, que faz com que o sujeito de desempenho invista tanto sua libido em si mesmo ao ponto de tornar-se completamente cego ao outro. Sem o outro para lhe impor limite, transbordando-se sobre o mundo e com a libido represada em si, o eu adoece e é invadido por sentimentos como vergonha, culpa, angústia e vazio. Assim como para o sujeito, o narcisismo elevado desestabiliza a sociedade.

Na dimensão individual, a falta de autoestima resulta em autoflagelo para Han. O ferir-se é abrir uma fenda na carne, como no *cutting*; porém, "a fenda não é apenas um ritual de autopunição pela própria insuficiência, típica para a atual sociedade do desempenho e da otimização, mas também um grito por amor" (Han, 2022b, p. 44).

Por isso, a saída do inferno do igual é erótica, ou seja, vem de eros. É ele que permite essa saíde de si rumo ao outro, que oferece um objeto para além do Eu no qual é possível investir a reserva libinal transbordante.

Han (2017b, p. 11) afirma que "no inferno do igual, a chegada do outro *atópico*, pode tomar uma forma apocalíptica". O outro sem lugar, plena alteridade, provoca uma experiência dolorosa. No mundo digitalizado de não coisas, que gira na velocidade da informação, em que a comunicação é plana, pornográfica, adulante e macia, o outro que dói só com sua presença, é intolerável; sua presença provoca um curto-circuito que desestabiliza o sistema. Logo, é um problema que deve ser retirado do caminho, pois tende a atrapalhar a produtividade do sujeito do desempenho.

Além da gratificação que vem do outro, outro problema que se estabelece é da falta de desculpa. Só outro pode desculpar o eu. Sem o outro, só resta um ciclo vicioso de culpa e mais culpa sem possibilidade de redenção. Nesse sentido, Han (2017b) discorda de Benjamin de que o capitalismo opera como uma religião, pois a religião (especialmente as relacionadas ao cristianismo) pressupõe a possibilidade de expiação da culpa a partir do perdão: há um outro que "desculpa". No hipercapitalismo, a culpa é sempre do sujeito do desempenho e não há possibilidade de libertar-se dela.

Deseja-se excluir o outro em sua alteridade, mas aproximar-se dele iluminando-o completamente, extinguindo o seu mistério e sua imprevisibilidade. A exposição que elas permitem da vida privada é pornográfica, no sentido de revelar excessivamente a intimidade, oferecê-la ao olhar sem reservas, abolindo a distinção entre o público e o privado.

Não há espaço para o jogo, para a sedução, que são da ordem do erótico. Aparência e inverdade não são possíveis diante da exposição pornográfica. O excesso de transparência, de verdade da carne nua em imagem midiática digital sem nenhum véu, não permite a sedução, cujo sujeito é o outro (Han, 2022b). Elimina-se a cupidez, a fantasia e as possibilidades imaginativas sobre o outro, que se torna disponível como um produto, reduzido a informações que permitem escolhê-lo ou não na prateleira da vida. A produção de proximidade ao invés de trazer para perto, faz o outro desaparecer, pois a proximidade, na verdade, implica distância (sua dimensão negativa). Sem distância, não há proximidade, de fato.

O outro, em sua assimetria, é domesticado (Han, 2017b). É incluído num cálculo consumista que permite vivenciar emoções brandas, relaxantes; não há espaço para o amor, paixão, sofrimento. O que não otimiza as habilidades para produzir do sujeito de desempenho, é dispensado ou reduzido a "espessa imanência do igual" (Han, 2017b, P. 40). Mesmo o sexo e a sexualidade são "purificados" de sua dimensão de encontro com o outro e reduzidos a uma atividade funcional, relaxante, sem maiores consequências ou comprometimentos.

Assim, o sujeito do desempenho é aquele que se vivencia a conexão com outro, a partir da comunicação digital, das mídias digitais, mas sem sofrer a experiência do encontro; vai ser tornando cego e surdo *para o outro.*

> O mundo digital é muto pobre de olhar e de voz. Contatos [*Verbindungen*] e conexões [*Vernetzungen*] são produzidos sem olhar e sem voz. Nisso eles se distinguem das relações e encontros, que dependem da voz e do olhar. Sim, eles são experiências especiais de voz e de olhar. Eles são *experiências corporais*. (Han, 2022b, p. 100).

3.4 Imagens, *smartphones* (ou *smartprisions*?) e plataformas sociais

Transparência e hipervisibilidade promovem uma produção alucinante de imagens. A digitalização do mundo e sua transformação em informações, permitem que ele seja produzido e consumido a partir de imagens midiáticas digitais. Com o acesso a tecnologias de produção de imagens – os *smartphones* com câmeras cada vez mais potentes, por exemplo – e a compulsão por comunicação e exposição pelas plataformas sociais, as redes sociais digitais contemporâneas, produzimos uma quantidade massiva de imagens midiáticas digitais.

A quantidade e a velocidade das imagens hoje não nos permitem fechar os olhos (Han, 2017b) para absorvê-las e refletir sobre elas. É preciso estar atento o tempo todo – "hiper-ativo" – para não perder nenhuma. Na caça à imagem digital, quem se demora sobre uma imagem ou

perde uma delas que passa pelo seu *feed*, está desinformado, está fora do páreo na corrida pela otimização de si rumo a auto exploração.

Por isso, buscamos abrigo nelas, onde podemos ser algo melhor – nossa "melhor versão"? – para sermos mais vivos e belos em um mundo cada mais descoisificado em que as imagens são muito melhores que o real, uma vez que elas não são mais representações, mas modelos (Han, 2018a).

As mídias digitais nos protegem da erupção do real ao nos afastar dele universalizando o imaginário. Han (2019a) afirma que o belo digital não admite o rasgo; como ele abole toda a negatividade do outro, forma um espaço liso do mesmo.

A realidade é menos brilhante hoje do que as imagens digitais que (não mais) a representam. Han atribui esse fenômeno às mídias digitais; a imagem midiática digital não é mais uma tentativa de captar o real como representação, mas uma tentativa de superá-lo, sendo mais realista que o real, de torná-lo limpo e liso; não é a imagem que segue o real, mas o real que toma a imagem digital como modelo idealizado.

A fotografia digital, por exemplo, como hiper fotografia, deve ser mais real do que o real em si: uma hiper-realidade sem referente. Enquanto a fotografia analógica tem uma relação intrínseca e direta com seu referente, se – retomando Barthes pelo olhar de Han (2022a) – ela é um "foi-assim", um registro da presença do objeto, um encontro único com ele, a fotografia digital é pura ilusão, sem encontro, até mesmo porque a visão da pessoa que fotografa agora é terceirizada para o *smartphone*. E o processamento digital – a edição das fotografias, filtros – apagam ainda mais o referente de seu horizonte. Assim, a fotografia digital torna-se autorreferente.

As imagens digitais também funcionam como uma defesa inconsciente contra o choque da realidade. Em sua lisura e perfeição, protegem do choque da experiência da realidade que é imperfeita, suja, cheia de contornos e irregularidades. Uma coisa é ver a imagem digital (fotografia digital) de um lugar turístico. Outra coisa é a experiência de estar fisicamente nesse lugar.

Han toma como exemplo a Síndrome de Paris: uma sintomatologia associada ao contraste – choque de realidade – entre a imagem idealizada de Paris e a Paris real que os turistas conhecem quando a visitam. Essa síndrome, segundo Han, afeta particularmente os turistas japoneses.

Ele relaciona o comportamento característico desses turistas de registrar tudo em fotos durante seus passeios com uma defesa psíquica inconsciente contra esse choque provocado pela

experiência da Paris real. “Fotos *belas*, como imagens ideais, os protegem da *realidade suja*” (Han, 2018a, p. 55).

O outro enquanto irrupção do real é mantido distante pelas mídias digitais; a própria produção massiva de imagens digitais na contemporaneidade pode ser compreendida como um mecanismo de defesa contra a incompletude do real, um refúgio contra sua facticidade. Como “a mídia digital não tem idade, destino e morte (Han, 2018a), é um recurso técnico de otimização para se contrapor a essas facticidades. Por isso, ela tem pouca analogia com o real, pois ela é livre da negatividade.

O belo digital, ao contrário do belo natural e do belo artístico, é feito para ser curtido imediatamente. Seu tempo é o presente aplainado, que não oferece resistência, sofrimento ou dor. Não há choque, mas consentimento e consenso diante daquilo que se dá completamente a ver. A imagem digital, para Han (2018a), está associada a uma outra forma de vida, que não tem a negatividade do tempo – ao contrário da fotografia analógica, por exemplo –, pois a mídia digital é atemporal e nela, o tempo é congelado.

Se a imagem digital é livre do devir, sem nascimento ou morte, ela não floresce e nem reluz, pois é totalmente positiva. O presente e a presença são permanentes nela.

> O belo digital bane a negatividade do não-idêntico. Permite apenas diferenças consumíveis, úteis. A *alteridade* dá lugar a diversidade. O mundo digital é um mundo que os humanos distenderam, por assim dizer, com sua própria pele-rede, com sua própria retina [*Netzhaut*]. Esse mundo humano *conectado* em rede leva a um auto espelhamento permanente. Quanto mais densa se tece a rede, mais profundamente se instaura uma tela entre o mundo e o outro, o fora. A retina digital, essa pele conectada digital, transforma o mundo em uma imagem na tela em uma tela de controle. Nesse espaço visual autoerótico, nessa *interioridade digital*, não é possível surpresa ou maravilhamento. Curtindo, os humanos se encontram apenas ainda em si mesmos (Han, 2019a, p.42).

As imagens digitais contemporâneas são lisas, pornográficas e hiper-reais. Descoisificadas, podem ser consumidas “sem moderação”. São feitas para fluir na comunicação digital, perfeitas para ocupar espaços como as redes sociais digitais.

Han (2019a, p. 7) afirma que “o liso é a marca do presente”. O que ele chama de estética do liso pode ser facilmente identificada ao redor: da depilação brasileira aos *smartphones*, passando por obras de arte (como as esculturas de Jeff Koons), mesmo na moda e decoração, o liso aparece no minimalismo bem-organizado do *quiet luxury* (luxo silencioso, em tradução

direta). É uma estética sem rasgo, sem lacunas, sem resistência, sem alteridade. É sinal evidente de uma sociedade em busca da pura positividade.

Se a comunicação digital é lisa, feitas de curtidas, compartilhamentos e de reiteração do mesmo, sua dimensão visual também é. Por isso, a comunicação visual "realiza-se por *contaminação*, sem qualquer distância estética" (Han, p. 16, 2019a). A imagem digital em suas diversas manifestações na comunicação digital, não é feita para ser contemplada, nem para que o pensamento se debruce sobre ela; é feita para a curtida, para ser compartilhada, para o escaneamento rápido do olhar.

Assim, não pode ser complexa, tem que ser altamente compreensível (= altamente informativa). Por isso ela é pornográfica: não é erótica, pois é sem mistério. Nada esconde para tudo informar; é lisa e plana. O olhar a percorre sem se demorar e a "compreende".

O hipercapitalismo "pornografiza" o mundo ao desencantá-lo, eliminando rituais e dessecralizando-o; quando torna tudo mercadoria que tem valor meramente expositivo. Esse processo acontece com as pessoas, enquanto sujeitos de desempenho. Seu valor reside na exposição. O erotismo dá lugar ao *sex appeal*. Suas imagens digitais postadas em redes sociais, por exemplo, precisam ser *sexys*. Há até um termo no Brasil que designa a ação de produzir fotos digitais sensuais em que os usuários procuram atrair interações como curtidas e comentários: "biscoitar'.

Esse processo de produção de si nas plataformas sociais, a partir da criação de fotos, vídeo, textos, anda de mãos dadas com o desenvolvimento dos *smartphones*. Han (2022b, p. 43) afirma que "o constante digitar e deslizar no *smartphone* é um gesto quase litúrgico que influencia massivamente a relação com o mundo". Percebemos a realidade a partir de sua tela e nossa percepção mesma é terceirizada para ele. A desmaterialização do mundo, em certa medida, é mediada hoje pelo *smartphone*, que elimina a facticidade da realidade tornando-a informações que podem ser registradas.

Nas mãos de seu usuário, o *smartphone* determina o mundo. A interação com os dedos, deslizando pela tela, digitando, reduz o mundo e a relação com a alteridade ao desejo daquele que o tem nas mãos. Por isso, para Han, ele favorece o autocentramento, tendência da sociedade do desempenho. A própria tela é um modo de evitar o choque do outro – seja a realidade ou outra pessoa – e torná-lo liso, disponível, pronto para atender às necessidades ou, caso algum sinal de negatividade desponte no horizonte digital dessa tela, dispensá-lo.

Para Han, o *smartphone* favorece a aproximação entre a visão e o tato. Como esse aparelho coloca o mundo digitalizado à mão e à vista de seu usuário, destrói distâncias e dessacraliza o mundo, tornando tudo disponível para consumo. "O *touch screen* subsume a

negatividade do outro, do indisponível" (Han, 2022b, p. 44), justamente por sua relação intrínseca com o sentido do tato, que desmistifica porque supera a distância.

Por exemplo: no conceito de aura da obra de arte de Benjamin, é a distância que a produz. O belo, segundo Han (2022b; 2019), pressupõe distância. Distância é parte da negatividade. O mundo digitalizado, descoisificado, agora "cabe na palma da mão", está disponível como informação para ser consumido. A visão, que antes se espantava com o mundo, sob influência do tato, junto com o dedo que digita e torna tudo consumível, agora elimina distância e devora as imagens digitais do mundo. "O mundo só se torna totalmente disponível e consumível no momento em que é objetivado como imagem" (Han, 2022b, p. 45).

A tela e a câmera do *smartphone* são fundamentais na produção do mundo como imagem. Elas o convertem em imagens digitais e assim, esse infômato – o principal infômato de nossa época, para Han – reúne todas as formas do pôr (pedir, imaginar, produzir). Ele toma conhecimento do mundo pois *põe o mundo diante de si*. E agora, a sociedade do desempenho, de *smartphone* em punho, vai além de ver as imagens do mundo que o *smartphone* coloca diante de si e dá luz à hiper-realidade, a produção do mundo a partir das imagens feitas por esse infômato.

Uma vez que ele converte o mundo em imagens, ele também converte o sujeito de desempenho em imagens; também serve na produção desse sujeito em imagens midiáticas digitais que vão aumentar seu valor de exposição nas plataformas sociais contemporâneas, as redes sociais digitais.

As fotos digitais são não-coisas, pois são informação visual. Não são feitas para serem relembradas ou vistas continuamente, seu tempo é o agora. As *selfies*, por exemplo, são um ato comunicativo que só é válido no contexto da comunicação digital. São mensagens cuja temporalidade é mesma das mensagens orais, sua validade existe apenas quando são vistas. Han as compara às mensagens de secretaria eletrônica, cuja atualidade é a do momento em que são ouvidas. Fora desse contexto, podem ser apagadas, porque já se tornaram inúteis, não precisam ser relembradas.

As *selfies s*ão feitas para as redes sociais digitais (como o Instagram, por exemplo), para serem curtidas e compartilhadas. Seu valor reside na exposição do rosto – e em última instância, do sujeito de desempenho – como mercadoria para o olhar do outro. Elas existem para serem vistas. "A *selfie* é o rosto exposto sem aura. Falta-lhe aquela beleza "melancólica". Esse tipo de registro se caracteriza por uma alegria digital." (Han, 2022b, p. 66).

As *selfies*, que apresentam o rosto em close-up, são para Han (2019a) um fenômeno exemplar do que acontece de maneira geral nas sociedades hiper capitalistas. Nessa fotografia

digital, o fundo fica desfocado e o rosto torna-se autorreferencial, perde sua relação com o mundo.

O rosto em close-up na selfie torna-se face; sem profundidade de campo, expõe a face lisa como fachada, sem interioridade, sem olhar, pois "a intencionalidade da exposição arruína a *retenção* constituinte da interioridade do olhar" (Han, 2019, p. 25). A *selfie*, no contexto da comunicação digital, exemplifica uma característica notória dessa forma de comunicação para Han (2018a; 2019a; 2022b) que é a descorporificação, a perda do olhar e da voz. O rosto exposto em face é pornográfico, pois perde sua interioridade, seu segredo, seu silêncio; é sem olhar.

A eficiência da comunicação digital nos afasta do real e das pessoas, pois, para seu fluxo contínuo, elas são resistência. Assim, o corpo, o rosto, a voz do outro – experiências de contato com a alteridade, com a negatividade – são excluídas. "O *smartphone*, como o digital em geral, enfraquece a capacidade de lidar com o negativo" (Han, 2019b, p. 45). É um aparato digital que totaliza o imaginário, descontrói o real e abre um espaço narcísico em que prevalece o auto espelhamento, no qual o outro é calado.

As imagens anteriores à comunicação digital e às plataformas sociais eram mais dotadas de rosto, segundo Han (2018a). Elas eram um contraposto, tinham autonomia, portanto, negatividade. Por isso, ele entende que elas tinham um rosto e eram capazes de olhar de volta. O filósofo franco-coreano relembra Sartre, Lacan e Barthes para apontar esse outro como olhar. Para Sartre, por exemplo, o mundo era dotado de olhar e "o *outro* como olhar está por toda parte" (Han, 2018a, p. 46). O processo de narcisificação da percepção que o *smartphone* põe em marcha apaga esse olhar que vem do outro.

Han (2018a, p. 48) afirma diz que "o olhar é o *outro* na imagem, o outro que me olha, que me prende e me fascina. Ele é o *punctum* que rasga o tecido homogêneo do *studium*". Os conceitos que Barthes usa para analisar as fotografias analógicas evocam a experiência com uma coisa, inclusive, com uma coisa do coração (basta lembrar da foto de sua falecida mãe). A foto analógica tem memória, narratividade, negatividade. Implica mistério e distância, silêncios e uma temporalidade extensa, que vai além do momento; abre espaço para pensamento e sentimento, para a elaboração discursiva.

Tanto que Han lembra que o conceito de *punctum* de Barthes implica uma latência quanto à sua percepção, que não acontece no contato entre olho e foto, mas *a posteriori*, no "lembrar-se de". É uma percepção estendida que acontece no tempo da elaboração, para além da imediatidade do contato entre olho-foto. O studium também pressupõe um olhar desinteressado que vagueia pela foto sem objetivo e sem vontade de consumo imediato.

Nas imagens digitais, os conceitos de studium e punctum, segundo Han (2019a) precisam ser expandidos para o *affectum* (grifo do autor). Como o meio digital favorece a descarga de afeto, que acelera a comunicação digital em uma temporalidade diferente do pensamento e do sentimento, por exemplo, logo, as imagens digitais, como a fotografias digitais nas redes sociais digitais, as *selfies*, não podem ser analisadas exclusivamente pelo par conceitual proposto por Barthes.

O *affectum* que predomina nas imagens digitais tem a temporalidade do agora, pois a percepção delas é viral, contagiosa, do contato instantâneo entre o olho e imagem. Ele grita e excita; o *affectum* não se demora desinteressadamente na imagem digital e nem a rememora. "Produz apenas exaltação e estímulo sem palavras que provocam uma curtida imediata" (Han, 2019a, p. 59).

Por isso, de maneira geral, as imagens digitais são pornográficas: elas não permitem o distanciamento estético, o fechar os olhos, a percepção estendida, pois "é na aceleração que se totaliza a *presença* imediata. Ela reprime toda a latência" (Han, 2019a, p.58). Como não-coisas, elas estão sempre à mão, à disposição. Aí reside a sua obscenidade.

As não-coisas não permitem que se demore sobre elas; sua temporalidade é imediata. Assim, "o tempo digital se desintegra em uma mera sequência de presenças pontuais" (Han, 2022b, p. 68). Essa é uma característica da comunicação digital e das plataformas sociais. Os *stories* do Instagram ou *Snapchat* e os *status* do WhatsApp, por exemplo, são registros fragmentados de momentos e não uma narrativa. São informações que são adicionadas, mas não compõe uma narração. Da mesma forma, as mensagens com tempo determinado – como no WhatsApp, por exemplo – reforçam a validade do "aqui e agora" da comunicação digital.

As *selfies,* como imagem digital, revelam seu *affectum* nas poses exageradas, *duck faces* ("cara de pato"), filtros e edições. Como são mensagens e servem à comunicação, precisam "fazer barulho" para chamar a atenção. Porém, são pouco expressivas. Os recursos técnicos e poses padronizadas não permitem que a pessoa se expresse, mas que o sujeito de desempenho se otimize tentando aumentar seu valor de exposição. O rosto exposto na *selfie* torna-o uma mercadoria. Não há compromisso com sua interioridade, há uma ação registrada (as expressões posadas e exageradas) que visa ao valor de exposição, em última análise, do sujeito do desempenho.

Como as *selfies* são tagarelas e barulhentas, são feitas para brincar. A comunicação digital tem essa dimensão lúdica, divertida, própria do brincar. Logo, as imagens digitais, forma de mensagem privilegiada nesse meio, servem para a ação, para a brincadeira.

Especialmente no caso da *selfie*, como forma de comunicar e brincar, o rosto que ela traz como máscara (fachada), segundo Han (2022b), é invadido pela comunicação. Isso tira sua aura, característica do retrato analógico, por exemplo. Nesse retrato, as poses são contidas (mais "sérias"), pois visam, na visão de Han registrar a interioridade da pessoa retratada; de alguma forma, ela procura aproximar sua autoimagem da imagem no retrato.

Na *selfie*, o rosto é produto da otimização de si, é encenação e produção de uma imagem que "anuncia o desaparecimento da pessoa impregnada de destino e história' (Han, 2022a, p. 70). É a expressão de uma forma de vida centrada no momento, que se faz em fragmentos e se desconecta do passado e não se lança ao futuro, mas que produz o presente brincando.

Han lembra, por exemplo, das *selfies* tiradas em funerais. Esse ato "estranho", é sinal dessa forma de vida feita de momentos: a transitoriedade e a morte não existem. Logo, não há trabalho de luto. Por isso, ele afirma que as "*selfies* não enlutam" (Han, 2022a, p. 70).

De acordo com Han (2022b, p. 46) "*selfies* são o si em formas vazias". Elas servem para a comunicação digital, mas são mudas. Apesar da tagarelice e das poses, são (como as imagens digitais em geral) sem olhar e sem voz. São sinais de uma autorreferência narcísica que servem para ocultar o si vazio por, pelo menos, pouco tempo.

Han (2022a) entende que o vício em *selfie* – a tendência compulsiva a tirar fotos do rosto – não é uma expressão de amor-próprio, mas uma reação a um vazio interno associado a esse fechamento narcísico. Apela-se ao *smartphone* na tentativa de produzir a si mesmo para lidar com o sofrimento provocado por esse vazio, que no fim das contas, acaba por reproduzi-lo. Por isso, o vício em *selfie*, ao invés de aplacar o sentimento de vazio, acaba por acentuá-lo. "*Selfies são belas e lisas superfícies de um si esvaziado e inseguro"* (Han, 2022a, p. 46).

Na contemporaneidade, falta às imagens digitais o peso da facticidade. Elas não são um contracorpo que seduz, irrita ou resiste. Como elas são feitas para serem curtidas, elas não confrontam. E sem essa resistência da alteridade, cai-se duramente em si mesmo, o que leva a uma auto erosão (Han, 2022a).

Tal condição dessas imagens midiáticas é inerente ao seu meio, pois o meio digital é um "*medium* sem olhar" (Han, 2022a, p. 85). Esse espaço sem corpo, de não coisas, carece também de voz. Para Han, por mais que as pessoas se exponham nas redes sociais digitais, elas carecem do olhar do outro. As pessoas se dão a ver, mas não se sentem vistas.

A comunicação digital, para Han, é expansiva, no sentido de não ter ou não precisar de alguém a quem diretamente se dirigir, não necessita do outro, a quem se pode dirigir como um tu. Não se imagina que o outro atrás da tela é alguém de carne e osso com suas dores e alegrias,

pois “na comunidade do *like*, nos encontramos com nós mesmos ou com nossos iguais” (Han, 2022a, p. 130).

Nas redes sociais digitais, como o Facebook, X (antigo Twitter) ou o Instagram, é possível postar mensagens que não miram alguém especificamente. Não são espaços para o discurso (no sentido mais políticos), para a discussão de problemas comuns, pois “o espaço político é um espaço em que eu me confronto com outros, falo com outros e os escuto” na visão de Han (2022a, p. 130). As plataformas sociais são espaços para envio de propagandas e para a descarga de afeto, o que, de acordo com as ideias do filósofo, não promove a possibilidade do estabelecimento de uma esfera pública.

3.5 Em busca de uma tentativa de concluir

A partir das ideias de Han, tentamos identificar as linhas que nos permitem traçar um mapa de leitura sobre a(s) sociedade(s) capitalista(s) contemporânea(s), a forma de comunicação social que prevalece e que lugar as redes sociais digitais como o Instagram ocupam nesse contexto. Vamos retomar aqui alguns pontos para debate e aprofundamento.

Para o filósofo, há uma conexão entre tecnologias de comunicação digital e os desenvolvimentos do capitalismo. Com a mudança da forma de produção – que se acentua a partir da segunda metade do século XX com a expansão do neoliberalismo – que se torna mais imaterial, as tecnologias de comunicação (associadas ao desenvolvimento da internet) desenvolvidas ao longo desse processo, permitem que a comunicação se desmaterialize e torne-se digital. Já Lipovetsky afirma que:

> A era do “capitalismo total” é a do “turbo-capitalismo”: ela coincide com o enfraquecimento da força estruturante das ideologias, das instituições e das forças sociais que, no passado, faziam contrapeso à força do mercado, e também com o desmantelamento das medidas protecionistas e administrativas, a flexibilização ou a supressão das regras que enquadram as transações financeiras (Lipovetsky, 2016, p. 49).

O impacto disso é reflexo de uma mudança dentro do capitalismo, que passa a ser mais imaterial do que material. O capital financeiro e sua dinâmica tecnológica e fluída passa ao primeiro plano, solapando a produção de bens tangíveis do capitalismo. Quer dizer que os bens de consumo perderam sua importância? Nada disso! Mas a lógica que rege sua produção é amplamente influenciada pela dinâmica contemporânea do capital leve e fluido. Lipovetsky

(2016, p. 50) afirma que o "sistema "desmaterializado", móvel, rápido, da economia financeira e eletrônica destronou, pelo menos parcialmente, o capitalismo material, "pesado" e lento à moda antiga".

Han tem uma visão pessimista. Bebe ostensivamente das ideias de Baudrillard ao ponto de, em alguns momentos, parecer esquecer de dar-lhe crédito. Ou, na melhor das hipóteses, talvez as ideias do paroxista indiferente já estejam tão assimiladas ao seu pensamento que fica difícil divisar quem disse o que primeiro.

Com seu estilo de escrita condensada, Han faz afirmativas contundentes. Apresenta teses arriscadas, de alto teor especulativo, que carecem de relativização e flertam com a polêmica. É um crítico do neoliberalismo, das tecnologias da comunicação que não faz concessões: está do lado dos apocalípticos.

Por isso, vamos retomar dois pontos que abordamos do pensamento de Han ao longo do texto: a transformação do cidadão em consumidor, que, para o filósofo, resulta em uma passividade política, e o fim da luta de classes a partir do avanço do neoliberalismo e da individualização. Fisher (2020) pode nos ajudar a pensar um pouco melhor sobre essa questão.

A ação política tradicional depende da organização coletiva: sindicatos, partidos, organizações de classes ou em torno de causas comuns. Fisher (2020) argumenta que o declínio dos sindicatos (especificamente no contexto britânico dos anos 80) foi fundamental para o sentimento de impotência diante do avanço do neoliberalismo. Essas organizações eram agentes coletivos capazes de organizar o descontentamento em uma luta organizada. Sem um agente coletivo, o descontentamento é apenas individual, e mais do que em ação, resulta em depressão, fatalismo, em acreditar na responsabilidade pessoal pelo desempenho dentro de um contexto social complexo, com diversos agentes e fatores interrelacionados.

Com a chegada do pós-fordismo (Fisher, 2020), houve uma precarização geral das condições de trabalho e ao mesmo tempo, o discurso neoliberal incentivava as pessoas a não se identificarem mais como trabalhadoras. Sua astúcia foi captar o desejo dos trabalhadores, desejosos de maximizar lucros e livrar-se de amarras burocráticas. Essa desidentificação à classe teve como resultado dissolução da consciência de classe, enquanto cresciam as lutas culturais.

Sabemos que existem articulações políticas e vários grupos exercendo pressão por reconhecimento e direitos: pessoas pretas, grupos LGBTQIAPN+, neurodivergentes, ativistas ambientais. Porém, essas lutas, mais do que minar a o neoliberalismo, reforçam sua condição de única opção possível (Fisher, 2020) no campo econômico, para além de crenças e ideologias.

Então, cabe relativizar a passividade do cidadão tornado consumidor. Afirmar que ele é passivo é uma generalização excessiva, talvez. Equivale a afirmar que todas as pessoas em qualquer lugar são politicamente passivas. Pode até ser uma generalização especulativa que sirva para pensar sobre alguns fenômenos. Porém, é preciso considerar os contextos locais diferentes.

Assim como Han, Fisher (2020) também aponta para esse processo de individualização da responsabilidade. Ele afirma que é uma estratégia da classe dominante responsabilizar as pessoas da classe dominada pela sua situação. O voluntarismo mágico "– a crença de que está dentro do poder de cada sujeito se tonar o que quer que seja – é a ideologia dominante e a religião não oficial da sociedade capitalista contemporânea" (Fisher, 2020, p. 140).

O autor entende que o conflito de classe não está terminado, mas que a consciência de classe foi esvaziada e precisa ser retomada "convertendo o descontentamento privatizado em raiva politizada" (Fisher, 2020, p. 141), a partir de novas formas de envolvimento político e revitalização de instituições decadentes.

As ações dos diversos grupos, embora necessárias, não tem se mostrado capazes de uma mobilização generalizada. Da mesma forma, ações anticapitalismo e certas mobilizações políticas têm um caráter espasmódico, pois carecem de um projeto político de longo prazo. São explosões que resultam em protestos, mas não se convertem em projetos. Conforma afirma Fisher (2020, p. 155) "é difícil enxergar como as lutas podem ter sucesso sem fazer parte de um conjunto".

Pensando no contexto brasileiro: a eleição de pessoas LGBTQIAPN+ tende a ser uma forma de articular as lutas diárias em um projeto político maior. São agentes políticos que na esfera da política formal, vão lutar pelos direitos de seus eleitores propondo projetos de lei ou votando contra projetos de lei que infrinjam seus direitos.

Quando Han afirma que o neoliberalismo, ironicamente, trouxe a solução do conflito de classes, o que ele ignora é que, independente da falta de consciência de classe, o conflito ainda existe. A destruição da identificação de classe, a individualização, a competitividade e a auto exploração, não necessariamente eliminam esse conflito. Ele só mudou. Não é porque as pessoas não têm consciência dele, que ele não existe. Como afirma Fisher (2020, p. 28), "é preciso ter em mente que o capitalismo é *tanto* uma estrutura impessoal hiper abstrata *quanto* algo que não poderia existir sem a nossa colaboração".

Em um mundo capitalista, a força do capital move montanhas e derrota moinhos num piscar de olhos; ergue palácios no deserto e reduz cidades a desertos (de Dubai ao fenômeno dos shoppings abandonados e sem se esquecer do filme de Michael Moore, Roger & Me[19]).

A força desse capital financeiro, tecnológico e imaterial pressiona as sociedades a partir do seu interior: da cultura e dos laços sociais. Do mesmo modo, pressiona os Estados, cada vez mais lentos em dar respostas aos seus cidadãos diante da ferocidade das crises econômicas e das transformações do mundo do trabalho e desse rearranjo no espaço da cultura. Além disso, Estado e capital envolvem-se em relações espúrias.

Segundo Fisher (2020, p. 34), "o realismo capitalista implantou com sucesso uma "ontologia empresarial", na qual é simplesmente óbvio que tudo na sociedade, incluindo saúde e educação, deve ser administrado como uma empresa". Sob o mantra neoliberal "mais mercado, menos Estado", cada vez mais os Estados tendem a trabalhar pela promoção do capital e interesses de grandes empresas, enquanto terceirizam às mesmas e aos cidadãos as responsabilidades pela gestão de suas existências (a promoção dos planos de saúde privados, privatização da segurança, educação e previdência, em detrimento do fornecimento público garantido pelo Estado).

> A ideologia neoliberal hegemônica busca estender a lógica da competição de mercado a todas as áreas da vida social a fim de que, por exemplo, saúde e educação – ou mesmo as próprias decisões políticas (o voto) – sejam percebidas como investimentos feitos por sujeitos com seu próprio capital ((Žižek, 2014, p.53)

Assim, essa colonização dos espaços da vida pelo mercado se mostra visível no cotidiano. "Por conta disso, nada mais escapa ao mercado e ao reino do capital: na arte, no esporte, na cultura, em toda parte é uma cultura do negócio global que governa o mundo e suas atividades." (Lipovetsky, 2016, p. 50).

E os impactos disso são enormes. Nesse novo rearranjo dos laços sociais, cada pessoa torna-se uma pequena empresa. A linguagem econômica restrita aos *traders* e especialistas, é aplicada para se referir aos comportamentos e atitudes de "Joãos" e "Marias" que andam pelas ruas. O conceito de empreendedorismo migra do meio empresarial para o pessoal: cada sujeito gere sua vida como uma organização privada. Deve produzir, cumprir metas estabelecidas dentro de prazos, deve maximizar ganhos evitando desperdícios e riscos. A vida é medida,

[19] Documentário do diretor estadunidense Michael Moore, de 1989. Com seu estilo polêmico, o diretor relata as consequências econômicas e sociais do fechamento de fábricas da General Motors em sua cidade natal, Flint, que deixaram mais de 60.000 pessoas desempregadas.

quantificada; sucessos e dessabores são assim analisados a partir de dashboards com gráficos de desempenho que medem cada aspecto particular e sensível da existência.

De acordo com Fisher (2020, p. 62), “na era pós-fordista, quando a linha de montagem se transforma em “fluxo de informação”, é comunicando que se trabalha”. A comunicação digital, dentro de um contexto produtivo mais imaterial próprio ao neoliberalismo (em que a produção e circulação de capital se tornam mais velozes quando se tornam informação, as não-coisas), permite o aumento da produção, circulação e recepção de informação e comunicação. Nesse cenário, o poder também muda. De um biopoder, transforma-se em um psicopoder.

Enquanto o biopoder tinha uma ação muito mais ortopédica, pois mesmo que mirasse a mente (uma vez que seu objetivo era que o sujeito se submete-se completamente e ele), o psicopoder é sedutor e convidativo; não é uma mão opressora que pressiona, mas uma mão de gestos suaves que acaricia.

Exemplificando: o biopoder era uma forma de domínio exercido sobre as pessoas em que elas precisavam se adequar. Seu imperativo era o dever; em seu nome, as pessoas deveriam se submeter. Tinham que se adequar às condições impostas pelo poder. As instituições (escolas, presídios, hospitais psiquiátricos) eram espaços de expressão de seu poder.

Um exemplo da sociedade disciplinar é a distopia de Orwell, 1984: as pessoas dominadas por um governo tirânico tinham que se adequar para funcionar naquela sociedade de regras rígidas e bem delimitadas. As pessoas tinham que estar em trabalhos determinados, realizar ações coletivas determinadas pelo governo; as delações de dissidentes eram incentivadas. As teletelas eram uma forma de controle (espécie de televisores que permitiam ao governo observar as pessoas em sua intimidade), que mostravam notícias, passavam programas de exercícios, hinos, a fim de manter sua ideologia viva nas pessoas.

Na contemporaneidade, o psicopoder é exercido de outra forma. Nessa(s) sociedade(s) em que o neoliberalismo prevalece e impõe sua forma de produção imaterial, o verbo modal não é mais dever, mas poder. As pessoas se submetem ao poder não porque são obrigadas, mas por escolha; se submetem à exploração não por obrigação (dever), mas porque podem. Liberdade e sujeição (na forma de exploração) se encontram no sujeito que introjeta a instância exploradora. Logo, a exploração não é mais tão somente exterior, mas interior: “eu me exploro porque posso, porque sou livre para produzir (me explorar)”.

Conforme aponta Fisher (2020), esse contexto leva uma reestruturação do sistema nervoso. Uma vez que a vida se torna trabalho *full time*, é necessária a capacidade de responder a cenários instáveis – crises econômicas, ambientais, políticas, desemprego – que tornam mais

difíceis a projeção de um futuro com flexibilidade e *just-in-time*. O tempo torna-se instável, fragmentado, puntiforme.

E como funciona o psicopoder nessa sociedade? Em certo sentido, entendemos o psicopoder como uma realização mais efetiva do biopoder. Em última análise, o biopoder visa a uma correção/adequação do sujeito à norma, a uma adequação moral. Assim, visa atingir o âmago do sujeito, sua mente. Porém, busca esse resultado pela coerção exterior e depende de instituições e dispositivos, além, de muitas vezes, recorrer à violência direta para sujeitar as pessoas.

Retomemos novamente a obra literária 1984: as personagens viviam em uma atmosfera de opressão: todos usavam as mesmas roupas, tinham atividades pré-determinadas pelo governo, as teletelas nos apartamentos e no trabalho eram o olhar intrusivo do Grande Irmão, viviam sob uma rotina determinada e controlada, constantemente doutrinados. Porém, ainda havia um espaço interior para alguma resistência, para o pensamento livre. Winston e Julia – Personagens principais da trama – representam essa liberdade interior que os levam a resistir a opressão do poder.

Na nossa realidade, tudo muda de figura quando a teletela vai conosco para todo lugar em bolsos e bolsas e quando se torna um infômato que coleta informações continuamente sobre nossa vida. E quando acessamos sacamos essa teletela para relatar nossa vida em imagens, vídeos e textos em plataformas sociais que acessamos gratuitamente, mas que ganham dinheiro explorando as informações que por livre e espontânea vontade, geramos nelas.

Da mesma forma, o trabalho que ficava na fábrica ou no escritório vai junto com as pessoas para todos os lugares e se expande para ocupar além das horas de trabalho, as horas livres, as horas de descanso, fins de semana, feriados, horas de sono. Tudo é trabalho o tempo todo.

O psicopoder é *smart*, segundo Han: não oprime, mas seduz, convida. Sua astúcia reside no fato de não ser mais uma instância exterior que oprime e explora, mas é a própria pessoa que se explora. O desejo de gozar das benesses de uma sociedade de consumo incentiva as pessoas a entrarem no jogo do mercado neoliberal. Para consumir, é necessário produzir.

Bauman (2008) aponta que o mundo contemporâneo, líquido, é um mundo tornado mercado. O que isso quer dizer? Significa que o funcionamento da vida privada e social está sujeita às leis, ao modelo do espaço de circulação do capital comumente chamado de mercado. Produção e consumo moldam a vida que corre no ciclo produzir-para-consumir, consumir-para-produzir.

Para Lipovetsky (2016), a contemporaneidade traz as marcas de uma mudança na relação das pessoas com o consumo, que privilegia menos as relações de classe e os aspectos simbólicos (os produtos enquanto signos de distinção e identificação) e mais seu aspecto lúdico.

Tal mudança guarda suas raízes no que o filósofo chama de capitalismo de consumo, no qual mais pessoas passaram a ter acesso aos produtos industrializados, a partir da expansão da produção – e a popularização dos bens, mais baratos pela produção em larga escala – ao mesmo tempo em que a renda média dos trabalhadores aumentou, o que permitiu uma nova relação com o ato de consumir. Essa nova relação baseia-se na possibilidade de usufruir de um consumo para além das necessidades de sobrevivência. De acordo com Lipovetsky:

> Não são mais apenas as camadas superiores que podem comprar "por prazer" e consumir para além da cobertura de suas necessidades básicas, mas também as massas. Dessa forma, a grande maioria dos consumidores acedeu a um novo registro da existência: o da leveza consumista, o que exige desapego em relação às necessidades básicas fisiológicas (Lipovetsky, 2016, p. 50).

Aí é possível surgir o que o autor chama de "dimensão *fun*" do consumo, pois assim que "as necessidades "elementares" estão satisfeitas, o consumo tende a se libertar do registro funcional-utilitário em prol de uma busca crescente de divertimentos e prazeres." (Lipovetsky, 2016, p.51). Sensações e experiências ganham destaque na atividade de consumir, uma vez que a dimensão simbólica de classe se torna menos preponderante. O consumo ostentação vai para o *backstage*, enquanto as luzes do palco se voltam para o consumidor-colecionador-de-experiências.

"Com a mercantilização crescente da vida, o comportamento frívolo está sempre se expandindo." (Lipovetsky, 2016, p. 51). Como parte dessa mercantilização da vida, do outro lado, está a penetração do mercado em todos os aspectos da existência do homem na contemporaneidade. Jogos, entretenimento, viagens, espetáculos, smartphones, roupas, tornam-se privilegiados nesse novo espaço de consumo. E as redes sociais digitais. São gastas incontáveis horas assistindo a vídeos, lendo posts e vendo imagens – ou seja: consumindo conteúdo produzido nessas redes –, muitos deles, aliás, promovendo estilos de vida que demandam consumo de bens e serviços específicos. E isso tem impacto nas novas configurações de existência dentro do mundo tornado mercado. Uma vez que o consumo se tornou prevalente nas sociedades contemporâneas, Bauman afirma que:

> Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável (Bauman, 2008, p.20).

Assim, cada um deve reunir as condições para valorizar sua capacidade de trabalho, seu capital pessoal, sua atratividade para conquistar relacionamentos – profissionais, amistosos e amorosos – e manter-se interessante, indispensável. O objetivo máximo é ser o mais belo produto na prateleira da vida e as pessoas são, "ao mesmo tempo, os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem. São, simultaneamente, o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores." (Bauman, 2008, p. 13).

Logo, o sujeito de desempenho, livre para consumir o que quiser e para produzir o quanto quiser (para poder consumir o que quiser), precisa explorar a si mesmo. Uma vez que ele deseja entrar no jogo, faz o (im)possível para se manter nele. Seu único limite é ele mesmo. Aí está a astúcia do psicopoder.

Em um mercado de trabalho competitivo e precarizado, a necessidade de estar sempre otimizado(a) para continuar competitivo(a) e suficientemente produtivo(a) e consequentemente capaz de consumir, demanda uma otimização de si contínua e ininterrupta.

E essa lógica se estende, assim como o trabalho, para todos os espaços da vida. É preciso otimizar o corpo com exercícios e procedimentos estéticos para aumentar o sex appeal, é preciso otimizar o conhecimento e o rendimento profissional com cursos, leituras de livros mais recentes e orientações de coaches, é preciso otimizar a mente para manter a produtividade e não sucumbir ao burnout ou à depressão, logo, uma boa terapia com foco nos pensamentos positivos e em *mindfulness* será excelente para manter a mente afiada para os desafios do mercado; é preciso angariar seguidores nas redes, logo, produzir "conteúdo de valor" é necessário para "influenciar pessoas e fazer contatos" a partir da construção de uma imagem idealizada.

Em um mundo que totaliza o mercado – o mundo-mercado – o Eu se torna uma mercadoria: o eu-mercadoria, que deve estar em constante desenvolvimento. A mesma obsolescência programada que assola os produtos, assola as pessoas. Fazer a si mesmo, se refazer, se repaginar, são exigências para manter-se atraente diante das mudanças que o mercado de trabalho exige e das mudanças que permeiam o conceito do belo de cada época. "O teste em que (todos) precisam passar para obter os prêmios sociais que ambicionam exige que remodelem a si mesmos como mercadorias, ou seja, como produtos que são capazes de obter e atrair demanda e fregueses." (Bauman, 2008, p.13).

Na sociedade do desempenho, há uma espécie de moralidade do desempenho, que se traduz em sobrevalorização da performance e alto rendimento. Para Sibilia (2015), performance é um conceito oriundo do universo das artes. Na contemporaneidade, desloca-se para diferentes discursos: o do desempenho profissional e do espetáculo. Não é à toa que na vida performática das redes sociais digitais, visa a demostrar o alto desempenho pessoal e profissional.

O caráter performático da existência entra em jogo na busca por visibilidade, reconhecimento, fama e dinheiro. Na sociedade de consumidores, onde há uma tendência à mercantilização da existência, destacar-se na massa homogênea é extremante difícil. Despontar nas *timelines* das plataformas sociais ou entre os currículos frios dos candidatos a uma vaga de emprego é uma árdua tarefa. Nesse sentido,

> a tarefa dos consumidores, e o principal motivo que os estimula a se engajar numa incessante atividade de consumo, é sair dessa invisibilidade e imaterialidade cinza e monótona, destacando-se da massa de objetos indistinguíveis "que flutuam com igual gravidade específica" e assim captar o olhar dos consumidores (blasé!)... (Bauman, 2008, p.21).

Para se destacar na prateleira da vida, é necessária uma tática diferente: fazer de si um personagem, ou pelo menos, interpretar um para o outro do outro lado da tela, numa rotina convertida em história para entreter, cujo ator principal desse espetáculo digital é aquele que disponibiliza sua intimidade.

A construção de si, nesse contexto de uma sociedade midiatizada, on-line, é validada por olhares alheios; a existência se dá por meio de ações performáticas que buscam captar os olhares nas timelines de infindáveis telas em punho. Sibilia (2015, p. 359) afirma que "o esforço performático sempre tem como alvo o olhar alheio: sua meta consiste em conquistar a atenção daqueles que observam."

A alta performance do sujeito do desempenho serve à captura de olhares e ao aumento do seu valor de exposição. Se no mundo-mercado o eu é mercadoria, é preciso investir em sua publicidade.

Existe uma coação, uma pressão social para que as pessoas participem das redes sociais digitais? De uma certa forma, sim; muitas pessoas participam delas, as pessoas são pautadas por certos assuntos a partir da circulação de informações nessas redes. Elas são um espaço de contato, para se manter relações de amizade, amorosas, profissionais. É um meio de se informar sobre novidades em produtos, tendências de consumo e comportamento. Logo, estar nessas redes digitais é importante para se "estar por dentro do que está acontecendo". Estar fora delas

é abrir mão de uma vantagem competitiva inclusive. É ficar para trás na corrida pelo sucesso diante de competidores que abraçam essa tecnologia e a exploram a seu favor.

E aqui voltamos à engenhosidade do psicopoder. Para Han, é muito mais um imperativo interior que nos leva a auto exploração diante de toda a reconfiguração das relações de trabalho com o avanço do neoliberalismo. A hiper competitividade generalizada associada à moral do desempenho levam às pessoas a buscar a superação de seus limites: é preciso produzir mais, para acumular mais, para consumir mais e consequentemente, para **ser** mais. É um ideal cultural, social, com o qual o sujeito do desempenho se identifica e o introjeta.

A violência do psicopoder é muito mais sutil do que aquela empregada pelo biopoder. Existe ainda uma pressão à conformação social na contemporaneidade, porém, muito menos evidente do que aquela exercida pelas instituições e dispositivos da sociedade disciplinar. Uma vez que o sujeito é um projeto aberto à exploração de seu potencial, depende dele, e não do contexto, explorar e desenvolver todo o seu potencial a partir de suas condições e possibilidades. Cabe e esse sujeito, e mais ninguém, fazer de si a sua "melhor versão".

Da mesma forma, a partir de uma coação interior, impelidos a nos comunicar, produzir e colaborar para a circulação de informação nessas redes. Nós não somos obrigados a recorrer à comunicação e às mídias digitais, somo livres para acessá-las. E afinal, por que ficar de fora? É possível se divertir, se conectar, até mesmo ganhar dinheiro com a comunicação digital; é possível tornar a presença nas redes sociais digitais lucrativa. A imagem e em última instância, a vida, é tornada conteúdo que alimenta essas plataformas sociais contemporâneas.

Eis o nó górdio: comunicação digital, informação, redes sociais digitais e *smartphone* são os componentes de um dispositivo de sujeição. Tornam o sujeito do desempenho transparente, uma vez que expõe o que Han chama de inconsciente digital. A partir do *big data* e *data mining* é possível identificar tendências de comportamento ainda não perceptíveis, tanto em nível individual quanto coletivo (por isso, inconscientes). Aqui está a força do psicopoder: o sujeito de desempenho participa ativamente de sua sujeição julgando-se livre. Usufruindo de sua liberdade, ele se submete à dominação.

Não é mais um prisioneiro passivo do panóptico, mas um coprodutor de sua atualizada versão digital. Se expõe nas redes com sua presença ativa e constante postando, compartilhando, comentando, curtindo. Ao se comunicar, gera dados e informações sobre seu comportamento que são usadas para sua vigilância: observado por marcas, governos, e pelos outros usuários das plataformas sociais, está mais do que nunca coagido à conformidade e a evitar as ações desviantes sob a mira do cancelamento, só para citar uma possibilidade coercitiva como exemplo. A transparência como valor se degrada em terror.

Beiguelman (2021) também observa essa questão da vigilância nas sociedades capitalistas contemporâneas. Para a autora, a diferença entre o panóptico clássico e seu desenvolvimento contemporâneo é a questão do descentramento; é um controle a partir do relacionamento entre as pessoas e "rastreamento passa a depender da extroversão da intimidade pessoal do sujeito em rede" (Beiguelman, 2021, p. 71).

Outra questão que a autora aponta é para a normalização do que ela chama de cultura da vigilância. Esse processo está relacionado às novas tecnologias e produção de imagens e em última instância, à comunicação e à produção e compartilhamento de imagens nas redes sociais digitais que permitiria um controle social que combina informação e biotecnologias. Assim, câmeras de segurança, dispositivos que vestimos e monitoram sinais vitais, uso de biometria e leitura facial, assim como a linguagem das redes sociais ("seguir", *"stalkear*"), são signos dessa tendência a normalizar a vigilância.

Multiplicam-se pelas cidades as câmeras de vigilância no espaço público e privado. Cada vez mais sofisticadas, recorrem ao reconhecimento facial baseado em *machine learning*, cujo aprendizado do algoritmo se dá a partir de um treinamento realizado com milhões de imagens disponíveis na Internet, em registros de órgãos oficiais, imagens de câmeras de vigilância, imagens compartilhadas em rede sociais digitais.

Quanto mais produzimos imagens e interagimos com imagens nessas redes, mais nos tornamos rastreáveis. Segundo Beiguelman (2021), a massa de dados que geramos em nossas ações nas redes permite uma prática de mercado chamada profilagem: a previsibilidade de comportamentos que permite direcionar propagandas e produtos às pessoas com base em seus gostos e hábitos.

Assim como Han, Beiguelman aponta como o manejo de dados é fundamental para prever o comportamento das pessoas. E também ressalta que esse poder, em muitos casos, está restrito a poucos agentes (particularmente empresas privadas, como as *big techs*). Ela refere-se a esse controle como uma biopolítica da dadosfera, "uma tecnologia do poder da economia digital e de ocupação dos fluxos nos territórios informacionais" (Beiguelman, 2021, p. 78), ainda apostando na vitalidade do conceito proposto por Foucault. Para a pesquisadora, essa aposta se justifica, uma vez que esse poder exerce um controle dos corpos na esfera emocional (performance individual nas redes sociais digitais) e a partir do controle fisiológico a partir do sensoriamento remoto.

Santaella (2021) nos lembra que *big data* são vários conjuntos de dados disponibilizados pelos meios digitais que além de seu volume, também são caracterizados por sua variedade e pela velocidade do processamento. É o resultado do que ela chama de cultura do computador,

que trouxe a reboque o processamento computacional e o aumento exponencial de circulação de informações na e a partir da internet. Contemporaneamente, os algoritmos de inteligência artificial das novas plataformas associadas a tecnologia móvel, as *big techs*, vem permitindo que novos modos do capitalismo – que a pesquisadora chama de "novas acrobacias do capitalismo" – associados ao *big data* e a datificação emerjam e se expandam pelos diversos segmentos produtivos e pela vida em si.

A pesquisadora ainda aponta que a datificação ou dataísmo nasce justamente da manipulação e monitoramento dos dados produzidos a partir de nossas ações on-line. Os rastros produzidos a partir da digitalização da vida são uma moeda valiosa para uma indústria muito especializada e complexa, que envolvem as *big techs*, mercado publicitário (agências e anunciantes), governos, empresas especializadas em tratamento de dados.

Claro que essa possibilidade de usar os dados tem aspectos positivos. Accoto (2020) afirma que os dados permitem olhar os detalhes e mapear de forma mais precisa mudanças sociais, políticas, de mercado, a fim de prevê-los e até controlá-los.

"É a primeira vez na história humana que somos capazes de ver o suficiente de nós mesmos para ter a esperança de realmente construir sistemas sociais que funcionam qualitativamente melhor do que os sistemas que sempre tivemos" (Accoto, 2020, p. 11). Para o autor, o cérebro social (a parte mais poderosa da inteligência humana, segundo ele) pode ser potencializado ao tornar acessíveis às pessoas ferramentas baseadas em dados e informações que lhes permitam saber o que está acontecendo ao seu redor, nas cidades, governos, organizações.

O compartilhamento de informações é fundamental para que essa ideia funcione. Compartilhar aqui, mais do que alimentar redes sociais digitais com dados que lhes permitam direcionar anúncios mais bem calibrados com suas disposições de consumo, representa a realização de um bem coletivo e a promoção de benefícios individuais.

Por exemplo: dados sobre rotina de circulação nas cidades poderiam ajudar a manejar melhor a organização do tráfego para evitar congestionamentos ou superlotação no transporte público, promovendo uma circulação mais eficiente das pessoas pelas cidades. Da mesma forma, dados individuais de condição de saúde poderiam ser usados para a condução de tratamentos, antecipação de eventos como pandemias e até o planejamento de recursos a partir da demanda de certas patologias ou condições de saúde que tendem a ser mais comuns.

> "Com um mundo povoado por sensores, dados, algoritmos e objetos inteligentes, podemos começar a criar um novo *sensorium* social, um

> mundo completamente novo no qual as necessidades e desejos pessoais serão centrais e a rígida uniformidade maquínica gradualmente desaparecerá.” (Accoto, 2020, p. 13).

Para que esse caminho desponte no horizonte, é necessário que as pessoas tenham acesso à lógica dos algoritmos. E o próprio Accoto (2020) lembra que os dados ainda são armazenados em sistemas que não permitem acesso público, e além disso, o compartilhamento de dados envolve uma questão de segurança, uma vez que eles podem ser roubados.

Bucci (2021) também critica a falta de acesso e transparência aos algoritmos. Em sua visão, há uma desigualdade na distribuição do poder quando apenas empresas têm o controle dos algoritmos, que os permitem afetar o comportamento das pessoas. Há uma restrição da liberdade de escolha individual e a privacidade é sacrificada pelo prazer proporcionado pelas redes sociais digitais.

Para Santaella (2021), o eu digital – nosso duplo algorítmico – reflete o mal-estar diante do dataísmo. Ao mesmo tempo que o debate sobre os a superexposição, crimes virtuais, exploração comercial dos dados pessoais e problemas psíquicos e emocionais relacionados ao acesso e consumo de conteúdo nas redes sociais digitais se intensifica, continuamos a acessar a internet e a entregar nossos dados.

Para a pesquisadora, demonizar as redes sociais digitais ou a internet é uma forma de não nos implicarmos sobre como as usamos. Quando tratamos com uma entidade abstrata – “a internet”, “as redes sociais” – deixamos de lado o fato de que as mídias não são exteriores a nós. “As tecnologias vão se instalando sorrateiramente, até tomarem conta da vida social, cultural e psíquica, em um processo de incorporação até o limite da simbiose humano/tecnologias” (Santaella, 2021, p.140).

Nesse sentido, Santaella e Han parecem concordar, embora de formas diferentes, sobre a impossibilidade de se abster da comunicação digital. Na visão da autora, aspectos negativos como manipulação, sensacionalismo e mentiras também existiam nas mídias tradicionais. O que muda agora são as condições de produção, emissão e recepção.

Da mesma forma, sempre houve a tendência a rechaçar a alteridade e sentir mais conforto entre aqueles que reiteram nossa visão de mundo e modos de existência. Portanto, as bolhas contemporâneas são resultado da nossa condição atual, mas não necessariamente são causados pela comunicação digital e uso das redes sociais digitais.

Assim, Santaella afirma que: “ [...] antes de colocar a culpa dos males em uma abstração chamada “redes” ou no outro que é diferente de nós, é preciso examinar, sem subterfúgios,

como cada um de nós está implicado nessas novas e muito intrincadas condições de existência" (Santaella, 2021, p. 137).

Porém, a pesquisadora acredita que sob o apelo dos serviços que oferecem, as grandes empresas digitais, agem contra a sociedade e em benefício próprio. Em sua visão, mais do que deixar de usar a internet e as redes sociais digitais, é preciso regulamentar a ação dessas empresas para preservar a autonomia dos Estados e responsabilizá-las pelo tratamento dos dados das pessoas. Nesse ponto a visão de Han e Santaella convergem para um horizonte comum.

Exacerbação do narcisismo, desaparecimento da alteridade, digitalização das relações, hiper competitividade. Nessa paisagem pintada aqui, há pouco espaço para o outro. Reduzido a rival, espelho ou plateia, sua existência parece ser pouco considerável e só reconhecível pelo valor que ele pode gerar ao sujeito do desempenho.

O que acontece quando esse outro surge na tela do *smartphone* saltando no *feed* do Instagram? Se ou quando ele é percebido em sua *outridade*, sua diferença, será que essa criatura distante pode provocar algo mais do que um estímulo que exige uma resposta como uma curtida? Será que ele provoca alguma emoção?

No próximo capítulo, a partir das teorias psicanalíticas de Freud e Klein, vamos definir a inveja para, nesse contexto midiático específico do Instagram, explorar se ela pode acontecer ou não, especificamente com as mulheres.

4 A INVEJA SOB A PERSPECTIVA DA PSICANÁLISE[20]

O objetivo desse capítulo é apresentar o conceito de inveja elaborado pelo vértice psicanalítico fundamentado nas ideias de Freud e Klein. Para tanto, nos valemos de outros psicanalistas na construção do conceito capaz de sustentar nosso objeto de pesquisa: a inveja que se manifesta a partir do consumo de imagens no Instagram.

A partir de Segal, vamos analisar a relação da inveja com o narcisismo. Aprofundando a relação entre inveja, narcisismo e agressividade, abordaremos as ideias de Rosenfeld.

Para ampliar a compreensão da dinâmica da inveja no dia a dia e as defesas psíquicas mobilizadas contra ela, nos apoiaremos nas ideias de Joseph.

As ideias de Trachtenberg, Chuster e Rosenfeld serão mobilizadas para uma leitura mais contemporânea da ideia de inveja. Para integrar as ideias de Freud e Klein numa nova perspectiva, em correspondência com os desenvolvimentos trazidos pelos autores citados, apresentaremos a leitura de Mezan (2017)sobre o conceito de inveja.

Com Bion, vamos explorar especialmente o conceito de modelo, que será epistemologicamente útil para pensar a inveja na contemporaneidade e usá-la como uma "chave de leitura" para refletir sobre a dinâmica de participação nas redes sociais, especificamente, sobre o consumo de imagens no Instagram.

Tal conceito foi elaborado numa abordagem clínica crítica ao contexto da psicanálise à época (década de 60 do século XX): o excesso de elaboração de teorias que se afastavam da prática clínica. Para Bion (2022), havia teorias demais e cada vez mais teorias eram criadas, e ao invés de observar os fenômenos clínicos, os psicanalistas estavam mais preocupados em encaixar os fenômenos nas teorias (na linguagem de Bion: encontrar realizações que comprovassem as teorias). Então, retomando Freud (Sandler, 2021), Bion (2022) passa a utilizar os modelos em sua prática clínica.

Sandler (2021, p.753) afirma que modelos "são instrumentos iniciais para abordar uma questão, ou um problema real composto por fatos desconhecidos". Segundo Bion (2022, p. 115) o "uso de um modelo tem um valor ao restaurar um sentido do concreto a uma investigação que

[20] Nos textos de Melanie Klein, trabalhamos com o texto original em inglês. Traduzimos passagens diretamente do inglês e em alguns momentos, consultamos a tradução mais recente das obras Klein realizadas pela editora Ubu. Procuramos manter em todo o texto o termo pulsão (inclusive nas traduções do inglês para o português). Quando nos textos traduzidos para o português (como nas obras de Freud) aparece o termo instinto, mantivemos o termo em respeito ao texto original referenciado. No caso do termo *self*, procuramos sempre usar o "eu", grafado em letra minúscula. Usamos o "Eu" em letra maiúscula para se referir a uma das instâncias psíquicas mencionadas por Freud (Eu, Super-Eu e Id).

pode ter perdido contato com seu pano de fundo pelas abstrações e pelos sistemas dedutivos teóricos associados a ela." Ou seja, para Bion, os modelos estão mais ligados à concretude dos fenômenos (por mais abstratos que sejam), por isso, mais passíveis de atualizações conforme novos movimentos são observados e novos dados são coletados. Ou seja: são mais maleáveis do que teorias, geralmente elaboradas a partir de abstrações e sistemas dedutivos em que prevalecem mais as relações entre os elementos.

Zimerman (2011) afirma que a noção de modelo utilizado por Bion serve para aproximar processos de abstração e concretização sensorial. Assim, o psicanalista se vale de imagens, metáforas, mitos, analogias para se aproximar dos fenômenos psíquicos estudados durante a observação psicanalítica. Sandler (2021) ainda lembra que Bion, assim como Freud, se valeu da biologia e da medicina para elaborar modelos úteis à sua concepção e mente. Por exemplo, Bion se valeu do processo de alimentação para pensar sobre a mente, sua capacidade de digerir as experiências emocionais ou excretá-las.

De acordo com Bion (2022), numa abstração (pensar sobre um objeto sem a presença do objeto concreto), o que une os elementos é o método que revela a relação entre eles; os elementos reais (os dados empíricos) são de menor importância. No caso do modelo, o mais importante são os elementos de fato presentes, as imagens, que dão concretude aos fenômenos.

Sandler (2021) afirma que Freud utilizava os modelos na elaboração de seu trabalho clínico. Chamava-os de "andaimes", uma boa analogia para o processo de construção de seu edifício teórico, que era erguido a partir da elaboração do material com que se deparava na clínica psicanalítica. O autor ainda afirma que metapsicologia também era outro nome para seus modelos, "que implica elaborar pensamentos sobre achados clínicos." (Sandler, 2021, p. 753).

Bion (2022) adota o uso dos modelos pela sua flexibilidade, pela possibilidade de atualização conforme novos dados surgem a partir de novas descobertas, até seu descarte, por não darem mais conta de serem aplicados devido a novos conhecimentos adquiridos e novas descobertas que os desatualizam. Caso o modelo mostre-se útil ao longo do tempo e em diferentes ocasiões, ele pode tornar-se uma teoria. Em sua definição, modelo é "uma construção na qual imagens concretas combinam-se entre si; frequentemente, o vínculo entre imagens concretas produz o efeito de uma narrativa, sugerindo que alguns elementos dessa narrativa são causas de outros. (Bion, 2022, p. 116).

Ainda de acordo com Bion (2022, p. 116), "o modelo é construído com elementos provenientes do passado do sujeito, enquanto a abstração é impregnada, por assim dizer, com pré-concepções do futuro do sujeito." Ou seja, a cada nova experiência (emocional) captada e

descrita, a experiência prévia do sujeito é mobilizada para forjar um modelo capaz de dar concretude a essa nova experiência a partir de seus elementos.

Sandler (2021) ainda nos lembra que para Bion, a construção de modelos guarda paradoxos, pois eles servem tanto para a concretização (reunir os dados empíricos) quanto para a abstração (pensar na ausência do objeto), assim como reúnem em si mesmos o potencial para seu descarte.

Na prática clínica, os modelos podem ser usados tanto pelos(as) analisando(as) – para expressar suas experiências emocionais e representar seus estados mentais – quanto pelos(as) analistas para demonstrar a experiência emocional que captam na sessão.

Conforme descreve Mattos (2018, p. 33) sobre sua experiência de análise com Bion:

> Algo que desde o início de minha análise com Dr. Bion chamou minha atenção foi a maneira, a forma que ele usava para interpretar. Além de usar a palavra correta para o momento adequado, falava como se fosse um pintor que, em geniais pinceladas, colocava diante de mim, de forma que eu pudesse "ver" o que ele estava "vendo". A cada momento ele usava um modelo no qual suas interpretações se transformavam em construções a iluminar a relação, por analogia, entre as teorias psicanalíticas e as minhas próprias teorias, os meus mitos e vivências.

Por isso, epistemologicamente, recorremos à noção bioniana de modelo para pensar a inveja. Não desejamos estabelecer uma teoria explicativa fechada da inveja de antemão para abordar os fenômenos que vamos analisar, nem desejamos estabelecer relações causais entre a manifestação da inveja e suas raízes. Ao contrário, a partir das teorias, desejamos estabelecer um modelo flexível que nos permita abordar os fenômenos e seguir pensando; que possa ser transformado pelas descobertas que a pesquisa possa nos revelar, enriquecido com novos dados e até descartado, caso não seja mais necessário ou não dê conta de abordar nosso objeto de estudo.

Recorrendo à pintura como um modelo aqui, desejamos pincelar em tela as cores da inveja, mas sem concluir seu retrato. Estabeleceremos, a partir da teoria psicanalítica, os traços iniciais que nos permitirão, ao longo da pesquisa, pintar um retrato mais fidedigno a partir da observação e coleta de dados.

"Modelos são agentes; seu modo de obter notável poder de comunicação baseia-se no fato de que são analogias, em relação às suas contrapartes na realidade que tentam representar. " (Sandler, 2021, p. 757).

Mas por que a escolha de tratar a inveja a partir da psicanálise? Porque seguimos a trilha de Chuster e Trachtenberg (2009): a psicanálise se dedicou a pensar sobre o tema na modernidade ao se debruçar sobre as pessoas e suas emoções e conflitos.

A inveja é discutida em psicanálise a partir de Freud e gera inúmeras discussões – algumas bastante polêmicas – desde então. Ganhou status conceitual específico e afastou-se das concepções morais oriundas da teologia e de algumas abordagens em filosofia. Entre algumas das polêmicas, o próprio Freud (2011b/1925) reconhece e cita os protestos feministas quanto ao conceito de inveja do pênis, oriundo de sua discussão sobre a Complexo de Édipo da mulher e seus desdobramentos para a feminilidade.

Na obra de Melanie Klein, a inveja integra seu pensamento como um conceito mais abrangente do que a inveja do pênis de Freud, porém, não menos polêmico. Suscitou inúmeras críticas entre psicanalistas que perduram até hoje e sua adoção tornou-se um diferencial dos analistas kleinianos (Spillius, 2006).

Para nós, interessa-nos o conceito de inveja conforme abordado por Freud e Melanie Klein para que possamos usá-lo como uma "chave de leitura" que nos permita pensar a inveja na contemporaneidade. Assim, partindo das teorias desses autores, pretendemos estabelecer uma definição mais estável de inveja, porém, suficientemente flexível para servir de modelo, ou seja, "uma construção na qual imagens concretas combinam-se entre si; frequentemente, o vínculo entre imagens concretas produz o efeito de uma narrativa". (Bion, 2022, p. 16).

Essa noção de modelo que usamos em nossa pesquisa é oriunda das ideias de Bion, que o propôs como um contraponto ao excesso de teorias psicanalíticas, que por serem mais estáveis, não davam conta da dinâmica do trabalho clínico.

Bion, seguindo a trilha de Freud (Sandler, 2021) adota o uso dos modelos pela sua flexibilidade, pela possibilidade de atualização conforme novos dados surgem a partir de novas descobertas, até seu descarte, por não darem mais conta de serem aplicados devidos a novos conhecimentos adquiridos e novas descobertas que os desatualizam. Acreditamos que esse recurso é bem-vindo ao processo de pesquisa, já que ela se situa no campo da comunicação e da subjetividade, e porque, conforme observam Chuster e Trachtenberg (2009), o termo inveja é complexo, pode representar diferentes afetos e abranger diversas possibilidades.

4.1 A inveja em Freud

O texto que aborda mais diretamente o conceito de inveja na obra Freudiana é "Algumas consequências psíquicas da diferença anatômica entre os sexos" (1925/2011), em que ele trata

especificamente da inveja do pênis (*penisneid*), relacionando-a ao complexo de Édipo na menina e as consequências para seu desenvolvimento psíquico.

Porém, de forma explicita ou implícita, uma noção mais geral de inveja aparece ao longo da obra de Freud. Mattos (2018, p.10) procura demonstrar como o conceito de inveja vai se consolidando em sua obra e afirma que "a psicanálise de Freud se amparou na inveja para organizar a questão da sexualidade humana, procurando, por meio dos complexos de Édipo e castração, explicar como o sujeito acede ao posicionamento subjetivo feminino ou masculino.

Mas Freud não estabelece uma definição clara do que é inveja antes de propor o conceito específico de inveja do pênis. A inveja aparece ao longo de seus textos sem especificidade conceitual, pouco diferenciada do ciúme. A partir da tentativa de captar o movimento que leva à construção do conceito de inveja na obra de Freud, Mattos (2018) estabelece a definição de uma "inveja geral" no pensamento Freudiano, que surge a partir de uma relação entre dois sujeitos, no qual um deseja algo que lhe falta e o outro tem. Porém, aquele também deseja que o outro não tenha aquilo que lhe falta.

Estabelecemos um diálogo crítico com o texto de Mattos, pois concordamos que a abordagem Freudiana de inveja tem um percurso em sua obra, há uma "história" do conceito; Mezan (2017)afirma que a obra Freudiana possui movimentos que são difíceis de organizar em certo recortes, pois alguns problemas são abordados de formas diferentes em textos de períodos diferentes, novas descobertas iluminam questões, porém, é possível identificar as bases de desenvolvimentos posteriores em textos bem anteriores. Por isso, acreditamos que é necessário cuidado nessa tentativa de tentar descrever essa história para não colar sentidos ao texto que estão mais atrelados a uma interpretação posterior à obra total a partir da investigação específica do conceito de inveja no pensamento Freudiano, ou leituras baseadas desenvolvimentos posteriores do conceito, como de Klein e os adeptos de sua teoria.

Acreditamos que seja possível observar como Freud segue pensando a inveja em sua obra até uma elaboração conceitual mais consistente a partir das perspectivas que ora apresentamos. Vamos a elas.

4.1.1 A inveja na cultura: totem e tabu

Por mais que a o pensamento Freudiano tenha sua ênfase no intrapsíquico, ele aborda a questão da inveja em sua obra justamente pensando na cultura e no aspecto social da vida humana. Ele envereda nessa direção em dois textos: "Totem e tabu" (Freud, 1912-1913/2012) e "Psicologia das massas e análise do Eu" (1921/2011).

Em “Totem e tabu”, Freud estuda os tabus dos povos chamados “primitivos”, a partir de uma perspectiva eurocêntrica, e estabelece paralelos com a vida psíquica dos neuróticos que frequentavam seu consultório ao comparar as proibições dos tabus às proibições e rituais autoimpostos pela neurose obsessiva: “Se não estivesse habituado a designar tais pessoas como ‘doentes obsessivos’, acharia apropriado o nome de ‘doença do tabu’ para seu estado” (Freud, 1912-1913/2012, p. 53).

Num dos ensaios que compõem o trabalho, o que trata da ambivalência dos sentimentos e sua relação com os tabus, Freud toca diretamente a questão da inveja. Para ele, assim como nas neuroses, há nos tabus um conflito entre um desejo e sua repressão. A própria palavra tabu guarda em si uma ambivalência, o conflito entre o sagrado e o impuro, por exemplo. Assim, “as proibições do tabu devem ser vistas como produtos de uma ambivalência emocional” (Freud, 1912-1913/2012, p. 111).

Cabe definir o que é ambivalência, conceito fundamental para a compreensão do tabu. É a “presença simultânea, na relação com um mesmo objeto, de tendências, de atitudes e de sentimentos opostos, fundamentalmente o amor e o ódio” (Laplanche; Pontalis, 2016, p. 17).

De acordo com Laplanche e Pontalis (2016), Freud emprestou o conceito de Bleuler (psiquiatra suíço), que o empregava sob três formas diferentes: voluntário (o sujeito quer fazer algo e ao mesmo tempo não quer), intelectual (o sujeito afirma ao mesmo tempo algo e seu contrário) e afetivo (a mesma pessoa é amada e odiada). Bleuler tendia a privilegiar mais a ambivalência afetiva, e é partir dela que Freud vai pensar a ambivalência em seu arcabouço teórico.

Segundo os autores, o termo aparece primeiro na obra de Freud no texto “A dinâmica da transferência” para se referir à transferência negativa, que durante o tratamento, pode coexistir com a transferência positiva em relação à pessoa do psicanalista (duas tendências afetivas conflituosas, portanto).

A ambivalência em relação à coexistência do amor e ódio em relação à mesma pessoa (objeto), já aparecem nos textos fundamentalmente clínicos: “O pequeno Hans” (1909/2015) e “O homem dos ratos” (1909/2013). Já em “Os instintos e seus destinos” (1915/2010), “Freud fala de ambivalência a propósito do par de opostos atividade-passividade [...]. Esta utilização muito ampla do termo “ambivalência” é rara (Laplanche; Pontalis, 2016. p.17).

Freud (1912-1913/2010) afirma que tabu é uma palavra de origem polinésia, cujo significado se dirige a duas oposições: de um lado, representa o sagrado, aquilo que é santo, puro; de outro, representa o impuro, o perigoso, que provoca inquietação. Suas proibições valem por si mesmas, prescindem de um deus, portanto, são algo diverso das restrições morais

e religiosas, pois remontam a uma época anterior à criação das religiões e ao surgimento da noção de divindade.

O tabu é anterior ao totemismo e está ligado à ideia de algo que é reservado, restrito, cujas proibições valem por si mesmas. Sua transgressão deve ser punida ou expiada; originalmente, o tabu vingava a si mesmo; com o surgimento da noção de divindade, a vingança à transgressão foi atribuída aos deuses e posteriormente coube à própria sociedade punir as infrações às proibições do tabu. Sua fonte é atribuída a algum poder mágico presente em pessoas ou espíritos e que pode ser transmitido a partir de objetos inanimados.

> Mas "tabu" é igualmente tudo, tanto as pessoas como os lugares, objetos e estados passageiros, que são depositários ou fonte dessa misteriosa característica. Também se chama tabu a proibição que deriva dessa característica; é denominado tabu, enfim, conforme seu sentido literal, algo simultaneamente sagrado, acima do habitual, e perigoso, impuro, inquietante (Freud, /1912-1913/2010, p. 48).

O tabu, em linhas gerais, é uma proibição à realização de um desejo. Esse desejo proibido torna-se inconsciente sob efeito da repressão externa internalizada ao longo do tempo por um povo. Por exemplo: a proibição da aproximação entre sogra e genro para alguns povos deve-se à repressão do desejo sexual que essa proximidade pode manifestar.

O psicanalista destaca também que uma das características do tabu observada em alguns povos ditos primitivos é o contágio: todo aquele que transgrida a proibição, torna-se tabu. E há aquelas pessoas que são em si mesmas tabus, seja por uma posição que ocupam na hierarquia social (como os reis) ou por um estado temporário (mulheres menstruadas ou guerreiros que mataram algum inimigo) para alguns povos. Assim, não podem ser tocadas, ou sua comida não pode ser alimento para outras pessoas.

Para Freud, tanto aquele que desafia o tabu, quanto aquele que é o tabu em si, têm uma característica em comum: suscitar a ambivalência – a coexistência de sentimentos contraditórios em relação a um objeto – e a infração da regra imposta pelo tabu. Um dos exemplos mais comuns de ambivalência são o amor e o ódio, que coexistem simultaneamente em relação a um objeto.

No caso do tabu, mais do que sentimentos, há a presença também de desejos contrários em relação à pessoa que desafia o tabu. Tal possibilidade da extensão da noção de ambivalência pode ser apoiada nas observações de Laplanche e Pontalis (2016, p.18), que entendem que "o termo "ambivalência" é muitas vezes utilizado em psicanálise com uma acepção muito ampla". Ou seja, na visão desses autores, o conceito pode referir-se a diferentes atitudes conflituais

(ideias opostas, emoções contraditórias). Mesmo na obra de Freud, a ambivalência tem diferentes nuances, conforme descrevemos anteriormente.

O transgressor e a pessoa tabu são capazes de causar inveja. O transgressor, por superar a repressão e satisfazer o desejo reprimido. Se ele pode, outros também poderão; por isso, torna-se contagioso, no sentido de um exemplo que pode ser imitado, mas que deve ser evitado. Já a pessoa tabu, por sua relevância social ou estado temporário, pode atiçar a ambivalência e provocar inveja:

> O rei ou chefe provoca inveja de suas prerrogativas; cada um poderia gostar de ser rei. Os mortos, os recém-nascidos, as mulheres menstruadas ou em trabalho de parto, exercem atração devido a seu particular desamparo; os sujeitos que tornam-se sexualmente maduros, devido às novas fruições que prometem. Por isso, todas essas pessoas e estados são tabu, pois não é permitido ceder à tentação (Freud, 1912-1913/2010, p. 62).

No caso daquelas pessoas que se tornam tabu devido a um estado temporário – ou condição específica –, elas tendem mais que a atiçar o desejo transgressor do que provocar a inveja. Já os reis ou chefes, na visão de Freud, parecem mais propensos a provocá-la, pois seus direitos e privilégios são algo restrito a poucos, senão, a uma única pessoa, mas que muitos desejariam ter.

Freud (1912-1913/2010) acredita que a diferença social tende a aumentar ou diminuir a força do tabu. Assim, o tabu do rei seria insuportável aos súditos justamente pela grande distância social entre eles. Mas podem lidar com os funcionários do rei, pois súditos e funcionários estão mais próximos na escala, além de que um súdito pode até se tornar um funcionário também. Da mesma forma um ministro poderia atenuar sua inveja do rei pelo poder que ele próprio possui a partir de sua posição na escala social, apesar da proximidade ao rei.

Inclusive, a manutenção dos tabus, sob tal perspectiva, seria fundamental para a manutenção da ordem social. As consequências da transgressão de um dos membros recaem sobre os demais daquela sociedade e exige expiação, senão, o ato poderia ser contagioso (ou melhor: invejável) a ponto de levar outros, por imitação, a seguirem pelo mesmo caminho. Freud (1912-1913/2010, p. 117) afirma que "o infrator invejado tem que ser despojado do fruto de sua ousadia" e nesse ato, aos executores, em muitos casos, é permitida a transgressão do tabu também. A partir da punição, o equilíbrio é restabelecido.

A partir da visão Freudiana, é possível afirmar que quanto maior a diferença social, mais forte é o tabu; logo, maior a tentação a invejar aquele que está em uma melhor posição social.

4.1.2 Do totem à horda primeva: amor e ódio ao pai

Freud, ainda na trilha dos estudos antropológicos de sua época, aborda também a questão do totem e estabelece uma leitura do fenômeno a partir da psicanálise.

Mattos (2018) afirma que ao abordar a questão do totem, especificamente a partir do mito da horda primeva, há sinais que permitem inferir a presença da inveja nesse "mito psicanalítico".

Por que mito? Justamente porque não há nenhum fato que permita deduzir a existência desse grupo humano primordial; há apenas algumas inferências a esse tipo de organização, assim como às origens do totemismo, segundo Freud (1912-1913/2010).

As origens desse mito remetem ao pensamento de Darwin, que de acordo com Freud (1912-1913/2010, p. 193), acreditava que os homens, em algum momento, teriam vivido em pequenas hordas, assim como os macacos superiores que ele havia observado.

No contexto da antropologia do século XIX e XX, no qual Freud repassa as teorias correntes, o totemismo é definido como uma espécie de sistema social que cumpre a função de uma religião. Nele, alguns animais (espécies) ou espécie de plantas são elevados a um status especial, que impede que os membros dessas sociedades matem, comam ou destruam esses totens. Objetos inanimados naturais ou artificiais raramente são totens.

Tais animais, nessa condição especial, são pranteados em caso de morte acidental; alguns são até criados e bem cuidados pelas pessoas; estas acreditam que são descendentes do totem. As tribos ou clãs vestem peles do animal totêmico em cerimônias especiais e sua imagem serve de brasão e ornamento para armas. O animal totêmico protege os membros do clã, e se é um animal perigoso, poupa seus membros.

Freud (1912-1913/2010) destaca o rigor do tabu, pois seu laço é mais forte que os laços familiares e a transmissão do totem pela linhagem da mãe. Todos os membros de um clã são irmãos e irmãs, portanto, as relações sexuais entre membros do mesmo clã são proibidas. Casamento e sexo só podem acontecer com membros de fora do clã (exogamia). Tal fato, Freud relaciona com o horror ao incesto.

Ao repassar diferentes teorias de sua época – que para nossos fins, não interessa rever pormenorizadamente – Freud identifica as duas principais leis do totemismo (não matar o totem e não ter relações sexuais com uma mulher do mesmo totem (clã)) e se depara com a seguinte questão: seria a exogamia consequência ou origem do totemismo? Para tentar superar o

impasse, ele se vale da sua teoria psicanalítica à época, pois tanto as leis do totem quanto a questão da exogamia, podem ser entendidos sob a perspectiva do complexo de Édipo.

Freud vê semelhança entre o comportamento das crianças e dos povos chamados por ele de "primitivos" na relação com os animais. Ao mesmo tempo em que a criança pequena tende a tratar os animais como iguais, ela pode sentir medo, assim, passa a evitar o contato e a visão com essa espécie de animais. A persistência e a rigidez desse quadro caracterizariam a zoofobia.

Investigando a zoofobia a partir dos avanços da teoria psicanalítica e da análise de seus pacientes – especialmente da análise indireta de um garoto de cinco anos, descrita no texto "Análise da fobia de um garoto de cinco anos ("O pequeno Hans") (1909/2015) – Freud acredita que o animal, especialmente no caso de meninos, é um substituto do pai, para quem os sentimentos hostis são deslocados. No texto em questão, o garoto, que vivencia o conflito edípico, passa a ver o pai como um rival pelo amor da mãe, objeto de seus desejos sexuais; porém, esse rival, que também é objeto de seu amor, torna-se também odiado. Esse conflito emocional em relação a um objeto caracteriza-se pela ambivalência ou, conforme explicitado anteriormente, a existência de sentimentos contrários em relação a mesma pessoa.

Pela dificuldade em elaborar tal conflito, ele é deslocado para um outro objeto, o animal. Porém, isso não diminui a angústia, o conflito está apenas deslocado e expressa-se como zoofobia. O medo da retaliação paterna persiste agora como medo daquela espécie de animal.

O desejo infantil pela mãe e a rivalidade com o pai, segundo Freud (1912-1913/2010), são o pano de fundo das duas leis totêmicas: não matar o totem – o animal que representa o pai odiado na zoofobia – e não ter relações com uma mulher do mesmo clã, pois a descendência do totem vem da mãe, objeto de amor e desejo sexual primeiro que é vetado à criança.

Para sustentar a tese de que há uma relação entre o complexo de Édipo e o sistema totêmico, Freud lança mão de um mito científico, o assassinato do pai da horda primeva. Para elaborá-lo, Freud une sua explicação sobre a origem do totem com a sua descrição do banquete totêmico (que remonta ao estudo sobre os sacrifícios rituais de W. Robertson Smith) e a ideia de Darwin sobre a origem da sociedade.

Freud (1912-1913/2010, p. 214) descreve o banquete totêmico:

> Numa ocasião solene, o clã mata cruelmente seu animal totêmico e o devora cru, carne, sangue e ossos; os membros do clã estão vestidos à semelHança do totem, imitam-no em sons e movimentos, como se quisessem enfatizar sua identidade e a dele. Há a consciência de realizar uma ação que é proibida a cada um, que apenas pela participação de todos pode se justificar; e nenhum deles pode se excluir do assassinato e da refeição. Após o ato, o animal morto é chorado e lamentado.

A descrição dessa cena acompanha de perto o estudo de Smith apresentado no livro "*The religion of the Semites*", no qual Freud se baseia para relacionar essa questão sacrificial do totem com o desejo de morte do pai rival no complexo de Édipo.

Freud (1912-1913/2010, p.205), a partir de Smith, afirma que o sacrifício era "um ato de sociabilidade, uma comunhão dos crentes com seu deus", ao invés de um ato de reconciliação com a divindade ou desejo de obter algum favor dela. O sacrifício era uma cerimônia em que todos podiam e deveriam participar, pois a "força ética da refeição sacrificial pública baseava-se em antiquíssimas concepções sobre o significado de comer e beber em companhia de outrem." (Freud, 1912-1913/2010, p. 206).

Essa festa pública do clã em que se comia e bebia em companhia dos seus, era um símbolo que reforçava os laços sociais, a adoção de obrigações entre seus membros e a conexão com a divindade.

Retomando a cena do banquete totêmico, podemos nos questionar como surge o sacrifício animal nessa história. Freud (1912-1913/2010), a partir de Smith, afirma que o sacrifício animal é a forma mais antiga de sacrifício, anterior mesmo ao uso do fogo ou à agricultura, em que a divindade e crentes desfrutavam juntos do alimento sacrificial.

A reunião do clã para se alimentar junto estava condicionada ao sacrifício animal, pois não era comum nessas organizações sociais o hábito de se alimentar juntos. De acordo com Freud (1912-1913/2010), nessas sociedades, o vínculo primário e mais forte é o do clã (*kinship*). Esse tipo de vínculo representa que a vida dos membros do clã é parte de uma vida só, de uma mesma substância. Portanto, a alimentação em comum com todos os membros do clã e sua divindade expressava a convicção de que todos eram feitos da mesma substância, da mesma matéria; eram iguais.

A morte do animal sacrificial não era algo corriqueiro. Era um ato especial, restrito aos sujeitos, que só era justificado se cometido por todos os membros do clã na situação da refeição cerimonial. O animal sacrificial, assim como o deus, era da mesma substância que os membros do clã, era um igual. Por isso, sua morte só era permitida com o consentimento e participação de todos. Se todos participam, não há responsabilidade e culpa individual.

Segundo Freud (1912-1913/2010, p. 209) "com base numa rica evidência, Robertson Smith identifica o animal do sacrifício com o animal totêmico". Isso nos leva de volta cena do banquete totêmico descrito por Freud. Após matar e se alimentar do totem, devem obrigatoriamente pranteá-lo para se livrar da culpa e responsabilidade pela sua morte, assim como para afastar o medo da retaliação pelo assassinato.

E, para finalizar o banquete, após o luto vem a festa. “Uma festa é um excesso permitido, ou melhor, exigido, a solene ruptura de uma proibição” (Freud, 1912-1913/2010, p. 215).

Sob o vértice psicanalítico, Freud entende que o animal totêmico é o substituto do pai. Ele percebe traços comuns na relação do menino com o pai e do clã com o seu totem. Por exemplo: como pode o sacrifício animal terminar em festa? Da mesma forma que coexistem sentimentos ambivalentes na relação com o pai, no caso do totem, há uma ambivalência afetiva. Do mesmo modo que é proibido matar o totem, é proibido matar o pai; ao matar um animal sagrado, o luto é obrigatório para expiar a culpa e para afastar o medo da retaliação. O ódio em relação ao pai suscita o medo da retaliação.

A partir desse paralelo, Freud inclui a hipótese de Darwin sobre horda primeva para construir “uma unidade com séries de fenômenos até então separados”. (Freud, 1912-1913/2010, p. 216). Essa horda era liderada e dominada por um pai tirânico, dominador e ciumento, que tinha acesso exclusivo a todas as fêmeas do bando e que rivalizava com seus filhos conforme eles cresciam, por isso, expulsava-os do bando.

Unindo a cena da refeição totêmica à hipótese da horda primeva, Freud estabelece seu mito científico: em certo momento, os irmãos expulsos se unem para enfrentar o pai ciumento e despótico. Juntos, eles têm a coragem de enfrentá-lo e descobrem que são capazes de superá-lo em força. Freud (1912-1913/2010) até lança mão da hipótese de que o uso de uma nova arma ou algum outro tipo de avanço cultural pode ter sido útil para promover entre eles um sentimento de superioridade em relação ao pai.

Os irmãos unidos, então, se vingam. Abatem e devoram o pai. “Sem dúvida, o violento pai primevo era o modelo temido e invejado de cada um dos irmãos.” (1912-1913/2010, p. 217). Ao devorar o pai, os irmãos identificados com ele passam a ter sua força. Conforme aponta Mattos (2018), a incorporação canibalesca permite a introjeção da lei paterna. A moralidade e suas restrições, religião, organizações sociais são frutos da culpa.

A rivalidade entre os irmãos vencedores sem o pai se torna incontornável. Todos desejam as fêmeas do grupo, mas ninguém é suficientemente forte para impor sua vontade aos demais. Freud supõe que a saída para tal impasse – que poderia destruir o grupo – foi a instituição do incesto e a renúncia às fêmeas.

Ao olhar para esse mito freudiano, é possível supor que a sociedade, a cultura, nasceram justamente do ódio, da inveja, da violência e da sua repressão. Mattos (2018) aponta que nos ensaios que compõem Totem e Tabu, a questão da ambivalência é seu ponto central. Amor e ódio, seguidos por culpa e repressão operam na estabilização das organizações sociais.

A rivalidade entre os irmãos citada no caso do pequeno Hans, já está presente no livro fundamente da psicanálise, "A interpretação dos sonhos" (Freud, 1900/2019), no qual Freud aborda esta rivalidade e sua dinâmica das relações com os pais. Porém, é no texto "Psicologia das massas e análise do Eu" (1921/2011a) que Freud retoma a relação entre os irmãos e o mito da horda primeva para refletir sobre a formação das massas. E em mais um momento, vai abordar a inveja de maneira mais direta.

4.1.3 Do eu às massas: laço social e inveja

Em "Psicologia das massas e análise do Eu" (1921/2011b), Freud vai abordar a formação das massas, dialogando com algumas teorias de sua época, especialmente o conhecido texto de Le Bon, "Teoria das Massas". O psicanalista vienense procura explicar os mecanismos psíquicos envolvidos no processo de formação das massas, das relações humanas grupais.

Freud vai pensar, a partir da psicanálise, sobre o caminho que se abre entre o eu (narcisismo) e o outro (identificação) e vai estendê-los aos fenômenos de formação de massa. Cabe aqui sua crítica ao instinto gregário.

Freud (1921/2011b, p. 78) parte de uma afirmação de W. Trotter (pioneiro na neurocirurgia, ficou conhecido por seus trabalhos em psicologia social) de que os fenômenos de massa são derivados de um instinto gregário primário e inato comum aos seres humanos e outras espécies animais. Um dos sinais mais antigos de sua manifestação está na angústia que a criança pequena sente ao ser deixada sozinha. Contudo, Freud a rejeita, baseando-se na experiência de investigador psicanalítico, que a angústia da criança deixada sozinha tem muito mais a ver com sua relação com a mãe e com o anseio por sua presença. Ainda que a criança aviste uma pessoa qualquer, isso não ameniza sua angústia, pelo contrário, tende a aumentá-la.

Para Freud, isso já é, em si, um sinal que refuta a teoria de um instinto gregário inato e indecomponível. Para Freud, sempre se trata de uma dualidade pulsional. No âmbito de sua primeira teoria da mente – a primeira tópica – em que as duas pulsões são as de autoconservação e sexual. Já na segunda tópica – uma nova teoria da mente influenciada por uma nova compreensão da dualidade pulsional – Freud estabelece as pulsões de vida e de morte[21].

[21] Lembrando que, em 1920 Freud publica "Além do princípio do prazer" (2010/1920) em que revê a teoria pulsional, apresenta a pulsão de morte e prepara terreno para a segunda tópica – uma nova teoria da mente – em que apresenta os conceitos de Eu, Super-eu e Id no texto "O Eu e o Id" (2011/1923). Talvez por isso, por se tratar de um período de reformulação teórica, Freud não se refira à dualidade pulsional fundamental entre pulsões de vida e morte aqui ainda de forma direta, apesar de abordar Eros (ao qual ele relaciona a pulsão de vida) para pensar na capacidade de agregação das massas e mencionar a questão das pulsões de vida e morte em nota no texto.

Além disso, uma manifestação de um instinto gregário só aconteceria, por exemplo, numa casa com mais crianças, "a partir da relação delas com os pais, como reação à *inveja inicial* (itálico nosso) com que a criança mais velha recebe a menor." (1921/2011a, p. 81). Assim, mesmo a chegada de novos irmãos e irmãs não seria suficiente em si mesma para amenizar a rivalidade na disputa pelo amor dos pais.

Somente diante da possibilidade de prejudicar-se pela hostilidade aos irmãos e irmãs mais novos e à percepção do tratamento igualmente amoroso dos pais a seus filhos, que a criança primogênita reprimiria essa inveja inicial (ou originária) e se identificaria com as outras crianças, promovendo um sentimento de comunidade (ou massa) que se estenderia para além da vida familiar (para a escola, por exemplo).

Para que esse espírito comunitário floresça, é necessário renunciar à rivalidade, ao desejo de exclusividade sobre o objeto amado (no caso das crianças, os pais). Aí está a base da justiça, pois, para Freud (1921/2011a, p. 81) "Quando não se pode ser o favorito, então nenhum dos outros deve ser favorecido."

Essa inveja originária, posteriormente, na vida em sociedade, vai lançar as bases do sentimento de dever, assim como da consciência social. Ambos partem dessa exigência de igualdade oriunda da repressão da inveja e da rivalidade, pois cada um deve negar a si muitas coisas para que os outros renunciem também e dessa forma, se instaure a justiça social.

Freud (1921/2011a, p. 83) afirma que o "sentimento social repousa, portanto, na inversão de um sentimento hostil em um laço de tom positivo, da natureza de uma identificação." Retomando a situação descrita por ele na casa com irmãos: o amor e a união não florescem espontaneamente entre as crianças. De acordo com seu pensamento, o que prevalece é a inveja, hostilidade, rivalidade. É necessário o amor pelos pais para estabelecer a comunidade entre os irmãos. Portanto, é necessário um objeto exterior aos sujeitos para unificar a massa.

Cabe a exposição de alguns conceitos da psicanálise que Freud vai empregar para falar das massas: libido, identificação e ideal do Eu. Tais conceitos contribuem para a compreensão de como a inveja pode ser superada para se estabelecer laço com o outro.

Libido é um conceito da teoria da afetividade freudiana. É "a energia, tomada como grandeza quantitativa [...] desses instintos relacionados com tudo aquilo que pode ser abrangido pela palavra "amor"" (Freud, 1921/2011a, p. 43).

A libido, inicialmente é dirigida ao Eu. Ao se conectar com o outro, essa libido passa a ser investida em um outro objeto. Ela se apoia inicialmente na satisfação das necessidades vitais e as primeiras pessoas que participam nesse processo são os primeiros objetos de satisfação (Freud, 1921/2011a, p. 59). Portanto, para se conectar às pessoas, desde os irmãos pequenos

aos sujeitos na massa, é necessária uma distribuição da libido, retirada do Eu e investida em outros objetos.

A diminuição do narcisismo e as ligações libidinais são fundamentais para a formação das massas e de maneira geral, para estabelecimento de laços. Porém, outro mecanismo de ligação afetiva é a identificação.

Freud (1921/2011a) aponta que a identificação está presente no Complexo de Édipo, pois, tomando como base a experiência do garoto, afirma que ele se identifica com seu pai, quer ser como ele, enquanto toma sua mãe por objeto de amor. Em determinado momento, essa configuração pode se inverter e o pai é tomado como objeto do qual se espera satisfação sexual.

Assim, o pai pode ser tanto aquilo que se quer ser, quanto o que se quer ter. Esse interesse especial do garoto por seu pai permite a Freud afirmar que ele o toma por seu ideal.

Nas massas, há uma tendência nas pessoas que a compõem a colocar um objeto no lugar do seu ideal do Eu, o que as leva a se identificarem entre si. Tal mecanismo é muito importante para se compreender o fenômeno de formação das massas.

A grande questão é das pulsões inibidas na meta, que desde a resolução do Complexo de Édipo, favorecem o surgimento de emoções ternos e laços mais duradouros. Tal condição parece possibilitar tanto a união fraterna familiar, quanto a união comunitária. E parecem influenciar também nas formações de massa mais comuns, com um líder e pouca conservação das características individuais.

Essas formações massivas com um líder forte, potente, alguém que ocupa o lugar de ideal do Eu para muitos, uma posição idealizada, levam Freud também a estabelecer paralelos com a mítica horda primordial, estabelecida em "Totem e Tabu (1912-13/2010)". Se a humanidade guarda em si vestígios de seus ancestrais "primitivos", quando em grupo, também existem os vestígios da horda primeva.

Além disso, as pessoas tendem a se submeter aos líderes, de quem esperam um amor incondicional. Na horda primeva, esse líder era o pai: mais forte, mais poderoso, mais potente, que impôs a restrição à satisfação sexual direta a seus filhos, que estabeleceram assim, entre si, um amor fraternal.

Na massa, esse líder ocupa uma posição de ideal do Eu perante os sujeitos. Quando esse líder está no lugar do ideal do Eu diante da massa, ele revive esse pai primordial, capaz de coagir e coordenar, a quem as pessoas se submetem por amor e temor.

Até aqui, analisamos na obra de Freud textos que abordam a partir de diferentes ângulos a inveja. Porém, conforme Mattos (2018), não há uma diferenciação clara entre inveja e ciúme.

Segundo a pesquisadora, Freud oscila no uso dos termos; usa ciúme como sinônimo de inveja, porém, nunca o contrário.

É possível observar que até aqui, Freud associa a inveja à agressividade, à disputa. Nas relações sociais, é um elemento complexo, instituidor da justiça – quando Freud está pensando na formação das massas e organizações sociais – e da lei (no caso do tabu). A próxima seção traz o conceito mais específico de inveja em Freud, a inveja do pênis.

4.1.4 Freud e a inveja do pênis

O conceito da inveja do pênis surge relativamente no começo da obra Freudiana, em torno de 1908, no artigo "Sobre as teorias sexuais infantis". Nesse texto, Freud afirma que a menina partilha com seu irmão de seu apreço (narcísico, no caso dele) por seu pênis e desenvolve um interesse que "logo é comandado pela inveja." (Freud, 1908/2019, p. 401). Ela se sente prejudicada, tenta até urinar em pé, numa tentativa canhestra de imitar o garoto e quando afirma que preferia ser um garoto, na verdade, esse desejo é a tentativa de remediar uma falta.

Curiosamente, conforme Laplanche e Pontalis (2016), não há menção ao conceito nos "Três ensaios sobre a sexualidade" – trabalho de 1905 que passou por ajustes e inclusões em edições posteriores, conforme a progressão das ideias do autor – em que Freud se debruça sobre a sexualidade humana, o desenvolvimento psicossexual e especificamente, a sexualidade infantil.

Chama a atenção que na obra em que Freud busca compreender a sexualidade humana e seus impactos psíquicos, ainda não aparece um conceito específico para pensar a sexualidade feminina. Laplanche e Pontalis (2016) nos dão a pista: os "Três ensaios" acompanham o desenvolvimento da sexualidade do menino.

Freud (1925/2011b) afirma que ele e seus colaboradores – os primeiros psicanalistas – acreditavam que as configurações sexuais da criança eram semelhantes em meninos e meninas. Por mais que as pacientes histéricas tenham levado o Dr. Freud pela mão até o Inconsciente, o modelo que lhe permite pensar a sexualidade humana é masculino: o complexo de castração e o complexo de Édipo são conceitos oriundos do desenvolvimento psicossexual do menino.

Vamos discutir com mais calma os debates em torno da inveja do pênis de Freud, devido as controvérsias que suscita e que interessam a este trabalho, uma vez que é um trabalho que aborda a questão de gênero.

Freud (1900/2019) ainda propõe inicialmente uma divisão entre complexo de Édipo para o menino e complexo de Electra para a menina, mas logo abandona a distinção, pois entendia que o fenômeno era basicamente o mesmo para ambos.

Posteriormente, o psicanalista vienense considera que o Édipo "é a primeira etapa que reconhecemos com segurança no menino." (1925/2011b, p. 286). O menino tem o mesmo objeto de investimento libidinal no período da amamentação e do Édipo: a mãe.

Na pré-história do complexo de Édipo (Freud, 1925/2011b), durante a amamentação, a mãe é investida com libido que não é genital – cujo ponto de partida é o seio – enquanto o pai é tomado para si a partir da identificação. Essa relação segue sem maiores tensões até que "com a intensificação dos desejos sexuais pela mãe e a percepção de que o pai é um obstáculo a esses desejos, tem origem o complexo de Édipo". (Freud, 1923/2011a).

A identificação com o pai torna-se hostil e ambivalente, pois o amor e o desejo de eliminar o rival e tomar seu lugar junto à mãe coexistem. Em conjunto com a relação objetal exclusivamente terna, as relações com o casal parental formam o conteúdo do complexo de Édipo positivo para o menino. (Freud, 1923/2011a).

Coincidente com a chegada ao conflito edípico, o desenvolvimento sexual do menino alcança a fase fálica, em que prevalece o interesse narcísico pelo genital masculino. Segundo Freud, tal interesse se manifesta pela manipulação constante do pênis e por urinar na cama, relacionada à excitação genital equivalente àquela da masturbação.

Nessa situação, o garoto descobre que seu comportamento não é aprovado pelos adultos e passa a sofrer as ameaças, em muitos casos, das mulheres às voltas com seu cuidado e educação, de que ele pode perder essa parte tão estimada de seu corpo: ela vai ser cortada fora, vai cair, ou que algo pode acontecer a mão que toca o pênis. É o que Freud (1924/2011b) chama de ameaça de castração.

Tal ameaça ganha contornos dramáticos quando o garoto vê o genital de uma menina, ou de alguma irmã. A ameaça pode se realizar! A angústia provocada pela ameaça de castração leva a organização genital fálica a sucumbir.

De volta ao complexo de Édipo: comentamos que o menino pode ter uma satisfação ativa colocando-se no lugar do pai. Porém, há a possibilidade de uma satisfação passiva, em que o menino deseja ocupar o lugar da mãe na relação com o pai, "o que designamos como postura feminina" (Freud, 1925/2011b, p. 287). Diante do pai, há o medo da castração como punição. O reconhecimento da castração feminina, coloca em perigo a possibilidade da satisfação passiva, pois para ter acesso a ela, é necessário renunciar ao pênis para ser como a mãe.

O conflito entre o interesse narcísico pelo genital e a possibilidade de perdê-lo, leva o garoto a se afastar da situação edípica. Já no caso da menina, as coisas seguem por outro caminho.

Enquanto para o menino, a rivalidade com o pai em torno da mãe e o complexo de castração tem um papel preponderante no drama edípico, no caso da menina é diferente. Segundo Freud, ela já reconhece a ausência do pênis de antemão. Logo, a castração que afasta o garoto da situação edípica, é o catalisador do Édipo feminino.

É a falta do pênis que leva a garota a tomar o pai como objeto amoroso. Freud (1925/2011b), acreditava que a menina, em determinado momento, ao se deparar com a visão de meninos nus, reconheceria que havia uma diferença física específica. Ela já havia descoberto as sensações prazerosas da região genital, desde a amamentação – especificamente do clitóris – e ao adentrar a fase fálica descobriria a diferença sexual (uma diferença sexual genital, ao menos).

A visão do pênis que ela não tem, cujo equivalente seria o clitóris, provoca a inveja, pois ela "viu, sabe que não tem e quer ter". (Freud, 1925/2011b, p. 291). Entre as consequências dessa descoberta estão o complexo de masculinidade e a recusa da castração.

O complexo de masculinidade se caracteriza pela esperança da menina de ainda ter um pênis e assim se equiparar aos homens. Quando ele se estende por muito tempo, pode atrapalhar o desenvolvimento da menina rumo à feminilidade, assim como "se tornar motivo de atos peculiares, de outra forma incompreensíveis" (Freud, 1925/2011b, p. 291).

Sua solução acontece quando a garota toma o pai como objeto de investimento libidinal genital, pois ele poderia dar-lhe um pênis a partir da equivalência simbólica bebê = pênis. Assim, ela deixa de querer um pênis para desejar um filho (um símbolo fálico). Simultaneamente a essa aproximação do pai, a menina afasta-se da mãe, pois a responsabiliza por ter nascido sem o órgão invejado e acredita que a mãe ama mais outra criança que ela, a menina castrada, o que lhe provoca ciúme.

Quanto à recusa da castração, Freud (1925/2011b) acreditava que a menina podia apegar-se ferrenhamente à ideia de que tinha um pênis e consequentemente agir como um homem. A recusa da castração, na criança, não teria maiores problemas, porém, em um adulto, poderia levar a uma psicose. Outra consequência psíquica – "na medida em que não é assimilada na formação reativa do complexo de masculinidade" (Freud, 1925/2011b, p. 292) – é a inferioridade, oriunda da ferida narcísica provocada pelo reconhecimento da superioridade (em tamanho) do pênis frente ao clitóris.

O sentimento de inferioridade engendra o desprezo pelo sexo feminino, nesse aspecto específico da comparação do clitóris em relação ao pênis, e leva a uma identificação com o homem (que também desprezaria a mulher por sua inferioridade).

Freud via na mulher íntima conexão entre a inveja do pênis e o ciúme. Ele não acreditava que o gênero era determinante na questão do ciúme, pois o reconhecia também nos homens, porém, nas mulheres, acreditava que havia um deslocamento da inveja desse objeto específico para outros. Assim, a inveja do pênis podia ser um fator de reforço ao ciúme.

Porém, da mesma forma que poderia complicar o desenvolvimento da feminilidade, a inveja do pênis é importante para seu estabelecimento. Na visão de Freud, a descoberta do prazer genital na menina, envolvia a masturbação clitoriana. Essa masturbação, na fase fálica, seria uma expressão dos traços masculinos da mulher. Portanto, "uma condição para o desenvolvimento da feminilidade seria a eliminação da sexualidade clitoriana." (Freud, 1925/2011b, p. 294).

Esse afastamento da sexualidade clitoriana acontece a partir da inveja do pênis. Freud considera que a ferida narcísica causada pela inveja e o reconhecimento da diferença sexual anatômica liberam o caminho para a feminilidade, pois afastam a garota da competição como os meninos e da masculinidade.

Aliás, a masturbação clitoriana tem importante papel no conflito com a mãe no complexo de Édipo. Segundo Freud (1925/2011b), ela é o pano de fundo de uma fantasia masturbatória de espancamento, muito comum em meninas, em que uma criança é espancada. Essa criança espancada seria o clitóris – a fantasia seria então, uma reminiscência da fase fálica, da masturbação clitoriana – e a criança preferida pela mãe, aquela pela qual a menina foi preterida por ser castrada, seria "o primeiro objeto da fantasia de espancamento que termina em masturbação" (Freud, 1925/2011b, p. 294).

Uma breve recapitulação: a inveja do pênis está relacionada à percepção de que os meninos têm uma "vantagem" anatômica: um órgão sexual exterior e visível. Freud considerava que as meninas não tinham consciência da cavidade interior da vagina e as sensações na região genital estariam relacionadas ao clitóris. Assim, o clitóris seria um equivalente do pênis, que perdia em tamanho.

A inveja do pênis, se não for excessiva e se estender por tempo demais, é importante para que a menina se direcione à feminilidade, afastando-se da masturbação clitoriana, um traço masculino e característico da fase fálica (fase da organização infantil da libido em que ocorre a unificação das pulsões parciais nos genitais).

Como consequência, o complexo de castração – o reconhecimento da inferioridade do clitóris em relação ao pênis – é o catalisador do complexo de Édipo na menina, em que ela se afasta da mãe, ressentida pela falta do pênis e se dirige ao pai, objeto de amor e investimento libidinal, para que lhe dê um pênis ou seu substituto simbólico, um bebê.

É importante destacar que na fase fálica, tanto o menino quanto a menina só conhecem o órgão sexual masculino. Portanto, a diferença sexual (genital) é equivalente à oposição fálico-castrado (Laplanche; Pontalis, 2016). A inveja, sob esse aspecto, "será determinante da possibilidade de uma visão fálica ou falicista das relações humanas" (Chuster; Trachtenberg, 2009, p. 52), pois as diferenças são determinadas pelo ter ou não ter (o falo), o que representa a superioridade ou inferioridade.

4.1.5 Reflexões sobre o conceito de inveja em Freud

Expostas as ideias de Freud acerca da inveja, vamos agora refletir sobre elas e debatê-las à luz das ideias de Trachtenberg e Chuster, Mezan, Mattos e Minerbo.

Quando olhamos as faces da inveja ao longo da obra de Freud, chama a atenção o movimento intrapsíquico e intersubjetivo do conceito. Ao nos debruçarmos sobre a inveja em "Totem e tabu" e "Psicologia das massas e análise do Eu", vemos o intrincado jogo que ela engendra tanto no psiquismo individual e nas relações do sujeito com o grupo.

Quando Freud aborda a questão do tabu, destaca que tanto a pessoa tabu quanto o transgressor podem provocar inveja; na leitura do texto, verifica-se que a inveja da pessoa tabu depende do contexto. Pessoas que se tornam sexualmente maduras são tabu pelo desejo sexual que suscitam; recém-nascidos ou mulheres grávidas, pela sua vulnerabilidade. Porém, o rei ou chefe podem provocar inveja devido as suas prerrogativas, pois "cada um poderia gostar de ser rei" (Freud, 1912-1913/2010, p. 62).

Podemos concluir também que o tabu serve à manutenção de uma ordem social e de uma hierarquia. Tal conclusão é corroborada pela necessidade de punição à transgressão do tabu, pois suas consequências recaem sobre todos os membros da comunidade. Aquele(a) que transgrede o tabu desestabiliza a ordem social e deve sofrer punição, pois, no fundo, o(a) transgressor(a) é aquele(a) que realiza o seu desejo reprimido e de todos os outros – por isso as consequências da transgressão de um dos membros recaem sobre os demais daquela sociedade – e, assim, torna-se invejável.

Sendo objeto da inveja de outros, pode ser seguido em seu crime por outras pessoas pela via da identificação com o(a) transgressor(a): a pessoa invejada torna-se um modelo a ser seguido.

Acreditamos também que a ambivalência cumpre um papel significativo na inveja. Retomando a questão do pai da horda primeva, lembramos que de acordo com o mito freudiano, era uma figura amada e odiada, respeitada e temida, que impunha a restrição dos impulsos sexuais de seus filhos pela força e detinha para si a autoridade sobre o bando e acesso irrestrito a todas as fêmeas.

Havia uma identificação com aquele pai todo poderoso, assim como sentimentos ambivalentes em relação a ele. Havia a questão da distância e proximidade: o pai invejado estava distante de seus filhos na ordem social, enquanto esses filhos, como irmãos, estavam próximos. Da mesma forma, quem transgrede o tabu ganha uma posição diferenciada e guarda uma certa distância daqueles que continuam a respeitar o tabu.

O líder da massa, como representante do pai da horda primeva e do ideal do Eu, é objeto de amor e modelo a ser seguido pela via da identificação. Assim como o chefe ou rei, também está distante da massa na ordem social. Ora, se é um herdeiro do velho pai da horda, logo, também deve despertar sentimentos ambivalentes. E inveja.

Outro aspecto a ser destacado, é o fato da rivalidade entre os irmãos – em que a inveja tem um papel importante nessa cena – só ser apaziguada pela percepção da distribuição igualitária do amor dos pais entre os filhos e pela ameaça da perda desse amor diante da hostilidade entre os irmãos.

Quando olhamos para a cena descrita por Freud das relações entre pais e irmãos, as relações entre súditos ou pessoas dos povos a que ele se refere como primitivos, para o mito freudiano da horda primeva, ou mesmo a relação entre a massa e seu líder, o elo de ligação nesses grupos é sempre um objeto externo, capaz de moderar a distribuição da libido e promover a identificação entre os membros. E a inveja cumpre um importante papel na justiça. A pessoa invejada é aquela que tem mais do que seus pares; logo, a igualdade serve para mitigar a inveja. Justiça é ausência de inveja.

Apenas o amor e a submissão a um objeto exterior são capazes de manter a horda primeva unida e as crianças “em paz” no lar freudiano. No caso da horda, o domínio tirânico do pai só é suplantado com sua morte (o aspecto destrutivo da inveja é materializado no mito). A rivalidade entre os irmãos sem a força coercitiva exterior só é dirimida pela culpa do assassinato e a identificação com o pai (introjeção do objeto) que servem à instituição do totem.

Mas cabe questionar: por que essas figuras como um irmão ou irmã, ou um chefe tribal são invejáveis? Porque eles têm algo que outras pessoas não têm, mas que outros querem ter. E para compreender melhor a questão, cabe agora nos debruçarmos sobre o aspecto intrapsíquico da inveja na teoria freudiana: a inveja do pênis.

Conforme mencionamos previamente, Mattos (2018) afirma que Freud usa de forma indistinta e até cambiante a inveja e o ciúme. Portanto, a inveja do pênis é a definição mais circunscrita e de articulação muito específica em sua teoria.

Retomando o conceito: essa forma específica de inveja é descrita por Freud ao abordar a questão da sexualidade feminina. A inveja do pênis está relacionada à descoberta da menina pequena de que os meninos têm um genital diferente do seu. Tal fato produz um efeito desconcertante, a ferida narcísica, e engendra o complexo de Édipo na menina, pois o reconhecimento dessa diferença genital – os meninos têm pênis e as meninas, não – a leva a reconhecer a castração (falta do pênis) que não foi dado pela mãe, o que desperta ódio e ressentimento em relação a ela e, assim, a menina volta-se ao pai – objeto da libido –, na expectativa de que ele lhe dê um pênis (simbolicamente representado pelo bebê; a maternidade é a oportunidade de alcançar a completude fálica, de fechar a ferida narcísica na mulher).

A inveja do pênis é um dos conceitos polêmicos de Freud, alvo de críticas e questionamentos dentro e fora da psicanálise. Sobre as críticas internas, psicanalistas feministas como Horney (1967), Chodorow (1978), Mitchell (1974), Irigaray (1985) e Youg-Bruehl (1990) reforçam que o conceito freudiano, assim como aspectos de sua teoria sobre a feminilidade são influenciados por questões sociais e culturais que não deveriam ser universalizadas, ou que, pelo menos, deveriam ser relativizadas e mais bem contextualizadas. São reflexos de uma sociedade patriarcal, e não inerentes ao funcionamento inconsciente da mente.

A essa crítica, se unem Beavouir (2019), que aponta as teorias de Freud como reducionistas e patriarcais quanto a mulher. A opressão tornava a mulher “inferior” e não sua condição biológica ou psíquica. Butler (2003), questionou as suposições de gênero e sexualidade freudianas, reforçando seu caráter cultural em oposição a um determinismo inconsciente. Além disso, a filósofa desconstrói o conceito de falo enfatizando a performatividade de gênero.

Martins (2021) relembra a psicanalista Karen Horney, para quem as condições sociais pouco favoráveis das mulheres tinham grande influência na inveja do pênis. O que se inveja não é o órgão em si, mas o poder e liberdade de quem o tem.

Cabe ressaltar também as críticas de Preciado (2022), que também afirma o caráter cultural do conceito de inveja do pênis, assim como questiona categorias como masculino,

feminino, heterossexual e homossexual enquanto construções culturais e históricas. A centralidade do falo na teoria de Freud e Lacan também é questionada, uma vez que, em sua visão, esse conceito reduz a multiplicidade de corpos e desejos a uma única narrativa centrada na masculinidade e heteronormatividade.

Marson e Dovyak (2023) apontam que há uma tendência mais recente na psicanálise para se rejeitar ou reinterpretar o conceito, com base no levantamento de artigos publicados sobre o tema entre 1930 e 2023 constantes nas bibliotecas on-line da *American Psychological Association* (APA), *PsycArticles*, e *PsycInfo*. Segundo os autores, o conceito é considerado relevante por autores e psicanalistas freudianos, mas, ao longo dos últimos anos, tem sido alvo de críticas, revisão e até excluído enquanto são enquanto suporte teórico à prática clínica.

Uma saída para essa problemática é a desvinculação entre falo (simbólico) e pênis (anatômico). Como lembram Kupermann e Cossi (2024), na Antiguidade, o falo era um símbolo de poder presente em diferentes culturas, como a grega e a egípcia. Entre outras representações, a mais comum era de um pênis ereto.

Portanto, a distinção entre falo e pênis também não é uma saída fácil, uma vez que uma das polêmicas mais antigas na psicanálise remontam a equiparação entre os dois termos. A leitura que se faz do conceito de falo implica em posições políticas e têm consequências clínicas.

Vale lembrar que em Lacan (1998) há uma tentativa de deslocar da questão anatômica para o simbólico, quando o psicanalista francês sustenta que o falo é o significante inconsciente da falta. Porém, como lembra Martins (2021), há inconsistências na teoria de Lacan, uma vez que a distinção linguística/anatômica cai por terra quando ele propõe a sexuação a partir de duas posições subjetivas diante da castração (simbólica, que representa o limite, a lei que impede o gozo absoluto): a feminina, que não tem o falo, mas busca ser o falo de alguém (o objeto de desejo) e a masculina, que busca a completude, ter o falo.

Martins mostra a incongruência ao afirmar que

> Se mulheres e homens são igualmente castrados e marcados pela falta, por qual motivo o homem tenta obtê-lo e a mulher sê-lo para ser desejada como falo do homem? Tal ideia mantém a noção de uma atividade masculina e de um feminino passivo/objeto. As essencializações presentes, que se originam nos papéis estereotípicos em um coito penetrativo heteronormativo, parecem-nos contraditórias com a concepção de posições subjetivas independentes da anatomia (2021, p. 6).

Chuster e Trachtenberg (2009) afirmam que a noção de inveja do pênis comporta a significância de um desejo feminino que é estruturante. É o desejo de possuir algo *significativo* que só outro tem; não é apenas a posse pela posse. O pênis "não é somente uma parte do corpo; como elemento diferencial entre si e os outros, ele possui o valor simbólico de definir o sujeito; em outras palavras, um valor narcisista que o converte em Falo" (Mezan, 2017, p. 284).

Por outro lado, Martins (2021), aponta que a psicanálise é norteada por uma norma do falo pensada para um homem mítico, que implica na invisibilidade e na impossibilidade de pensar a feminilidade e a subjetividade das mulheres para além de uma forma específica determinada pela posse ou falta do falo. Conforme aponta Baudrillard (1996), o falo torna-se equivalente geral que governa a sexualidade e determina uma ordem fálica que ata o corpo da mulher e torna inexistente sua expressão política.

A autora nos lembra que essa posição teórica remonta à teoria do sexo único, que imperava na transição do século 17 para o 18, na qual o corpo masculino era a referência, a norma, e o corpo feminino era seu negativo. Assim, por mais que Freud proponha em diversas passagens o binômio sexo/gênero, Martins (2021) lembra que a questão da subjetivação estar ancorada no pênis (falo), determina que há um só sexo e o feminino surge como negativo da norma e marcado pela falta.

A psicanalista dirige nossa atenção também para o fato de que se na teoria freudiana, o corpo é pulsional e não biologicamente determinado, por que à vagina torna-se passiva e receptiva, associadas às mulheres, enquanto o pênis torna-se ativo e penetrante, marca dos homens? Essa analogia entre passividade e atividade correlacionadas às estruturas anatômicas e como sinais distintivos entre os gêneros retomam um determinismo biológico.

Martins (2021) também lembra que a sexualidade clitoriana é apagada da teoria de Freud e o próprio clitóris é uma espécie de pênis que não deu certo, cujo apego da mulher a esse "defeito" a impediria de aceder à feminilidade plena. Freud encara a questão social e cultural relacionada ao sofrimento psíquico quando passa a tratar as histéricas: a repressão sexual da moral vitoriana e a falta de liberdade geral das mulheres tinha relação direta com uma sintomatologia corporal chocante, a histeria de conversão. Mas em seu desenvolvimento teórico posterior, ele acaba se apagando mais ao aspecto intrapsíquico, talvez advindo dos relatos de teorias sexuais e fantasias infantis de seus pacientes (talvez, mais especificamente de suas pacientes) de antes do reconhecimento da diferença sexual, quando crianças, acreditavam que as mulheres tinham pênis.

Bonomi (2024), afirma que o trabalho pré-psicanalítico de Freud, no período de formação das bases que o permitirão propor a psicanálise, é contemporâneo ao combate à

masturbação. Nesse período – final do século XIX – um dos tratamentos recomendados às meninas, por pediatras inclusive, era a castração. O autor também afirma que, entre os anos de 1886 a 1896, Freud trabalhou em ambientes pediátricos, inclusive, com um pediatra dessa leva de médicos que recomendavam a castração de meninas como tratamento, o berlinense Adolf Baginsky.

Bonomi (2024, p. 14) lembra que "ao longo da modernidade, dizia-se "castração" para se referir à excisão do clitóris". Portanto, no período de gestação da psicanálise, o termo castração era usado para mulheres, e não para homens. Inclusive, uma prática comum na época para o tratamento das mulheres que sofriam de histeria, era a circuncisão feminina, que consistia na cortar parte dos pequenos lábios junto com o clitóris.

Outro ponto para o qual Bonomi chama a atenção, é o fato de que uma das pacientes de Freud no período de formação da psicanálise, Emma Eckstein, cujo tratamento o levou a formular a teoria da sedução (na qual a base da histeria seria um abuso infantil) posteriormente descartada, era uma mulher que havia sido diagnosticada como histérica e que havia passado pelo tratamento mutilador da circuncisão feminina na infância. "Em suma, Freud deparou com o horror da castração na apenas nas clínicas pediátricas, mas também na sala de análise, na forma de sintomas, experiências e memórias" (Bonomi, 2024, p. 14,).

Assim, o autor questiona o quanto essa experiência influenciou as elaborações teóricas posteriores de Freud. A castração permanece como conceito ao longo de seu trabalho. O quanto o trauma não elaborado da mutilação de Emma Eckstein, uma vez que era compreendido como cura, refletiu-se no par analítico? Que fantasias produziu? Como foram elaboradas? Como podem ter se manifestado possíveis sintomas da paciente relacionados a esse trauma?

Minerbo (2021), por sua vez, afirma que o falo é o símbolo que representa o reencontro entre o prazer absoluto e a completude narcísica de quem o possui. O pênis torna-se a primeira encarnação do falo na passagem do ideal narcísico associado ao esfíncter anal para a zona uretral. Logo, fama, dinheiro, milhares de seguidores, ser sexualmente desejada(o), podem representar o falo para muitas pessoas que veem o falo do outro(a), sabem que não tem, mas gostariam de ter para vivenciar essa fantasia de completude narcísica e prazer absoluto. O que não fica muito claro aqui é por que o pênis se torna a primeira encarnação do falo nessa passagem do ideal narcísico associado ao esfíncter anal para a zona uretral? As mulheres teriam uma pré-concepção (Bion, 2021) do pênis que, ao encontrar uma realização adequada, uma contraparte na realidade, criaria o conceito de "pênis"? Ou o prazer absoluto só é possível para quem tem o órgão, só restando a quem não o tem, amargar a inveja?

Segundo Mezan (2017), a inveja do pênis trata-se de uma fantasia inconsciente relacionada à fantasia da castração e às defesas mobilizadas contra ela. Segundo o autor, apesar de Freud relacioná-la às mulheres, os homens também podem sentir inveja do pênis. Mas por quê? Porque o pênis, o órgão em si, é apenas um suporte de um objeto inconsciente (Mezan, 2017).

Portanto, não é o órgão em si que é invejado, mas o que ele representa. A inveja que a menina pequena sente não é do pênis do irmão, do pai ou de outro garoto; mas de um objeto imaginário, idealizado. "O importante é perceber que o pênis acaba por funcionar como elemento de uma série cujo núcleo comum é a ideia de completude" (Mezan, 2017, p. 321). Ou seja, o que importa, como no geral, na psicanálise, é o aspecto simbólico (mesmo que inconsciente). Nesse sentido, o falo como símbolo é uma saída eficiente para romper com o determinismo biológico.

Não vamos entrar no conceito de falta conforme o entende Lacan, como condição do ser, ou como ele conceitua, do falta-a-ser. Mas, podemos afirmar que a partir dos achados da psicanálise, entendemos o lugar da falta em nossa humanidade: somos seres "incompletos", dependentes, com limites inerentes a nossa condição e impostos pela realidade.

Baseados em nossa experiência clínica, concordamos com Martins (2021) quando ela afirma que o falo está associado à falta e não a diferença, de maneira geral, na psicanálise. Assim, nesse contexto da inveja do pênis conceituada por Freud, entendemos que *o falo é o signo da diferença*. Enquanto signo, ele pode ser qualquer coisa, não necessariamente o pênis, mas a liberdade e o poder social masculino, por exemplo.

Acreditamos que por mais que "falo", à luz do desenvolvimento da psicanálise, seja um termo datado e que carece de revisão, enquanto conceito, especificamente relacionado ao conceito de inveja do pênis, ainda tem validade se o compreendemos como signo, cujo significante (a materialidade do signo), pode variar, não ser anatomicamente determinado e simbolizar a diferença.

Por isso, a abordagem de Mezan sobre o falo parece mais coerente, especialmente, se o compreendemos como o suporte da inveja e seu objeto inconsciente a partir da idealização. Para a psicanálise, a idealização é o "Processo psíquico pelo qual as qualidades e o valor do objeto são levados à perfeição. A identificação com o objeto idealizado contribui para a formação e para o enriquecimento das chamadas instâncias ideais da pessoa (ego ideal, ideal do ego)" (Laplanche; Pontalis, 2016, p. 224).

Esse objeto imaginário é idealizado, pois assegura a seu detentor a felicidade plena que o(a) invejoso(a) teria caso o possuísse. Mezan (2017, p. 306) destaca a importância da

diferenciação entre o objeto da inveja e seu suporte. Para o psicanalista, a inveja sentida é de um objeto imaginário que assegura a seu detentor um estado de felicidade que se o(a) invejoso(a) o tivesse, também teria. Só que esse objeto fantasmático é invejado a partir de um outro objeto que o materializa. Assim, inveja-se algo específico que o outro possui e que o (a) invejoso(a) não tem.

Mezan (2017, p. 311) lembra que para Freud, a idealização tem estreita ligação com o narcisismo, enquanto, para Klein, trata-se de um mecanismo de defesa. Neste momento do texto, vamos nos ater à concepção de idealização freudiana, para a frente discutir a concepção kleiniana do conceito.

Segundo Mezan (2017, p. 313) "em virtude da mobilidade da libido, e por meio do mecanismo de projeção, fantasias originadas em qualquer setor do narcisismo podem ser transportadas para certos objetos." Seguindo essa trilha, uma vez que entendemos a importância da idealização com a inveja até aqui, cabe retomar brevemente o conceito de narcisismo em Freud citado tantas vezes até o momento.

Freud recupera o termo que já era usado clinicamente no final do século XIX e início do século XX para descrever uma conduta específica em que a pessoa trata seu corpo como um objeto sexual.

Porém, no pensamento freudiano, ele ganha contornos mais específicos e está estritamente associado ao conceito de libido. Lembrando que libido, para Freud (1921/2011a), está associada aos "instintos relacionados com tudo aquilo que pode ser abrangido pela palavra amor". O narcisismo está intimamente relacionado ao investimento libidinal no Eu e nos objetos. O "Eu deve ser visto como grande reservatório da libido, do qual essa é enviada para os objetos, e que está sempre disposto a acolher a libido que reflui dos objetos" (Freud, 1923/2011a, p. 305).

No início da vida, a libido está restrita ao Eu; durante o crescimento, parte dessa libido é investida nos objetos. Para exemplificar: um bebê recém-nascido, pelo vértice freudiano, teria toda sua libido investida em si. Nesse momento, prevalece o narcisismo primário, um estado hipotético em a criança tem a si mesma como objeto de amor.

Conforme ele vai crescendo, sua libido é investida na mãe, depois no pai e demais pessoas de seu convívio. Percebe-se que conforme o bebê cresce – e se tudo está indo relativamente bem no seu desenvolvimento – ele começa a se dirigir ao outro, a chamar sua atenção, interagir, desde formas mais rudimentares às mais complexas. Parte da libido do Eu dirige-se aos objetos.

> Formamos assim a ideia de um originário investimento libidinal do Eu, de que algo é depois cedido aos objetos, mas que persiste fundamentalmente, relacionando-se aos investimentos de objeto como o corpo de uma ameba aos pseudópodes, que dele avançam (Freud, 1914/2010/, p. 17).

Laplanche e Pontalis (2016) definem o narcisismo como o amor pela própria imagem. Já Mezan (2017, p.311) define-o de forma mais ampla como "amor em relação a si mesmo", em que o "si mesmo" pode se referir tanto ao corpo, quanto ao Eu – a instância psíquica, especialmente à parte que tem a ver com a autoimagem -, assim como a pessoa inteira (mente e corpo).

O amor com que a pessoa ama a si mesma também é um amor sexual, tanto quanto o amor pelos objetos externos. Basta pensarmos no autoerotismo, na masturbação e até nos cuidados estéticos. O corpo e o Eu também são objetos de investimento amoroso-sexual.

Voltando a questão da mobilidade da libido que flui do Eu para os objetos, Mezan (2017) afirma que esse movimento impregna as coisas e seres do mudo externo – os objetos - com algo muito particular do Eu, uma vez que é a libido narcísica que investida neles.

Esse algo, ou ""qualidade particular" da libido narcísica é precisamente a *perfeição*, e o veículo pelo qual ela transita para os objetos é a *idealização* deles" (Mezan, 2017, p. 312). Se estamos falando em perfeição, mais especificamente em perfeição do Eu, sob a teoria do narcisismo de Freud, estamos nos referindo ao Eu ideal.

O Eu ideal é o remanescente das experiências iniciais da criança – quando ela era seu próprio ideal (Freud, 1914/2010) –, ainda bebê. Embalada pelos cuidados dos pais, sem consciência dos limites internos e externos, ela era perfeita, completa e onipotente a ponto de não reconhecer que o alimento e aconchego que recebiam provinham do exterior e não dela mesma.

Conforme a criança cresce e vai reconhecendo seus limites, sua dependência e incompletude, é necessário abrir mão dessa fantasia onipotente. Porém, tal processo não acontece sem sofrimento pois, "como sempre no âmbito da libido, o sujeito se revelou incapaz de renunciar à satisfação que uma vez foi desfrutada (Freud, 1914/2010, p. 40). Assim, durante o crescimento, esse narcisismo infantil continua vivo, porém, inconsciente. Mezan (2017) afirma que essa imagem perfeita, completa e onipotente que a pessoa tem de si, vai continuar existindo e reaparecendo como manifestações de um sentimento ou fantasia de autossuficiência.

Uma vez que a "idealização é um processo envolvendo o objeto, mediante o qual este é aumentado e psiquicamente elevando sem que haja transformação de sua natureza" (Freud,

1914/2010, p. 40), Mezan (2017)propõe que se as fantasias narcísicas provêm do Eu ideal, logo os objetos investidos de libido se tornarão seu duplo e, por isso, serão idealizados e perfeitos, como o bebê foi quando se imaginava completo, autossuficiente e onipotente.

Portanto, esse algo que torna o objeto imaginário idealizado da inveja único, é justamente essa fantasia de perfeição relacionada ao Eu ideal do invejoso(a).

Para finalizar, gostaríamos de ressaltar a grande "sacada" de Freud, quanto a inveja: retomamos aqui aquela descrição que ele usa para se referir a inveja do pênis: "viu, sabe que não tem e quer ter" (Freud, 1925/2011b, p. 291).

Se nos apropriamos, portanto, dessa oração de Freud a respeito da inveja do pênis, conceito determinante da feminilidade em sua teoria, e o usarmos como um modelo (Bion, 2021), para pensar a condição da inveja para além dos gêneros, como uma experiência emocional comum e possível a qualquer pessoa, ela descreve a condição subjetiva e intersubjetiva da inveja. Além disso, nos dá uma chave de leitura que permite tanto determinar o que é ou não inveja, assim como nos ajuda a mapear o fenômeno da inveja nas redes sociais digitais, especificamente, no Instagram.

Afinal, é uma plataforma social visual, em que prevalece a produção de imagens de si, imagens essas feitas para serem consumidas e que são determinadas pela dinâmica de relações sociais mediadas pelo consumo. Ali, as imagens exibem signos de desempenho que atuam diretamente na promoção do valor de exposição do eu-mercadoria, ao mesmo tempo que é uma grande vitrine que permite aos seus usuários se medirem e se compararem diante de modelos idealizados de beleza, estilo de vida, consumo de produtos.

É preciso reforçar mais uma vez que Freud não oferece uma definição clara de inveja quando pensa na dinâmica social ou de grupos; a sua definição mais específica de inveja é em relação ao conceito específico da inveja do pênis. Conforme falamos, seguimos aqui a proposta de Matos (2018) de identificar a construção de uma "inveja geral", nas ideias de Freud. Associando a sua oração, em que propomos as características subjetivas e intersubjetivas da inveja, os elementos da "inveja social" previamente identificados – rivalidade, agressividade, distância social, ambivalência e a identificação – temos aqui uma caracterização geral da inveja em Freud.

Agora, vamos seguir para as ideias de Klein sobre a inveja.

4.2 A inveja em Klein

A inveja aparece em alguns momentos na obra de Klein. Segundo a própria autora, em vários de seus escritos como

> *A psicanálise de crianças*, "Estágios iniciais do Complexo de Édipo", e em "A vida emocional do bebê", me referi à inveja, surgindo de fontes sádico-orais, sádico-uretrais e sádico-anais durante os estágios mais iniciais do complexo de Édipo e conectada ao desejo de estragar as posses da mãe, particularmente o pênis do pai, o qual, na fantasia ela contém. Já em meu artigo "Uma neurose obsessiva em uma menina de seis anos", que foi lido em 1924, mas não publicado até aparecer em *A psicanálise de crianças*, a inveja ligada a ataques sádico-orais, sádico-uretrais e sádico-anais ao corpo da mãe desempenhava um papel importante. Mas eu não relacionava essa inveja especificamente ao desejo de tirar e estragar os seios da mãe, apesar de já ter me aproximado dessas conclusões. Em meu artigo "Sobre a identificação" (1955), eu discuti sobre a inveja como um fator muito importante na identificação projetiva. Já em *Psicanálise de crianças* eu sugeri que não apenas as tendências sádico-orais, mas também as sádico-uretrais e sádico-anais são operativas em bebês muito pequenos (Klein, 1957/1984, p.180, tradução nossa)[22].

Porém, em um de seus textos finais, "Inveja e gratidão", ela se dedica ao tema, articulando-o ao corpo de sua teoria, que ganha status conceitual em seu pensamento. Spillius (2006) afirma que Freud foi o primeiro psicanalista a tratar a inveja conceitualmente, abordando-a na dinâmica do grupo – membros de um grupo renunciando à rivalidade invejosa a partir da idealização e desejo de amor do líder – e na ideia de inveja do pênis.

Ela ainda lembra de outros analistas que abordaram a questão da inveja: Abraham, que a relaciona ao ataque de pacientes ao processo analítico; Eisler, que aponta a origem da inveja na pulsão oral; e Joan Rivière, que postula que a inveja oral inconsciente sentida dos pais em coito tem como defesa o ciúme patológico.

Spillius (2006, p. 251) afirma que assim como o sentir inveja é perturbador, o conceito psicanalítico de inveja também o é. Roth (2020), lembra que o lançamento de "Inveja e

[22] No original: In a number of my writings, *The Psycho-Analysis of Children*, "Early Estages of Oedipus Complex", and in "The Emotional Life of the Infant", I have refrred to envy, arising from oral-, urethral-, and anal-sadistic sources, furing the earliest stages of the Oedipus complex and connected it with the desire to spoil the mothers's possessions, in particular the father's pênis which in the infant's phatasy she contains. Already im my paper "An Obssessional Neurosis in a Six-Year-Old Girl" wich was read in 1924 but not published until it appeared in *The Psycho-Analysis of Children* , envy bound up with oral-, urethral-, and anal-sadistic attacks on her mother's body played a prominent rôle. But I had not related this envy specifically to the desire to take away and spoil the mother's breasts, although I had come very near to these conclusions. In my papeer "On identificantion" (1955) I discussed envy as a very importante fator in projective identification. As far back as my *Psycho-Analysis of Childrem* I suggested that not only oral-sadistic but also urethral-sadistic and anal-sadistic trends are operative in very young infants.

gratidão" – texto em que Klein apresenta o conceito de inveja primitiva – provocou intensos debates. A ideia de uma inveja constitucional foi mal-recebida por muitos psicanalistas que criticaram Klein. Winnicott (2019), por exemplo, foi um dos críticos desse conceito, considerando inadequado e clinicamente inútil supor que o bebê sente inveja. Cintra e Figueiredo (2010) afirmam que, inclusive, a partir da introdução desse conceito por Melanie Klein, Winnicott se afasta definitivamente dela tomando a questão da inveja como ponto de virada em uma profunda discordância entre ambos.

Assim, o uso clínico e exploração do conceito de inveja tornou-se uma marca distintiva dos analistas kleinianos. Inúmeros autores debruçaram-se sobre essa questão a partir da publicação de "Inveja e gratidão" ainda na década de 50. Não vamos nos ater a uma revisão histórica e descrição detalhada desses trabalhos, pois tal exploração foge de nosso propósito.

Para além das querelas e debates, vamos nos ater à leitura do texto "Inveja e gratidão", em que Klein teoriza conceitualmente a inveja, integrada às linhas gerais do seu pensamento, pois é o texto em que a autora se preocupa mais especificamente em definir a inveja e suas repercussões psíquicas, seguindo a proposta inicial da constituição de um modelo para pensar a inveja no contexto das redes sociais digitais.

Nessa leitura, vamos dialogar com outros autores que se debruçaram sobre a teoria kleiniana da inveja como Mattos, Mezan, Segal, Joseph, Ulhôa Cintra e Ribeiro, Ulhôa Cintra e Figueiredo, e Chuster e Trachtenberg.

4.2.1 Klein e a inveja do objeto primário

Klein considera que a inveja "é o sentimento raivoso em relação a outra pessoa que possui e desfruta de algo desejável – o impulso invejoso é tomar esse algo ou estragá-lo" (Klein, 1957/1984, p. 181, tradução nossa)[23]. Ela é capaz de prejudicar os sentimentos de amor e gratidão, pois afeta a primeira relação do ser humano, aquela com sua mãe, ainda no início da vida pós-natal.

A partir do trabalho com seus pacientes, Klein observa ataques ao processo analítico e às conquistas trazidas pelo avanço terapêutico e, a partir dessa trilha, passam a pensar numa forma de inveja anterior à linguagem, que surge na relação inicial com a mãe e seu seio.

Essa inveja "primitiva" – no sentido de inicial, primária, que ocorre em um momento muito inicial da vida física e mental – está associada "às relações de objeto mais arcaicas e

[23] No original: is the angry feeling that another person possesses and enjoys something desirable – the envious impulse being to take it away or to spoil it.

processos de internalização que tem raízes na oralidade" (Klein, 1957/1984, p. 180, tradução nossa) [24] e produz graves consequências para o desenvolvimento do pensamento, tanto quanto para a capacidade para a gratidão e o amor, primeiro com a mãe e depois com outros objetos de investimento pulsional, pois afeta justamente a internalização de um objeto bom, tão caro ao desenvolvimento do Eu ainda no início da vida.

Segundo Klein (1957/1984, p. 176, tradução nossa) a inveja primitiva ou primária "é uma expressão sádico-oral e sádico-anal de impulsos destrutivos ativos desde o começo da vida"[25] e é constitucional. Tal afirmação provocou – e ainda provoca – bastante controvérsia, pois alguns autores tendem a lê-la como se tratasse de uma disposição biológica (genética, na contemporaneidade), inata.

Longe de ser uma questão inata, filogenética ou genética, a inveja – nome dado a esse sentimento que invade o ser humano antes de sua entrada propriamente dita na linguagem – é constitucional por ser uma condição da qual nenhum bebê estaria livre. Em maior ou menor medida, mesmo com uma experiência feliz de amamentação e cuidados no começo da vida, o bebê pode experienciar essa inveja.

Cintra e Figueiredo (2010) explicam que quando Klein afirmou que a inveja era constitucional, ela não se referia a algum determinismo genético ou biológico, mas que alguns bebês podem ter maior tolerância à frustração ou alcançar uma satisfação mais plena na amamentação e, portanto, sentir maior gratidão, já que têm capacidade para gratificar-se, para satisfazer-se.

Já um bebê com maior tendência à voracidade, pode ter dificuldades em sentir-se satisfeito. Ao mamar, pode sentir que o leite não flui o suficiente, e ao sugar ansiosamente, dificulta a amamentação. "Maior voracidade leva ao acréscimo da margem de insatisfação sempre presente, e, disso, ao ressentimento, ódio e à vontade de atacar o objeto que frustrou" (Cintra; Figueiredo, 2010, p. 128).

A inveja (primitiva) pode ser afetada por condições ambientais e não é totalmente determinada por questões intrapsíquicas; é a complexa interação entre mente e ambiente que vai traçar caminhos e descaminhos nessa inveja do bebê. Segundo Cintra e Figueiredo (2010) um aspecto constitucional, sob o ponto de vista de Klein, seria uma propensão à oralidade, que pode estar ligada a alguma questão do equilíbrio hormonal do bebê ou ao seu metabolismo, por exemplo, na visão dos autores.

---

[24] No original: [a particular aspect] of earliest object relations and internalization processes that is rooted in orality.
[25] No original: [envy] is na oral-sadistic and anal-sadistic expression of destructive impulses, operative from the beggining of life.

Para entender melhor essa inveja que Klein procura descrever conceitualmente, cabe retomar um pouco da sua teoria sobre a mente e seu desenvolvimento.

4.2.2 A teoria da mente kleiniana

Melanie Klein era uma seguidora de Freud e muitas de suas ideias são desenvolvimentos da teoria Freudiana. Porém, ela trouxe inovações, críticas e seguiu por caminhos diferentes de Freud em alguns aspectos.

A partir de seu trabalho com crianças e de sua técnica do brincar (*play technique*) e posteriormente com adultos, a psicanalista investigou os aspectos mais "primitivos" da vida mental, remontando à mente do bebê. Assim, ela afirma que "a vida mental é influenciada por emoções primitivas e fantasias inconscientes" (Klein, 1959/1984, P.248).

As fantasias, representantes mentais das pulsões, desde o início da vida, colorem a percepção dos fenômenos. São uma atividade mental inconsciente que acompanha os impulsos experienciados pela criança recém-nascida (Klein, 1959/1984). Por exemplo: um bebê com fome pode alucinar (fantasiar) que está mamando e assim, lidar com essa sensação enquanto de fato não é alimentado pela sua mãe; da mesma forma, esse bebê pode também fantasiar que o seio não o alimenta e que a sensação de fome é causada por esse objeto que além de não o alimentar, o ataca persecutoriamente.

Segal (1983), refletindo sobre o conceito de fantasia na teoria Kleiniana, retoma o artigo de Isaacs (1948), que relaciona às fantasias inconscientes aos mecanismos mentais e pulsões afirmando nesse texto, a autora consegue conciliar as diferentes definições de pulsão apresentadas por Freud.

Segal relembra que Strachey, psicanalista e tradutor das obras completas de Freud na Inglaterra, aponta que Freud oscilava entre definições do conceito de pulsão (traduzidos por *instinct* por Strachey), ora definindo-o como algo no limite entre o mental e o somático, ora como uma espécie de representante psíquico de estímulos orgânicos. Em sua visão, parece que Freud considerava a própria pulsão como representante psíquica das forças somáticas, sem estabelecer uma diferença clara e bem definida entre a pulsão e seu representante psíquico.

Porém, Segal (1983) aponta que o Strachey identifica no texto "O inconsciente" de Freud uma distinção bem definida entre a pulsão e sua representante psíquica, onde ele deixa claro que a pulsão nunca pode tornar-se diretamente objeto da consciência, a não ser por uma ideia, assim como não pode ser representada senão por uma ideia no inconsciente.

Assim, Segal compreende que o conceito de fantasia, conforme utilizado na teoria kleiniana e formalizado por Isaacs, concilia as definições freudianas de pulsão. “As ideias representando os instintos seriam as fantasias primitivas originais” (Segal, 1983, p. 68). A partir desse vértice, a pulsão se expressa e é representada mentalmente por uma fantasia de satisfação de desejo. Por exemplo: a descrição do bebê que alucina a satisfação da fome citada anteriormente. Como essas fantasias primitivas do bebê derivam de pulsões na fronteira entre o somático e o psíquico, elas são vivenciadas, sentidas como algo físico e mental, pois, nesse momento, tais fantasias são onipotentes e ainda não há diferenciação entre elas e a realidade.

Segal (1975) afirma que a fantasia já é uma função do Eu. Logo, no começo da vida, essa instância psíquica, a partir do ponto de vista de Klein, é mais complexa do que Freud acreditava. Melanie Klein considera que o Eu – uma das instâncias psíquicas na teoria estrutural da mente Freudiana, juntamente com o Super-eu e o Id – já existe desde pelo menos o nascimento. No início, é uma instância fragmentada, ainda muito rudimentar, mas que realiza importantes funções. Klein (1984) supõe que esse Eu inicial seja conceitualmente próximo ao que Freud considera a parte inconsciente do Eu. Klein considera que suas tarefas iniciais são manejar a angústia que deriva majoritariamente do conflito entre as pulsões de vida e de morte, assim como a destrutividade do bebê (oriunda da pulsão de morte) que ameaça tanto seu *self* quanto o objeto.

Klein foi uma das psicanalistas que abraçou a teoria das pulsões de vida e morte proposta por Freud em seu trabalho. Porém, ela a levou a diante, excluindo os aspectos biológicos propostos por Freud, considerando-os fenômenos mentais. Como Freud não acreditava que houvesse o Eu desde o início da vida, ele atribuía ao organismo a tarefa de defletir (projetar “para fora”, para objetos externos) a pulsão de morte, expressa como destrutividade (real ou em fantasia aos objetos). Apenas para esclarecer, faremos uma breve retomada da teoria das pulsões de Freud.

Ao descrever a sexualidade humana, Freud organiza e aplica a noção de pulsão. Laplanche e Pontalis (2016) explicam que Freud compreendeu que ao lado das excitações exteriores, existem fontes internas de uma excitação constante que afetam o organismo e propulsionam o funcionamento do aparelho psíquico.

Quando Freud propõe as fases do desenvolvimento psicossexual infantil – oral, anal, fálica e genital – ele entende que a organização da libido nessas etapas está associada a pulsões parciais com fontes corporais, metas e objetos específicos. Por exemplo, na fase oral, cujo objeto é o seio, a pulsão parcial tem como meta sugar ou devorar.

Mas, a teoria das pulsões de Freud é sempre dualista; inicialmente, ele afirmava que as pulsões eram sexuais ou de autoconservação. E como ficam as pulsões parciais citadas, então? Laplanche e Pontalis (2016, p. 402) apresentam a conexão: "O conceito de pulsão parcial está em correlação com o de conjunto, de organização. A análise de uma organização sexual põe em evidência as pulsões que nela se integram." Portanto, as pulsões parciais estão todas inseridas no conceito maior de pulsão sexual, porém, aquelas estão relacionadas aos seus componentes, às zonas erógenas (as fontes orgânicas).

Ao propor uma dualidade pulsional, Freud postulava que elas estavam em conflito. Ou seja, que a pulsão sexual e sua busca por satisfação (descarga) se opunha à pulsão de autoconservação (ou pulsão do Eu), focada em preservar a vida (tendo a fome e sua satisfação como protótipo). O conflito se estabelece uma vez que a pulsão sexual coloca em risco o equilíbrio psíquico ao buscar o alívio da pressão dos estímulos internos (princípio do prazer) sem considerar os ricos para o Eu, a realidade (externa) e as exigências de conservação da estabilidade e da vida da pulsão de autoconservação.

Mas essa teoria não dava conta de algumas questões que a análise dos pacientes impunha à Freud; como pensar o sadismo ou o masoquismo? Além disso, ele observava em alguns pacientes uma tendência a reiteradamente vivenciar situações traumáticas que geravam sofrimento. Impunha-se a compulsão à repetição, que desafiava seus avanços teóricos até aquele momento.

Freud, então, apresenta uma nova teoria pulsional em 1920 no texto "Além do princípio do prazer", ainda com duas pulsões bem definidas e em conflito: as pulsões de vida e de morte. Segal explica que:

> A libido, longe de estar em conflito com a pulsão de vida, é parte dele e sua expressão sexual. Em oposição está a pulsão de morte, que deriva da necessidade biológica do organismo de retornar ao seu estado anterior, em última análise, ao inorgânico. Sua contraparte psíquica é um anseio pelo retorno a um estado sem dor – o princípio do nirvana. Mas o organismo se sente ameaçado pela pulsão de morte e a desvia para fora. (Como Freud enfatizou antes, uma pulsão pode mudar sua meta e direção. Quando é desviada para um objeto, a pulsão de morte é convertida em agressão: "Eu não vou morrer, você vai" (1979, p. 19, tradução nossa), [26]

[26] No original: The libido, far from being in conflict with the life instinct, is part of it and is its sexual expression. Opposing it is the death instinct, wich derives from the biological need of the organismo to return to its prior state, ultimately to the inorganic. Its psychical counterpart is a longing for a return to a state of no pain – the nirvana principle. But the organismo feels threatened by the death instinct and deflects it outwards. (As Freud had emphasized before, a instinct can cHange its aim na its direction.) When it deflected towards na objetc, the death instinct is converted into agression: "I shall not die, you will."

E ela prossegue:

> O conflito fundamental entre Eros – vida, incluindo a sexualidade – e THanatos – autodestruição e destruição – é a mais profunda fonte de ambivalência, ansiedade e culpa. Mas, apesar dessas duas pulsões estarem em conflito, elas também se fundem. Quando a pulsão de morte prevalece nessa fusão, ela dá origem ao sadismo e masoquismo; quando a pulsão de vida predomina, a agressão está a serviço das forças da vida e se torna ego-sintônica: ou seja, está a serviço do Eu. (Segal, 1979, p. 20, tradução nossa)[27].

De volta à teoria de Klein: portanto, a partir de suas observações clínicas e abraçando a segunda teoria das pulsões de Freud, ela supõe que existe uma luta entre tendências contrárias na mente do bebê: uma ânsia destrutiva voltada tanto a si quanto aos objetos, assim como um poderoso impulso a preservar os objetos e a si. Para Klein, pulsão de morte e destrutividade são praticamente sinônimos. E ela também associa explicitamente o conflito entre as pulsões de vida e morte com o conflito entre o amor e o ódio.

Uma vez que Klein entende as pulsões então como fenômenos mentais, excluindo a base biológica, logo, o manejo do conflito pulsional, assim como da pulsão de morte – fonte da angústia primordial provocada pelo medo do aniquilamento que ela provoca –, são realizados exclusivamente pelo Eu e não pelo organismo, como acreditava Freud.

Entram em cena, então, alguns mecanismos de defesa necessários para lidar com a destrutividade da pulsão de morte e a angústia que ela provoca: projeção e introjeção. Klein (1958/1984) afirma que esse mecanismo atua muito cedo e que o Eu é mobilizado pela pulsão de vida para usá-lo a fim de defletir a pulsão de morte para "para fora" (projetá-la em objetos), além de impregnar o objeto primário com a libido. Segal (1979) explica que a projeção é um mecanismo característico da paranoia, na qual a pessoa renega um impulso e o atribui ao objeto (por exemplo: "Veja bem, eu não tenho nada contra essa pessoa. Ela é que me odeia, eu não a odeio de forma alguma!").

Outro mecanismo de defesa muito básico colocado em ação logo no começo da vida pós-natal é a introjeção, a contraparte mental do impulso de comer o objeto. Na introjeção, as

[27] No original: The fundamental conflict, between Eros – life, including sexuality – and THanatos – self destruction and destruction – is the deepest source of ambivalence, anxiety and guilt. But although the two basic instincts are in conflitc, they also fuse. When in this fusion the death instinct predominates, it gives rise to sadismo and masochism; when the life instinct predominates, agression is at the service of the life forces and becomes ego-syntonic: that is, it i sat the service of the ego.

características do objeto são incorporadas. Para Klein (1958/1984), essa defesa também é mobilizada pela pulsão de vida pois o Eu que recebe algo capaz de "dar vida" (como o alimento, por exemplo), é mais capaz de ligar o trabalho da pulsão de morte.

Klein (1958/1984) acreditava que desde o começo da vida, as pulsões de vida e morte são vinculadas a objetos. Essas pulsões "se prendem" ao seio materno (ou ao seu representante simbólico, a mamadeira) e dependendo da predominância da destrutividade ou do amor, associados a experiências gratificantes ou frustrantes, forma-se na mente do bebê um objeto "bom" ou "mau".

Se prevalece o investimento libidinal (a pulsão de vida) associado à boas experiências – como uma boa experiência de amamentação, em que o leite flui agradavelmente e em quantidade suficiente para aplacar a fome, a mãe tem uma postura tranquila e amorosa com o bebê – o seio é sentido como bom e forma-se na mente o objeto bom primário; se prevalece a projeção dos impulsos destrutivos do bebê no seio (a pulsão de morte), associados a uma experiência frustrante de amamentação – a voracidade do bebê que, ansiosamente, agarra o mamilo e tenta sugar o máximo possível o leite, a atitude ansiosa da mãe em relação ao bebê – o seio pode ser sentido como mau, e forma um objeto mau primário em sua mente.

Essas pulsões projetadas no seio podem novamente ser manejadas pelo Eu quando são introjetadas. Segundo Klein:

> A necessidade de dominar a ansiedade persecutória dá ímpeto para cindir o seio e mãe, externamente e internamente, em um objeto útil e amado e, por outro lado, em um objeto assustador e odiado. Esses são os protótipos de todos os objetos internalizados subsequentes (1958/1984, p. 238, tradução nossa)[28].

Essa ansiedade persecutória está associada à pulsão de morte, que retorna com a introjeção do seio "mau". Para lidar com tal necessidade, uma nova defesa é mobilizada: a cisão. A cisão ou *splitting*, trata especificamente da cisão dos objetos em bons e maus que são introjetados no Eu para lidar com a angústia. Como o Eu é feito de objetos, ele também é cindido.

Por exemplo, na teoria kleiniana, o Super-Eu é resultado da introjeção do seio bom e mau e da consequente cisão do Eu a partir do conflito interno nessa estância psíquica entre as pulsões de vida e morte. Klein afirma que:

[28] No original: The need to master the persecutory anxiety gives impetus to splitting the breast and mother, externally and internally, into a helpful and loved and, on the other Hand, a frightening and hated object. These are the prototypes of all subsequent internalized objects.

> O Eu, apoiado pelo bom objeto internalizado e fortalecido pela sua identificação com ele, projeta uma porção da pulsão de morte dentro daquela parte que foi excindida – uma parte que, dessa forma, passa a estar em oposição ao resto do Eu e forma a base do Super-Eu (1984/1958, p.240, tradução nossa).

A identificação é mais um dos mecanismos de defesa que Klein traz da teoria freudiana. Segal (1979) afirma que Freud descobriu a identificação antes da introjeção que, em alguns momentos de sua obra, ele não as diferencia claramente.

Freud apresenta algumas formas de identificação. Talvez, a mais conhecida, seja aquela apresentada na obra "Psicologia das massas e análise do Eu", em que ele descreve a identificação a partir da percepção de um traço comum entre um Eu e outro Eu.

Mas existe uma forma de identificação mais básica, em que o sujeito toma o objeto como modelo: essa forma é comum na resolução do complexo de Édipo, por exemplo, em que a criança toma os pais como modelo. Klein (1955/1984) lembra que Freud demonstra a relação entre os mecanismos de identificação e introjeção no texto de 1917, "Luto e Melancolia" e que posteriormente, no texto de 1923 "O Eu e o Id", já com o conceito de Super-Eu bem estabelecido, ele descreve a introjeção do pai (como objeto) e a identificação do Eu do garoto pequeno com ele (esse objeto).

Essa forma de identificação entre sujeito e objeto, que permite que aquele assimile as características deste, tem um caráter defensivo, pois, como aponta Segal (1979), impede que o sujeito rivalize ou sinta a perda do objeto.

Outra forma de identificação é a de ordem narcísica, em que o próprio sujeito é tomado como modelo e isso vai nortear sua escolha de objeto amoroso (pois o sujeito busca a si mesmo – suas características – no objeto).

Cabe ressaltar aqui que quando Klein fala sobre a projeção e introjeção de objetos, ela "está descrevendo fantasias inconscientes que as pessoas têm sobre o que elas próprias contêm." (Segal, 1975, p.22). Então, esses objetos que são devorados ou evacuados (em fantasia), não são concretos; são objetos que existem na fantasia inconsciente.

De forma geral, os mecanismos de defesa podem ser considerados fantasias. Segal (1983) aponta que a Isaacs, no já citado artigo sobre a fantasia na teoria Kleiniana, considera que os mecanismos de defesa são, na verdade, a descrição do ponto de vista do observador (psicanalista) das fantasias inconscientes. Klein (1946/1984), no entanto, reforça que por mais que as angústias e defesas psíquicas mobilizadas contra elas sejam de natureza fantástica, pois

estão associadas ao mundo de fantasia do bebê, seus efeitos são reais, pois vão afetar emoções, relações com objetos parciais e pessoas, assim como afetam processos mentais.

Uma fantasia defensiva mais específica descrita por Klein é a identificação projetiva, em que a pessoa acredita onipotentemente colocar partes de si mesma (ou toda ela) dentro do outro com variados objetivos: controlar a outra pessoa a partir do interior, livrar-se de uma parte indesejada de si mesma, escavar o objeto por dentro (o seio, por exemplo), tomar posse da pessoa de forma gananciosa e violenta. Voltaremos a ela ao abordar a posição esquizoparanóide.

Cisão, projeção, introjeção, identificação e identificação projetiva são mecanismos defensivos fundamentais para o desenvolvimento normal do bebê e anteriores à mecanismos mais sofisticados de defesa, como a repressão. Porém, da mesma forma que são necessários e importantes ao desenvolvimento, quando seu funcionamento se desequilibra, tornando tais defesas rígidas demais, por exemplo, serão determinantes nas patologias psíquicas. Por exemplo, Klein (1946/1984), cita que o empobrecimento do Eu acontece por causa do recurso excessivo à cisão e identificação projetiva.

4.2.2.1 A teoria das posições

Ao longo do desenvolvimento de seu trabalho e pensamento clínico, Klein desenvolve teorias bem específicas em relação à mente e seu desenvolvimento.

No início de seu trabalho com as crianças, ela assume plenamente as ideias de Freud sobre a psicossexualidade infantil e segue a trilha clínico-teórica de Abraham. Portanto, ela se concentrava no desenvolvimento da libido ao longo das fases psicossexuais e seus efeitos.

Conforme sua experiência clínica se desenvolve e ela vai estabelecendo novos arranjos teóricos conforme os fenômenos são observados, o esquema Freudiano de fases passa a não ser satisfatório.

Klein propõe então a teoria das posições, que procura captar o movimento mental, que para ela, não se tratava de um desenvolvimento mental evolutivo (marcado por fases), com a chegada em novos platôs durante uma escalada rumo à maturidade psicossexual, mas algo que se ganha e perde continuamente: um movimento constante, em espiral, de crescimento mental que avança e retrocede ao longo da vida; quase como um movimento pendular. O termo posição também implica uma ênfase nos relacionamos, em que o foco é como o bebê passa a vivenciar suas relações de objeto a partir em momentos diferentes do seu desenvolvimento inicial.

Hinshelwood (1992, p. 421) afirma que “uma posição é uma constelação de ansiedades, defesas, relações objetais e impulsos”. Formalmente, o que caracteriza uma posição são as

angústias e defesas mobilizadas contra elas e o grau de organização do Eu, assim como as relações de objeto desenvolvidas em cada perspectiva. Assim, Klein descreve duas posições nitidamente distintas: a posição esquizo-paranóide e depressiva.

A posição esquizo-paranóide está temporalmente localizada entre os três e quatro meses de idade do bebê, em que há um Eu ainda muito rudimentar e fragmentado. Prevalecem os impulsos destrutivos onipotentes e a ansiedade persecutória, e as defesas ativas são a cisão, projeção, negação, introjeção e identificação projetiva. Segal (1975) afirma que a ansiedade ou angústia que prevalece nessa posição é a paranoide e defesa mais ativa é a cisão do Eu e seus objetos, que é de ordem esquizoide.

Os objetos não são percebidos como inteiros ou separados do *self*; a mãe é vivenciada a partir de objetos parciais – seio, mãos, olhos, boca – e sua percepção é muito influenciada pelas fantasias, portanto, são objetos que adquirem características fantásticas.

Conforme descrevemos anteriormente, a principal função do Eu no princípio é manejar a angústia provocada pela pulsão de morte e o medo de aniquilação proveniente dela, assim como lidar com a polaridade das pulsões de vida e morte. Para tanto, o Eu recorre a cisão, para dividir-se e dissipar a pulsão de morte.

Uma vez dissipada, ela é defletida (projetada para fora) num objeto – primariamente o seio da mãe – que passa a ser sentido como sendo "mau" e torna-se um perseguidor externo. Klein (1946/1984) afirma que a agressividade oral é a primeira experiência do impulso destrutivo projetado exteriormente e desde o início da vida pós-natal, os impulsos-orais sádicos estão ativos e se dirigem ao seio da mãe. Afetado pela frustração ou ansiedade, o bebê sente que engole o seio e o mamilo estraçalhados, em pedaços, sob influência de desejos canibalísticos e de impulsos orais sádicos.

Portanto, em fantasia, o bebê introjeta esse "seio em pedaços", que, sentido como frustrador – já que não alimenta de forma adequada, o seio mau – se fragmenta, e em fantasia, se tornam pedaços perseguidores (já que contém a pulsão de morte) uma ameaça ao bebê. Porém, parte da pulsão de morte que não foi defletida permanece na mente e é dirigida contra os perseguidores na forma de agressividade.

Ao mesmo tempo, o seio "bom", aquele que alimenta e satisfaz, recebe parte da libido a serviço da pulsão de vida, a fim de, afinal, existe o anseio de encontrar (e até criar) um objeto capaz de preservar e dar continuidade à vida. Afinal, a mente do bebê, da mesma forma que projeta a pulsão de morte e as partes indesejadas do *self* para se livrar da angústia, também precisa introjetar um objeto bom, em torno do qual essa instância psíquica (o Eu) pode se desenvolver.

Porém, para defender-se do seio "mau" e seus pedaços introjetados como perseguidores e proteger o aspecto do bom do seio ou objeto primário, é preciso sobrevalorizar esses aspectos bons. Entra em cena o objeto ideal.

Esse objeto surge a partir do desejo por um objeto inesgotável e inexaurível, capaz de satisfazer ilimitadamente a ânsia por gratificação do bebê. Ao introjetar esse objeto exterior que é alvo da libido (e da pulsão de vida), portanto, o Eu dirige parte da pulsão de vida que reteve para esse objeto que se torna idealizado, já que é um objeto completo e inesgotável, capaz de satisfazer o bebê continuamente e proteger o Eu da ansiedade persecutória provocada pelo seio mau. Segal (1975, p. 38) afirma que o "objetivo do bebê é tentar adquirir, manter dentro e identificar-se com o objeto ideal, que ele vê como algo que lhe dá vida e como algo protetor, bem como manter fora o objeto mau e aquelas partes do eu (*self*) que contêm o instinto de morte. "

Enquanto o Eu recorre à cisão para manter os aspectos maus e bons do seio (a frustração e gratificação) estritamente separados, exagera os aspectos bons a fim de idealizar o objeto e identificar-se com ele enquanto protege-se da esmagadora angústia persecutória provocada pelos perseguidores internos. Para tanto, pode recorrer a uma negação onipotente da frustração e persecutoriedade provocadas pelo seio mau.

Tal negação, por ser onipotente, não apenas mantém essa divisão radical entre aspectos bons e maus, mas também nega o objeto mau e a relação de objeto, a situação que provoca angústia, frustração e sentimentos ruins, assim como a realidade psíquica. Klein (1946/1984) afirma que no inconsciente, essa negação onipotente equivale à aniquilação pelo impulso destrutivo.

Outro ponto importante que a psicanalista levanta é que não é apenas o objeto ou a situação de emoções ruins que são negadas e aniquiladas, mas uma relação de objeto e, portanto, a parte do Eu de onde emanam as emoções em relação ao objeto.

Uma defesa característica da posição esquizoparanóide é a já citada identificação projetiva. Para Klein (1955/1984), ela é uma forma de identificação muito específica, já que ela se dá a partir da projeção de partes excindidas (cindidas e "lançadas" para o exterior) do *self* para dentro de outra pessoa.

A identificação projetiva é um mecanismo usado no começo da vida pós-natal, em que as partes odiadas do *self* do bebê são projetadas no interior da mãe. Por isso, ela "estabelece o protótipo de uma relação de objeto agressiva" (Klein, 1946/1984, p. 8, tradução nossa)[29].

[29] No original: establishes the prototype of an agressive object-relation.

Quando a parte projetada do sujeito no objeto é "má", esse objeto torna-se um perseguidor. A persecutoriedade da esquizofrenia ("o Governo está me perseguindo", "meu vizinho quer me matar"), na teoria kleiniana, tem a ver com esse mecanismo. Klein (1946/1984) afirma que se a projeção é dominada pelo impulso do bebê de ferir ou controlar a mãe, a tendência é que ele a sinta como uma figura perseguidora (a Lei de Talião).

Porém, se uma parte "boa" é projetada no objeto, a fantasia defensiva age para evitar a dor da separação entre o sujeito e seu objeto amado, para idealizar o objeto ou evitar o conflito interno. A projeção de partes boas do *self* do bebê influencia sua relação com a mãe: pode ser útil no processo de integração do Eu e ajudar no desenvolvimento de boas relações de objeto posteriormente, assim como pode empobrecer o Eu pós-natal quando essas projeções são excessivas.

Nesse caso, Klein (1946/1984) afirma que o bebê pode sentir que perdeu as partes boas de sua personalidade e a mãe, receptora dessas partes boas, torna-se seu Ideal do Eu. Tal processo pode ter como consequência o enfraquecimento do Eu rudimentar do bebê ainda em seu processo de integração e em relações posteriores ao longo da vida, o desenvolvimento de uma acentuada dependência de pessoas que podem ser os representantes dessas partes boas da personalidade que foram depositadas nelas.

Klein também pontua que uma outra consequência nesses casos é o medo da perda da capacidade de amar, pois o objeto de amor (a outra pessoa) é sentido como amado apenas como um representante do sujeito que ama (um representante de seu *self*).

Quanto à posição depressiva, Klein entende que ela é resultado do processo de integração do Eu. Ela acontece no primeiro ano de vida, a partir do quarto mês de idade, mais ou menos; podemos identificar essa fase a partir do momento em que o bebê passa a reconhecer sua mãe e outras pessoas, como pais, irmãos.

Se tudo vai mais ou menos bem no crescimento do bebê, ele tende a reconhecer os objetos como totais e a se relacionar com eles. O primeiro objeto total é a mãe, a quem ele reconhecia de forma fragmentada como objetos parciais – o seio, a boca, os olhos – que agora, ele vê como uma pessoa, um outro com quem ele pode se relacionar, sentir amor e ódio (ambivalência). Klein (1935/1984) afirma que nesse movimento simultâneo de integração do Eu e do objeto, aparece o medo da perda do objeto amado, pois só quando o objeto é sentido como inteiro e amado como um objeto total (integrado) é que sua perda pode ser, de fato, sentida dolorosamente. Segal (1979) sugere que nesse momento, a identificação do bebê com a mãe torna-se diferente, pois é a esse objeto que ele recorre para livrá-lo da angústia persecutória, assim como protegê-lo dos perseguidores internos externos.

Outro aspecto característico dessa posição é o reconhecimento do desamparo, da dependência do objeto (a mãe por exemplo), que agora é compreendido como algo – ou alguém – exterior ao bebê e independente, que não pode ser mais cindido em bom e mau, portanto, esse objeto inteiro pode ser tanto gratificador quanto frustrador. Também nessa fase o ciúme pode aparecer como resultado do reconhecimento dessa independência do objeto e pelo desejo de possuí-lo apenas para si, sem dividir seu carinho e atenção com outros.

Nessa posição, conforme o Eu vai se integrando, os objetos introjetados se aproximam mais na mente do bebê dos objetos exteriores e o Eu tende a se identificar com objetos "bons". A preservação do bom objeto primário está intrinsicamente ligada à preservação do Eu.

Agora, a angústia é depressiva, pois está associada à ambivalência e culpa provocada pela destrutividade dirigida à mãe e aos ataques realizados a seu corpo (e ao seu seio) em fantasia, já que rapidamente esse objeto amado torna-se odiado quando frusta o bebê ao se afastar ou por não dar-lhe a devida – desejada – atenção e carinho.

As defesas relacionadas são fantasias de reparação do objeto destruído (a mãe e seu seio, por exemplo). De acordo com Hinshelwood (1992, p. 152) "quando tais objetos parciais são reunidos num todo, eles ameaçam formar um objeto total contaminado, danificado ou morto". O Eu tende ao crescimento quando consegue lidar com essa angústia a partir do desejo de reparação do objeto amado.

Quando a angústia pela perda do objeto é intensa demais, provocando desespero e sofrimento, entra em cena as defesas maníacas, que além de recorrer à reparação, também vão mobilizar os mecanismos de defesa da posição esquizoparanóide (cisão, identificação projetiva, projeção e introjeção, negação). Porém, todos esses mecanismos agora aparecem de uma forma bem mais organizada, seguindo o maior grau de coerência e integração do Eu, e são dirigidos contra a angústia depressiva e a culpa provocadas pela destruição e perda do objeto.

Como na posição depressiva surge a noção de dependência do objeto, as defesas maníacas são dirigidas ao sentimento de dependência que tendem a ser negados ou então, invertidos. Da mesma forma, a relação de objeto, sob a luz das defesas maníacas, tende a ser de controle, triunfo e desprezo, pois há o medo de perder o objeto amado e a culpa pela sua destruição.

Enquanto na posição esquizoparanóide prevalece a projeção, na posição depressiva é a introjeção que prevalece (inclusive, como mecanismo de defesa, já que a introjeção do objeto bom é intrinsicamente ligada à proteção e desenvolvimento do Eu). O objeto amado, em fantasia, é introjetado mentalmente como um objeto inteiro (enquanto, em realidade, o bebê é alimentado pelo seio, por exemplo) e agora deve ser protegido no interior (o mundo interno de

fantasia). Segal (1975, p. 82) afirma que “a posição depressiva tem início na fase oral do desenvolvimento, quando o amor e a necessidade levam a devorar”. A introjeção tem a ver com o reconhecimento da independência do objeto amado, que pode se afastar, e com a necessidade de protegê-lo dentro de si.

Como a introjeção e a projeção estão sempre relacionadas, esta é usada aqui para lançar para fora do *self* os perigos do mundo interno que podem ameaçar o objeto protegido. Porém, o Eu sente também o perigo nesse movimento de “lançar para fora” o objeto bom.

Klein (1935/1984) nos lembra que em seu ponto de vista, há uma estreita correlação entre os objetos no mundo exterior (as pessoas de verdade na realidade) e os objetos do mundo interior (as imagos na mente e as fantasias inconscientes).

Assim, quando a mãe não está perto, o bebê acredita que devorou sua mãe e sente uma angústia terrível tanto por si mesma quanto pelo seu objeto bom, pois ela teme que sem a presença da mãe que morreu (interna e externamente), fique à mercê de objetos maus internos e externos ou que a mãe reapareça “má” (aqui, é impossível não associar essa fantasia com a literatura de terror que trata de monstros que retornam como mortos-vivos e filmes sobre zumbis).

Os ataques realizados em fantasia aos pais, assim como a violência cometida entre eles – um contra o outro, como no ato sexual sádico que o bebê acredita ser, na verdade, resultado de seus desejos sádicos –, tanto quanto o “desaparecimento” da mãe, são atos que acontecem no mundo exterior, porém, como o processo de introjeção está ativo, a mente do bebê está incorporando a realidade continuamente e, dessa forma, esses acontecimentos do mundo exterior acontecem também no mundo interior.

Dessa forma, o Eu e seu objeto bom estão sempre sob ameaça, pois esse objeto é fundamental para o desenvolvimento do Eu (que cresce ao seu redor) e sua perda representa a morte da mãe real, assim como qualquer ameaça a essa mãe afeta o objeto bom e pode levar a sua perda.

Na posição depressiva o bebê experimenta novas emoções: luto pelo objeto bom perdido ou destruído, culpa por ter atacado e destruído esse objeto. Sob as luzes da ambivalência, o bebê pode sentir desespero por ter destruído a mãe na realidade (que agora não está mais disponível) e o objeto bom interno, que agora está em pedaços. Klein (1935/1984) pontua que o Eu, confrontado com essa percepção de sua realidade psíquica em que seu objeto amado está em pedaços, sente remorso, desespero e ansiedade que estão relacionadas a várias situações angustiantes específicas. Entre elas, está a ansiedade sobre como juntar os pedaços do objeto e no tempo certo e do jeito certo (tendo em mente que uma das características da posição

depressiva é o impulso à reparação), ou sobre reunir os pedaços bons o objeto e se livrar dos maus; a ansiedade de trazer o objeto bom à vida a partir da reunião de seus pedaços.

Klein também sugere que a ideia de perfeição, o perfeccionismo, está associada a angústia provocada pela desintegração em pedaços do bom objeto primário. Uma vez que o objeto bom é idealizado, repará-lo significa reunir os pedaços a fim de torná-lo belo e perfeito.

Na posição depressiva, portanto, surge a noção de que há um outro e da responsabilidade das ações próprias em relação a ele, assim como de um mundo interno, a realidade psíquica pessoal. Segal (1975), aponta que nessa posição, com a integração do Eu, o pensamento muda; a capacidade de vinculação de ideias se desenvolve, assim como a capacidade de abstração, pois, no intuito de poupar o objeto bom idealizado de seus ataques, o bebê ou inibe seus impulsos ou os simboliza, a partir da substituição ou deslocamento. Associada ao processo de simbolização, acontece a sublimação, em que o objetivo da pulsão (especialmente a sexual), é desviada para outros objetivos socialmente valorizados.

A compreensão do contexto teórico do pensamento teórico kleiniano é importante para se compreender seu conceito de inveja, pois ele está vinculado ao processo de estabelecimento de um objeto bom primário a partir da introjeção do seio e da relação de objeto inicial com a mãe.

4.2.3 A inveja na teoria kleiniana

Melanie Klein considera que desde o início da vida já existe relação de objeto, ou seja, há a percepção de que existe algo além de si. No início, tais objetos ainda são muito coloridos pela percepção infantil, tonalizada pelas fantasias (inconscientes), representantes psíquicas das pulsões.

> Ao longo do meu trabalho, tenho atribuído uma importância fundamental à primeira relação do bebê – a relação com o seio da mãe e a mãe – e cheguei à conclusão de que se esse objeto primário, o qual é introjetado, se enraíza no Eu com relativa segurança, é estabelecida a base para um desenvolvimento satisfatório. (Klein, 1957/1984, p. 178, tradução nossa)[30].

[30] No original: Throughout my work I have attributed fundamental importance to the infant's first object relation – the relation to the mother's breast and to the mother – anda have drawn the conclusion that if this primal object, which is introjectd, takes root in the ego with relative security, the basis for a satisfactory development is laid.

Entre esses objetos, o primeiro e mais importante é o seio (ou a mamadeira, seu representante simbólico). Para Klein, o bebê não seria capaz de perceber a mãe como uma pessoa inteira nos primeiros meses de vida, mas como partes, objetos separados; os objetos parciais. Assim, o seio, parte da mãe, seria "a" mãe.

O seio oferece nutrição, carinho, amor, vida. É fundamental para a existência do bebê, um objeto precioso e amado. Um seio que é sentido, portanto, como "bom". Porém, quando esse seio não está disponível, ou o leite, o carinho e conforto não dão conta de aplacar a angústia, esse seio se torna frustrador, e então, é sentido pelo bebê como "mau".

A introjeção do seio bom, na visão de Klein, é fundamental para a integração do Eu. Sob a influência dos impulsos orais, o bebê sente que o seio é fonte de alimento, carinho, cuidado e vida, em última instância.

> Eu tenho repetidamente apresentado a hipótese de que o bom objeto primário, o seio da mãe, forma o núcleo do Eu e contribui vitalmente para seu crescimento, e tenho continuamente descrito como o bebê sente que ele concretamente internaliza o seio e o leite que ele dá. Também já há em sua mente alguma conexão indefinida entre o seio e outros aspectos da mãe. (Klein, 1957/1984, p. 180, tradução nossa)[31].

Há, portanto, um paradoxo: experiências boas são acompanhadas de experiências ruins. Gratificação e frustração coexistem. Para Klein, essa dualidade reforça o conflito inato entre as pulsões, e consequentemente, entre o amor e o ódio. Essa experiência dual, para o bebê, reforça a crença na existência entre um seio bom e outro mau. "Como consequência, a vida emocional inicial é caracterizada pelo senso de perder e ganhar novamente o bom objeto" (Klein, 1957/1984, p. 180)[32].

Se as coisas seguem bem nessa relação primeva com o seio e a mãe, a unidade pré-natal pode ser revivida, restaurada, junto com a segurança que a acompanha (Klein, 1957/1984). Essa recuperação do estado pré-natal pode ajudar o bebê a formar a ideia de que existe algo exterior a ele capaz de lhe dar alguma coisa de que precisa e que deseja. E assim, como o bebê esteve dentro da mãe, ele pode ter agora a mãe dentro de si, a partir da amamentação e do estabelecimento do objeto bom primário (o seio).

---

[31] No original: I have repeatedly put foward the hypothesis that the primal good object, the mother's breast, forms the core of the ego and vitally contributes to its growth, and have often described how the infant feels that he concretely internalizes the breast and the milk that it gives. Also there is in his mind already some indefinite connection between the breas and Other parts and aspects of the mother.

[32] No original: As a consequence, early emotional life is characterized by a sense of losing and regaining the good object.

Porém, a inveja pode atrapalhar esse processo. Se o bebê é frustrado em sua satisfação, é como se o seio mantivesse toda a gratificação para si; se plenamente satisfeito, ele pode sentir inveja desse seio-todo-poderoso, capaz de prover vida e cuidado e do qual ele é totalmente dependente.

Para Klein, portanto, essa manifestação da inveja no começo da vida pós-natal, que ela chama de primitiva, é suscitada tanto pelo seio frustrador (mau) quanto pelo seio gratificador (bom). O seio gratificador é invejável porque possui um dom inatingível (Klein, 1957/1984).

A inveja primitiva é centrada no seio (não no objeto total, o outro) e é distinta de manifestações posteriores. Ela é danosa pois é uma expressão de impulsos destrutivos (Klein, 1957/84 p. 192) que prejudica a capacidade de fruição do bebê das boas experiências: a amamentação, o carinho, o aconchego, o amor.

Quando ela é excessiva, resulta em ataque (em fantasia inconsciente) ao seio para roubar tudo o que ele possui de bom – especialmente sua criatividade – e estragá-lo com fezes e urina e, posteriormente, quando a mãe é percebida como um objeto inteiro, leva a um ataque ao interior do corpo da mãe para destruir seus bebês. Além disso, ela prejudica a separação (cisão) do seio em bom e mau, e assim, também, o estabelecimento do objeto bom primário.

Klein (1957/1984) chega a sugerir que essa inveja seria sentida inconscientemente como o maior pecado de todos, pois destrói o objeto bom, que é fonte de vida e representante da pulsão de vida e sentido como a primeira manifestação de criatividade. “A capacidade para dar e preservar a vida é sentida como o maior dom e, portanto, a causa mais profunda de inveja.” (Klein, 1957/1984, p. 202, tradução nossa).

A partir de sua experiência clínica, Klein afirma que o processo criativo do pensamento pode ser prejudicado pela inveja, pois o ataque à mãe e seus bebês tende a tornar o objeto bom em “mau”: um objeto hostil, crítico e invejoso. Da mesma forma, o Super-Eu, se alvo da projeção da inveja, tende a se tornar um perseguidor crítico que vai interferir no pensamento, na capacidade de vinculação de ideias e objetos e, portanto, na criatividade.

Na relação entre paciente e analista, o ataque à criatividade do analista desempenha um papel específico nas reações terapêuticas negativas, pois o(a) paciente invejoso(a), assim como na antiga relação com o objeto bom primário, tende a atacar os efeitos positivos e produtos do trabalho analítico. O trabalho da dupla é atacado e a criatividade do analista também, que pode pensar, sentir, vincular ideias e impressões sensoriais – afinal, a criatividade envolve a relação de ideias para formar novas ideias – e ser uma presença viva capaz de ajudar o(a) paciente.

Bion (2021) enverada por essa via aberta pelo pensamento de Klein ao discutir sobre a tendência de pacientes psicóticos a atacarem o vínculo formado entre paciente e analista a partir

da comunicação verbal. O paciente ataca além dos vínculos – com o analista, objetos internos (seio, por exemplo), o pensamento verbal – também a função vinculante entre os objetos. Vínculos produzem sentimentos e emoções, muitas vezes fortes demais para serem contidos pela personalidade, que tenta evacuá-los a partir da identificação projetiva (com fins investigativos ou não). Se a inveja afeta esse processo, há uma tendência a que o impulso à curiosidade, importantíssimo ao aprendizado, seja desestabilizado ou inibido. Retomaremos o pensamento de Bion na discussão posterior sobre os desdobramentos do conceito de inveja kleiniano.

Klein afirma que uma causa muito específica da inveja é sua ausência em outras pessoas. Para o(a) invejoso(a), essa ausência de inveja na pessoa invejada, especificamente, implica que ela possui algo extremamente valioso e desejado: um objeto bom primário. "Enquanto a inveja é fonte de grande infelicidade, uma certa liberdade dela é sentida como subjacente ao contentamento e estados de mente pacíficos – em última análise, sanidade.

Na visão de Klein, há uma tendência em algumas pessoas a idealizar o objeto bom por causa da inveja excessiva. Essa idealização, que atua como uma defesa, e que se dá ainda na relação do bebê com o seio, é ineficiente, pois a inveja acaba se estendendo aos seus aspectos idealizados. Ao longo da vida, essa idealização aparece nas posteriores identificações com outros objetos e torna-se uma característica de suas relações (Klein, 1957/1984)[33].

Há também uma tendência a não se diferenciar claramente a inveja do ciúme; mesmo na psicanálise, especificamente para Freud, ambos aparecem como sinônimos em certos momentos. A proximidade conceitual e de tonalidade afetiva talvez induza a a essa confusão. Porém, Melanie Klein (1957/1984) estabelece a diferença entre ambos e a voracidade em sua teoria.

A inveja é um sentimento de raiva daquele que possui e usufrui de algo que é desejável, o que leva o invejoso a desejar tomar ou estragar esse objeto cobiçado que o outro possui. Além disso, é uma relação diádica, pois implica o vínculo entre duas pessoas e remete ao estado inicial da mãe e do bebê.

Já o ciúme é uma relação triádica, pois há o amor por um objeto e o desejo de retirar do caminho o(a) rival. Há uma terceira pessoa envolvida e há o medo da perda do amor do objeto. O(a) ciumento(a) teme perder o que tem, enquanto o(a) invejoso(a) sofre por ver o outro ter o que ele deseja e não tem.

[33] No original: Whereas envy is a source of great unhapiness, a relative freedom from it is felt to underlie contented and peaceful states of mind – ultimately sanity.

A voracidade é o desejo insaciável, descontrolado de possuir mais do que o objeto pode dar, sem consideração alguma por ele, o que pode levar a sua destruição. Enquanto prevalece a projeção na inveja (dos aspectos maus), na voracidade prevalece a introjeção (sugar o objeto, sua bondade, até secá-lo).

Essas identificações tendem a ser "instáveis e indiscriminadas" (Klein, 1957/1984, p.193, tradução nossa)[34], e levam a pessoa a substituir seus objetos de amor (e amizade) conforme a idealização cessa. Esse tipo de identificação é muito influenciado pela voracidade, "pois a necessidade de ter o melhor de todos os lugares interfere com a capacidade para seleção e descriminação" (Klein, 1984/1957, p. 193, tradução nossa).

Esses três conceitos estão relacionados na visão kleiniana; a associação entre inveja e a voracidade tende a ser mais perceptível.

4.2.3.1 Algumas consequências da inveja primitiva

Conforme apresentado até aqui, a experiência da inveja é inescapável à condição humana, especificamente no período inicial da vida, a partir da visão kleiniana. A maturação saudável do bebê e um ambiente satisfatório não são situações que blindam a jovem pessoa de sentir inveja. Até aqui, algumas consequências psíquicas dessa primeira inveja já foram apontadas por Klein: tendência à idealização excessiva, inibição da criatividade (e da maturação do pensamento), dificuldades para introjetar e manter o objeto bom primário (o seio), fundamental no pensamento kleiniano para a integração do Eu.

Entre outras consequências dessa inveja primitiva desmesurada, Klein aponta seus efeitos no processo de cisão inicial o entre o objeto "bom" e "mau", especialmente na posição esquizo-paranóide, pois o "enraizamento" do objeto bom primário depende de uma separação dos aspectos maus; esse objeto "purificado" introjetado permitirá a maturação e integração do Eu. O Eu mais integrado, já na posição depressiva, pode sintetizar os aspectos bons e maus do objeto, reconhecendo-o como um objeto inteiro exterior.

Se a inveja excessiva – "expressão de impulsos destrutivos" (Klein, p. 192, 1957/1984) – interfere nessa cisão inicial, a divisão do objeto em bom e mau fica prejudicada, e consequentemente, a introjeção do objeto bom primário não acontece satisfatoriamente, o que afeta diretamente na integração do Eu na formação de uma personalidade integrada

[34] No original: unstable and indiscriminate.

posteriormente. Segundo Klein, essa inveja excessiva se origina dos mecanismos paranoides e esquizoides prevalentes logo no início da vida pós-natal e que formam a base da esquizofrenia.

Klein (1957/1984) procura descrever os mecanismos de defesa psíquicos empregadas para tentar combater a inveja, conforme sua observação clínica. Esses mecanismos têm relação com as defesas que atuam contra os impulsos destrutivos, e as ansiedades persecutória e depressiva e seu sucesso (ou fracasso) estão relacionados a fatores internos e ambientais.

Entre tais defesas, cabe retomar a questão da cisão inicial da relação com o seio. Klein (1957/1984) nos diz que uma cisão muito acentuada dos aspectos bons e maus do objeto indica, na verdade, que há uma cisão entre um objeto idealizado (extremamente bom) e um objeto extremamente mau. Nesse caso, a idealização opera defensivamente contra a ansiedade persecutória – o seio idealizado como contraparte ao seio devorador, um perseguidor interno – , impulsos destrutivos e inveja.

Por mais que o seio idealizado não seja tão integrado ao Eu quanto o seio bom, justamente por estar associado à ansiedade persecutória, Klein entende que em certa medida, ele é uma expressão da pulsão de vida, no sentido de que parece haver um sentimento inato quanto a existência de um seio ideal (extremamente bom), o que leva, em consequência, a desejar ter um seio bom e amá-lo. Ainda na questão do seio idealizado, Klein entende que para algumas pessoas que são incapazes de possuir um objeto bom por causa da inveja, uma saída é idealizá-lo.

Klein lança uma hipótese que relaciona a inveja do seio que alimenta e o sentimento de ter estragado sua bondade a partir de ataques (em fantasia) invejosos e destrutivos realizados pelo bebê com um sentimento muito intenso de culpa. Mas como isso pode acontecer?

Ainda na posição esquizoparanóide, se essa inveja excessiva interfere na relação com o seio, há o surgimento prematuro da culpa – afinal o seio invejado, passa a ser odiado e atacado, além da inveja primitiva em si ser uma expressão da destrutividade – que ainda não pode ser devidamente manejado por um Eu em processo de integração.

Assim, a culpa é sentida como perseguição e o objeto que provocou culpa, um perseguidor interno, dificultando a integração do Eu que tende a manter-se, então, fragmentado. Esse processo estende-se até a posição depressiva, em que o Eu mais integrado poderia erigir defesas para manejar a culpa, como a reparação do objeto, prejudicando sua elaboração (*working through*).

Segundo Klein (1957/1984, p. 195), é possível observar essa falha na elaboração da posição depressiva relacionada à culpa provocada pela inveja primitiva no *setting* analítico quando o (a) analista é sentido(a) como um(a) perseguidor(a) a partir do momento em que a

culpa se manifesta no(a) paciente. Ao sentir o(a) analista como um(a) perseguido(a), o(a) paciente passa a fazer acusação e ele(a) e recorre a defesas como a projeção e a negação onipotente.

A inveja primitiva, quando excessiva, interfere diretamente na gratificação oral do bebê, que tende a se voltar muito cedo para a gratificação genital. Concomitantemente, a relação oral com os objetos se torna genitalizada, assim como as tendências genitais passam a ser influenciadas pelas aflições e ansiedades orais. "Aqui, novamente, nós temos que considerar os efeitos da confusão precoce, que se expressa em um borramento dos impulsos e pHantasias orais, anais e genitais (Klein, p. 195, 1957/1984)[35]. Como consequências, Klein relaciona a masturbação obsessiva e a promiscuidade, assim como a compulsividade nos desejos sexuais, que levam alguns pacientes a sentirem as sensações sexuais invadirem as mais diversas atividades da vida e processos de pensamento, por exemplo.

Klein também estabelece relações entre a inveja e o complexo de Édipo. Para a psicanalista, esse complexo inicia-se mais cedo do que pensava Freud, ainda no primeiro ano de vida do bebê, durante a posição depressiva.

Klein (1957/1984) afirma que o ciúme faz parte da situação edípica e é acompanhado pelo ódio e desejos de morte ao rival. Ela estabelece a relação entre ciúme e inveja a partir do complexo de Édipo, pois acredita que seu desenvolvimento é especificamente influenciado pela relação pós-natal com mãe. Se essa relação exclusiva e dual é perturbada cedo demais, a rivalidade com o pai – logo, o ciúme – entra em jogo cedo demais.

Como a inveja excessiva tende a perturbar essa relação com a mãe ainda em seu início, quando o bebê não pode vivenciá-la plenamente e não conseguiu ainda introjetar o objeto bom primário, Klein acredita que fantasias inconscientes sobre o pai como um intruso no corpo da mãe se manifestam nesse período (o pênis dentro da mãe ou dentro do seio) ou do pai contendo a mãe, o que leva ao ciúme.

Essas fantasias desses pais indiferenciados são a base da fantasia da figura dos pais combinados, que na mente do bebê, representa seus pais em constante satisfação sexual enquanto ele está excluído. É possível perceber aqui o quanto essa fantasia está relacionada ao ciúme edípico e suas consequências se estendem para além do período pós-natal, pois, se os pais ficam assim entrelaçados na mente, torna-se muito difícil desenvolver relações satisfatórias com cada um deles separadamente na vida; essa fantasia também pode colaborar com os estados confusionais em pessoas psiquicamente muito doentes.

[35] No original: "Here again we have to consider the effects of early confusion, which express itself in a blurring of the oral, anal, and genital impulses and pHantasies.

Porém, se a inveja não é excessiva, o ciúme pode ser uma forma de elaborá-la e também é uma defesa, pois é mais aceitável e provoca menos culpa do que a destrutiva inveja do objeto bom primário. Quando o ciúme entra em cena nesse caso, os sentimentos hostis que vem à esteira não são dirigidos prioritariamente ao objeto bom, mas são distribuídos entre os rivais como o pai ou irmãos, por exemplo. Ressaltamos aqui que o ciúme edípico é associado à posição depressiva, esse momento em que o bebê passa a ter mais ciência do mundo exterior, de que há outros objetos além da mãe, e que ela não pode ser sua posse exclusiva.

Uma vez que o ciúme edípico está associado à posição depressiva, em que há uma maior integração entre o amor e o ódio, há a possibilidade de satisfação nessas outras relações, pois conforme elas vão se desenvolvendo, além da hostilidade, o amor também surge e pode ser experimentado.

Um ponto específico sobre o complexo de Édipo pelo vértice kleiniano: nesse momento de que as emoções hostis – e, posteriormente, de amor – passam a ser distribuídos para outros objetos (especificamente o pai, num primeiro momento), há uma tendência há uma passagem dos desejos orais para os genitais, o que "reduz a importância da mãe como doadora de prazer oral" (Klein, 1957/1984, p. 198).

No caso do menino, como o pai é invejado pela posse da mãe, torna-se alvo de seu ódio; para a menina, a mãe torna-se sua rival, pois ela dirige-se ao pai a partir de seus desejos genitais. Mas há uma identificação com a mãe, pois a menina gostaria de tomar seu lugar e ter os bebês que seu pai dá para a mãe. Nas duas situações, o ciúme ganha espaço diante da inveja, pois o objeto-mãe deixa de ser o ponto de atração de todos os sentimentos e pulsões, além de sair da mira do ódio e destrutividade. E essa prevalência do ciúme é importante pois ela está associada aos desejos genitais que vêm à frente, enquanto os desejos orais perdem a proeminência. Mas que relação isso tem com a inveja primitiva excessiva? Uma vez que a inveja o objeto da inveja é em grande parte oral – pois trata-se da experiência do seio – esse deslocamento preserva o objeto bom primário introjetado e a mãe.

Melanie Klein aborda a inveja do pênis segundo a concepção de Freud e afirma que suas raízes estão na inveja do seio, apesar de considerar que outros fatores podem influenciá-la, como a frustração de desejos edípicos e fantasia de que a mãe contém o pênis do pai.

Segundo Klein (1957/1984sob a dominância de desejos orais, o pênis é equiparado ao seio. A mesma agressividade presente na inveja do seio, também se manifesta da inveja do pênis.

A atitude homossexual na menina pode ser reforçada a partir da transferência da inveja do seio para o pênis. Um mecanismo de fuga que pode entrar em ação é um repentino

afastamento do seio em direção ao pênis, provocado pelas angústias das relações orais. Porém, tal mecanismo não leva necessariamente a uma relação mais estável com o outro objeto (Klein, 1957/1984, p. 200).

Se a inveja e o ódio são os motivos principais dessa fuga, eles são transferidos posteriormente ao pai, impedindo que se estabeleça uma relação amorosa; enquanto a rivalidade edípica em relação à mãe – baseada na inveja – torna esse pai (e seu pênis), uma espécie de apêndice da mãe, que a garotinha deseja roubar para si.

Uma das consequências disso é que, posteriormente, na vida adulta, toda conquista amorosa de homens será uma espécie de vitória sobre outra mulher. Porém, tais conquistas tendem a não se tornarem relações duradouras, pois a "necessidade de repetir esse triunfo sobre uma rival odiada, muitas vezes contribui fortemente para a procura contínua por outro homem. " (Klein, 1957/1984, p. 200, tradução nossa)[36].

Assim, essa rivalidade impede a satisfação na relação, pois o interesse no homem só existe enquanto persiste o desafio (conquistar o homem para superar a rival); logo, a busca por novas relações implica a busca por novas rivais a serem derrotadas. De acordo com Klein, essa rivalidade se manifesta, inclusive, na relação com a mãe do homem desejado, daí a origem inconsciente dos conflitos entre sogras e noras, por exemplo.

Agora, se as coisas se desenrolam melhor e a inveja da mãe não é tão forte, há uma tendência da garota se aproximar do pai, tomando-o (assim como seu pênis) por um objeto idealizado. Movida pela mágoa e desapontamento em relação à mãe, volta-se ao pai em busca de um objeto bom. As relações de amizade com mulheres, assim como as relações homossexuais, podem ser baseadas na busca pelo objeto bom primário, e não pela rivalidade com a mãe ou pela inveja do seio (objeto bom primário).

Outra consequência importante da inveja do seio são seus impactos sobre a vida sexual, pois, a partir da leitura do texto de Klein sobre a inveja, fica claro que a relação entre desejos orais e genitais e que a gratificação genital é baseada na gratificação oral. No caso da mulher, Klein (1957/1984) afirma que a frigidez tem a ver com as atitudes instáveis em relação ao pênis baseadas no afastamento do objeto bom primário, pois a base para a experiência de um orgasmo genital feminino é a gratificação oral, que se dá a partir da relação com a mãe.

Já no caso dos homens, se a inveja do seio impede a gratificação oral na vida pós-natal, as ansiedades e o ódio que nascem dessa frustração são transferidos para a vagina. Como consequências de distúrbios na relação oral com o seio, há uma dificuldade em internalizar e

[36] The need to repeat this triumph over a hated rival often strongly contributes to the search for another and yet another man.

manter a mãe como um objeto de amor, levando a dificuldades em relação à vagina como diminuição da potência sexual, compulsão à gratificação genital, promiscuidade e homossexualidade.

Quanto a homossexualidade masculina, Klein também sugere que a sensação de ter traído a mãe, ao se se afastar sentindo ódio, e se aproximar do pai e seu pênis, são relevantes tanto durante o Édipo quanto na vida adulta. É fonte de culpa sobre a homossexualidade e distúrbio nas amizades masculinas; da mesma forma, interfere na culpa em relação a uma mulher amada (para lidar com a ansiedade provocada por essa culpa, a homossexualidade, na visão de Klein, seria uma forma de se afastar da amada e reforçar tendências homossexuais).

Tanto para homens quanto para mulheres, a inveja primitiva excessiva implica num desejo de tomar do sexo oposto seus atributos, assim como de destruir ou possuir os atributos da mãe, no caso da menina, e do pai, no caso do menino.

Especificamente no caso do menino, a inveja do seio – o objeto bom primário – tende a se estender a todos os atributos femininos, especialmente a capacidade de ter filhos (o que nos faz pensar na inveja da criatividade, na capacidade de gerar e doar vida que, primeiramente, se atribui ao seio que alimenta). Klein aponta que num bom desenvolvimento, o homem pode compensar essa falta e a inveja da feminilidade em uma boa relação com uma companheira, exercendo a paternidade e se identificando com seus filhos.

Klein (1932), antes de definir as posições esquizo-paranóide e depressiva, propõe o conceito de posição feminina, em que o bebê se identifica precocemente com a mãe para, a partir dos seis meses, se voltar ao pai (identificado com a mãe). Segundo Cintra e Ribeiro (2018), o pai é encontrado primeiro na mãe, em seu olhar, em seu inconsciente. Por isso, “a mãe tem o pênis do pai”, pois ele é o outro da mãe e está presente desde muito cedo nessa relação com o bebê. Na visão das autoras, essa posição teorizada por Klein seria um início de diferenciação entre o eu e o outro, entre os pais (ou os cuidadores que exercem as funções maternas e paternas).

Cintra e Ribeiro (2018, p. 102) afirmam que “tanto meninas quanto meninos se identificam com os atributos maternos/femininos e se voltam para o pai, identificados com a feminilidade da mãe”. Assim, os meninos – os bebês do sexo masculino – podem sublimar seus aspectos femininos e na idade adulta, podem apreciar os atributos femininos. O desprezo e depreciação em relação às mulheres na vida adulta pode ser uma defesa contra seu aspecto “ameaçador”, relacionado à inveja e o ódio dirigidos à mãe (e, portanto, tornada um objeto hostil) no começo da vida.

Já no caso das bebês, a identificação primária com a mãe na posição feminina, ao longo da vida, vai ser reativada em momentos-chave, como a primeira gestação, a menarca ou a menopausa, por exemplo.

Com base na observação de seus pacientes sob a ótica da inveja primitiva, Klein identifica algumas estratégias defensivas utilizadas pelo psiquismo para lidar com essa emoção. Segundo a psicanalista, mecanismos psíquicos primários, como cisão, negação, onipotência e idealização, são ativados pela inveja. No caso específico da idealização, ela destaca que essa defesa atua na divisão do objeto em polos opostos de "bom" e "mau", levando a uma visão exageradamente positiva de um lado e extremamente negativa do outro.

Além disso, Klein argumenta que a supervalorização das qualidades do objeto, bem como a exaltação de seus atributos e talentos, busca minimizar o impacto da inveja. No entanto, quando essa estratégia não é eficaz, pode ocorrer um movimento contrário, no qual o sujeito passa a direcionar sentimentos hostis contra o objeto idealizado e suas representações ao longo da vida, incluindo outras pessoas.

Outro efeito na falha da cisão do objeto é a tendência a confusão, que ela entende como uma forma de defesa no sentido de não saber diferenciar se um representante do objeto bom primário posterior (uma pessoa) é bom ou mau. Assim, a perseguição e culpa provocados pelo ataque invejoso ao objeto original tendem a ser dirimidas.

Klein afirma que todo estado de confusão – das indecisões aos estados de confusão graves, oriundos de patologias psíquicas – tem sua raiz nessa confusão provocada pela cisão do objeto, que prejudica o processo de pensamento dificultando a chegada a conclusões.

Uma forma de preservar o seio (objeto bom) e a mãe é afastar-se desta em direção a outras pessoas admiradas e idealizadas – pais, irmãos, por exemplo –, evitando assim os sentimentos hostis em relação a essa figura extremamente importante e invejável. Porém, nessa "fuga da inveja da mãe", o sentimento, se muito intenso, pode ir ao rastro e tingir a relação com essas outras pessoas, levando, inclusive, à promiscuidade nas relações sexuais e amorosas em fases posteriores da vida, pois a hostilidade em relação ao objeto primário continua influenciando as novas relações e, desse modo, mantém-se esse movimento de fuga para novos objetos.

Outra forma de defesa contra a inveja é a desvalorização, tanto do objeto quanto do *self* (si mesmo, eu). Desvalorizar o objeto, depreciar suas qualidades e atributos é uma forma de despojá-lo daquilo que o torna invejável; é uma forma bastante útil de reverter a idealização do objeto. Porém, em algumas pessoas, essa forma de defesa pode ser muito acentuada em suas relações de objeto, suas relações ao longo da vida, resultado em ingratidão também.

Quando ocorre a desvalorização do self, a defesa psíquica se manifesta por meio da minimização das próprias habilidades e qualidades, funcionando tanto como uma tentativa de negar a inveja quanto como uma forma de autopunição. Esse processo pode impactar o desenvolvimento e a expressão das potencialidades individuais, limitando seu aproveitamento. Além disso, essa desvalorização pode emergir em situações específicas, especialmente em contextos de rivalidade com figuras significativas, conforme apontado por Klein. A incapacidade de estabelecer o objeto bom primário, assim como preservá-lo, gera ansiedade por destruí-lo em definitivo diante da inveja relacionada à competitividade, o que pode levar a pessoa invejosa a evitar o sucesso e situações de rivalidade na vida.

Uma defesa usada para tentar neutralizar a inveja é internalizar o seio vorazmente: o bebê sente, em sua mente, que o seio é seu e é controlado por ele; logo, os bons atributos do objeto são posse sua. Porém, essa introjeção violenta e possessiva danifica-o e ele é sentido como um perseguidor, ainda mais porque esse objeto, para ser internalizado tão avidamente, deve ser idealizado (idealização e persecutoriedade "andam de mãos dadas").

Para suportar a culpa proveniente de sentir amor, ódio e inveja do objeto bom, é preciso recorrer ao abafamento do sentimento de amor e à relativa intensificação do ódio que se manifesta, na verdade, como indiferença. Klein (1957/1984) afirma que uma defesa afim é afastar-se das pessoas, onde a necessidade de dependência, que faz parte o amadurecimento, é usada para evitar a gratidão, assim como a culpa pela inveja e ingratidão.

Provocar inveja em outras pessoas também pode ser um mecanismo de defesa utilizado por quem sente inveja. mas que tende a ser ineficaz, uma vez que, na posição depressiva, a culpa e o medo por causar algum dano às pessoas amadas manifestam-se intensamente nessa tentativa de torná-las invejosas. Outro problema é que as pessoas invejosas e o objeto interno sentido como invejoso são, para a pessoa que tenta provocar inveja, os piores perseguidores.

Klein cita uma forma de defesa especificamente clínica identificada por Rosenfeld, em que, para evitar as ansiedades provocadas pela aceitação de partes invejosas excindidas, os pacientes recorrem ao *acting out* para evitar que a cisão e projeção para fora sejam desfeitas no processo de integração, o que implica ter de reconhecer as partes invejosas da personalidade.

Para concluir, Klein afirma que

> Um bebê que estabeleceu com segurança o objeto bom pode também achar compensações para perda e privação na vida adulta. Tudo isso é sentido pela pessoa invejosa como algo que ela nunca alcança porque ela nunca pode ser satisfeita, e, portanto, sua inveja é reforçada (1957/1984, p. 204).

Klein (1957/1984) cita a desvalorização do *self*, a internalização voraz do seio (que faz com que o bebê acredite que tudo aquilo de bom que o objeto tem, na verdade, é dele), instigar a inveja nos outros e o sufocamento de sentimentos de amor combinado à intensificação do ódio em relação ao objeto.

Tais defesas são mobilizadas ao longo da vida, pois cada situação em que a pessoa sente inveja está conectada a essa inveja primitiva e à relação inicial do bebê com o seio.

De acordo com Klein (1957/1984), se o objeto bom primário foi introjetado e estabelecido junto ao Eu de forma estável, há uma tendência a superar essas turbulências provocadas pela inveja experienciada.

Agora, se o objeto bom primário não foi bem estabelecido, há uma tendência nessas turbulências a serem mais danosas.

> Minhas observações me mostraram que, em qualquer estágio da vida, quando a relação com o objeto bom é seriamente perturbada – uma perturbação na qual a inveja tem um papel proeminente – não apenas a segurança interna e paz sofrem interferência, mas uma deterioração de caráter se estabelece. (Klein, 1957/1984, p. 230, tradução nossa)[37].

Ao contrário de Freud, que pensa em termos de fases do desenvolvimento, Klein estabelece duas posições inter-relacionadas, em que, ao longo da vida, o ser humano transita continuamente. A fase esquizo-paranóide acontece a partir do nascimento e dura, mais ou menos, até o quarto mês de vida. A angústia predominante é paranoide (persecutória) e as defesas são esquizoides. O principal mecanismo de defesa nessa fase é a cisão (*splitting*) tanto do objeto quanto do Eu e as relações de objeto são com objetos ainda parciais.

Já na posição depressiva, que acontece mais ou menos a partir do quarto mês, o bebê começa a ter uma relação com objetos totais: reconhece a mãe como um outro, surge a ambivalência em relação ao objeto – o objeto amado também pode ser odiado – e a partir dela, entra em cena a angústia depressiva pelo dano causado ao objeto, pela destruição que pode ser causada por causa da agressividade do bebê. O objeto amado agora pode ser perdido.

Klein (1984/1957) considera que o ciúme edípico tem uma relação direta com a inveja do seio. Como o complexo de Édipo e posição depressiva coincidem, a partir da suspeita de que o seio e a mãe foram tomados pelo pai, surge o ciúme a partir dessa rivalidade. “O ciúme,

[37] No original: My observations have shown me that when, at any stage of life, the relation to the good object is seriously disturbed – a disturbance in wich envy plays a prominent rôle – not Only are inner security and peace interfered with but character deterioration sets in.

como sabemos, é inerente à situação edípica e é acompanhado pelo ódio e desejos de morte. ” (Klein, 1957/1984, p. 197, tradução nossa)[38].

Portanto, o complexo de Édipo é influenciado pela relação inicial do bebê com sua mãe, especificamente com o seio. Se essa relação é afetada pela inveja primitiva, não ocorre o estabelecimento do objeto bom internamente com segurança. Uma das consequências disso é o acirramento da rivalidade com o pai no complexo de Édipo, visto como um invasor, a partir da *phantasia* (fantasia inconsciente) do pênis dentro do seio ou da mãe.

Agora, se o objeto bom é bem estabelecido e a relação inicial com a mãe pôde ser vivenciada de forma mais satisfatória, o medo de perdê-la tende a ser menos aterrador e é possível dividi-la com o pai, os irmãos, enfim, com o mundo além dessa relação inicial.

4.3 Concluindo com Melanie Klein

“Inveja e gratidão” é um texto de maturidade de Melanie Klein, no qual ela tenta estabelecer sua teoria de forma mais madura. O conceito de inveja ocupa um lugar bastante específico nesse ponto de sua elaboração teórica, tendo, inclusive implicações clínicas específicas. Por exemplo, como a inveja inconsciente pode afetar o processo analítico atrapalhando a relação entre analisando (a) e analista e impedindo que aquele (a) se beneficie do crescimento emocional decorrente do processo terapêutico.

Além disso, Klein apresenta uma definição mais ampla (do que inveja do pênis), porém, mais bem delimitada do que é inveja, diferenciando-a inclusive de emoções correlatas como ciúme e ganância. Essa definição é útil porque permite observar melhor o fenômeno da inveja e nos ajuda a pensar que ela não é uma coisa simples, apenas uma emoção. É muito mais uma constelação emocional complexa, que envolve outras emoções e afetos, o que acaba por dificultar nomeá-la.

Klein assume a existência da inveja do pênis, mas aponta que ela é herdeira da inveja do seio. Assim, ela não descarta o conceito específico de Freud, mas, assim como Mezan (2017), ela aponta que “pênis” é mais um elemento de uma série. Ela também amplia a experiência da inveja para homens e mulheres, uma vez que apresenta um elemento comum – o seio – para inveja em ambos os sexos, além de afirmar o caráter universa da inveja, no sentido de que qualquer pessoa em qualquer momento pode senti-la, faz parte da experiência humana.

[38] Jealousy is, as we know, inherent in the Oedipus situation and is accompained by hate and death wishes.

Um pequeno comentário sobre a linguagem empregada por Klein e sua elaboração teórica. Spillius (2006) lembra que sua linguagem concreta empregada pela psicanalista procura captar os movimentos mentais mais rudimentares (primitivos) que ela pôde observar a partir de seu trabalho com crianças e depois com adultos (especialmente maníaco-depressivos e psicóticos).

Outro ponto que Spillius destaca é que nas obras mais maduras de Klein, há uma tentativa de consolidar sua teoria, o que acaba tornando-a mais "dura" e esquemática, ao contrário de seus primeiros textos, que ela compara às observações de campo de antropólogos, na sua tentativa de observar e descrever os movimentos psíquicos.

Falando em observação, Klein tende a não diferenciar as observações de especulações. Sua teoria tem momentos altamente especulativos, mas, que da forma que ela escreve, parecem fenômenos observados e observáveis, o que acaba provocando um grande estranhamento aos leitores de primeira viagem.

Autores como Laplanche e Green criticam um moralismo na teoria kleiniana, baseados na interpretação de que sua teoria organiza o psiquismo em torno de valores como gratidão, culpa e reparação, que podem ser lidos como aspectos de uma ética internalizada. A inveja primitiva, por exemplo, pode ser interpretada como uma atribuição quase ética à inveja, na qual a destruição do objeto bom seria um ato condenável, enquanto a gratidão seria uma forma "correta" de relação com o mundo.

No entanto, os defensores de sua teoria como Joseph e Segal, argumentam a teoria de Klein não propõe um moralismo, mas sim um modelo de desenvolvimento emocional baseado na forma como o bebê lida com suas primeiras relações objetais e que esses conceitos não devem ser entendidos como julgamentos morais, mas sim, como descrições dos processos psíquicos fundamentais que estruturam as relações objetais.

De volta à "Inveja e gratidão": Segal (1998) lembra que nesse trabalho, Klein percebeu uma característica comum à inveja e à pulsão de morte: ambos atacam a vida e suas fontes. Porém, na visão dessa psicanalista, Klein simplificou essa relação ao afirmar que a inveja é expressão da pulsão de morte. Segal (1998) afirma que a inveja é um sentimento ambivalente, enraizado na necessidade e admiração – conforme notado por Klein – mas que, sendo ambivalente, pode haver também uma porção de pulsão de vida, que inclusive, pode predominar.

O ponto que Segal ressalta é que Klein se debruçou sobre a inveja primitiva, essa sim, inundada pela pulsão de morte, uma vez que esta é uma reação à perturbação produzida pelas

necessidades que só o seio é capaz de sanar; por isso, o objeto primário amado também é amado e invejado.

Seguindo as ideias de Klein, apresentaremos agora alguns avanços realizados por outros autores ao conceito kleiniano de inveja, tomando o cuidado de ater-nos a ideias e discussões que sejam relevantes ao nosso trabalho e ao campo da comunicação, sem nos aprofundarmos demais em aspectos clínicos. Tal esforço visa manter o foco de nossa pesquisa sem desvios de rotas desnecessários e que podem gerar mais confusão do que contribuições. Sabemos das dificuldades e riscos disso, uma vez que a teoria psicanalítica no geral, e mais especificamente, a teoria psicanalítica kleiniana, tem uma conexão íntima com as observações clínicas.

Para Cintra e Figueiredo (2010), Klein associa a inveja a um diferencial de prazer que não pode ser superado, que é da ordem do prazer obtido na experiência de amamentação e na experiência de unidade pré-natal.

Cintra e Ribeiro (2018, p. 108) afirmam que "existe na inveja um componente libidinal, uma nostalgia por um estado pleno de satisfação que se teve e se perdeu, mesclada com ódio, ressentimento e com a sensação de que algo se tornou para sempre inalcançável".

As autoras apontam que a própria experiência do nascimento poderia provocar a comparação entre um estado idílico perfeito, de segurança e indivisão, e a condição atual de desemparo, resultando na sensação de perda de prazer. A busca por esse prazer perdido pode incitar um desejo voraz de recuperá-lo a qualquer custo. "Desejo voraz por algo inalcançável é o terreno propício à inveja". (Cintra; Ribeiro, 2018, p. 108).

A experiência do nascimento provoca angústias persecutórias tão intensas que a própria fantasia cria um objeto ideal "correspondente à plenitude da vida intrauterina e paradigma da satisfação absoluta" (Cintra; Figueiredo, 2010, p. 128).

Cintra e Ribeiro (2018, p. 109), afirmam que "a inveja participa da estrutura do desejo humano, assinalando o seu aspecto insaciável". A voracidade tende a tornar a gratificação difícil. Sem gratificação suficiente, surge a frustração. E se há intolerância a frustração, há a tendência a atacar o objeto que provoca a frustração.

Nem sempre o seio vai dar leite e conforto do jeito que se deseja. Na vida adulta, a realidade sempre vai impor limites; o apreço, atenção e amor encontrados nas relações nem sempre estarão à altura do que se almeja. Cintra e Figueiredo (2010) chamam a atenção para o fato de que a abordagem de Klein da inveja refere-se a um modo particular de desejar que é dominado pela pulsão de morte.

Porém, os autores afirmam que existe, implicitamente, no conceito kleiniano de inveja, um aspecto benigno, que é a voracidade. Como expressão da pulsão de vida, 'é a ânsia pelo

absoluto" (Cintra; Figueiredo, 2010, p. 129), que também alimenta a frustração e leva ao desejo de destruir o objeto frustrador, uma manifestação da pulsão de morte.

Assim, a inveja volta-se contra os vínculos eróticos – num primeiro momento, ao vínculo entre pulsão de vida e morte – até destruir os vínculos que atam a pessoa (ou o bebê) à vida, as fontes de prazer e de vida, como o seio. "O intolerável não é apenas não ter, mas depender de quem – o objeto idealizado –, tendo tanto, não dá" (Cintra e Figueiredo, 2010, p. 130).

Bion (2022) expande essa questão dos ataques aos vínculos e propõe que algumas pessoas (no âmbito clínico, pacientes) têm um estado de mente no qual todas as emoções são odiadas, pois seu aparato psíquico não é capaz de contê-las. Elas sentem que emoções vinculam objetos e "dão realidade para objetos que não são a própria pessoa" (Bion, 2022, p. 153). A mente desses pacientes contém um objeto interno – um seio externo que não pôde ser introjetado, afetado pela inveja primitiva – que destrói todo e qualquer vínculo relacional, afetando, inclusive, os pensamentos, a comunicação verbal e atividades artísticas.

A inveja, na visão de Bion, é destrutiva porque ataca os vínculos, com o seio bom, mau, com todos os objetos internos e externos, atacando, em última estância, o aparelho psíquico e a realidade. Caper (2020) afirma que na visão de Bion, o objeto do ataque invejoso é o casal parental introjetado: a beleza materna e a força paterna, que resultam num objeto continente capaz de conter as ansiedades insuportáveis do bebê e ainda assim manter-se íntegro. A criatividade, para Bion, está associada a essa capacidade de manter o equilíbrio mesmo sendo invadido por emoções perturbadoras (capacidade continente).

A linguagem concreta de Melanie Klein guarda espaços para algumas surpresas, conforme apontam Cintra e Figueiredo (2010), ao sugerir que o fluxo de leite do seio que Klein aborda em seu texto é uma metáfora para abordar tudo aquilo que a mãe pode proporcionar ao seu bebê: o amor, carinho, cuidado, presença, toque, entre tantas outras coisas. Por isso Klein fala da inveja da criatividade materna: criatividade, nesse contexto, vai além da capacidade reprodutiva e aborda essa dimensão mais ampla do cuidado, criar um ambiente confiável, ser capaz de conter as angústias do bebê, nomear suas emoções e fenômenos da realidade, perceber o que o bebê está sentindo e responder às suas necessidades.

Logo, tudo isso torna-se alvo da inveja pois "está ligado à descoberta de se ter de depender da mãe, e ficar sujeito às oscilações que caracterizam a vida emocional arcaica, oscilações essas entre *ter* e *perder* o contato com essa fonte vital" (Cintra, Figueiredo, 2010). Assim, a impermanência do objeto e sua incapacidade de saciar o desejo infantil dão origem a ódio e ressentimento, que Klein nomeou como inveja.

Caper (2020) entende que as experiências com objetos externos tendem a causar ansiedade por causa de sua imprevisibilidade e novidade. Especialmente os objetos amados – para os quais se dirige o desejo impossível de possuí-los – que são permitidos aproximar-se do nosso íntimo ao ponto de provocar ansiedade. Para Caper (2020, p. 77), a inveja é uma espécie de "reação alérgica a objetos externos amados – uma defesa autodestrutiva exagerada [...]".

Esse ser todo poderoso que é mãe para a criança no início da vida, em certos momentos, a inunda com estímulos excitações. Da mesma forma, sua ausência é difícil de suportar, pois o bebê, conforme apontam Cintra e Figueiredo (2010), acaba ocupando o lugar do terceiro excluído, uma vez que a distância da mãe tende a provocar fantasias de que ela está gratificando outra pessoa ou que guarda para si todas as gratificações das quais ela é fonte.

4.3.1 Invejas

A partir da definição kleiniana de inveja, os psicanalistas influenciados pelo seu trabalho assumiram sua definição e a integraram em seu trabalho clínico. Conforme aponta Spillius (2006), alguns psicanalistas, a partir de sua experiência clínica e desenvolvimento teórico, passaram a trabalhar com definições de inveja ainda mais delimitadas que a de Klein. Ao mesmo tempo, outros passaram a ampliar mais sua concepção, a partir da complexidade da experiência da inveja que eles vislumbravam em suas salas de análise.

Britton (2020, p. 196) define que "Um sentimento de inveja pode ser o preço que pagamos pelo reconhecimento de qualidades ou habilidades alheias que não possuímos, mas às quais aspiramos. A inveja é aquela pontada de dor no meio de um acesso de admiração.

Spillius (2006), no contexto da clínica psicanalítica, compreende que uma pessoa pode sentir inveja quando se sente dependente de alguém que considera superior; que pacientes invejosos se defendem da percepção de dependência. Ela afirma que a inveja descrita por Klein e que norteou desenvolvimentos clínicos e teóricos posteriores, é mais inconsciente e contida, por isso, raramente se expressa; sua operação inconsciente tende a levar à inibição da criatividade na vida. Essa forma de inveja só se torna consciente depois de um tempo de trabalho analítico e seu reconhecimento tende a provocar dor mental e uma espécie de depressão.

Uma outra forma apontada pela psicanalista, a partir de sua prática clínica, é o ressentimento (*grievance*). Ela é mais óbvia, identificável, para o observador externo e tende a ser mais perceptível para a pessoa que a expressa. Porém, a pessoa que experiencia esse ressentimento tende a não se sentir arrependida. Por isso, Spillius (2006) chama o sujeito dessa inveja de impenitente. Ele não sente culpa ou responsabilidade por essa inveja, acredita que seu

ressentimento é legítimo, pois a culpa (de ele sentir inveja) é do outro. Visto desse ponto de vista, o ressentimento descrito por Spillius pode ser considerado uma defesa narcísica, em há um arranjo de várias defesas trabalhando em conjunto contra a percepção da inveja.

Joseph (1992), com base nas ideias de Klein, destaca que a inveja se manifesta por meio da espoliação e da hostilidade. Esse sentimento é direcionado às habilidades, conquistas e atributos pessoais de outra pessoa, ou seja, a tudo que é percebido como valioso. Segundo a psicanalista, um sujeito profundamente invejoso tem dificuldade em tolerar o êxito, a satisfação e a felicidade alheia.

Por isso, ela não é capaz de aproveitar algo que bom que outra pessoa possa lhe dar. É intolerável reconhecer que alguém tenha algum valor e possa lhe dar algo bom do qual ela possa usufruir. Por isso, é incapaz de experimentar ou expressar gratidão.

Isso perturba suas relações e sua capacidade de usufruir de bons relacionamentos, o que implica que ela acaba encontrando muito pouco prazer na vida; pois, toda boa experiência é perturbada pela sensação que poderia ter mais, ou que aquilo poderia ser melhor, ou por que está acontecendo só agora? Se tivesse acontecido antes, teria sido perfeito. Isso quando não sente que outra pessoa já experimentou isso e foi muito melhor!

> Uma pessoa excessivamente invejosa, portanto, pode achar tão difícil tolerar que outra tenha alguma coisa para lhe dar que ela não pode reconhecer ou usar a outra pessoa construtivamente. Podemos ver isso surgir na forma de uma verdadeira incapacidade de receber informação ou ajuda – na verdade, de percebê-la. [...] Uma pessoa muito invejosa dificilmente consegue tolerar escutar o que outra pessoa tem a dizer, e pode encontrar todo tipo de artifício para parar a conversa, tomando conta do assunto, paralisando-a, porque não consegue tolerar ouvir coisas divertidas, experiências e pensamentos interessantes que venham de outra pessoa. (Joseph, 1992, p. 187).

A pessoa que inveja tende a criticar o outro invejado incessantemente ou a "cutucá-lo" (alfinetar, nas palavras da autora) constantemente com provocações. É possível ver essa forma de espoliação quando o(a) invejoso(a) inveja a inteligência ou a tranquilidade da outra pessoa e passa a provocá-la até que perca a calma. Em casos mais extremos, o(a) invejoso(a) ataca literalmente o(a) invejado(a), danificando suas posses e pode até ferir a pessoa.

Obviamente, é perturbador estar sob influência da inveja e todas as pessoas, em maior ou menor medida, tenta inconscientemente se defender. Assim, Joseph procura descrever as defesas contra a inveja que emergem na vida cotidiana e os problemas que causam a partir de seus reflexos na clínica psicanalítica.

Joseph (1992) descreve uma outra manobra defensiva cuja observação é muito determinada pela situação analítica, mas, que acreditamos ser útil descrevê-la aqui porque ela pode se manifestar na vida para além do contexto clínico.

Alguns analisantes apresentam um tipo de voracidade que pode ter um papel importante na dificuldade de aprender e absorver informações. São pacientes colaborativos e atentos, mas que na verdade, se apossam do que é dito pelo(a) analista sem se importar com o que ele quer dizer, sem registrar algo novo. É como se eles tomassem o lugar do(a) analista tornando-se analistas de si mesmos.

Na medida em que ele se apossa de tudo (no contexto analítico, das interpretações) ele não tem a experiência de receber algo bom de outra pessoa, de reconhecer o valor e importância desta; portanto, essa pessoa não se torna invejável

Por fim, evitar contatos com outras pessoas e evitar áreas de vivência em que há uma tendência a estimularem rivalidade e inveja também é uma forma de defesa comum na vida cotidiana. Mas é muito restritiva. Joseph (1992) apresenta uma ilustração clínica que evidencia o quão comum é essa defesa. Ela descreve um analisante: casado, com filhos, bem-sucedido profissionalmente. Vivia uma vida tão restrita, que nunca convidava ninguém para sua casa, assim como sua mulher. Evitava eventos sociais e nem viajava. Não falava com ninguém diferente dessa forma, assim como não falava com quase ninguém fora do seu trabalho. Assim, nunca era desafiado, nunca ouvia algo que o fizesse sentir-se inferior, ou com inveja; nunca precisava de ajuda das pessoas.

4.3.2 Inveja e narcisismo

Guinard (2020, p. 177) afirma que "o fato de a inveja se estabelecer muito precocemente significa que é um componente importante do narcisismo". Segal (1998) lembra que Klein, ao longo de sua obra, aborda a questão do narcisismo especificamente nos artigos "Notas sobre alguns mecanismos esquizoides (1946/1984) (tradução nossa)[39] e "As origens da transferência" (1952/1984) (tradução nossa)[40].

Klein (1946/1984) define que uma das características das relações de objeto esquizoides é o narcisismo. Na posição esquizoparanóide, o bebê projeta partes suas nos objetos, tanto "boas" quanto "más". O impulso de controlar as partes de si é "materializado" no controle dos objetos destinatários dessas partes projetadas.

No segundo artigo, Klein afirma que:

[39] Notes on some schizoid mecHanisms, no original.
[40] The origins of transference, no original.

> Por muitos anos, eu mantive a opinião de que o autoerotismo e o narcisismo são no bebê recém-nascido contemporâneos as suas primeiras relações de objeto – externos e internalizados. Reafirmarei resumidamente minha hipótese: autoerotismo e narcisismo incluem o amor e a relação com o objeto bom internalizado que, em fantasia, forma parte do corpo e do eu amados. É para esse objeto internalizado que, na gratificação autoerótica e nos estados narcísicos, que há um recolhimento. (tradução nossa)[41] (1952/1984, p. 51).

No mesmo artigo, Klein reforça sua posição contrária a ideia de Freud de um narcisismo primário, no qual todo o investimento libidinal e fonte de satisfação seriam o próprio bebê recém-nascido. Como ela considera que existem relações de objeto desde o início da vida – com base nos achados de suas análises com crianças pequenas – e que são centrais para a vida emocional, supor a existência desse estado contraria suas descobertas de que há já no começo da vida impulsos, ambivalência, fantasias, angústias e defesas. Ou não existem ou operam no vácuo, segundo a teoria do narcisismo primário de Freud.

A partir de Segal (1998), em sua leitura conjunta desses dois artigos, ela diferencia entre estados narcísicos, relações de objeto e estrutura narcísica. Os estados narcísicos implicam uma retirada, um recolhimento para um objeto interno idealizado, que tende a evoluir para uma relação com um objeto interno bom. Esses estados, portanto, tendem a ser passageiros. Segal (1998, p. 88) aponta que essa mudança é "a base do auto-respeito, da autopreservação, bem como do amor, respeito e preservação do objetos amados, externos e internos".

Já as relações de objeto e a estrutura narcísica estão relacionados à identificação projetiva e são influenciadas pela pulsão de morte e a inveja, segundo Segal (1998). As relações objetais podem expressar o impulso de controlar parte "boas" ou "más" projetada nos outros; assim como a escolha de objeto pode ser narcisicamente orientada, uma vez que o amor por um objeto pode ser norteado pelo amor de uma parte "boa" ou idealizada de si.

A estrutura narcísica está associada para Segal (1998) também à introjeção das partes projetadas nos outros, uma vez que elas podem afetar a organização tanto do Eu quanto do Super-Eu. Sob influência da pulsão de morte e inveja, podem resultar em estruturas internas destrutivas e até autodestrutivas.

Segal (1998) afirma que em "Inveja e Gratidão" (1957/1984), é implícita a relação entre inveja e narcisismo, pois a identificação projetiva atua como mecanismo de defesa contra a

[41] For many Years I have held the view that auto-erotism and narcissism are in Young infant contemporaneous with the firs relation to objects – external and internalized. I shall briefly restate my hiphotesis: auto-erotism and narcissism include the love for and relation with the internalized good object wich in fantasy forms part of the loved body and self. It is to this internalized object tha in auto-erotic gratification and narcissistic *states* a withdrawal takes place.

inveja do objeto primário; projetar partes de si para controlá-lo implica o processo já descrito a partir dos outros artigos.

Assim, Segal (1998, p. 86) afirma que "inveja e narcisismo são como dois lados da mesma moeda. O narcisismo nos defende da inveja". Se, partindo da perspectiva kleiniana, entendemos que há relações de objeto desde o começo da vida, ou seja, há a percepção de algo externo, mesmo que excessivamente colorido pelas fantasias inconscientes do bebê, mas que é diferente do eu, a inveja surge do reconhecimento de algo outro como fonte da vida e fora do controle.

A partir desse vértice, o narcisismo pode operar defensivamente contra a inveja. Nesse ponto, Freud e Klein se aproximam. Uma vez que para Freud, no narcisismo primário, o bebê se entende como fonte de toda a satisfação, a descoberta do objeto causa ódio. "A inveja poderia ser descrita de maneira muito semelhante" (Segal, 1998, p. 86). Uma vez que o narcisismo pode funcionar como uma defesa contra a inveja, logo, ele está muito mais próximo à destrutividade e à pulsão de morte.

Segal (1998) defende, então, que a estrutura narcísica está associada a posição esquizoparanóide e dominada pela inveja e defesas contra a inveja (o narcisismo, por exemplo), assim como pelos mecanismos de defesa comuns a essa posição: cisão, negação e identificação projetiva. A estrutura narcísica se impõe como uma organização defensiva contra inveja e a pulsão de morte, ao mesmo tempo que é uma expressão da delas.

Britton (2020) afirma que a inveja não é um elemento da personalidade, mas um composto que surge da conjunção de alguns fatores, como o reconhecimento da separação entre *self* e objeto, desejo de possuir a mesma natureza do objeto e de ser adorado por ele, desilusão pela descoberta que idealizar o *self* não torna a pessoa o ideal do Eu. Esse composto pode surgir em qualquer momento a partir da combinação de elementos e da mesma forma que surgiu, pode "se dissolver". Isso é o mais comum na vida de muitas pessoas.

Britton (2020) parte da suposição que uma relação entre Super-Eu, ideal do Eu e Eu ideal dão origem à inveja e, por isso, ela está relacionada ao narcisismo. Para o psicanalista, o ideal do Eu é uma aspiração que sucede o Eu ideal, aquela ilusão de uma criança perfeita que existiu na mente dos pais.

A inveja, em sua visão, surge do hiato entre o Eu ideal (a criança idealizada, o *self* idealizado) e o ideal do Eu (a ideia da criança ideal preexistente na mente dos pais). Britton afirma que:

> É quando se dá a revelação de que a fonte de vida se encontra do lado de fora, é anterior à existência do *self*, não é da mesma substância que ele e constitui uma parte essencial de uma relação assimétrica: a figura parental ideal pode ser adorada, mas não adora em retribuição. É a descoberta de que o filho ideal projetado pelos pais não nasceu da experiência de um *self* idealizado, mas de uma preconcepção antecipada na mente dos pais (2020, p. 209).

Caper (2020) tende a ver a inveja como uma reação ao contato com objetos externos amados, afirma que o que é ameaçado nessa experiência de contato com o objeto é nosso narcisismo. Reconhecer que se ama e aprecia um objeto diferente do eu a ponto de querer ser como o objeto vai gerar uma experiência delirante de *ter o objeto* e *até ser o objeto*, o que, em sua visão, indica o recurso à identificação projetiva. Tal recurso diminuiria o amor pelo objeto, por mais danoso que seja, mas protegeria o narcisismo.

Porém, Caper insiste no quão saudável é a saída do narcisismo e de um estado de mente regido pelo prazer, para o reconhecimento que se depende de outros, que a fonte do que precisamos está para além de nós. Nesse sentido, a inveja, especificamente as defesas contra ela – as quais Caper nomeia como defesas narcísicas: identificação concreta com o objeto a partir da identificação projetiva e ataque e desvalorização do objeto – agem na mente como uma espécie de doença autoimune.

Caper, portanto, se desloca para uma outra posição, pois tende a ver a inveja não como associada à destrutividade ou à pulsão de morte, mas como uma reação a um narcisismo em perigo, obrigado a experimentar as adversidades de depender de um objeto exterior sobre o qual não tem controle. Dessa forma, a "desvalorização invejosa é uma reação contra essa dependência dos bons objetos, que opera fazendo com que eles pareçam tudo menos bons [...] (Caper, 2020, p. 85).

4.3.3 Pintando a tela da inveja

Revisitando a obra de Freud e Klein e desdobramentos realizados posteriormente por outros psicanalistas a partir de suas ideias, buscamos compreender como ela aparece no quadro teórico dos dois psicanalistas, porque, na teoria de ambos, ela é empregada como um conceito específico.

Recorremos às teorias de Freud e Klein sobre a inveja porque nelas busca-se entender seus impactos psíquicos e subjetivos dessa experiência no sujeito, compreendendo que é um fenômeno próprio à experiência humana de estar no mundo e em relação com o outro,

confrontando seus limites e dependência, e não apenas uma manifestação malévola de um mal originário ou exterior.

Uma síntese das teorias de Freud e Klein e seus desenvolvimentos nos ajuda a montar um quadro mais amplo da inveja – um modelo – que nos permita investigá-la no âmbito desta pesquisa.

A identificação, umas das experiências afetivas mais primitivas na história do crescimento emocional subjetivo, implica em identificar um traço comum entre o Eu e o outro Eu, e tomar esse outro como modelo, em ser como ele. A identificação aproxima emocionalmente, mas quando há o desejo de coincidência, aí, estamos diante do impossível (a barreira da castração).

A percepção de que existem outras pessoas, das quais dependemos e não controlamos, tende a causar intensa angústia. O desejo de "ser como o(a) outro(a)" implica numa saída onipotente para restabelecer o narcisismo ferido, eliminando a diferença.

A idealização, que superestima o valor do objeto e suas características, como também vimos, tem um acentuado tom narcísico, uma vez que ela implica a projeção (teoria freudiana) no objeto do Eu ideal, uma parte de si que se refere à completude e perfeição absolutas. Se pensamos a partir da teoria Kleiniana, cuja ênfase recai no mecanismo da identificação projetiva – projeção de partes de si **dentro** do objeto a fim de controlá-lo – o desejo de controlar o objeto e reintrojetar essa parte excindida, o Eu ideal, leva justamente a uma eliminação da distância e entre o eu e o outro e uma diminuição da diferença instransponível. Essa é a diferença da inveja para outras emoções como a cobiça no pensamento de Mezan (2017): a recuperação do objeto é impossível.

Mezan (2019) reconhece na inveja uma vertente pulsional – sexual-narcísica e agressiva – e outra que é defensiva. Mas defesa contra o quê? Contra a fantasia onipotente de transpor o limite da diferença e ser um só com o outro. Uma vez que se é tudo, o eu torna-se nada, já que ele é determinado pelo outro e pela separação entre eu e outro. O horror do incesto ou fantasias de retorno ao útero são expressões desse desejo de superar a diferença. Por isso são assustadoras: representam um estado de não diferenciação que elimina o eu.

Eis o aspecto defensivo da inveja, segundo Mezan (2017): é melhor sentir a dor da inveja, do que vivenciar a destruição do eu a partir da anulação da distância com o outro, a partir da introjeção do objeto (a partir da recuperação do Eu ideal excindido) que eliminaria o limite entre o eu e outro.

Outra cor fundamental no quadro da inveja é o olhar. Freud, como vimos, já no seu conceito de inveja do pênis referia-se ao fato de que ver aquilo que não se tem (no caso da

menina pequena, o pênis) implica na comparação (ela sabe que não tem) e no desejo de ter o impossível (ela quer ter um pênis também) para eliminar a diferença.

Mezan (2017) afirma que o olhar permite o contato com o outro na busca pela coincidência mantendo, ainda assim, uma distância entre quem inveja o e objeto da inveja. Olhar implica incorporar algo – "comer com os olhos" – mas mantendo-o ainda fora permitindo que ele exista dentro e fora.

Até aqui, estamos discutindo aspectos metapsicológicos da inveja como conceito psicanalítico. E para que serve esse conceito? Fora do âmbito da clínica, ele é útil a composição do quadro da inveja (nosso modelo). É o seu fundo, suas cores básicas.

A inveja como conceito tende a ser inconsciente e muito sorrateira. Ela é uma "formação complexa", conforme afirma Mezan (2017, p. 324), pois conjuga pulsões e defesas. Mas, conforme as ideias de outros (as) autores (as) psicanalistas, ela também se expressa no dia a dia, até de uma forma mais perceptível, consciente. E nem por isso ela é menos complexa.

Podemos apresentar agora uma caracterização geral da inveja que nos permita investigá-la nas falas das alunas entrevistadas:

- A inveja sempre implica o outro (alteridade).
- Está intimamente ligada ao olhar, visualidade.
- Existe um desejo de equiparação (equivalência).
- Idealização e identificação são mecanismo psíquicos presentes na inveja.
- Agressividade, rivalidade e ambivalência são elementos importantes em suas manifestações.
- A inveja é identificável a partir das defesas mobilizadas contra ela, assim como pelos ataques ao objeto invejado.
- O narcisismo mantém uma relação íntima com a inveja.

Esses aspectos básicos da inveja nos servem as ferramentas necessárias para a exploração no âmbito desta pesquisa. Para ajustar nosso modelo ao contexto das redes sociais digitais, acreditamos que o seus conceitos que tratam da comunicação digital e do sujeito de desempenho são fundamentais.

5 A INVEJA NO INSTAGRAM: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Nesse capítulo, empreendemos a análise das entrevistas realizadas para verificar se é possível sentir inveja a partir dos conteúdos vistos no Instagram e se essa emoção está de acordo com sua concepção a partir da psicanálise.

Nossa estratégia para coleta ou geração de material será entrevista semiestruturada. Por meio dessa metodologia é possível fazer com que pesquisador e pesquisado tenham uma interação sobre o tema pesquisado. Lopes (2010) argumenta que tal ação busca conseguir dados sobre o objeto de estudo e o contexto em que está inserido. Ao contrário de outras técnicas, usa-se a entrevista semiestruturada para se aprofundar em assuntos complexos. Bernal Torres (2006) enfatiza que a atividade é realizada com um seleto grupo de pessoas e as perguntas são flexíveis para obter maior profundidade. Tal abordagem tem como propósito oferecer mais liberdade para o entrevistado falar sobre suas experiências pessoais que tangem a problemática estudada.

Para compor nosso corpus, realizaremos entrevistas com estudantes universitárias da Universidade de Sorocaba usuárias ativas no Instagram. A escolha desses sujeitos de pesquisa se deve pelo fato de as universitárias, no geral, estarem entre os 18 e 20 e tantos anos, idade que coincide com o período da consolidação comercial das redes sociais digitais (a partir de 2010), especificamente do Instagram. Paralelamente, no mesmo período, se popularizou o uso dos *smartphones*, crucial para as redes sociais digitais, especificamente, para o Instagram, desenvolvido para ser usado com esse aparelho. Portanto, essas jovens adultas cresceram com as redes sociais digitais e foram impactadas pela sua adoção. Além disso, nessa faixa etária estão as pessoas mais ativas nas redes sociais digitais e *heavy users* (usuários que passam muitas horas conectados). Outro ponto para essa escolha é o critério de comodidade: o acesso às entrevistadas seria mais fácil, uma vez que lecionamos na Universidade e somos alunos do seu programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação e Cultura.

A seleção de algumas jovens adultas entre a população de estudantes universitárias da Uniso é de caráter significativo para a pesquisa, pois as participantes entrevistadas têm propriedade ao falar sobre o tema, já que por estarem no âmago da temática, podem expor suas percepções. Minayo nos lembra que

> O que torna o trabalho interacional (ou seja, de relação entre pesquisador e pesquisados) um instrumento privilegiado de coleta de informações para as pessoas é a possiblidade que tem a *fala* de se reveladora de condições de vida, da expressão dos sistemas de valores e crenças e, ao mesmo tempo, ter a magia de transmitir, por meio de um

> porta-voz, o que pensa o grupo dentro das mesmas condições históricas, socioeconômicas e culturais que o interlocutor (2016, p. 58)

Esses sujeitos de pesquisa, portanto, podem nos ajudar a criar um corpus representativo na concepção de Iñiguez (2004), pois as estudantes, enquanto respondentes da pesquisa, respondem-na exercendo seu papel enquanto membros de um grupo ou coletivo.

Green (apud Urribarri, 2019, p. 21) afirma que 'quando um analista elabora algo novo, geralmente se apoia em três ou quatro casos que o impactaram especialmente e o impulsionam a um trabalho de pensamento mais aprofundado'. Embora nossa pesquisa não tenha caráter clínico, acreditamos que no contexto deste estudo, a máxima 'menos é mais' se aplica. Por esse motivo, optamos por trabalhar com um número limitado de entrevistas. Bauer e Gaskell (2002) reforçam que embora um grande número de entrevistas possa ser interessante do ponto de vista numérico, ele se torna pouco eficiente quando o objetivo é uma análise mais aprofundada, que vai além da simples extração e discussão de trechos. Dado que realizaremos entrevistas semiestruturadas com um sujeito de pesquisa bem definido — universitárias dos cursos de graduação presencial e EAD da Uniso, com perfil no Instagram e que acessam essa rede social — acreditamos que é viável e eficaz limitar a quantidade de entrevistas para garantir a qualidade da análise.

Para afinar nosso instrumento de pesquisa, no primeiro semestre de 2024, tivemos algumas conversas informais com alunas para sondar um pouco o tema e começar a elaborar nosso roteiro de trabalho. Elaboramos um grande número de questões, baseado em toda pesquisa bibliográfica e no estado da questão realizado até então. Reduzimos essas questões a um número mínimo, a fim de explorar atitudes, percepções e o comportamento das entrevistadas em relação ao Instagram, assim com suas representações da inveja e se elas já experimentaram essa emoção ao ver algo nessa rede social.

Feito todo o preparo da fase de campo, demos início ao processo de pesquisa no segundo semestre de 2024, com a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa. Para tanto, foi enviado um convite a todas as alunas da Uniso (graduação presencial e EAD, pós-graduação) por e-mail, disparado pelo setor de Relacionamento da Universidade, assim como o convite foi encaminhado aos representantes discentes para que enviassem às turmas o convite via grupos de WhatsApp das salas. Nesse convite, as alunas tinham acesso ao TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), que deveria ser lido e enviado ao pesquisador por e-mail manifestando interesse em participar como entrevistada da pesquisa.

Os procedimentos éticos são parte fundamental na execução de uma pesquisa. Por isso, o primeiro passo consistiu em oferecer ao participante a possibilidade de ler e assinar o Termo

de Consentimento Livre e Esclarecido, documento que esclarece o significado, o alcance e as restrições de seu envolvimento no estudo, bem como apresenta a justificativa, os objetivos, os procedimentos e a metodologia adotados. Esse termo reforça que a participação é totalmente voluntária e pode ser interrompida sem punição a qualquer momento.

No decorrer da pesquisa, garantiu-se a segurança e o bem-estar das entrevistadas, mantendo seu nome e dados sensíveis em sigilo. Entretanto, os resultados do estudo poderão ser divulgados em meios científicos, preservando sempre a confidencialidade dos dados pessoais. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade de Sorocaba (Uniso), acompanhado de um ofício de apresentação do projeto e do termo de compromisso dos pesquisadores responsáveis. Após a análise desses documentos, o Comitê autorizou a condução da pesquisa.

Em resposta ao convite, tivemos um total de 19 respostas; depois da primeira seleção – exclusão de candidatas que não se enquadravam nos parâmetros (mulheres, maiores de 18 anos, estudantes dos cursos de graduação presencial e EAD, usuárias ativas do Instagram), tivemos 12 candidatas selecionadas e mais duas incluídas a partir da técnica de amostragem não probabilística bola de neve, totalizando 14 entrevistadas. Planejávamos realizar 13 entrevistas. Estabelecemos esse número, pois, como dissemos, o perfil da população estudada é bastante específico e acreditávamos que haveria uma certa regularidade nas respostas. Logo, trabalhar com um número menor de entrevistas permitiria explorá-las mais.

Os dados pessoais das entrevistadas serão omitidos na pesquisa. Isso garante a preservação da identidade das pessoas que colaboraram com o estudo. Para tanto, há o cuidado em mencionar esses participantes apenas pelos seus pseudônimos (números ou letras adotadas) durante a investigação científica. Outras formas de proteção das fontes de informação adotadas são a alteração de nomes de cidades, locais e eventos.

A partir do retorno das entrevistadas com o TCLE preenchido, as entrevistas foram agendadas. Algumas aconteceram presencialmente na UNISO em salas de aulas reservadas para esse fim; outras aconteceram on-line, via chamada de vídeo no WhatsApp. As entrevistas foram realizadas entre os meses de setembro e novembro de 2024.

A entrevista demonstra sua pertinência como estratégia para investigações voltadas à compreensão de processos psíquicos, sobretudo no que se refere à construção de sentidos e significados por parte dos sujeitos de pesquisa a respeito de um fenômeno. Nesse formato, foi possível estabelecer um diálogo mais espontâneo entre a pesquisadora e o participante, que pôde retomar temas e solicitar esclarecimentos adicionais, garantindo assim maior adaptabilidade ao procedimento. Optamos pelo uso do roteiro semiestruturado, pois permite um

diálogo mais dinâmico, que explora aspectos espontâneos, surgidos da interação entre entrevistada e pesquisador.

As perguntas fechadas serviram para verificar atitudes, comportamentos e representações a respeito do Instagram, da inveja e da possível sensação de inveja sentida na interação com conteúdos postados por outras pessoas nessa rede social digital.

Nas entrevistas, esperávamos ouvir algum relato espontâneo sobre sentir inveja a partir de algo visto nessa rede. Mas, ao mesmo tempo, sabemos que inveja não é uma emoção fácil de se admitir, que há uma construção histórica que a coloca como algo mau, ruim, que causa mal às pessoas. Portanto, quando necessário, estávamos preparados para perguntar diretamente sobre ela.

As entrevistas tiveram seu áudio gravado com o consentimento das entrevistadas. Esse material foi posteriormente transcrito para análise. Com nosso corpus pronto, estávamos preparados para a terceira etapa.

5.1 Tratamento e análise do material

Com as transcrições feitas, passamos a organizar as entrevistas. Em primeiro lugar, atribuímos a cada entrevistada um número de um a 14. Assim, seus nomes, nas entrevistas, foram substituídos por Entrevistada 1, o seu devido código (E.1) e assim sucessivamente. Os números foram atribuídos de forma aleatória às entrevistas, sem considerar a ordem de sua realização.

Para a análise do corpus, adotamos a Análise de Conteúdo Temática (Gomes, 2016). Os passos gerais dessa metodologia de análise implicam uma leitura compreensiva, exploração do material e a elaboração de uma síntese interpretativa.

Segundo Gomes (2016, p. 83), no primeiro momento, nos deixamos impregnar pelo material ao realizar sua leitura em conjunto para

(a) ter uma visão de conjunto; (b) apreender as particularidades do conjunto do material a ser analisado; (c) elaborar pressupostos iniciais que servirão de baliza para a análise interpretação do material; (d) escolher formas de classificação inicial; (e) determinar os conceitos teóricos que orientarão a análise.

Apresentamos agora o resultado gerado de nosso mergulho inicial no material.

A maioria das entrevistadas relata ter acessado o Instagram pela primeira vez entre 12 e 14 anos, portanto, quando eram adolescentes e essa rede social digital crescia no Brasil. Falas ilustrativas: “Com supervisão, acho que foi a partir dos 10, 11 anos, quando eu tinha Orkut.

Mas sem supervisão, comecei a usar redes sociais, incluindo Instagram, aos 15, 16 anos"; "Eu fiz minha conta no Instagram quando tinha uns 12 anos, mas antes disso já mexia um pouco no celular da minha irmã".

O tempo médio que as entrevistadas utilizam o Instagram diariamente é de uma a três horas, geralmente de forma espaçada ao longo do dia (acessam no transporte público, na hora do almoço, durante as aulas). Falas ilustrativas: "Eu acho que passo pelo menos umas 2 ou 3 horas por dia no Instagram, mas não de uma vez só. Eu entro várias vezes ao longo do dia"; "Tem dia que eu nem vejo direito, mas tem dia que fico umas quatro ou cinco horas, principalmente quando estou procrastinando".

A maioria das entrevistadas consome principalmente *Stories* e *Reels*, utilizando menos o *Feed* tradicional. Os conteúdos mais vistos são vídeos curtos (*Reels*), memes, moda, receitas, livros e conteúdos ligados a um estilo de vida *fitness*. Falas ilustrativas: "Gosto de ver conteúdos sobre moda e maquiagem, especialmente vídeos tutoriais"; "Eu vejo bastante memes, conteúdos engraçados e também algumas coisas sobre livros"; "Acompanho muito perfis de estética e receitas, adoro ver dicas de alimentação e *skincare*. "

Uma parte significativa das entrevistadas relatou comparar-se com outras pessoas no Instagram, o que pode afetar sua autoestima e percepção de si mesmas e mencionaram sentir inveja ao ver conteúdos postados no Instagram, principalmente relacionados a conquistas materiais, viagens e aparência física. Entre as emoções mais associadas à inveja, destacamos:

Frustração: a emoção mais recorrente, relacionada à sensação de não conseguir alcançar determinados padrões de vida ou beleza vistos no Instagram.

Ansiedade: muitas entrevistadas relataram que a comparação social intensificada pelo Instagram gera um sentimento de inquietação e pressão.

Insegurança: surge principalmente em relação à aparência física, padrões estéticos e conquistas profissionais.

Tristeza: associada à percepção de que outras pessoas têm vidas mais bem-sucedidas ou prazerosas, enquanto elas próprias sentem-se estagnadas ou ainda muito longe de seus objetivos.

Impotência: relacionada à dificuldade de mudar a própria situação financeira ou física, comparando-se com influenciadores e amigos.

Desmotivação: algumas entrevistadas mencionam que ao ver conquistas de outras pessoas, acabam sentindo que não vale a pena tentar melhorar.

Inferioridade: ligada à autoimagem e a sensação de que não são tão bem-sucedidas ou bonitas quanto as pessoas que acompanham nas redes sociais.

Raiva: em alguns casos, aparece como indignação ao ver que outras pessoas conquistam sucesso ou luxo de maneira aparentemente "fácil".

Culpa: algumas entrevistadas relataram sentir culpa por desejar algo que outra pessoa tem ou por pensamentos negativos gerados pela comparação.

Depois desse mergulho inicial, partimos para a segunda etapa na qual empreendemos a análise propriamente dita, buscando, segundo Gomes:

> (a) Distribuir trechos, frases [...] pelo esquema de classificação inicial [...]; (b) fazer uma leitura dialogando com as partes dos textos da análise, em cada classe (parte do esquema); (c) identificar, através de inferências, os *núcleos de sentido* apontados pelas partes dos textos em cada classe do esquema de classificação; (d) dialogar os *núcleos de sentido* com os pressupostos iniciais e, se necessário, realizar outros pressupostos; (e) analisar os diferentes *núcleos de sentido* presentes nas várias classes do esquema de classificação para buscarmos temáticas mais amplas ou eixos em torno dos quais podem ser discutidas as diferentes partes dos textos analisados; (g) elaborar uma redação por tema, de modo a dar conta dos sentidos dos textos e de sua articulação com o(s) conceito(s) teórico(s) que orienta(m) a análise. Nessa redação podemos entremear partes dos textos de análise com nossas conclusões, dados de outros estudos e conceitos teóricos (2016, p. 83).

Como etapa final, elaboramos uma síntese interpretativa através de uma redação que possa dialogar com os temas com objetivos, questões e pressupostos da pesquisa.

Para evitarmos repetição excessiva de trechos das entrevistas, procuramos usá-los de forma cuidadosa. No entanto, sempre que necessário, repetimos trechos que possam contribuir significativamente para a análise.

5.4.1 Análise de conteúdo temática

Pressuposto

A inveja, como reação ao outro e desejo impossível, pode ser sentida a partir da visualização de fotos e vídeos vistos no Instagram.

Seleção das falas:

E. 1 - Como eu disse, eu estou bem resolvida com a minha aparência física. Talvez não com meu estilo de roupa, mas com a minha aparência física, sim. Mas na questão das conquistas pessoais, muita... muita, muita, muita, mesmo (inveja). Demais. [...] eu lembro quando eu tinha crise de pânico. Inicialmente, quando eu estava estudando. Eu sentia muita inveja das pessoas

por conseguirem não entrar em pânico, não estarem desesperadas. De sentir que quando chegasse o final do ano, as coisas não teriam acabado. Eu sentia muita inveja. Principalmente de pessoas que estudavam em escola particular ou pessoas que tiveram acesso a estudo ou conseguissem estudar por conta própria, saberem estudar... eu sentia muita inveja de pessoas que sentiam que o esforço delas seria recompensado e eu nem sentia que eu estava conseguindo me esforçar. [...] então eu sentia muita inveja de olhar as pessoas que conseguiam falar que chegaram no lugar onde elas estão e que estavam felizes porque o esforço delas tinha valido a pena, sabe? ”

E. 2 – Ah, com certeza, né? Não acho que não dá pra falar que não, porque, às vezes a gente olha.... Por exemplo, eu falei, essa menina foi para Irlanda. Não que ela tenha ido para a Irlanda por causa disso, mas ela ganhou dois carros no Supercap! E você pensa: “Nossa, por que não sou eu? ”. Ou até mesmo nesse quesito de comparação mesmo. Sabe, eu olhei a vida daquele influenciador e pensei “nossa, queria ter essa vida”. Eu queria estar desse jeito. [...] Cada um vive assim, do seu jeito, a sua vida. Mas, às vezes bate.... Por exemplo, essa menina que está com esse namorado aí. Ela já foi muita minha amiga. E ano passado a gente estava no mesmo evento, só que eu estava como fotógrafo e ela estava meio como influenciadora para divulgar o evento. E aí você vê a vida dela de um ano atrás e a vida que ela tem hoje, totalmente diferente. Se eu conversasse com ela há um ano atrás, acho que ela não imaginaria a vida que ela tem hoje. Então, você olha e pensa: “Nossa, é uma menina que estudou comigo na minha sala. Olha como que ela está na internet. ” E com uma desenvoltura que ela fala, vai conquistando a galera. Então, nossa, mas como que ela conseguiu chegar nisso? Por que que será que eu não consigo chegar também? Então, às vezes, a gente se faz essa cobrança, não é? Por exemplo, você vê uma galera que estuda publicidade. Ah, uma outra coisa que aparece também no meu Instagram: bastante coisa de rotina, de estágio, de faculdade, publicidade. Às vezes eu vejo uns vídeos muito legais na internet, da galera gravando. Eu sinto muita vontade, porque eu gosto de gravar, gravo bastante coisa. Eu tiro foto. E eu penso: “Nossa, que vontade de gravar uns vídeos assim, legais pra postar. Eu tenho vontade, tipo, às vezes, de engajar no Instagram, não tanto pra ganhar seguidor, mas realmente pra fazer mesmo conteúdo, criar os vídeos. Aí, eu penso: “Nossa, que legal. Vou tentar fazer, tento fazer um vídeo e desisto no meio dele. Só largo mão, entendeu? Então eu acho que assim, às vezes falta disposição, falta querer também. Então, às vezes a gente sente inveja, tipo do que o outro tem, tipo “nossa, como que a pessoa conseguiu isso? Como que ela fez? ” Mas aí também tem que parar pra pensar que a gente não viu por trás. [...]. Eu tentei fazer um vídeo, uma vez, que uma menina fez com uma transição. Meu Deus do céu! Eu demorei um monte pra editar o vídeo. Desisti e não postei. Não

ficou bom. É aquele negócio, não fica do jeito que a gente quer, porque a gente quer igual do outro e não vai ficar igual ao do outro. Seja porque a câmera do outro é diferente, porque a edição do outro é diferente, o jeito de gravar é diferente. O jeito que a pessoa se comporta é diferente, então, assim, não tem como ficar igual. Tem que aceitar só.

E. 3 - Por incrível que pareça, não. Não sei explicar por que nunca me ocorreu. Eu acho que é porque eu acho a inveja é a mesma coisa que o ódio. Eu acho que são dois sentimentos muito fortes. É aquela coisa que as pessoas falam de brincando: eu não tenho ódio de ninguém, só desgosto. Então, a questão da inveja, eu acredito que.... Não tenho certeza que não. Porque acho que eu tinha uma autoestima tão baixa, que eu acho que até sentir inveja estava muito além da minha baixa autoestima. Por isso que eu acredito que nunca senti, acho que não foi a inveja. Não foi inveja que eu senti. Foi mesmo um sentimento de inferioridade, de comparação. Acho que sempre foi comparação e não a inveja.

E. 4 - Não. De querer tirar da outra pessoa, não. Mas já quis ter a vida que a vida que a pessoa tem. Ter o foco que a pessoa tem, conseguir mudar a minha vida como a pessoa mudou. Questão de treino, de meninas que treinam e conseguem acordar cedo e treinar e não beber, não fumar. Gente, por que que eu não consigo fazer isso? Pelo amor de Deus. Desse pessoal extremamente apaixonado pelo namorado e pela namorada, sempre um casal tão lindo. Essas coisas, tipo, ela treina pra caramba, ela tem um corpo que eu queria. Meu Deus do céu, por que que eu não consigo levantar da minha cama e fazer isso? Por mais que eu queira tanto, mas será que eu quero tanto assim? Eu sei que no fundo, é inveja. Porém, para mim, é palavra é muito pesada. É como se fosse algo que eu quisesse tirar da pessoa e eu não quero. E eu não quero tirar, só quero ter também. E não é uma coisa que dura permanentemente, que eu perco meu dia pensando.

E. 5 - Ah, sim, porque é o tempo todo martelando. De uma forma “x” de vida, uma beleza “x”. E aí as pessoas buscam aquilo. É só a gente ver a Virgínia, esposa do Zé Felipe. É um lixo de pessoa, engana todo mundo, e as pessoas continuam acompanhando ela, porque é rica, milionária. Ela fechou uma maternidade para poder ter o filho dela. Isso é bizarro, sabe? É como se não importasse que outras pessoas pudessem ter filhos ou não na maternidade, ela fechou uma maternidade para ter o filho dela, e para ganhar dinheiro em cima disso. Então, é sempre esse tipo de padrão sendo martelado na gente que causa inveja, inclusive tem várias pesquisas que os países que são, não sei se é verdade mesmo, né?

E. 6 - Já. Não é comum. Não é um sentimento que eu cultuo assim, mas já aconteceu. Foi mais em relação de novo, a um estilo de vida. Então é uma pessoa que sai com os amigos

todo dia e numa época que eu fiquei bem mal. Então, essa pessoa sair todos os dias, me fazia sentir, “nossa, eu só queria sair, mas eu não consigo”. Isso me causava um sentimento de inveja.

E. 7 – Acho que sim. Fora desse núcleo de pessoas que estão em um processo de descontentamento com o próprio corpo também, pessoas que já estão muito realizadas e já são muito bonitas dentro do padrão, eu fico meio que assim... Sei lá, parece que caiu na mão dela, já veio sorteada geneticamente.

E.8 - E aí, o Instagram, ele evoca esse sentimento. Então, se a pessoa que eu me desentendi, por exemplo, na vida real, posta alguma coisa e eu vejo, isso impacta, né? Então, recentemente eu tive uma desavença. Não sei se uma desavença..., mas é tinha uma parceira muito parceira aqui da faculdade. [...] e aí, eu acho que por uma questão de rivalidade feminina mesmo, ou caminhos distintos, é que é uma história bem longa, vou me estender muito, a gente se distanciou. Então, quando ela posta alguma coisa me evoca coisas. Eu fiquei na dúvida de falar, posta ou postava, porque eu silenciei ela. Porque o que ela postava tava me dando angústia. Eu não quis mais ver o que ela estava postando e muitas dessas vezes, eu senti inveja. Depois que eu fui repensar a minha relação, eu via que eu tinha muito esse sentimento em mim de inveja. Porque acho que estava mais relacionado aos bens materiais mesmo, porque ela é uma mulher de classe média, que sempre faz e fez tudo o que quis na vida, né? [...] E aí quando a gente rompeu a amizade, ver o que ela postava me gerava essa coisa do tipo “olha, ela está com uma taça de vinho branco na mão, em cima do morro, com uma lareira acesa e eu não”, sabe? Que raiva! E isso se misturou assim, o que eu queria.... Eu tinha um sentimento de destruição mesmo, que ela não estivesse naquele momento, que ela não estivesse com aquela taça, que ela não estivesse vivendo aquilo. Que ela estivesse, de repente, fazendo os relatórios que eu estava fazendo. E isso me evocava coisas ruins. Eu silenciei ela no Instagram. [...] eu ainda sigo ela porque a gente estuda junto, estamos na mesma sala. Então, silenciei ela e não vejo *Stories, Feed*. Então, eu não vejo nada.

E. 9 - Acho que viagens, né? Como eu disse, no geral, pessoas viajando. Às vezes, ter algumas coisas que eu queria, tipo, um notebook, ir a shows, por exemplo, né? Rock In Rio que teve. Acho que também pega um pouco a questão profissional, que, às vezes aparecem pessoas indo bem, não sei o quê, conseguindo fazer as coisas, aí acaba pegando também um pouco. Mas é mais questão financeira, de bens financeiros, eu diria. Seria inveja, né? Mas é que têm níveis de inveja, né? A gente diria tipo uma que acaba realmente corroendo e uma normal. Ao mesmo tempo que você pode sentir inveja, você pode sentir admiração. Tem muitas pessoas que acabo seguindo, que eu tenho admiração, mas também tem inveja, do que conseguiram. Você quer

acabar conseguindo também algo assim. Dependendo do momento, isso pode te inspirar ou te colocar mais pra baixo se você não estiver bom da cabeça.

E.10 – Aí, já tive vergonha. Vergonha de mim, sabe? Uma baixa autoestima, nossa, top 10 ali porque eu me comparo muito. Acho que não só eu como outras mulheres. Me sentia triste de, às vezes, ver que uma pessoa consegue, por exemplo, a pessoa que tem uma rotina como a minha, é mulher, tem três filhos e ela tem um corpo sarado e eu sou só uma estudante, não consigo, sabe? Então essa comparação gera uma certa tristeza, uma sensação de impotência de que você não tem o controle da sua vida. E também aquela história de que a grama do vizinho é sempre mais verde. Então, essa comparação é muito ruim, de tipo, você vê uma pessoa, *influencer*, algo do tipo e você tenta de alguma forma comparar com qualquer coisa da sua realidade que está ruim e aí fica naquilo. Você nunca vai ser aquilo, você nunca.... Às vezes, até, por exemplo, uma viagem, né? Uma *influencer* ou alguém está fazendo uma viagem, e você fica: "poxa, essa pessoa está lá e eu aqui em Sorocaba passando calor", entendeu? Me traz até uma certa negatividade para mim, assim, um pensamento meio de inveja. Eu não gosto de desse sentimento de inveja de uma forma de tipo, de ruim, de raiva, sabe? Eu acho que existe uma inveja natural, de admiração, algo do tipo mais normal. Só que me traz sentimento, tipo de raiva, sabe? Puta que pariu.... Eu tô aqui e aquela pessoa, sei lá. Tá divulgando o jogo do tigrinho, tem uma vida perfeita.

[..] Foi de uma, que eu me lembre, acho que eu vou associar muito com o que eu tô passando no momento, mas foi uma menina que ela estuda psicologia. E aí, ela postou assim no Instagram dela, uma mesa linda, vários livros. E ela "aí, hoje eu vou estudar, não sei o que por diversão e tal". Puta que pariu, filha da puta, ela pode fazer o que ela quiser o dia inteiro. Ela pode estudar o dia inteiro e falar que ela estuda por hobby. E eu não, eu tenho que.... Eu gosto da profissão que eu escolhi, me nutre. É muito interessante. Eu gosto muito, realmente. Só que porra, seria muito melhor se eu pudesse fazer isso só por fazer, só porque eu gosto de fazer. Então, acho que esse foi um dos momentos assim também. E fora a questão do corpo também. Esses dias eu descobri que teve uma querida que eu admirava. Olha, coisa boba. Para uma comparação assim também. É uma menina do meu círculo, que ela foi emagrecendo muito pela rede social, eu percebi esse emagrecimento. E eu indo ao contrário, porque estou nesse processo. Mas não tô, né? Nas melhores condições. Ela emagreceu super e aí, eu achei tão feio isso da minha parte. Aí eu fiquei, "nossa, mas como é que ela emagreceu? Ela não posta que ela está se alimentando bem, ela fica saindo". Esses dias essa menina postou uma receita de remédio. Porque ela está tomando remédio pré-diabético. Aí eu falei "sabia! Filha da puta", sabe? Olha que coisa ruim, sabe? Você querer achar o defeito no outro. Nossa, muito ruim. Me

senti bem mal. Eu falei: “Nossa, eu sabia que que não era tudo isso”, sabe? Meio feio da minha parte.

E. 11 – Ah, no passado já, hoje em dia, nem tanto. Vou dar um exemplo bem tosco. Eu vi uma casa de uma mulher cheia de gatos. Eu morro de vontade de ter um monte de gatos, mas minha mãe não deixa, porque minha irmã tem alergia. Eu fiquei com inveja. A prioridade da minha vida é ter uma casa e ainda não tenho. Eu vi aquela casona assim, a pessoa é herdeira. Ela não precisou trabalhar para ter aquilo, já fiquei com inveja também. E também no passado, na questão de físico. Eu via alguma mulher que era aquele padrão da sociedade. Aquilo me dava inveja também. Acho que são esses três fatores.

E.12 – “Eu acho que as redes sociais intensificam aquilo que eu sinto. Como que eu posso dizer? Tipo, eu queria alcançar mais rápido por conta do tantas vezes que eu vejo o que eu quero. [...], mas quando eu falo, quando eu penso em inveja, no sentido de ver alguém postando algum lugar, alguma comida, uma viagem, é uma inveja boa. Eu acho que eu nunca tive uma inveja ruim de “nossa era pra ser eu e não essa pessoa. [...] eu sempre levei para o lado mais motivacional”.

E.13 – “Senti de uma influenciadora, a Maria Maria. Do rosto, do corpo”.

E.14 – “Então você, quando vejo alguém viajar [...] que viaja com muita frequência. [...]. Queria viajar assim sempre que desse, sempre que dessa vontade, também queria viajar. Mas aí, a gente tem que pôr o pé no chão. E lembrar que tem que pagar o boleto depois. Mas acho que o mais comum, é de sentir uma sensação de “putz, também queria”. [...]. Eu acho que o termo correto seria inveja, mas eu não sei se existe uma inveja boa e uma inveja ruim. Mas eu entendo assim, que a inveja boa é aquela de “poxa, que legal, também quero isso pra mim”.

Descrição

A partir das falas das entrevistadas, é possível verificar que elas sentem inveja a partir do que veem no Instagram. A maioria relata alguma experiência de sentir inveja por algo que viram nessa plataforma social. As que relatam não ter sentido, relatam terem experimentado outras emoções que fazem parte da constelação emocional da inveja.

Se pegarmos o *insight* básico que a psicanálise apresenta, da inveja como uma reação narcísica ao outro em sua singularidade e diferença, e de um desejo irrealizável (impossível ter aquilo vai retomar uma igualdade absoluta entre os dois a fim de fechar a ferida narcísica).

As fotos e vídeos vistos pelas entrevistadas apresentam conquistas pessoais e profissionais, acesso a bens de consumo e experiências, corpos femininos que representam padrões de beleza contemporâneos. Ver esses conteúdos gera comparação, especialmente em aspectos nos quais elas apresentam alguma carência ou sentem uma dificuldade específica.

Premissa

A inveja sentida a partir das imagens e vídeo de outras mulheres vistas no Instagram é uma reação narcísica ao outro.

Núcleo 1: Inveja ligada a conquistas pessoais, bens materiais e sucesso

Nesse núcleo, estão reunidas as falas que se referem à inveja diante de oportunidades acadêmicas, profissionais, viagens, dinheiro, bens de consumo, estilo de vida considerado "bem-sucedido".

- **E.1**:

A entrevistada relata inveja das pessoas que conseguiam estudar e manter a calma para isso, sem ter crises de ansiedade ou pânico e que tinham acesso a melhores condições de ensino, ensino particular ou a métodos de estudo específicos. Percebe-se a inveja em relação ao "desempenho" e à "conquista" (final de ano bem-sucedido, esforço recompensado).

"Mas na questão das conquistas pessoais, muita... Muita, muita, muita mesmo (inveja). Demais. [...]. Eu sentia muita inveja de pessoas que sentiam que o esforço delas seria recompensado e eu nem sentia que estava conseguindo me esforçar. [...]. Então eu sentia muita inveja de olhar as pessoas. Que conseguiam falar que chegaram no lugar onde elas estão e que estavam felizes porque o esforço delas tinha valido a pena, sabe?"

- **E.2:**

Essa aluna entrevistada menciona inveja específica de uma pessoa conhecida ao ser questionada se já sentiu inveja de alguém a partir de suas postagens no Instagram. A garota em questão viajou para a Irlanda e ganhou prêmios (carros). Menciona a comparação com ela e também com o estilo de vida aparentemente "fácil" de influenciadores que obtêm conquistas (eventos, parcerias).

"Ah com certeza, né? Não acho que não dá pra falar que não, porque, às vezes a gente olha.... Por exemplo, eu falei, essa menina foi para Irlanda. Não que ela tenha ido para a Irlanda por causa disso, mas ela ganhou dois carros no Supercap! E você pensa: "Nossa, por que não sou eu? ". Ou até mesmo nesse esquisito de comparação mesmo. Sabe, eu olhei a vida daquele influenciador e pensei "nossa, queria ter essa vida". Eu queria estar desse jeito também".

- **E.8**:

A entrevistada já traz o exemplo de uma ex-amiga de classe média que pode “fazer o que quer”; ela vai a lugares mais caros, aprecia vinho em lugares especiais. Surge inveja de bens materiais (viagens, estilo de lazer) e do “poder aquisitivo” que viabiliza esses momentos. A sensação de inveja foi tão intensa que a levou a silenciar essa pessoa no Instagram para não ver mais suas publicações.

“Eu não quis mais ver o que ela tava postando e muitas dessas vezes, eu senti inveja. Depois que eu fui repensar a minha relação, eu via que eu tinha muito esse sentimento em mim de inveja. Porque acho que estava mais relacionado aos bens materiais mesmo, porque ela é uma mulher de classe média, que sempre faz e fez tudo o que quis na vida, né? [...] quando a gente rompeu a amizade, ver o que ela postava me gerava essa coisa do tipo “olha, ela está com uma taça de vinho branco na mão, em cima do morro, com uma lareira acesa e eu não”, sabe? Que raiva! E isso se misturou assim, o que eu queria.... Eu tinha um sentimento de destruição mesmo, que ela não estivesse naquele momento, que ela não estivesse com aquela taça, que ela não estivesse vivendo aquilo. Que ela estivesse, de repente, fazendo os relatórios que eu estava fazendo. ”

- **E.9**:

Nesse caso, a entrevistada apontou que a partir do que vê no Instagram, sente inveja de pessoas que podem viajar, comprar produtos como um notebook novo, ir a festivais caros (Rock in Rio), enfim, pessoas – e especificamente mulheres – que têm recursos financeiros que ela não tem. Também cita a questão profissional: ver pessoas indo bem na carreira e sentindo-se “para trás”.

“Acho que viagens, por exemplo. Pessoas viajando. Às vezes, ter algumas coisas que eu queria, tipo um notebook, ir a shows (Rock in Rio) [...] também pega a questão profissional. ”

- **E.10**:

A aluna entrevistada cita um exemplo específico de outra mulher que viu no Instagram e afirmou sentir inveja por ela ter tempo para estudar “por prazer” (ex.: uma pessoa postou livros, dizendo que estudaria apenas por hobby). Reconhece o desejo de ter uma rotina menos atribulada, com mais liberdade financeira ou de tempo.

Outra questão que ela cita é sobre o corpo, emagrecimento. O fato de ter visto nas redes sociais uma colega emagrecer também chamou sua atenção.

“Uma menina postou uma mesa linda cheia de livros, dizendo que ia estudar ‘por diversão’. Puta que pariu, ela pode fazer o que quiser o dia inteiro; eu não. [...]. Seria muito melhor se eu pudesse fazer isso só porque gosto, sem ter que trabalhar. ”

“É uma menina do meu círculo, que Ela Foi emagrecendo muito pela rede social, eu percebi esse emagrecimento. E eu indo ao contrário, porque estou nesse processo. [...]. Esses dias essa menina postou uma receita de remédio porque ela está tomando remédio pré-diabético. Aí eu falei “sabia! Filha da puta”, sabe? Olha que coisa ruim, sabe? Você querer achar o defeito no outro”.

- **E.11**:

A entrevista menciona um exemplo bem específico, ao afirmar ter sentido inveja de uma mulher que tem uma casa grande “cheia de gatos” (ela própria gostaria de ter muitos gatos). Também cita inveja que essa inveja tem a ver com o fato de a mulher vista ser “herdeira” e não precisar para conquistar seus bens.

“Eu vi a casa de uma mulher cheia de gatos, e tenho vontade de ter um monte de gatos, mas não posso. [...]. Ela é herdeira. Não precisou trabalhar para ter aquilo. Fiquei com inveja. ”

E.12 – “Eu acho que as redes sociais intensificam aquilo que eu sinto. Como que eu posso dizer? Tipo, eu queria alcançar mais rápido por conta do tantas vezes que eu vejo o que eu quero. [...], mas quando eu falo, quando eu penso em inveja, no sentido de ver alguém postando algum lugar, alguma comida, uma viagem, é uma inveja boa. Eu acho que eu nunca tive uma inveja ruim de “nossa era pra ser eu e não essa pessoa. [...] eu sempre levei para o lado mais motivacional”.

E.14 – “Então você, quando vejo alguém viajar [...] que viaja com muita frequência. [...]. Queria viajar assim sempre que desse, sempre que desse vontade, também queria viajar. Mas aí, a gente tem que pôr o pé no chão. E lembrar que tem que pagar o boleto depois. Mas acho que o mais comum, é de sentir uma sensação de “putz, também queria”. [...]. Eu acho que o termo correto seria inveja, mas eu não sei se existe uma inveja boa e uma inveja ruim. Mas eu entendo assim, que a inveja boa é aquela de “poxa, que legal, também quero isso pra mim”.

Núcleo de sentido 2: Inveja relacionada à aparência física, corpo e estilo de vida saudável

Reunimos nesse núcleo de sentido falas que expressam comparações em torno do corpo, estética, rotina de treino, hábitos saudáveis e padrão de beleza.

E.4:

A entrevistada declara que gostaria de ter o corpo, a disciplina e o estilo de vida de pessoas que treinam cedo, não bebem, não fumam etc. e reconhece sua dificuldade em alterar ou adaptar seu estilo de vida. Admite inveja de quem mantém disciplina na rotina fitness e saúde. Reconhece que é uma forma de inveja ("querer ter a vida da pessoa"), mas sem querer "tirar" da outra, apenas "também ter".

"Já quis ter a vida que a pessoa tem [...]. Questão de treino, de meninas que conseguem acordar cedo e treinar, não beber, não fumar. "Gente, por que eu não consigo fazer isso? " [...]. Eu sei que no fundo, é inveja. Porém, para mim, é palavra é muito pesada. É como se fosse algo que eu quisesse tirar da pessoa e eu não quero. E eu não quero tirar, só quero ter também. E não é uma coisa que dura permanentemente, que eu perco meu dia pensando".

- **E.7**:

A universitária entrevistada cita que, em geral, sente incômodo ao ver postagens de mulheres já "dentro do padrão", "bonitas e realizadas" — referência à inveja do corpo mais adequado um padrão estético socialmente aceito e celebrado. Faz menção à como esse padrão "caiu no colo" das pessoas ("sorteio genético"). Sua fala parece expressar um certo incômodo ao ver pessoas consideradas "perfeitas" ou muito dentro do padrão de beleza. Isso pode ser afirmado a partir de outros momentos da entrevista.

"Pessoas que já estão muito realizadas e já são muito bonitas dentro do padrão [...] parece que caiu na mão dela, já veio sorteada geneticamente. "

- **E.10**:

A estudante entrevistada fala explicitamente sobre ver outras mulheres "com rotina como a minha", mas que conseguem corpo sarado. Ou seja, elas conseguem, têm algo que ela não tem, não consegue alcançar. Menciona inveja de colega que estava emagrecendo; ao descobrir que a pessoa tomava remédio, teve até uma reação de "sabia! " – Evidenciando esse misto de inveja e alívio por não ser "perfeita".

"Me sentia triste de, às vezes, ver que uma pessoa consegue, por exemplo, a pessoa que tem uma rotina como a minha, é mulher, tem três filhos e ela tem um corpo sarado e eu sou só uma estudante, não consigo, sabe? Então essa comparação gera uma certa tristeza, uma sensação de impotência de que você não tem o controle da sua vida. E também aquela história de que a grama do vizinho é sempre mais verde. [...] uma menina do meu círculo, que ela foi

emagrecendo muito pela rede social, eu percebi esse emagrecimento. [...] essa menina postou uma receita de remédio. Porque ela está tomando remédio pré-diabético. Aí eu falei "sabia! Filha da puta", sabe? Olha que coisa ruim, sabe? "

- **E.11**:

Já essa entrevistada, relata que no passado, tinha inveja de "mulheres padrão" (padrão de beleza feminina que a sociedade valoriza). A entrevistada, durante a entrevista, afirma que a inveja do corpo foi superada a partir da terapia.

"E também no passado, na questão de físico. Eu via alguma mulher que era aquele padrão da sociedade. Aquilo me dava inveja também. "

E.13 – "Senti de uma influenciadora, a Maria Maria. Do rosto, do corpo".

Núcleo de sentido 3: Comparação, baixa autoestima e sentimento de inferioridade

Aqui, reunimos falas que apresentam sinais de auto depreciação, tristeza, insegurança, comparação intensa que provoca sofrimento – ainda que nem sempre sejam nomeados como inveja pelas entrevistadas.

- **E.1**:

A entrevistada descreve crises de pânico que a impediam de estudar. Surge a comparação dolorosa: "Eles conseguem; eu não consigo". O sentimento de inferioridade ("não consigo nem me esforçar") gera a inveja do estado livre de ansiedade e capaz de atingir os resultados que ela almejava (passar de ano, prestar o vestibular em uma universidade pública).

- **E.3**:

A estudante declara que não sente "inveja" em si, mas sim um "sentimento de inferioridade" ou de "comparação" e tende a identificar a emoção como "comparação" e não inveja, dada a baixa autoestima. Ressalta que inveja e ódio são sentimentos muito fortes; para ela, é mais uma desvalorização de si do que querer o que o outro tem.

"Eu acho que é porque eu acho a inveja é a mesma coisa que o ódio. Eu acho que são dois sentimentos muito fortes. [...]. Porque acho que eu tinha uma autoestima tão baixa, que eu acho que até sentir inveja estava muito além da minha baixa autoestima. Por isso que eu acredito que nunca senti, acho que não foi a inveja. Não foi inveja que eu senti. Foi mesmo um sentimento de inferioridade, de comparação. Acho que sempre foi comparação e não a inveja".

- **E.4**:

A entrevistada também relativiza a palavra “inveja”, pois considera algo “muito pesado”. Prefere entender como comparação e vontade de ter, sem tirar do outro. Ela parece tentar suavizar a palavra inveja e expõe a diferença entre querer ter algo e desejar que o outro perca.

“De querer tirar da outra pessoa, não. Mas já quis ter a vida que a vida que a pessoa tem. Ter o foco que a pessoa tem, conseguir mudar a minha vida como a pessoa mudou”.

- **E.6**:

A estudante entrevistada relata que a inveja sentida a partir do que via no Instagram tinha a ver com um momento em que estava mal e via alguém saindo com amigos todos os dias, o que ela não conseguir fazer. Está menos associado ao “sucesso financeiro” e mais à comparação de vida social/estado emocional. Mostra inveja vinculada à dificuldade de aproveitar a vida social, reforçando o sentimento de inferioridade.

“Foi mais em relação de novo, a um estilo de vida. Então é uma pessoa que sai com os amigos todo dia e numa época que eu fiquei bem mal. Então, essa pessoa sair todos os dias, me fazia sentir, “nossa, eu só queria sair, mas eu não consigo”. Isso me causava um sentimento de inveja”.

- **E.7**:

A entrevistada aponta que, ao ver os posts da ex-amiga, sentia angústia, um “sentimento de destruição” – queria que a outra não estivesse vivendo aquela vida. Expressa como a comparação e o rompimento da amizade geraram sentimentos intensos de raiva e inveja. É um misto de inveja e de raiva, amparado na ideia de “ela pode tudo e eu não” baseado na questão financeira.

- **E.9**:

Já essa estudante reconhece que a inveja pode tanto “inspirar” quanto “paralisar”, dependendo do nível de autoestima e de humor do momento.

“Mas é que têm níveis de inveja, né? A gente diria tipo uma que acaba realmente corroendo e uma normal. Dependendo do momento, isso pode te inspirar ou te colocar mais pra baixo se você não estiver bom da cabeça”.

- **E.10**:

A entrevistada menciona que a comparação gera sentimentos de “vergonha de si”, tristeza e até raiva quando vê alguém em uma condição muito melhor. Ela relaciona a inveja a um sofrimento interno grande, com auto depreciação e frustração e cita especificamente a sensação de “você nunca vai ser aquilo” e ao mesmo tempo, “por que não eu? ”.

“[...] já tive vergonha. Vergonha de mim, sabe? Uma baixa autoestima, nossa, top 10 ali porque eu me comparo muito. Acho que não só eu como outras mulheres. [...] você vê uma pessoa, influencer, algo do tipo e você tenta de alguma forma comparar com qualquer coisa da sua realidade que está ruim e aí fica naquilo. Você nunca vai ser aquilo, você nunca...”.

Núcleo 4: Papel do Instagram e redes sociais na evocação da inveja

Nesse núcleo, reunimos as falas que sugerem que as postagens com conteúdos como viagens, corpo, rotina e bens, estimulam a comparação e suscitam a inveja; as falas em que há consciência de que o que é mostrado no Instagram é editado para parecer ótimo; e as reflexões sobre o bombardeio constante desse conteúdo idealizado no Instagram.

- **E.2**:
-

A estudante afirma que “com certeza” o Instagram provoca inveja e admite que o Instagram é uma vitrine que estimula constantemente a comparação Vê pessoas viajando, tendo oportunidades, trabalhos interessantes. Reconhece que hoje tem um pouco mais de consciência, mas mesmo assim, sente, às vezes a cobrança de “por que eu não consigo esse resultado? ”.

“[...] eu penso: “Nossa, que legal. Vou tentar fazer, tento fazer um vídeo e desisto no meio dele. Só largo mão, entendeu? Então eu acho que assim, às vezes falta disposição, falta querer também. Então, às vezes a gente sente inveja, tipo do que o outro tem, tipo “nossa, como que a pessoa conseguiu isso? Como que ela fez? ”

- **E.3**:

A universitária diz que nunca teve inveja a partir dos conteúdos que via no Instagram, mas percebe que o sentimento principal era de comparação e baixa autoestima ao olhar perfis de outras mulheres.

- **E.4**:

A entrevistada comenta que vê treinos, corpos “sarados”, rotinas saudáveis postadas no Instagram e sente vontade de fazer igual, mas não consegue manter a mesma disciplina. Suas

falas mostram como as redes sociais podem suscitar esse desejo de “ter também”, embora não seja algo constante.

“Desse pessoal extremamente apaixonado pelo namorado e pela namorada, sempre um casal tão lindo. Essas coisas, tipo, ela treina pra caramba, ela tem um corpo que eu queria. Meu Deus do céu, por que que eu não consigo levantar da minha cama e fazer isso? Por mais que eu queira tanto, mas será que eu quero tanto assim? ”

- **E.5**:

A estudante entrevistada defende que a rede social “martela” um padrão de vida e de beleza, gerando inveja. Atribui a exposição contínua de um “padrão de vida” o surgimento ou fortalecimento da inveja.

Dá o exemplo da influenciadora e apresentadora Virgínia e critica como as pessoas continuam seguindo influenciadores que, aos olhos dela, seriam “lixo de pessoa”, mas que sustentam um padrão milionário, reforçando invejas e aspirações.

- **E.6**:

A entrevistada afirma que não é comum sentir inveja, não é algo que ela alimenta, mas aconteceu de ver alguém saindo e se divertindo todo dia via Instagram numa época em que ela mesma estava mal.

- **E.8**:

Como citamos anteriormente, a entrevistada, após romper a amizade, silenciou a ex-amiga porque as postagens no Instagram geravam muito desconforto, inveja, raiva. Ilustra como o conteúdo postado no Instagram pode gerar sentimentos negativos e a decisão de silenciar a pessoa específica para se proteger.

- **E.9**:

A estudante menciona que ver conquistas alheias na rede social (viagens, itens caros, sucesso profissional) pode tanto inspirar quanto gerar inveja, dependendo do estado emocional. É possível dize que sua fala demonstra a ambivalência (admiração e inveja) dependendo do estado emocional ao ver certos conteúdos.

- **E.10**:

Já a entrevistada reconhece que nas redes, vê pessoas fazendo viagens, mostrando corpos “sarados”, estudando sem precisar trabalhar – o que a faz sentir inveja e certa raiva quando compara com a sua situação. Em sua fala, aparecem expressões como “sentimento de raiva”, “filha da puta, por que não eu? ”. Associa a inveja ao que vê no Instagram: viagens, rotina “perfeita”, corpo “ideal”.

- **E.12**:

Essa entrevistada dá exemplos concretos de postagens que vê (ou viu) no Instagram e lhe despertam inveja e refere-se a mulher herdeira com a casa grande cheia de gatos, mulheres com corpos que seguem um padrão bem idealizado de beleza. Reconhece que no passado, consumir certos conteúdos no Instagram acentuava esse sentimento.

Conclusão

- Núcleo 1 evidencia a inveja das conquistas materiais, acadêmicas e profissionais.
- Núcleo 2 se concentra na inveja relacionada ao corpo, padrão de beleza e estilo de vida saudável.
- Núcleo 3 ressalta como a comparação e baixa autoestima potencializam ou se confundem com a inveja.
- Núcleo 4 reúne as falas sobre como o Instagram (ou redes sociais, de forma geral) instiga ou intensifica esse sentimento de inveja por meio de postagens que exibem sucesso, corpo ideal, viagens etc.

Dessa forma, cada trecho ilustra como a inveja se manifesta de acordo com um determinado contexto (financeiro, estético, emocional etc.) e como o Instagram e outras redes sociais funcionam como iniciadores ou amplificadores da comparação.

Temas

Tema 1: Conquistas e aparência

Esse tema envolve tanto a inveja ligada aos bens materiais, conquistas pessoais e sucesso (viagens, carreira, recursos financeiros) quanto a inveja em relação à aparência física e estilo de vida saudável (rotina de treinos, corpo ideal, padrão de beleza). Agrupa tudo que se refere ao “ter” (bens, sucesso, viagens) e ao “ser” (corpo, estética, estilo de vida).

Essa ideia de “ser” está associada a consumo e no final das contas, não está tão distante da ideia de “ter” (ter um corpo ideal, ter um determinado estilo de vida). Por isso, as aspas. “Ser” aqui, não tem muito a ver com o crescimento emocional e cuidado de si, mas com uma forma de consumo que impacta mais diretamente no sujeito.

Alguns aspectos que desejamos ressaltar nesse tema são o desejo de possuir bens materiais, *status*, viagens, oportunidades de estudo e carreira; a comparação com quem atinge um determinado padrão de beleza (especificamente outras mulheres) ou mantém uma rotina de saúde e treino "exemplar" e a sensação de "por que eu não consigo o que o outro tem ou conquistou? ". Fazem parte desse tema o núcleo de sentido 1 (focado em sucesso e bens materiais) e o núcleo de sentido 2 (focado em corpo e padrão de beleza idealizado).

O núcleo 1(inveja ligada a conquistas pessoais, bens materiais e sucesso) implica no desejo das estudantes entrevistadas de terem acesso a bens, estudo, sucesso profissional e viagens, por exemplo. Elas relatam que sentem inveja de mulheres, majoritariamente que têm condições financeiras, que viajam muito, ou possuem mais oportunidades.

Já o núcleo 2 (inveja relacionada à aparência física, corpo e estilo de vida saudável), aborda a comparação física: rotina de treinos, disciplina alimentar, padrão de beleza e emagrecimento. As falas das entrevistadas referem-se ao desejo de ter o "corpo ideal", à adoção de uma rotina de treino e hábitos saudáveis. Aparece também o ressentimento por não conseguirem.

É possível observar nos temas e entre os núcleos de sentido o entrelaçamento entre discursos. Por exemplo, quem menciona inveja de conquistas materiais (Núcleo 1) também pode falar de comparação e baixa autoestima (Núcleo 3).

Outro aspecto que se evidencia em algumas falas é a distinção entre níveis de inveja: algumas falas pontuam uma inveja destrutiva (querer que o outro perca) enquanto outras já falam de uma inveja como desejo de ter algo igual, sem tirar do outro.

É possível observar também nas falas uma oscilação entre admiração e inveja: certas pessoas ressaltam que às vezes, o que sentem é mais admiração do que inveja, ou uma mistura dos dois. Também é possível observar uma relação entre autoestima e saúde mental: crises de ansiedade, baixa autoestima ou depressão aparecem como fatores que ampliam a sensação de inveja ou de comparação negativa nas redes, especificamente no âmbito de nossa pesquisa, no Instagram.

Resumindo, cada universitária entrevistada aborda, em maior ou menor grau, a questão da inveja relacionada ao que vê nas redes sociais (especificamente no Instagram), seja no campo das conquistas pessoais ou profissionais, aparência, rotina saudável ou estilo de vida financeiramente privilegiado. Há recorrência de comparação, sensação de inferioridade e a percepção de que o Instagram e outras redes sociais exacerbam essas emoções.

Vamos aprofundar nossa análise correlacionando-a agora com nossos pressupostos teóricos cuja base é a psicanálise e as teorias de Byung-Chu Han.

Síntese interpretativa

Freud (1925/2011b, p. 291), ao falar da inveja do pênis – o viés intrapsíquico da inveja em sua teoria – na menina, afirma que ela "viu, sabe que não tem e quer ter". Essa descrição coloca em evidência alguns elementos determinantes da inveja.

Ela está associada ao olhar, à visualidade ("viu"). Ver o outro implica numa comparação especular com o eu. Mais ainda: nesse movimento, o outro é determinante na própria constituição do eu. Mas, é só a partir da visão de um algo – o falo – que fica evidente a diferença entre o eu e o outro. A percepção dessa diferença ("sabe que não tem") leva ao reconhecimento de que não se tem esse algo (que não é uma coisa comum e ordinária, mas algo idealizado) e evidencia a falta, a incompletude do ser humano, que mobiliza o desejo ("e quer ter"), para suturar a ferida narcísica aberta por esse (re) conhecimento e restituir a identidade (a semelhança) entre o eu e o outro.

Lacan (2010) relembra a passagem de Santo Agostinho que afirmava ter visto um bebê empalidecer de ódio ao ver seu irmão (eles eram gêmeos) sendo amamentado pela mãe. A definição de Klein (1984/1957, p. 181, tradução nossa)[42] de inveja "é o sentimento raivoso em relação a outra pessoa que possui e desfruta de algo desejável – o impulso invejoso é tomar esse algo ou estragá-lo".

A versão mais branda dessa inveja, Spillius (2006) chama de inveja normal. Ela é habitualmente inconsciente e desperta uma culpa mais intensa quando reconhecida, uma vez que é ego-distônica (estranha ao eu, incompatível ou inaceitável com sua autoimagem, crenças e valores). Essa inveja é mais comum e é uma resposta hostil à alteridade do outro. Segundo a autora, "qualquer pessoa tende a ser algo alérgica à alteridade, especialmente a bondade dos outros. A inveja normal pode se tornar maligna, mas certa quantidade dela é universal" (Spillius, 2006, p. 260). No contexto clínico, essas pessoas tendem a se defender da percepção de que a inveja é relacionada a seu comportamento e se expressa em ataques aos objetos bons. Britton (2020, p. 196) define que "Um sentimento de inveja pode ser o preço que pagamos pelo reconhecimento de qualidades ou habilidades alheias que não possuímos, mas às quais aspiramos. A inveja é aquela pontada de dor no meio de um acesso de admiração".

Joseph (1992) identifica manifestações da inveja na vida cotidiana, especialmente nas relações interpessoais, expressas pela hostilidade, rivalidade, competitividade, ressentimento quando alguém se destaca em algum aspecto da vida ou em uma atividade. Essas manifestações

[42] No original: is the angry feeling that another person possesses and enjoys something desirable – the envious impulse being to take it away or to spoil it.

podem evoluir para comportamentos mais prejudiciais, como críticas incessantes, provocação e "alfinetadas", bem como difamação e danos às posses da pessoa invejada. Essas expressões da inveja de forma mais direta estão associadas a uma característica marcante da inveja, a espoliação.

Acreditamos que esses elementos servem de base teórica para estabelecer “uma cara” da inveja que nos permita investigá-la em nosso corpus, assim como a descrição das defesas contra a inveja podem ser úteis para investigá-la nas entrevistas. Essa base teórica, associada aos conceitos de Han a respeito da comunicação digital e do desempenho (sociedade e sujeito de desempenho) nos permitem estabelecer um mapa que servirá ao trabalho de análise.

A partir dessas ideias, percebemos que há uma relação entre desejo e inveja. O que o outro tem, é algo considerado valioso por quem inveja. Ver o outro (no nosso caso, outra mulher) gozando de algo que se considera valioso, pode instigar a inveja. E hoje, o aumento exponencial de visibilidade das outras pessoas, num espaço de imagens editadas e preparadas que privilegia a performatividade, como o Instagram, tende a exacerbar essa situação.

Na construção social da inveja na teoria de Freud – intersubjetiva – a **distância social**, **ambivalência** e a **identificação** são conceitos fundamentais para compreendê-la. A **rivalidade** e a **agressividade** também estão presentes nessa constelação.

Observando as falas das entrevistadas tomando nossa descrição da inveja como um modelo (Bion, 2021), encontramos uma contrapartida na realidade. E.8 estabelece uma relação entre o convívio pessoal e sua extensão virtual no Instagram: “[...] eu acho que está mais relacionado com dia a dia, com as minhas convivências. E aí, o Instagram, ele evoca esse sentimento. Então, se a pessoa que eu me desentendi, por exemplo, na vida real, posta alguma coisa e eu vejo, isso impacta, né? ”. E segue relatando essa situação: “Então, recentemente eu tive uma desavença. Não sei se uma desavença..., Mas é, tinha uma parceira muito parceira aqui da faculdade. [...]. Então, quando ela posta alguma coisa me evoca coisas. Eu fiquei na dúvida de falar, posta ou postava, porque eu silenciei ela. Porque o que ela postava tava me dando angústia. Eu não quis mais ver o que ela tava postando e muitas dessas vezes, eu senti inveja. Depois que eu fui repensar a minha relação, eu via que eu tinha muito esse sentimento em mim de inveja. Porque acho que estava mais relacionado aos bens materiais mesmo, porque ela é uma mulher de classe média, que sempre faz e fez tudo o que quis na vida, né? [...] E aí quando a gente rompeu a amizade, ver o que ela postava me gerava essa coisa do tipo “olha, ela está com uma taça de vinho branco na mão, em cima do morro, com uma lareira acesa e eu não”, sabe? Que raiva! E isso se misturou assim, o que eu queria... Eu tinha um sentimento de

destruição mesmo, que ela não estivesse naquele momento, que ela não estivesse com aquela taça, que ela não estivesse vivendo aquilo".

A fala de E.8 apresenta os elementos característicos da inveja: o desejo por algo valioso, agressividade e destrutividade, que se usarmos uma linguagem mais kleiniana, se dirige ao objeto bom primário da ex-amiga, representado aqui pelo lugar em que ela está – num morro, próximo a lareira – com uma taça de vinho na mão, a ambivalência e a identificação, pois, especialmente no contexto da entrevista, fica claro que há uma identificação com essa ex-amiga, e há emoções conflitantes em relação a ela.

Outro aspecto que podemos destacar é que, o que é valioso para a entrevistada, é um estilo de vida e o acesso a uma experiência que é determinada pelo poder aquisitivo de sua amiga. O desejo aqui tem a ver com o poder de consumo. Na sociedade de desempenho neoliberal positiva – hipercapitalista – se o sujeito de desempenho se transmuta de cidadão em consumidor, o dinheiro assume o lugar de divindade. Objeto de admiração e culto, é ele que permite viver o reino dos Céus na Terra: o Paraíso é o cartão de crédito sem limites e um cartão de débito inesgotável.

Em outro trecho, a mesma entrevistada afirma que "[...] uma pessoa que eu consumo bastante assim, é modo de dizer, mas o que eu vejo sempre ela, que é Tábata Chang, uma *influencer*. E ela trabalha com o corpo, então ela vai estar sempre nessa vida saudável, vida fitness. E aí é, ela tem uma questão da sexualidade, da afronta, do corpo feminino, do vulgar e não vulgar. Ela sempre vai trazer esse discurso bem político mesmo nas práticas dela, né? E eu gosto bastante, mas em alguns momentos, eu cheguei a me comparar e invejar a coragem que ela teve de expor seu corpo".

Outro ponto que chama a atenção é como a distância social vai operar nessa inveja que acontece no Instagram. Freud, ao se referir à questão da inveja nos tabus, cita o caso do rei, em relação aos seus súditos, em que a distância torna o tabu intolerável para estes. Ou seja: quanto maior a distância, maior a inveja. Porém, a proximidade pode atenuar a inveja, como no exemplo descrito por Freud (1912-1913/2012) entre o rei e seus ministros. Para Freud, portanto, a distância social é determinante para a dinâmica da inveja.

Pensando no contexto de nossa pesquisa, será que essa questão da distância serve para compreender como uma pessoa distante, alguém famoso, *influencer*, que goza de prestígio social e poder econômico pode causar inveja em alguém? Alberoni (1996), sociólogo italiano, ao contrário de Freud, alega que é possível sentir inveja de quem está próximo, de alguém do convívio. Uma pessoa distante, socialmente distante economicamente falando, na organização social, uma estrela de cinema, não poderia ser invejada justamente pela distância. O (a) invejado

(a) é aquele (a) cujo lugar eu posso ocupar, uma vez que há uma paridade entre quem inveja e o (a) invejado (a).

Praticamente todas as entrevistadas citaram influenciadoras. Todas veem algum conteúdo produzido por elas e até tecem críticas. E algumas apontam sentir inveja a partir de suas fotos e vídeos, especialmente de seu poder financeiro ou de seu corpo. Esse achado está de acordo com resultados encontrados nas pesquisas realizadas pela Meta que apresentamos previamente.

Então, percebemos que a distância tem relação com a inveja. É comum sentir inveja de pessoas próximas. Mas o Instagram aproxima as pessoas distantes. Na sociedade do desempenho positiva, tudo é exposto, voltado para fora. Esse excesso intencional torna tudo mercadoria. Por isso, todas as coisas "têm de ser expostas para ser, seu valor cultural desaparece em favor de seu valor expositivo" (Han, 2017a, p. 27).

Como afirma Han (2018a), a comunicação digital e redes sociais digitais levam a uma erosão generalizada da distância e da distância mental. Isso é muito bem ilustrado pela fala de E.13: "essa blogueira que eu nunca vi pessoalmente, mas eu me sinto próxima dela de tanto que eu já vi os *Stories* dela". Então, a proximidade física com alguém não é mais determinante da inveja. Mesmo uma pessoa fisicamente distante, pode ser considerada próxima a partir daquilo que se vê dela no Instagram. Como disse E. 12: "[...] eu tinha muita inveja de pessoas a minha volta. Uma prima, minha irmã. [...]. Acho que o Instagram só aumentou essa proporção. Agora eu consigo ver pessoas lá no Mato Grosso e ter inveja delas. Antes eu só tinha inveja de pessoas no meu bairro".

Han (2017a; 2022a) aponta que vivemos em uma sociedade cada vez mais narcisista, em que o sujeito do desempenho se fecha em si e se torna autorreferente. Não consegue mais estabelecer claramente os limites entre ele e o outro. Assim, projeta-se sobre o mundo e só é capaz de ver significado naquilo que ele reconhece como si mesmo até enfastiar-se. Pensando no Instagram, como um espaço midiático que devido à lógica algorítmica, tende a tornar-se uma caixa de eco que só mostra aquilo que interessa aos seus usuários, será que essa relação com esse outro em imagem é mesmo capaz de provocar inveja? Será que os pressupostos reunidos da psicanálise realmente se aplicam a esse contexto?

Antes de seguir investigando essa questão, citamos que nossas entrevistadas compreendem a influência do algoritmo em sua experiência no Instagram como determinante daquilo que elas veem: "[...] porque o algoritmo do Instagram sempre muda. Sempre entra alguma coisa assim que eu penso "por que isso está aqui? ", aí eu tenho que ficar vendo o que eu gosto pra voltar para as coisas que eu realmente gosto. Porque, senão, do nada, fica

parecendo uma mulher seminua ou dança do TikTok"; 'Agora está parecendo mais conteúdos para mim porque o algoritmo está entendendo o que chama mais minha atenção. Então não está mais naquelas dancinhas que eram frequentes"; "Meu algoritmo já está bem treinadinho porque já sabe o tipo de conteúdo que eu vou ver".

Essa possibilidade de customização algorítmica tende a aplainar a experiência com a alteridade nessa plataforma social, uma vez que a tendência de mostrar só o que se gosta de ver, tende a reduzir a experiência em relação ao estranho, ao diferente nesse espaço midiático (a positivação da experiência à custa da negatividade).

Seio, pênis, beleza, amor, títulos, empregos, dinheiro, carro, casa, seguidores.... De coisas mais concretas até as mais abstratas, elas são apenas elementos de uma série, pois servem de suporte à inveja. O que se inveja está alhures. Por isso, Minerbo (2021) e Trachtenberg e Chuster (2009) ressaltam a relevância conceitual do falo, signo do encontro entre o prazer absoluto e a completude narcísica, da eliminação de um hiato. Não é a coisa em si, mas aquilo que ela representa, seu aspecto simbólico, que conta na dinâmica da inveja.

Esse objeto imaginário idealizado torna-se único – mesmo que seu suporte seja ordinário – justamente porque é projetado nele algo do invejoso (a) que tem a ver com sua fantasia. O objeto idealizado é um objeto total, no sentido de uma completude narcísica: uma pessoa inteira, reconhecida como um outro na teoria freudiana, por exemplo, o pai ou a mãe; mas, mesmo um objeto parcial pode ser idealizado, como Melanie Klein descreveu ao abordar a cisão do objeto bom (o seio) que o bebê pode idealizar e invejar.

Logo, o que são esses objetos imaginários idealizados, em sua completude, quais são os suportes da inveja (Mezan, 2017)? "Quando deu aquele "bum "do *YouTube* em 2010, que agora está se perdendo, a gente tinha muito conteúdo sobre mostrar a casa"; "É óbvio que essas marcas (de luxo) trabalham e existe toda uma campanha, um aporte por trás, para gerar nas pessoas o desejo pelo consumo, pelo estilo de vida. E aí, isso leva também à inveja. As pessoas vão querer ter aquilo, elas vão almejar, desejar ter aquilo. Só que daí, quando elas tiverem, muito provavelmente elas não vão ficar felizes, porque elas vão querer o outro lançamento, depois o outro e o outro, e vira um ciclo infinito de consumo. Na verdade, consumismo, né? "; "Inveja no sentido de que "eu entrei na faculdade porque eu quis". Então, eu tinha inveja de eles terem conseguido a faculdade pública. Eles conseguirem ter se formado, entrado na área, conseguido nesse sentido. Depois, as expectativas deles me traziam uma sensação de cobrança muito forte, que quando eu olhava para outros estudantes, para outros influenciadores, que falavam sobre estudo, eu comecei a procurar lugares para estudar pela internet"; "Já aconteceu de ver uma ou outra pessoa no Instagram e pensar, "eu também queria". A pessoa conseguiu fazer uma viagem.

Era algo que eu também queria conquistar"; "É, eu acho que a questão da inveja em si, né? Porque, pô, por que que eu não nasci com o nariz assim, né? Por que eu não posso ter um nariz desse, né? Eu acho que é mais a questão financeira também, porque a maioria dessas meninas, eu sei que elas fizeram alguma rinoplastia ou algo assim. [...] E aí essa coisa assim também de eu ver essas meninas gastando dinheiro assim, dessa forma incomoda, porque eu tenho que ralar pra caramba para eu poder fazer isso. E aí essas meninas, tipo, fazem a cada uma semana um procedimento diferente. Isso é uma coisa que me incomoda bastante também no Instagram, essa luxúria, essa coisa de mostrar que que você tem muito dinheiro"; "Eu acho que a primeira que vem à mente é a Virgínia. Não sei se você já ouviu falar dela. Ela gastou R$ 500.000 numa bolsa. É completamente revoltante que alguém tem a possibilidade de gastar tanto dinheiro em coisas tão fúteis, enquanto tem gente passando fome. [...]. Então, eu acho que questões de poder aquisitivo é o que mais me incomoda na internet. Nem gosto de acompanhar ninguém que tenha conteúdo voltado a isso, de mostrar o que compra".

Assim como o bebê irmão que Lacan relembra da descrição de Santo Agostinho, as entrevistadas se ressentem daqueles que são semelhantes e vivenciam o prazer de gozar de um objeto que tem para si e elas não têm. Seja alguém com quem ela convive como alguém que ela nem sabem quem é, mas convive à distância pelo Instagram. O outro é completo, um objeto total, porque tem algo de valor (que serve de suporte à inveja).

As redes sociais digitais e a comunicação digital, ao invés de favorecerem o encontro com outro, reiteram a exclusão do estranho e da diferença, conectando ao igual (Han, 2022a). Orientadas pela bússola do algoritmo, as redes sociais digitais, por exemplo, reafirmam a visão de mundo e preferências do usuário, excluindo do seu horizonte digital ideias, vivências, opiniões diferentes, impedindo a possibilidade da realização de uma experiência, já que segundo Han (2022a), a experiência é constituída pela negatividade do outro que recai sobre o sujeito e transforma-o; a experiência dói.

Esse apagamento do outro leva a uma crise de gratificação na dimensão social. Sob o vértice da individualidade, ela se manifesta como falta de autoestima. Como o eu se constitui a partir do outro, precisa do seu olhar, da sua atenção, do seu reconhecimento e estima. Em última instância, precisa do amor e carinho que vem de fora para se sentir amado, importante para alguém.

Quando o sujeito do desempenho se fecha em si mesmo e relaciona-se com o outro como objeto parcial sexual consumível ou como concorrente, a gratificação que vem do outro, míngua, assim como o sentimento de ser importante para alguém.

Observando essas falas pinçadas das entrevistadas, é possível ver que o que elas descrevem como uma inveja sentida, percebida a partir do que veem no Instagram, está ligada ao acesso a bens, serviços, experiências, conquistas pessoais. Até aqui, nada de novo, uma vez que num mundo tornado mercado, o consumo determina o que é ser nas sociedades hipercapitalistas.

Para compreender melhor a dinâmica dessa inveja sentida a partir do Instagram, cabe olhar a questão pelo vértice do conceito de sujeito de desempenho de Han. Se a exploração no neoliberalismo se dá como liberdade e autorrealização, o eu é um projeto em constante construção que já não se mostra tanto uma figura de coerção, mas sim como uma *forma mais eficiente de subjetivação e sujeição*" (Han, 2018a, p. 9), pois a liberdade pode implicar em coerções, uma vez que, relacionada ao poder fazer, não tem limites; enquanto o dever coloca limites e regras claras.

Ao contrário da técnica do poder da sociedade disciplinar – com seus limites e silêncios – a técnica do poder contemporânea é sedutora e convidativa: ela nos convida a consumir, comunicar, curtir e compartilhar. "Temos que lidar hoje com uma técnica do poder que não nega ou oprime nossa liberdade, mas que a esgota" (Han, 2021a, p. 57).

Han (2017a) afirma que a negatividade é inerente à liberdade, uma vez que ela floresce da coerção do outro, algo característico da sociedade disciplinar ou de controle, com uma dominação externa clara. Já no excesso de positividade da sociedade, a liberdade fenece diante da coerção de si mesmo, pois carece do outro; o excesso do igual elimina a possibilidade de uma liberdade (sem coerção).

O resultado dessa situação é uma liberdade paradoxal que se transforma em violência, justamente por causa de sua estrutura coercitiva. Seu resultado mais evidente, na visão de Han, são os adoecimentos psíquicos contemporâneos (*burnout*, depressão). Han (2019, p. 45) afirma que "As pessoas são controladas pela técnica de dominação neoliberal que visa explorar não apenas a jornada de trabalho, mas a pessoa por completo, a atenção total, e até a própria vida. O *ser humano* é descoberto e tornado objeto de exploração. "

Como o sujeito de desempenho é livre, não está mais submetido a nenhum trabalho compulsório; movido pela liberdade e boa vontade, se empenha em fazer mais e melhor, uma vez que o trabalho agora não é obrigação, mas fonte de prazer (realização). Como um empreendedor (de si mesmo), ele não está submetido a ninguém além de si.

Como todos são competidores na mesma corrida para o sucesso e há poucos lugares no pódio é preciso investir em si, criar a sua "melhor versão". Han (2018a) afirma que a otimização pessoal – que anda de mãos dadas com a otimização do sistema econômico e produtivo como

um todo – é justamente parte da ideologia neoliberal, que visa excluir qualquer bloqueio mental ou fraqueza em nome da eficiência e desempenho para uma auto exploração total. É preciso funcionar melhor para produzir mais.

Essa ideologia representa uma nova forma de subjetivação, com ares religiosos que beiram ao fanatismo. De acordo com Han (2018a, p. 46) "o trabalho interminável no tu se assemelha à introspecção e ao exame de si protestantes, que por sua vez, representam uma técnica de subjetivação e dominação".

Meditação, *mindfullness*, hipnose; um batalhão de *coaches* e terapeutas alternativos colocam à disposição seus serviços para aqueles que visam "atingir melhores resultados" e "desenvolver todo seu potencial". Para uma vida mais feliz? Talvez, se toda essa parafernália resultar num desempenho melhor que eleve a produtividade, aí, o sujeito de desempenho como projeto contínuo, talvez seja "feliz". "Os pregadores evangélicos de hoje atuam como gerentes e treinadores motivacionais, que pregam o novo evangelho do desempenho e da motivação infinitos" (Han, 2018a, p. 47). Pensamentos negativos e sentimentos ruins, esses pecados mortais, devem ser tratados como falhas do sistema e precisam ser mantidos longe. Psicologia? Só se for a positiva, pois seu enfoque é a felicidade, as emoções positivas, os traços "positivos" da personalidade. "A psicologia positiva submete a própria dor a uma lógica de desempenho" (Han, 2021a, p. 11).

Nesse contexto em que o eu é constantemente otimizado, feito para vencer e conquistar seu lugar de destaque, em que a onipotência e o narcisismo são estimulados para a criação de um sujeito de desempenho maquínico, um eu-mercadoria perfeito, a realização encarnada do Eu ideal pré-concebido pelos pais, encontrar no outro – no âmbito da nossa pesquisa, em outra mulher – a realização desse desejo evoca sentimentos dolorosos como a inveja.

O corpo, da mesma forma, não é mais controlado para se adequar à produção como na sociedade disciplinar. Agora, a intervenção sobre ele é estética a fim de otimizá-lo. É um corpo hedonista que que não está voltado a uma realização superior, mas à sua fruição. A fala de E.10 ilustra essa questão: "Minha barriga ficou sarada. Então eu postava super as fotos e falava, postava assim: "Foco e determinação". Eu estava vendo umas fotos minhas de quando eu treinava e estava mais seca, eu escrevi assim, ó: "aí, um fim de semana de álcool não estraga um ano de constância". "Olha que coisa, né? Mas eu postava bastante, principalmente relacionada ao corpo, então eu queria gerar aquela inveja, eu postava foto bonita minha na academia, treinando".

Tornar-se alguém invejável também é, segundo Joseph (1992), uma forma de defesa contra a inveja. De forma inconsciente, a pessoa busca dirimir sua inveja, fazendo com que os

outros se apercebam de seus atributos e qualidades. Ao mesmo tempo que se sente superior a outras pessoas, por outro lado, ela se sente ameaçada pela inveja dos outros e vivencia um estado constante de competitividade.

Entram em cena as zonas de bem-estar: academias, o *crossfit*, o pilates, cirurgias plásticas, intervenções estéticas, (des) harmonizações faciais e implantes, pois "os termos sexys e fitness tornam-se recursos econômicos que devem ser comercializados e explorados" (Han, 2018, p. 40). O corpo, coisificado e transformado em objeto de valor expositivo é mercadoria. Sexo é desempenho e *sexyness* é capital a ser multiplicado (Han, 201a7).

E.3 comenta sobre a adequação a padrões muito rígidos que determinam como deve ser o corpo feminino: "Então nós aprendemos desde sempre que a gente só tem o valor como ser humano se a gente for magra. Uma mulher tem que ser magra pra ela ter algum valor. [...] Era muito uma questão de pensar que se eu fosse magra, mas não pautada pelo corpo de a, b ou c, se eu fosse magra, dentro da ótica da sociedade, a minha vida seria mais fácil. "

E.10 comenta sobre o uso de produtos para ajudar a conquistar uma "boa forma" a partir da indicação de influenciadoras: "Eu já tomei muitos remédios assim indicados por redes sociais. "Ah, tô tomando essa ioimbina aqui está me ajudando. Estou tomando o psyllium está me ajudando". Então, se a gente parar pensar, é uma forma de automutilação que eu faço pro meu corpo que é influenciada por essas pessoas. [...] não é a minha mãe que chegou pra mim e falou. [...]. Tem essa bendita rede social aí. E ainda o melhor de tudo: deixa a marca do produto e já deixa também o link. Aí você compra. Não minto, sabe? Já comprei bastante".

Esse corpo, que já não é morada, mas mercadoria, pode ser explorado, mas não habitado, o que leva a alienação do sujeito do desempenho em relação ao seu próprio corpo, que agora é usado para propaganda. Nesse caso, "o valor expositivo depende sobretudo da bela aparência" (Han, 2017a, p. 34). Por isso, é preciso cultivar o corpo para se encaixar nos padrões de beleza valorizados, às custas de atividades físicas intensas, procedimentos estéticos e produtos, pois tem valor o que é visível. "Tem uma moça, que eu acho que eu sigo ela, mas não é sempre que aparecem coisas para mim, mas ela é bem famosa. Daí eu acho que acabam vindo uns vídeos soltos pra mim. E ela fez um procedimento estético, acho que uma lipo, não sei, mas ela já era uma pessoa dentro do padrão, bonita. Eu acho que quando eu vi que ela tinha feito cirurgia, pensei: "Pra quê?! Já tava ótimo". Já era um corpo bonito assim, que já despertava inveja, uma moça linda". A beleza interior ou da alma nunca esteve tão fora de moda.

Vamos destacar uma fala de E. 4 para ilustrar como a sociedade hipercapitalista, como suas injunções convidativas, orienta o desejo das mulheres: "A minha mãe sempre ficou muito preocupada com o fato de eu engordar. Então, para mim, ter barriga nunca foi normal, nunca

foi certo, porque a minha mãe dizia que eu não podia comer, senão, engordaria. Eu não entendia. Qual o problema de eu ficar gorda? Então, melhor não ficar". Especificamente no caso das jovens adultas, como nossas entrevistadas, essa sociedade age quase como uma mãe (Baudrillard, 2015), que lhes diz o que deve ser feito para ser uma mulher "de sucesso". E ter o corpo "adequado", é parte desse sucesso de um sujeito de desempenho. E partir das redes sociais digitais, do Instagram, ela está fazendo isso.

Citamos que uma das formas de investigar a inveja a partir dessa interação entre as usuárias do Instagram e as postagens que elas veem de mulheres é a partir das defesas contra a inveja. Como a inveja traz em si um conflito (Mezan, 2017) e é ego-distônica (Spillius, 2016), ou seja, uma emoção estranha e desconfortável ao Eu, ela tende a mobilizar defesas psíquicas e ser recalcada. Como não estamos trabalhando com relatos clínicos, não usaremos a descrição dessas defesas para pensar como faríamos no contexto de análises de pacientes. Nosso corpus é composto de entrevistas, é um outro tipo de material; mas as defesas psíquicas podem ser usadas aqui para investigar se e como a inveja acontece nesse contexto específico.

A partir da análise de seus pacientes sob o vértice da inveja primitiva, Klein lista algumas defesas contra essa emoção. Para a psicanalista, as defesas psíquicas mais primárias já citadas, como a cisão, negação, onipotência e idealização são mobilizadas pela inveja.

A cisão, conforme já esclarecemos, é uma defesa muito "primitiva", característica da posição esquizo-paranóide, que tende a realizar uma divisão rígida entre o bem o mal (o seio gratificador é o bom, enquanto o seio frustrador é mau). Podemos verificar nas falas de algumas entrevistadas uma divisão entre uma inveja "boa" e outra "má". Por exemplo, na fala de E.15: "Eu acho que o termo correto seria inveja, mas eu não sei se existe uma inveja boa ou inveja ruim. Mas, eu entendo assim, que a inveja boa é aquela de "poxa, que legal, também quero isso pra mim". E a inveja ruim seria "nossa tal pessoa conquistou isso? Credo, ela não merece. Eu deveria ter conseguido isso, não ela". É isso, um sentimento de "eu deveria ter conseguido e não ela". Eu, graças a Deus, nunca".

Essa cisão em invejas também é verificável na fala de E.13 "[...] quando eu penso em inveja, no sentido de ver alguém postando algum lugar, alguma comida, uma viagem, é uma inveja boa. Eu acho que eu nunca tive uma inveja ruim de "nossa era pra ser eu e não essa pessoa" e E.4 "Porque a inveja, não sei se é o peso da palavra, mas me parece que é um negócio que a gente quer tirar da pessoa para ter pra gente e não algo que eu queria ter também. Eu não sei, mas é o peso da palavra para mim. O peso é desse "quero tirar de você", não um "eu quero ter também"".

Também podemos ver em algumas falas a negação. Segundo Freud (1925/2011b, p. 277) a negação é "uma espécie de aceitação intelectual do reprimido, enquanto se mantém o essencial da repressão". Freud (1925/191b1) chega a afirmar que uma das evidências durante o processo analítico de que um conteúdo inconsciente foi desvelado é a resposta do (a) analisando (a): "não (nunca) tinha pensado nisso".

As falas de E.15 e E.13 são categóricas ao afirmar que nunca sentiram uma inveja "má". Já E.3 diz que "Por incrível que pareça, não (senti inveja). Não sei explicar por que nunca me ocorreu. Eu acho que é porque eu acho a inveja é a mesma coisa que o ódio. Eu acho que são dois sentimentos muito fortes". [...]. Acho que o sentimento que eu tinha, eu digo que não é inveja. [...] eu não sinto inveja. Eu fico muito feliz pelas conquistas das pessoas e fico feliz que elas fiquem felizes por mim. Mas assim, inveja mesmo... Eu acho que uma coisa que já pode ter acontecido da minha parte é um sentimento de comparação do tipo "ah, essa pessoa tirou uma nota maior do que eu, então deixa eu ver aqui o que que eu errei para da próxima melhorar". Mas foi uma comparação".

Obviamente, não estamos afirmando que o "não" de E.3 é um "sim" inconsciente. Mas, para ela, inveja é um sentimento "forte", comparável ao ódio. Não é uma emoção agradável e facilmente aceitável.

Seguindo nosso caminho de análise, avançaremos agora para o segundo tema.

Tema 2: Comparação, autoestima e papel das redes

Na teoria kleiniana, a relação com o outro é fundamental desde o começo da vida, pois, em fantasia, o objeto bom internalizado, forma parte do corpo e do Eu. Para ela, tanto o autoerotismo e o narcisismo envolvem essa relação com esse objeto amado, para o qual o eu se retira nos estados narcísicos, desinvestindo os objetos do mundo exterior.

Agora, como fica a relação consigo mesmo (a) a partir de um acesso muito mais amplo à imagem do outro? Se o outro é determinante na formação do eu, como se dá isso quando há tantos outros editados, com ângulos bem escolhidos, promovendo o melhor de si?

Em todas as entrevistas, em maior ou menor medida, as universitárias citam como o Instagram impacta na comparação. "[..]as pessoas que eu costumo seguir não despertam isso em mim, de querer me comparar, mas eu acho que assim, se alguém segue uma pessoa, uma blogueira da moda, alguma blogueira fitness, e talvez a pessoa acabe se comparando mais"; "Ah, sim, porque, às vezes eu me pego assim, quando eu vejo uma menina, na vida real, com o nariz muito perfeito, eu fico "nossa, olha o nariz dessa menina, eu não tenho nariz assim, e queria ter um nariz assim", e aí eu fico me comparando de vez em quando. Ou quando aparecem

meninas loiras do olho claro. E você abre os comentários e é um monte de comentário falando “aí, como ela é linda”, “como ela é bonita”, “como eu queria ter essa pessoa como namorada”, e não sei o quê. “As meninas loiras são isso, são aquilo””; Já me comparei bem mais. Já fui muito mais insegura do que eu sou agora. Muita terapia, né? Mas ainda assim acontece. Uma pessoa posta uma foto e eu penso “nossa, por que eu não sou assim? Tem alguma coisa de errado comigo”. Ocorre muito menos do que antes, mas ainda assim é muito desconfortável quando acontece”.

Essa constante visibilidade do outro (de outras mulheres, no caso), numa sociedade do desempenho positiva que tende a estimular um processo contínuo de construção de si, de otimização, para se manter como um eu-mercadoria desejável, tem um peso muito grande na autoestima. Em outro trecho, E.3 afirma o seguinte: “Porque acho que eu tinha uma autoestima tão baixa, que eu acho que até sentir inveja estava muito além da minha baixa autoestima. Por isso que eu acredito que nunca senti, acho que não foi a inveja. Não foi inveja que eu senti. Foi mesmo um sentimento de inferioridade, de comparação. Acho que sempre foi comparação e não a inveja”.

Outra forma de defesa contra a inveja, a desvalorização do eu¸ o movimento defensivo implica em desvalorizar as próprias capacidades e atributos para tentar negar a inveja e também se punir. Essa desvalorização pode afetar o desenvolvimento das capacidades pessoais e seu uso, assim como surgir em certas ocasiões específicas, quando surge a rivalidade diante do outro (uma figura importante, segundo Klein). Joseph (1992), seguindo na esteira da ideia kleiniana, entende que essa operação se dá quando a pessoa desvaloriza a si mesma como alguém que nada tem de útil e com nada pode colaborar, a ponto de tornar-se o outro infinitamente melhor e consequentemente, incomparável consigo mesma.

Uma manifestação cotidiana da inveja apontada pela autora é o desejo obstinado de se obter aquilo que outra pessoa tem, ou até mesmo algo semelhante, mas de preferência em uma versão melhor. Pode ser um bem de consumo, uma viagem, um (a) namorado (a), um trabalho. Essa busca incessante implica em uma jornada exaustiva para alcançar o mesmo patamar da pessoa invejada. Segundo Joseph (1992, p. 187), essa “atitude está naturalmente muito mais próxima de uma ambição presunçosa”.

No caso das entrevistas, esse “desejo obstinado” não fica tão evidente. Mas um desejo de ter algo que tem a ver com o outro, ou porque viu em outra mulher, sim: “Mas já quis ter a vida que a vida que a pessoa tem. Ter o foco que a pessoa tem, conseguir mudar a minha vida como a pessoa mudou”; “Quando eu vejo a foto da dessa blogueira que eu citei com a filha dela, mexe comigo no sentido emocional, de tipo, “eu quero ser mãe”. E aí, quando eu vejo eu

fico “ai, é tão lindo. Nossa, que lindo a maternidade, que lindo as duas juntas” e também “São muitos perfis, muitas pessoas. Mas, especificamente a sensação de sentir que o esforço vale a pena. Eu não sei se eu queria ser aquela pessoa, ou se eu queria poder me sentir realizada igual eu vejo aquela pessoa”.

Klein (1957/1984) relaciona a inveja do seio às críticas destrutivas que tendem a se dirigir à criatividade dos outros na vida adulta. Isso seria o pano de fundo das críticas ferozes ao trabalho de outras pessoas e às suas realizações. Desvalorizar o objeto, depreciar suas qualidades e atributos é uma forma de despojá-lo daquilo que o torna invejável; é uma forma bastante útil de reverter a idealização do objeto. Joseph (1992), a partir de Klein, afirma que a espoliação e a hostilidade são características da inveja. Essa depreciação do outro é observável na fala de E.5 “Eu acho que é uma coisa um pouco narcísica, talvez. Porque, às vezes, eu converso com as meninas e... Não sei também explicar por que eu acho que eu tenho uma personalidade mais interessante do que das outras meninas. [...]. Agora, porque... Nossa, talvez seja um pouco machista falar isso, pensando agora. Talvez pensando por que eu não fico só falando de... Não tenho só pensamentos fúteis que geralmente as meninas costumam ter”.

Outro exemplo de desvalorização do objeto aparece na fala de E.11: “Então, acho que às vezes, a gente, mas nem sempre, que é mulher acaba falando mal porque tem aquela coisa do ego. Quando você está.... Tem que ser humilde, tem que admitir, quando você está no nível mais baixo de certos aspectos, não estou falando que eu sou menos do que a pessoa, mas, por exemplo, no corpo. A pessoa tem um “corpão” e você não tem. A gente acaba diminuindo a pessoa porque ela tem um corpão, mas tem um rosto feio, entendeu? Você fala que aquela tem um corpão, mas a cara dela parece um urubu, a sobrancelha dela está grudada. Muitas vezes, o ser humano faz isso de querer passar por cima assim, sabe? Ao invés de aplaudir. No geral, o sentimento de inveja é um sentimento ruim, porém passageiro. Às vezes, acaba motivando a gente, sim. Em alguns casos, acaba motivando”.

Invejam-se as capacidades, conquistas, qualidades pessoais, tudo aquilo percebido como valioso que uma outra pessoa possui. A psicanalista afirma que uma pessoa verdadeiramente invejosa não consegue suportar o sucesso, a fruição e o prazer do outro.

Uma forma de ataque é duvidar do outro – dele em si e de seus feitos – uma vez que a pessoa que sente inveja não consegue ver nada a ser elogiado no outro e nem consegue valorizar aquele a quem inveja ou suas realizações (“olha, até que está bom, mas...”). Esse tipo de ataque, no dia a dia, tende a passar despercebido, segundo a psicanalista, pois todos são passíveis de críticas. Isso fica mais evidente na fala de E.10: “[...]ela foi emagrecendo muito pela rede social, eu percebi esse emagrecimento. E eu indo ao contrário, [...]. Ela emagreceu super e aí, eu achei

tão feio isso da minha parte. Aí eu fiquei, “nossa, mas como é que ela emagreceu? Ela não posta que ela está se alimentando bem, ela fica saindo””.

Joseph (1992) afirma que em certas condições, a pessoa invejosa pode espoliar psicologicamente, atacando em sua mente os atributos e conquistas daquele que inveja, ou externalizando esses ataques através de críticas, escárnio ou provocação. Seguindo novamente E.10: “Esses dias essa menina postou uma receita de remédio. Porque ela está tomando remédio pré-diabético? Aí eu falei “sabia! Filha da puta”, sabe? Olha que coisa ruim, sabe? Você querer achar o defeito no outro. Nossa, muito ruim. Me senti bem mal. Eu falei: “Nossa, eu sabia que que não era tudo isso”, sabe? Meio feio da minha parte”.

Retomando a questão das influenciadoras, duas foram mais citadas, a Virgínia e a Manu Cit. “Não sei se você conhece a Manu Cit., que é bem conhecida de jovens assim, de academia, essas coisas [...]. Ela é uma blogueira de vida fitness. Ela entrou na faculdade, começou a fazer medicina na UFRJ. Ela é bem conhecida. E aí, nossa, parece que todo mundo a invejava, porque ela tinha uma vida muito feliz, muito plena. Ela dava conta de medicina, de uma rotina de muito treino, academia, alimentação saudável. Morava sozinha no Rio de Janeiro e mostrava a vida maravilhosa no Instagram. E ela criou uma empresa, fez isso, fez aquilo”.

Joseph (1992) amplia a questão sobre as defesas contra a inveja ao retomar a noção de idealização proposta por Klein nas relações interpessoais. De acordo com a autora, a idealização funciona como uma defesa contra a inveja, uma vez que a pessoa invejada é retratada como tão perfeita, que cria uma distância abissal entre a invejosa e a invejada, “protegendo” a última da inveja da primeira.

Diante de uma pessoa ou ser assim, nada temos a oferecer. É um objeto pulsional que não nos vê como um objeto pulsional também. Ora, alguém ou algo assim, mesmo que não queira, provavelmente vai despertar inveja.

Klein afirma que uma causa muito específica da inveja é sua ausência em outras pessoas. Para o (a) invejoso (a), essa ausência de inveja na pessoa invejada, especificamente, implica que ela possui algo extremamente valioso e desejado: um objeto bom primário. Como já vimos, a posse de um objeto bom guarda relação com o narcisismo na teoria kleiniana.

“Eu seguia uma pessoa, uma influenciadora, que ela fazia medicina na UFRJ. Até zoavam ela por causa disso. Não por fazer medicina na UFRJ, mas pelo estilo de vida que ela pregava. Muito irreal. Ela acordava às quatro da manhã, ia correr tantos quilômetros, se arrumava e comia, ia pra faculdade, voltava, conseguia gravar conteúdo e estudar. É uma rotina muito irreal. Mas eu senti inveja dessa rotina irreal. [...] Manuela, Manu Sit., esse é o Instagram dela”. A idealização aqui talvez não surja tão evidente nas falas das entrevistadas. Mas, pela

forma como elas relatam, essa garota se construiu à imagem de sujeito de desempenho ideal no Instagram. E isso atraiu a atenção.

Freud (1914/2010) afirma que na mulher, especificamente na que se torna bela a partir da maturação sexual na puberdade, em contraste com a as restrições sociais, torna-se autossuficiente. Esse tipo de mulher tende a manter sua libido muito voltada para si e a amar a si mesma. Sua beleza tem a ver com sua indiferença, com o fato de bastar-se.

Freud relaciona o encanto dessa mulher com o fascínio exercido pelo narcisismo do outro e compara-o ao fascínio por gatos, bebês ou personagens literários como os criminosos e humoristas. “É como se os invejássemos pela conservação de um estado psíquico bem-aventurado, uma posição libidinal inatacável, que desde então, nós mesmos abandonamos” (Freud, 1914/2010).

“Eu busquei não ficar seguindo essas influenciadoras, acho que até entra no tópico da sua pesquisa, né? Eu acho que a influenciadora me influenciava. Eu tenho anotado esse movimento de não ficar seguindo certas pessoas. Acho que teve até o caso da Virgínia, todas as polêmicas nas quais ela se envolveu, eu não gosto muito desse tipo de conteúdo, essas coisas assim. Nível Choquei da vida”. “É só a gente ver a Virgínia, esposa do Zé Felipe. É um lixo de pessoa, engana todo mundo, e as pessoas continuam acompanhando ela, porque é rica, milionária”. “Eu acho que a primeira que vem à mente é a Virgínia. Não sei se você já ouviu falar dela. Ela gastou R$ 500.000 numa bolsa.

A performatividade, em termos psíquicos, pode ser entendida como esse movimento narcísico em busca do olhar do outro. É necessário investir parte da libido nos objetos para que esses objetos invistam libido de volta ao Eu. Esse movimento do Eu ao objeto, no fim das contas, serve para reinvestir o Eu como um objeto, mas a partir da libido dos objetos exteriores.

Han (2018a) recorre à teoria psicanalítica freudiana para contextualizar o sofrimento psíquico contemporâneo e afirma que na passagem da sociedade disciplinar negativa para a sociedade do desempenho positiva, o Super-eu se positiva no Eu ideal. Mas o que isso quer dizer?

O Super-Eu, herdeiro do Complexo de Édipo, é uma instância repressiva que impõe injunções ao sujeito. Representante psíquico da lei dos pais e das regras da cultura, é o vigilante que julga e impõe proibições internamente pressionando o Eu.

Já o Eu ideal é sedutor (Han, 2018a). Para Freud (1914/2010), o Eu ideal é o remanescente das experiências iniciais do bebê, ainda no período do narcisismo primário em que prevalecia a fantasia de onipotência. A criança era sua fonte de calor, carinho, alimento,

sem o reconhecimento do outro e de sua dependência. Assim, esse Eu perfeito, completo e todo poderoso, torna-se um saudoso ideal de onipotência narcísica ao qual o Eu mira.

Han (2018a, p. 100) nos diz que "o sujeito do desempenho projeta a si mesmo na linha do eu-ideal, enquanto que o sujeito de obediência se submete ao superego. Submissão e projeto são dois modos de existência bem distintos". Se o Super-Eu é repressor e Eu ideal é sedutor, então, este é positivo enquanto aquele é negativo.

O Super-Eu restringe a liberdade do sujeito ao impor o "não" da lei, da regra. O Eu ideal, enquanto um convite sedutor ao sujeito de desempenho, leva-o a caminhar rumo a um ideal inalcançável por uma escolha livre (livre iniciativa).

O problema é que ideais são feitos para não serem atingidos. É a cenoura pendurada na frente do cavalo que faz com que ele se mova para comê-la. Porém, Han (2018) entende que se o sujeito se lança impetuosamente rumo a um ideal inalcançável, a tendência é que ele se canse ao ponto da exaustão. E o resultado disso é a agressividade voltada a si mesmo.

"Um sentimento de inferioridade, angústia também que, [...] Essa questão de será que alguém vai gostar de mim? Porque ali no Instagram, as pessoas constroem uma vida muito perfeita e também por isso que eu tentei, que eu tenho tentado usar cada vez menos, por mais que eu seja um tanto quanto viciada. É uma vida muito perfeita. Pessoas sempre felizes, casais muito felizes, todo mundo muito feliz, viajando. E aí gera muito esse sentimento de eu começar a ficar pensando muito e muito frequentemente sobre será que alguém vai gostar de mim por causa disso. Porque eu não me pareço com essa pessoa, mas também não me pareço com essa. Então, esse sentimento (relacionado à comparação) já me ocorreu e, principalmente, a questão da inferioridade".

De acordo com Han (2023, p. 123), "as narrativas neoliberais, tais como a da otimização de si mesmo, da autorrealização ou da autenticidade, desestabilizam a sociedade ao isolar as pessoas". Aqui, um ponto importante: essas narrativas são fundamentais para que os sujeitos de desempenho sejam mobilizados pelo psicopoder. Ele se estabelece a partir das práticas sociais, mas é introjetado a partir das narrativas que não formam comunidade – narrativas privadas e despolitizadas vendidas como modelos de autorrealização –, mas que fomentam o isolamento das pessoas em um processo de fechamento narcísico a fim de aumentar sua produtividade e auto exploração.

Outra fala que ilustra a questão: "Inveja no sentido de que "eu entrei na faculdade porque eu quis". Então, eu tinha inveja de eles terem conseguido a faculdade pública. Eles conseguirem ter se formado, entrado na área, conseguido nesse sentido. Depois, as expectativas deles me traziam uma sensação de cobrança muito forte, que quando eu olhava para outros estudantes,

para outros influenciadores, que falavam sobre estudo, eu comecei a procurar lugares para estudar pela internet. Então, para as pessoas venderem o que elas tinham para ensinar, para que você parasse de consumir o conteúdo gratuito, elas também vendiam essa vida de disputar a faculdade, de ter conseguido a escola pública, o diploma... E as conquistas deles me davam inveja. O fato de eles acreditarem e as expectativas deles fomentavam uma necessidade que quando eu ia atrás [...] isso causava mais inveja ainda".

Tanto o ideal do Eu quanto o Super-Eu, são formados pela introjeção da influência crítica do meio: os pais, o próximo, a sociedade. Freud (1930/2010, p.116) afirma que "a comunidade forma um Super-Eu, sob cuja influência procede a evolução cultural. " Ou seja, assim como no eu, em que há uma instância que lhe vigia continuamente os atos e lhe impõe a pressão dos ideais que norteiam sua conduta, o Super-Eu da cultura "institui severas exigências ideais, cujo não cumprimento é punido mediante 'angústia de consciência'" (Freud, 1930/2010, p.117).

O Super-Eu cultural tem suas origens nas impressões causadas por grandes figuras exemplares, líderes carismáticos, personalidades influentes, que deixaram sua marca na história. Além disso, no âmbito desta pesquisa, arriscamos a hipótese de que o Super-Eu cultural também incorpora padrões de beleza, ideais de consumo, modelos de vida e existência constituídos a partir das relações de consumo e circulam pelos meios de comunicação, as redes sociais digitais. Assim, padrões de moda, tendências tecnológicas, personalidades midiáticas e influenciadores também compõem esse Super-Eu cultural da época.

Assim como o Super-Eu individual, o Super-Eu cultural impõe elevadas exigências sem levar em conta as condições de possibilidade para que elas sejam cumpridas. Conforme afirma Freud o Super-Eu cultural

> Não se preocupa suficientemente com os fatos da constituição psíquica do ser humano, emite uma ordem e não se pergunta se é humanamente possível cumpri-la. Supõe, isto sim, que para o Eu do ser humano é possível, psicologicamente, tudo aquilo de que o incumbem, que o Eu tem domínio irrestrito sobre o seu Id. Isto é um erro, e também nos chamados homens normais o controle sobre o Id não pode ir além de certos limites. Exigindo mais, produzimos no sujeito rebelião ou neurose, ou o tornamos infeliz (1930/2010, p.118).

A partir de tudo o que foi visto, fica claro que há uma relação entre o narcisismo e a inveja. A visada do não eu, do outro em sua alteridade, tende a (re) abrir a ferida na fantasia de completude narcísica, na onipotência, pois mobiliza a fantasia de uma falta que é constitutiva

do ser humano. E o Instagram é fundamental nesse processo, pois continuamente mobiliza as mulheres a verem imagens de "ideais de sucesso" que continuamente reforçam que elas "ainda não chegaram lá".

Como essas imagens são reproduções (no sentido de produção em série) do real, uma vez que estão determinadas pela lógica de consumo, Han (2018a) afirma que elas estão domesticadas, perderam a poética da imagem mesma e sua verdade. Além disso, sua temporalidade é outra. Não é narrativa, no sentido de relembrar um tempo, de contar uma história. Ela é momentânea, pertence a um presente sem história. Se pensarmos especificamente no *smartphone*, a produção de fotos a partir dele registra momentos de forma episódica, mas sem profundidade narrativa.

A fotografia digital, como uma das imagens midiáticas digitais da contemporaneidade, e que circula abundantemente nas plataformas sociais como o Instagram, "encerra a era da representação" (Han, 2018a, p. 111), uma vez que ela se aproxima da pintura e deixa de ter referência direta ao real, que só surge como fragmentos e citações (que se referem umas às outras) misturadas ao imaginário. Descolada do referente, a fotografia digital abre um espaço, outro espaço, hiper-real, em que prevalece a autorreferencialidade.

Para encerrar, gostaríamos de retomar a questão do falo como signo da diferença. Abordando as influências culturais e sociais, entendemos que o reconhecimento da diferença sexual para as mulheres é doloroso pela descoberta das diferenças dos papéis sociais: quando meninas descobrem que são diferentes de meninos, são obrigadas a se conformar a um papel que impõe restrições a sua liberdade de ser e estar no mundo.

Até essa descoberta, elas se sentem em pé de igualdade com os meninos. Brincam juntos, há uma forte identificação com eles (inúmeras vezes escutamos na clínica relatos das mulheres sobre o prazer de participar de igual para igual nas brincadeiras com os garotos). Havia, muitas vezes, uma ignorância quanto a diferença anatômica.

Porém, a descoberta da diferença sexual implica na adequação a papéis diferentes e a uma nova relação entre esses papéis, marcados também pela descoberta da diferença anatômica entre os sexos. Mas, pelos relatos que escutamos na clínica, não é o reconhecimento da falta, que pode ser tamponada por um falo simbólico, que dói. O sofrimento vem da castração simbólica: "isso não é coisa de menina", "menina tem que fazer isso", "não pode sentar de perna aberta".

Podemos perceber isso em algumas falas das entrevistadas: "Eu acho que eu sinto inveja de homem há muito tempo. Eu acho que sempre foi uma revolta minha eu não ter tido um videogame. [...], mas era uma questão minha que todos os homens tinham videogame e às vezes

eles nem eram de uma classe social tão alta, mas eles tinham videogame, então eles poderiam ficar a tarde inteira jogando e eu tinha que fazer outra coisa. Não sei, as coisas que dão pra eles, a imagem que passam para eles, é que eles têm muita liberdade para gostar de coisas, para brincar, pra se divertir e a gente é ensinada que você tem que arranjar um parceiro ou você tem que fazer uma família. Hoje em dia a gente tem que ter uma carreira. Só agregou mais coisas, porque a gente ainda precisa ter um casamento, ainda precisa ter filhos, e a gente ainda precisa estar bonita o tempo inteiro, então encha a sua cara de maquiagem, que é muito importante uma mulher usar maquiagem. Não importa se o cara que está ali não usa nada, ele está vivendo a vida feliz. Então acho que para o homem, eles têm muito mais. São menos correntes que aprisionaram eles a papéis".

Uma das entrevistadas foi questionada se sentia mais inveja de homens ou mulheres e eis sua resposta: "Cara, acho que de homens. E muito ainda. Eu acho que é inveja do poder. [...]. Porque ele é um homem branco de classe média que teve tudo na vida e tem tudo o que ele quer também. Financeiramente e até não financeiramente. [...] não vai ter ninguém questionando o que ele fala. Eu acho que sempre me pegou muito esse lugar do homem, sabe? Ele pode, ele tem".

Se não existe diferença, não existe reconhecimento de alteridade. Segundo Mezan (2017, p. 323), "o desejo que acompanha a inveja é, portanto, determinado como *desejo de coincidência*, de restauração da plenitude narcísica rompida com a descoberta do limite e da diferença". Acreditamos que o falo é o signo de uma diferença intransponível, por isso, amarga, dolorosa, pois é impossível de ser resolvida.

ANÁLISE 2

Pressuposto

A inveja é dual, tem a ver com o outro em sua alteridade e diferença.

Seleção das falas:

E.1 – "A sensação de estar no lugar daquela pessoa, vontade de ter e estar, às vezes ser aquela pessoa".

E.2 – "É você querer ter a vida que o outro tem. Na minha cabeça é isso. É você olhar e, ou querer ter a vida, ou querer ter o tipo emprego da pessoa ou alguma coisa que ela tem, uma conquista, um bem material que ela tem e você não tem. E você quer ter, entendeu? ".

E.3 – "Eu acho que é muito aquela coisa de você querer ser o que você não é porque você viu o outro".

E.4 – “É algo que a gente quer ter para nós e que é de uma visão meio ruim para outra pessoa. Como se fosse uma visão não só ruim pra gente, mas para a outra pessoa também”.

E.5 – “Ah, eu entendo como inveja é algo que eu queria ter, mas eu não posso ter”.

E. 6 – “Um sentimento de queria ter, eu queria ser, queria estar. Só que é um sentimento num sentido ruim. Por exemplo, amigas minhas, muito próximas, se elas fazem alguma coisa que eu queria muito, eu não sinto inveja, sinto “nossa, que bom que você conseguiu isso”. Mas a inveja? Acho que é no sentido contrário, tipo, queria ter conseguido isso também”.

E.7 – “Inveja pra mim é você enxergar o outro e querer ter o que ele tem. Eu acho que é isso, você enxergar no outro algo que você queria ter em você, ou queria ter para você”.

E.8 – “Eu penso muito num ciúmes do querer ter e não ter. E aí, uma raiva misturada junto, que é o desejo também de destruir aquilo que é do outro, para que assim eu me sinta melhor. Essa é a forma que eu que eu sinto, tipo, “o amiguinho não vai me emprestar o brinquedo? Então eu vou quebrar o brinquedo dele””.

E.9 – “Inveja é aquele sentimento que a gente sabe o que é, mas é muito difícil de explicar, né? Mas é quando você sente a necessidade, a ausência de algo que você não tem, mas que outra pessoa tem, então é tipo um sentimento de vazio, né? Alguma questão, algum quesito da sua vida em que você está sentido esse vazio e quando você vê essa outra pessoa, acaba doendo mais esse lugarzinho em questão. É realmente querer o que o outro tem, né? Não exatamente a mesma coisa que ele tem, mas uma certa questão que ele tem. ”

E.10 – “A inveja pra mim ela é assim: é quando você ver algo de outra pessoa, ou outra pessoa, ou uma ação, um resultado, alguma coisa que aquela pessoa ganhou, tem ou é e você fica “poxa, eu queria isso pra mim”. Sabe aquele sentimento de, às vezes, até “que raiva que essa pessoa tem isso e eu não”. Não falo de um objeto físico, falo de qualquer coisa no geral, assim, sabe? Essa inveja de “poderia ser eu”, sabe? Para mim é esse sentimento, mais ou menos”.

E. 11. – “Olhar e falar “a pessoa tem e eu quero também”. Mas, o que a pessoa conquistou, não foi do dia para a noite. Pra ter um corpo sarado, tem que fazer academia, tem que ter alimentação, investimento, nada é assim. Essa é a minha definição para a inveja, pode ser que seja um pouco errada”.

E.12 – “Pra mim, inveja ruim é desejar o mal da outra pessoa. Então, se você vê que ela está viajando, aí você desejar “nossa, tomara que aconteça alguma coisa com ela nessa viagem”. [...] (sobre o que a entrevistada chama de inveja branca). Para mim, é quando me motiva, que é o que acontece comigo na maioria das vezes. Então, como eu disse, eu vejo e eu penso, “algum dia eu vou estar lá, tenho certeza que algum dia eu também vou estar lá”.

E. 13 – “É você ver alguma pessoa conseguir algo ou ter algo e você não. Ou você tentar ter aquilo também, mas não conseguir”.

E.14 – “Eu acho que o termo correto seria uma inveja, mas eu não sei se existe uma inveja boa ou inveja ruim. Mas eu entendo assim, que a inveja boa é aquela de “poxa, que legal, também quero isso pra mim”. E a inveja é ruim seria “nossa tal pessoa conquistou isso? Credo, ela não merece. Eu deveria ter conseguido isso, não ela”. É isso, sentimento de eu deveria ter conseguido e não ela. Eu, graças a Deus, nunca senti isso”.

Descrição

É possível identificar que para as entrevistadas, de forma geral, a inveja sempre implica a percepção do outro em sua alteridade e singularidade. Apenas uma entrevistada não se refere à questão de reconhecimento do outro em sua definição de inveja. Além disso, é possível perceber a partir de algumas falas, a percepção de que a inveja é uma emoção negativa, prejudicial ao outro e até para si mesma.

Premissa

As representações da inveja no imaginário social implicam na percepção de uma falta em si, representada por algo que não se tem, ou não se é, e que é determinada pela percepção do outro em sua singularidade.

Núcleos de sentido

Núcleo de sentido 1: desejo de posse e comparação social

Este núcleo agrupa as falas que expressam a vontade de ter o que o outro possui, seja em termos materiais, sociais ou profissionais. A comparação com o outro é central, gerando insatisfação pessoal.

Falas associadas:

E.2 – “É você querer ter a vida que o outro tem. Na minha cabeça é isso. É você olhar e, ou querer ter a vida, ou querer ter o tipo de emprego da pessoa ou alguma coisa que ela tem, uma conquista, um bem material que ela tem e você não tem. E você quer ter, entendeu? ”

E.7 – “Inveja pra mim é você enxergar o outro e querer ter o que ele tem. Eu acho que é isso, você enxergar no outro algo que você queria ter em você, ou queria ter para você. ”

E.9 – “Inveja é aquele sentimento que a gente sabe o que é, mas é muito difícil de explicar, né? Mas é quando você sente a necessidade, a ausência de algo que você não tem, mas que outra pessoa tem, então é tipo um sentimento de vazio, né? Alguma questão, algum quesito

da sua vida em que você está sentindo esse vazio e quando você vê essa outra pessoa, acaba doendo mais esse lugarzinho em questão. É realmente querer o que o outro tem, né? Não exatamente a mesma coisa que ele tem, mas uma certa questão que ele tem. ”

E.10 – “A inveja pra mim ela é assim: é quando você ver algo de outra pessoa, ou outra pessoa, ou uma ação, um resultado, alguma coisa que aquela pessoa ganhou, tem ou é e você fica “poxa, eu queria isso pra mim”. Sabe aquele sentimento de, às vezes, até “que raiva que essa pessoa tem isso e eu não”. Não falo de um objeto físico, falo de qualquer coisa no geral, assim, sabe? Essa inveja de “poderia ser eu”, sabe? Para mim é esse sentimento, mais ou menos”.

E. 11. – “Olhar e falar “a pessoa tem e eu quero também”.

E.12 – “Pra mim, inveja ruim é desejar o mal da outra pessoa. Então, se você vê que ela está viajando, aí você desejar “nossa, tomara que aconteça alguma coisa com ela nessa viagem”. [...] (sobre o que a entrevistada chama de inveja branca). Para mim, é quando me motiva, que é o que acontece comigo na maioria das vezes. Então, como eu disse, eu vejo e eu penso, “algum dia eu vou estar lá, tenho certeza que algum dia eu também vou estar lá”.

E. 13 – “É você ver alguma pessoa conseguir algo ou ter algo e você não. Ou você tentar ter aquilo também, mas não conseguir”.

E.14 – “[...] a inveja é ruim seria “nossa tal pessoa conquistou isso? Credo, ela não merece. Eu deveria ter conseguido isso, não ela”. É isso, sentimento de eu deveria ter conseguido e não ela. Eu, graças a Deus, nunca senti isso”.

Núcleo de sentido 2: Insatisfação pessoal e idealização do outro

Aqui estão as falas que associam a inveja a um sentimento de insatisfação interna, projetando no outro a ideia de uma vida idealizada.

Falas associadas:

E.1 – “A sensação de estar no lugar daquela pessoa, vontade de ter e estar, às vezes ser aquela pessoa. ”

E.3 – “Eu acho que é muito aquela coisa de você querer ser o que você não é porque você viu o outro. ”

E.6 – “Um sentimento de queria ter, eu queria ser, queria estar. Só que é um sentimento num sentido ruim. Por exemplo, amigas minhas, muito próximas, se elas fazem alguma coisa que eu queria muito, eu não sinto inveja, sinto “nossa, que bom que você conseguiu isso”. Mas a inveja? Acho que é no sentido contrário, tipo, queria ter conseguido isso também. ”

Núcleo de sentido 3: frustração e ressentimento

Esse núcleo abrange falas que expressam a inveja como um sentimento que vai além do desejo de ter algo, incluindo emoções negativas como frustração e ressentimento.

Falas associadas:

E.4 – “É algo que a gente quer ter para nós e que é de uma visão meio ruim para outra pessoa. Como se fosse uma visão não só ruim pra gente, mas para a outra pessoa também. ”

E.5 – “Ah, eu entendo como inveja é algo que eu queria ter, mas eu não posso ter.”

E.8 – “Eu penso muito num ciúmes do querer ter e não ter. E aí, uma raiva misturada junto, que é o desejo também de destruir aquilo que é do outro, para que assim eu me sinta melhor. Essa é a forma que eu que eu sinto, tipo, “o amiguinho não vai me emprestar o brinquedo? Então eu vou quebrar o brinquedo dele. ””

Temas

Tema 1: Inveja como Comparação Social

A inveja é percebida principalmente como uma reação à comparação com outras pessoas, quando se deseja aquilo que o outro possui, seja em termos de conquistas, aparência ou status social. A comparação está atrelada à sensação de inadequação e frustração pessoal.

Núcleos de sentido incluídos nesse tema:

Desejo de posse e comparação social:

Refere-se à vontade de obter aquilo que pertence ao outro, sejam bens materiais, status ou estilo de vida.

E.2 – “É você querer ter a vida que o outro tem..."

E.7 – “Inveja pra mim é você enxergar o outro e querer ter o que ele tem..."

E.9 – “Inveja é aquele sentimento que a gente sabe o que é, mas é muito difícil de explicar..."

E.10 – “A inveja pra mim ela é assim: é quando você ver algo de outra pessoa, ou outra pessoa, ou uma ação, um resultado, alguma coisa que aquela pessoa ganhou, tem ou é e você fica “poxa, eu queria isso pra mim”.

E. 11. – “Olhar e falar “a pessoa tem e eu quero também”.

E.12 – “Pra mim, inveja ruim é desejar o mal da outra pessoa [...]”.

E. 13 – “É você ver alguma pessoa conseguir algo ou ter algo e você não. Ou você tentar ter aquilo também, mas não conseguir”.

E.14 – “[...] a inveja é ruim seria “nossa tal pessoa conquistou isso? Credo, ela não merece. [...].

Insatisfação pessoal e idealização do outro:

O desejo de ser o que o outro representa, idealizando uma realidade diferente da própria.

E.1 – “A sensação de estar no lugar daquela pessoa..."

E.3 – “Eu acho que é muito aquela coisa de você querer ser o que você não é.…"

E.6 – “Um sentimento de queria ter, eu queria ser, queria estar..."

Tema 2: Inveja como desejo insatisfeito, falta e ressentimento

Neste tema, a inveja surge como frustração diante da falta de algo, uma emoção associada à ausência percebida de algo importante, o que gera uma sensação de vazio ou desejo insatisfeito, podendo evoluir para ressentimento em relação àqueles que possuem o objeto de desejo. Há uma percepção negativa tanto sobre quem sente inveja quanto sobre o impacto dessa emoção, assim como uma sensação interna de carência em relação ao que os outros possuem.

Núcleos de sentido incluídos nesse tema:

Frustração e ressentimento:

Aqui, aparece a sensação de incapacidade de alcançar o que o outro tem, levando a uma percepção negativa sobre si mesmo e sobre a outra pessoa.

E.4 – “É algo que a gente quer ter para nós e que é de uma visão meio ruim..."

E.5 – “Ah, eu entendo como inveja é algo que eu queria ter, mas eu não posso ter."

E.8 – “Eu penso muito num ciúmes do querer ter e não ter. E aí, uma raiva misturada junto..."

Tema 3: Inveja como Falta e Desejo Insatisfeito

A inveja surge como uma emoção associada à ausência percebida de algo importante, o que gera uma sensação de vazio ou desejo insatisfeito. O foco está na sensação interna de carência em relação ao que os outros possuem.

Núcleos de sentido incluídos nesse tema:

Desejo de posse e comparação social:

O desejo de preencher uma ausência percebida através da posse de algo pertencente ao outro.

E.9 – “Inveja é aquele sentimento que a gente sabe o que é, mas é muito difícil de explicar..."

De forma geral, percebemos que nas representações da inveja apresentadas pelas entrevistadas, está sempre presente o outro. E esse outro – uma outra mulher – tem algo que é desejável e que nossas entrevistadas reconhecem que não tem.

Em algumas definições, o caráter espoliativo, agressivo e intrusivo da inveja aparece mais claramente, como nas falas "Eu penso muito num ciúmes do querer ter e não ter. E aí, uma raiva misturada junto, que é o desejo também de destruir aquilo que é do outro, para que assim eu me sinta melhor" e "A sensação de estar no lugar daquela pessoa, vontade de ter e estar, às vezes ser aquela pessoa".

A inveja também é associada a uma realização de desejo impossível: "Eu acho que é muito aquela coisa de você querer ser o que você não é porque você viu o outro" ou "Ah, eu entendo como inveja é algo que eu queria ter, mas eu não posso ter". Princípio de realidade e castração (simbólica) unem as mãos para frear a voracidade dos impulsos.

Síntese interpretativa

Tema 1: Inveja como comparação social

Todas as entrevistadas concordam que o Instagram, promove a comparação: "Eu vejo um corpo parecido com meu, uma pessoa parecida comigo, e daí eu fico vendo ela como um modelo, de uma certa forma, e penso que eu posso fazer isso também, eu posso chegar nesse resultado, eu poderia ser dessa forma, e eu não sou", disse a aluna entrevistada E.7. Da mesma forma, a estudante E.1 afirmou, quando questionada se o Instagram influencia na comparação com outras pessoas: "Atualmente, sim. Antes eu não consigo te dizer com que frequência, porque como eu disse, uma das coisas que a pandemia fez, foi apagar muitas memórias de como que foi a situação pandêmica. Agora, sim. Ele é um grande fator de comparação".

Nas pesquisas realizadas pelo Instagram, no trabalho de Haidt (2024) e nos trabalhos verificados no estado da questão, a comparação social aparece como um elemento relevante para o mal-estar das mulheres na contemporaneidade e tem íntima relação com a inveja.

No conceito freudiano da inveja do pênis, a comparação com o menino mobiliza a inveja da menina. Aquilo que ele tem "falta" a ela e os torna diferentes. Da mesma forma, no conceito de inveja primitiva de Klein, é justamente o reconhecimento dos dons do seio bom "mágico" que desperta a inveja do (a) bebê.

De acordo com Mezan (2017), partindo da relação entre identificação e narcisismo, há uma proximidade entre as teorias de Klein e Freud. O objeto idealizado, na visão de Klein, tende a ser autossuficiente e a gozar de sua perfeição, como o seio ideal; sua principal

característica é “a capacidade de engendrar a si mesmo, o que é uma variante da capacidade de se auto engendrar, a qual, por sua vez, é o conteúdo de uma das principais fantasias narcísicas repertoriadas pela psicanálise” (Mezan, 2017, p. 315).

Pelo viés da teoria freudiana, fantasias oriundas do narcisismo podem ser projetadas para objetos que serão investidos pela libido. Como vimos, se há uma projeção do Eu ideal no objeto (ideal de perfeição narcísica), há uma tendência a tornar esse objeto idealizado. Logo, ele se torna perfeito, completo, autossuficiente.

Para Lacan (1998), a formação do Eu passa pelo estádio do espelho, momento mítico em que a criança pequena supera a experiência de um corpo fragmentado – e de um Eu fragmentado – ao ver sua imagem no espelho e reconhecê-la como sendo ela mesma, o que lhe confere uma unidade especular.

O que chama nossa atenção nesse conceito específico da teoria lacaniana, é que o eu é um outro. É preciso reconhecer a imagem externa, refletida de si como sua. O pensamento de Lacan aqui nos ajuda a refletir o quanto a experiência de ver o outro é determinante ao si mesmo.

Assim, nesse tema da comparação social, a grande questão é como o outro é tomado como um modelo (Baudrillard, 1991) idealizado. Esse modelo, encarnado na imagem de uma mulher que é vista por outras no Instagram, mobiliza a comparação, como se fosse um espelho, mas que ao invés de exibir a imagem em si da mulher, exibe uma do que ela gostaria de ser ou deseja ser. Essa outra mulher, por diferentes razões, torna-se um modelo, pois suas imagens “encarnam” padrões culturais e sociais de beleza física, de desempenho profissional, mostram seu acesso exclusivo a bens e experiência de consumo. Ou, simplesmente, mostram qualidades pessoais como carisma, desenvoltura, alguma habilidade desejável.

Como vimos, a comparação social para as mulheres desempenha papel importante na sua construção de identidade e na autoimagem. E quando o “campo de visão do outro (a) ” se amplia exponencialmente, isso parece gerar um curto-circuito na percepção de si e satisfação consigo mesma: sempre tem alguém melhor, mais realizada, mais bonita, mais capaz. Por mais que a mulher, como sujeito de desempenho, se otimize continuamente, fica muito difícil ficar satisfeita consigo mesma nesse espaço midiático que oferece tantas possibilidades de ver e se comparar.

O Instagram é um espaço de visibilidade hiper-real (Baudrillard, 1991), onde os modelos se multiplicam e deslocam o real. Traduzindo: é um espaço midiático onde circulam imagens que promovem formas de ser e estar no mundo ancoradas em uma lógica de consumo. Logo, estilos de vida que são ali promovidos, imagens de beleza feminina, conquista pessoais e profissionais, são idealizados, mais reais do que o real, porque é isso que conquista os olhares,

seguidores e curtidas; que mantém as pessoas mais tempo conectadas ao Instagram, o que gera lucro para a plataforma e retorno sobre o investimento para quem produz conteúdo profissionalmente nessa plataforma.

Como disse a entrevistada E.9, quando questionada sobre o que gosta de fazer nas redes sociais: “Ah, me inspirar. Ver conteúdos que eu acho bonitos esteticamente, não só em relação à pessoa, mas as roupas, casa. É só isso que eu faço, vejo coisas bonitas [...]”. Ela também afirmou o quanto a questão estética – entendida no contexto como qualidade de produção de fotos e vídeos – influencia no que ela vê, a ponto de deixar de ver algum vídeo, por exemplo, se não está esteticamente interessante, mesmo que o conteúdo seja bom.

As entrevistadas, de forma geral, entendem que o que veem no Instagram está longe da “vida real”: são fotos e vídeos altamente produzidos, planejados, a fim de oferecer situações “perfeitas”. Como disse uma das entrevistadas, a E.4: “No Instagram é tudo lindo e maravilhoso. Dificilmente eu vejo uma coisa que me deixa desconfortável no Instagram”. Em outro trecho: “Porque depois eu penso que a gente não sabe o que está acontecendo por trás da vida das pessoas. Ela está mostrando a melhor parte da vida dela, não a pior”. Ver apenas “o melhor” sobre a vida de outras pessoas o tempo todo tende a exacerbar a comparação social e a gerar um déficit de satisfação consigo mesmo (a).

Baudrillard (2015) afirma que a publicidade opera numa lógica de fábula e adesão, em que as pessoas não necessariamente acreditam na publicidade, mas na fantasia de que existe uma instância disposta a orientar seu desejo, como uma mãe com seus filhos pequenos, a lhe mostrar o que desejar, sob a promessa de gratificação e segurança.

Da mesma forma, essa lógica parece operar no Instagram: as entrevistadas sabem que o que veem ali não é a verdade factual, é algo feito para encantar. Porém, aceitam aquilo como verdade em troca de entretenimento e de que lhe digam o que desejar, mesmo que isso lhe cause mal-estar. Chamou nossa atenção observar isso em algumas falas, esse contraste entre o reconhecimento racional sobre a irrealidade do que se vê nessa plataforma social, e o desconforto provocado a partir do que se vê ali.

Especialmente as influenciadoras digitais. Elas acabam operando como analistas simbólicas. Esse conceito, proposto por Prado (2013)[43], é articulado em sua teoria a partir da dinâmica dos meios de comunicação massivos e seus agentes (especificamente na mídia impressa), porém, acreditamos que ele é aplicável ao contexto de nossa pesquisa,

[43] Esse conceito foi cunhado inicialmente por Robert B. Reich. Prado faz uma leitura específica desse conceito coordenando às suas teorias.

especificamente para abordar as influenciadoras digitais no Instagram, pois o funcionamento é muito similar.

O que são os analistas simbólicos? São esses enunciadores que orientam como caminhar de um ponto simbólico a outro na jornada para o sucesso, fornecendo os mapas cognitivos necessários, que consistem numa combinação de conhecimentos, produtos e serviços necessários à gestão da vida para se tornar o eu-mercadoria ideal. Se pensamos a partir da perspectiva de Han, o analista simbólico é quem fornece as orientações necessárias para o aperfeiçoamento contínuo do sujeito de desempenho enquanto projeto que se atualiza continuamente. Esse ponto simbólico de chegada é um ponto idealizado, construído a partir das coordenadas do que é o sucesso – financeiro, profissional, pessoal – no mundo-mercado.

No mundo-mercado é difícil identificar o caminho a seguir. Quais caminhos levam ao sucesso em um mundo onde tudo o que era sólido, derreteu e flui ininterruptamente? Qual a receita milagrosa para aproveitar o melhor da vida? Qual o passo a passo para a felicidade? Muitas pessoas estão diariamente engajadas na procura desses "mapas do tesouro" contemporâneos para se "chegar lá".

Voltando o olhar na direção das redes sociais digitais e dos influenciadores digitais, que são o tipo ideal de eu-mercadoria, sujeitos do desempenho por excelência, é possível afirmar que o conceito de analista simbólico é plenamente aplicável a eles. Especificamente as influenciadoras digitais, no contexto de nossa pesquisa, operam como norteadoras do desejo das entrevistadas, fornecendo-lhes mapas simbólicos.

O problema maior é que além das influenciadoras, outras mulheres acabam fornecendo as coordenadas sobre comportamentos e hábitos de consumo, mesmo que involuntariamente. A superoferta de modelos exige uma postura crítica constante para saber quem seguir ou não.

Mas o que leva nossas entrevistadas a tomar outra mulher, seja quem for, como modelo? Aqui, recorremos ao conceito de identificação, segundo a perspectiva de Freud e a colocação de um objeto no lugar do ideal do Eu.

A identificação é uma das manifestações de ligação afetiva mais antigas que uma pessoa pode experimentar em relação a outros objetos. A partir da introjeção do objeto no Eu, a identificação substitui uma ligação objetal, assim como pode surgir a partir de uma percepção de algo em comum com uma outra pessoa que não precisa necessariamente ser objeto da pulsão sexual, mas que seu Eu apresenta um traço em comum com o Eu daquela com quem ela se identifica. "[...] a identificação se empenha em configurar o próprio Eu à semelhança daquele tomado por "modelo" (Freud, 1923/2011a, p.62).

A partir das entrevistas, é possível verificar que acontece uma identificação das entrevistadas com outras mulheres que elas tomam por modelo. Por exemplo, E.1 descreve uma influenciadora que segue: “O estilo dela não é o meu. Ela é mais um emo core fofo, um pouco *furry*, mas esse negócio de conseguir se expressar, eu acho isso muito autêntico. Não vestiria as mesmas roupas que ela, mas algumas coisas, como as maquiagens, eu acho muito lindas também. Cabelo, tudo mais. Esse estilo de vida que ela apresenta me cativa muito”.

A influenciadora descrita é uma mulher de vinte e poucos anos, segundo a entrevistada, que tinha 18 anos à época da entrevista. Essa influenciadora é uma ilustradora profissional e E.1 relatou que desenha e que até achava que faria algo profissionalmente quanto a isso. Já E.9 fala sobre sua identificação com mulheres pretas que via no Instagram: “Eu comecei a pesquisar mais mulheres negras e a curtir seus perfis, aí, nessa barra de explorar, mais mulheres negras aparecem mais pra mim. [...]. Comecei a ver os cabelos, tranças. Eu comecei a me achar mais bonita também por causa disso”.

Retomando a questão da identificação. Laplanche e Pontalis (2016) observam a centralidade desse conceito no pensamento de Freud, pois ele diz respeito a uma operação fundamental para a constituição do ser humano. A identificação é um

> Processo psicológico pelo qual um sujeito assimila um aspecto, uma propriedade, um atributo do outro e se transforma, total ou parcialmente, segundo o modelo desse outro. A personalidade constitui-se e diferencia-se por uma série de identificações. (Laplanche; Pontalis, 2016, p. 226).

E. 12 fala o seguinte a respeito de uma influenciadora: “Tem uma blogueira que eu acho ela tem um *lifestyle* que eu queria ter, um que é um sonho meu, que eu sei que agora não é possível porque tem muita coisa ainda para conquistar, mas que eu queria muito ter. Sempre que eu vejo uma foto dela, eu falo, ‘nossa, queria muito viver isso. E ela tem uma filha pequenininha, ela tira muitas fotos com a filha dela. É linda, uma princesa. Quando eu vejo a foto, eu falo: ‘eu quero muito viver isso’. ”

Em outro trecho, ela retoma essa fala: “Quando eu vejo a foto dessa blogueira que eu citei com a filha dela, mexe comigo no sentido emocional, de tipo, eu quero ser mãe. E aí, quando eu vejo que eu penso: “Aí, é tão lindo. Nossa, que lindo a maternidade, que lindo as duas juntas”.

Já no caso de se colocar um objeto – no contexto de nossa pesquisa, uma mulher – no lugar do ideal do Eu, Freud parte do enamoramento, especialmente da situação em que prevalece a idealização e o objeto é tratado como o próprio Eu[44]. Nas relações amorosas, há um maior investimento no objeto da libido narcísica, assim como o objeto pode servir de substituto de um ideal almejado ou não alcançado no Eu. Quando isso acontece, há uma satisfação narcísica ao se buscar no outro aquilo que se almeja para si mesmo.

Porém, segundo Freud, a satisfação sexual direta tende a reduzir o enamoramento. Assim, quando a satisfação direta é adiada, há uma tendência a um esvaziamento do Eu, que se coloca numa postura mais submissa ao objeto, que se torna cada vez mais precioso e encantado (r). Assim, o objeto acaba por "engolir" o Eu.

> Isso ocorre com bastante facilidade no amor infeliz, irrealizável, pois a cada satisfação sexual a superestimação sexual experimenta uma redução. Simultaneamente a essa "entrega" do Eu ao objeto, que já não se diferencia da entrega sublimada a uma ideia abstrata, deixam de operar completamente as funções conferidas ao ideal do Eu. Cala a crítica exercida por essa instância; tudo o que o objeto faz e pede é justo e irrepreensível. A consciência não se aplica a nada que acontece a favor do objeto; na cegueira do amor, o sujeito pode se tornar, sem remorsos, um criminoso. Toda a situação pode ser resumida cabalmente numa fórmula: *O objeto se colocou no lugar do ideal do Eu*. (Freud, 1923/2011a, p.72).

Lembramos que o ideal do Eu é herdeiro do narcisismo infantil e acolhe as exigências do meio que o Eu tem dificuldade em cumprir e que entre suas atribuições estão a consciência moral, a censura nos sonhos e a auto-observação. É o representante psíquico das exigências culturais e sociais que norteiam a experiência de vida dos pais e dos primeiros cuidadores e que são colocadas para as crianças a partir dos cuidados e da educação.

Como vimos com Mezan (2017), qualquer fantasia relacionada ao narcisismo pode ser projetada no outro a fim de idealizá-lo, de superestimar suas características. Se o Eu ideal, a preconcepção do bebê perfeito dos pais, pode ser projetada, o mesmo também pode ser dito sobre o ideal do Eu, pois, conforme vimos na descrição do enamoramento intenso descrito por Freud, ele está associado ao narcisismo.

Nas últimas falas de nossas entrevistadas para falar da identificação, é possível perceber como as mulheres citadas – os objetos – servem como substitutas de um ideal almejado ou não

[44] Tais fenômenos ocorrem em toda situação de enamoramento. Mas, na maioria das relações, há um investimento no objeto de parte da libido voltada ao Eu. Nas situações menos saudáveis, acontece um investimento acentuado e, consequentemente, um empobrecimento do Eu, devido ao excessivo investimento da libido no objeto.

alcançado nas entrevistadas, assim como uma satisfação narcísica de encontrar no outro aquilo que desejam para si mesmas.

Mas o aspecto mais "mão de ferro" – consciência moral, auto-observação – do ideal do Eu também se expressa, conforme a fala de E.7 sobre se comparar com mulheres que estão em processo de emagrecimento: "Mas eu acabo, tipo, trazendo para mim a culpa de a pessoa se parecer comigo e está conseguindo e eu não estou".

Segundo Baudrillard (2015, p. 184), "a publicidade não omite tão cuidadosamente os processos objetivos, a história social dos objetos, senão para, através da instância social imaginária, melhor impor a ordem real de produção e exploração". Esse processo também acontece no Instagram. Consumindo fotos e vídeos, interiorizam-se as normas sociais – ter uma barriga chapada, viajar para certos lugares, consumir certos produtos – que determinam o que é ser uma "mulher de sucesso" (de desempenho), conforme podemos ver na fala de uma das entrevistadas: "[...] é o tempo todo martelando. De uma forma "x" de vida, uma beleza "x". E aí as pessoas buscam aquilo. É só a gente ver a Virgínia, esposa do Zé Felipe. É um lixo de pessoa, engana todo mundo, e as pessoas continuam acompanhando ela, porque é rica, milionária". Essa influenciadora foi citada em algumas entrevistas, inclusive.

Baudrillard (2015) nos lembra que parte do trabalho da publicidade é fazer com que nos adaptemos a uma ordem social real a partir de uma ordem social imaginária. É a partir do consumo que os consumidores interiorizam a ordem social e suas leis de uma forma leve e divertida, nada repressora. Trazendo essa ideia para o Instagram, verificamos que isso acontece de uma forma divertida, lúdica. As pessoas, as mulheres, no caso de nossa pesquisa, só estão se divertindo, espantando o tédio enquanto passam horas no Instagram. *Girls just wanna have fun*.

Por isso, o psicopoder é *smart* e capaz de se enraizar na mente. Nessa (s) sociedade (s) em que o neoliberalismo prevalece e impõe sua forma de produção imaterial, o verbo modal não é mais *dever*, mas *poder*. As pessoas se submetem ao poder não porque são obrigadas, mas por escolha; se submetem à exploração não por obrigação (dever), mas porque podem. Liberdade e sujeição (na forma de exploração) se encontram no sujeito que introjeta a instância exploradora. Logo, a exploração não é mais tão somente exterior, mas interior: "eu me exploro porque posso, porque sou livre para produzir (me explorar) ".

Por isso, Han refere-se à (s) sociedade (s) capitalista (s) contemporânea (s) como *sociedade do desempenho* em oposição à sociedade disciplinar. Nessa forma de sociedade, o sujeito constitui-se como projeto que busca a autorrealização. Para se realizar, é preciso se otimizar para explorar todo seu potencial e aumentar seu desempenho. Por isso, para Han, o sujeito como projeto é um *sujeito de desempenho*.

Bauman (2008) aponta que o mundo contemporâneo, líquido, é um mundo tornado mercado. O que isso quer dizer? Significa que o funcionamento da vida privada e social está sujeita às leis, ao modelo do espaço de circulação do capital comumente chamado de mercado. Produção e consumo moldam a vida que corre no ciclo produzir-para-consumir, consumir-para-produzir.

Para Lipovetsky (2016), a contemporaneidade traz as marcas de uma mudança na relação das pessoas com o consumo, que privilegia menos as relações de classe e os aspectos simbólicos (os produtos enquanto signos de distinção e identificação) e mais seu aspecto lúdico.

Tal mudança guarda suas raízes no que o filósofo chama de capitalismo de consumo, no qual mais pessoas passaram a ter acesso aos produtos industrializados, a partir da expansão da produção – e a popularização dos bens, mais baratos pela produção em larga escala – ao mesmo tempo em que a renda média dos trabalhadores aumentou, o que permitiu uma nova relação com o ato de consumir. Essa nova relação baseia-se na possibilidade de usufruir de um consumo para além das necessidades de sobrevivência. De acordo com Lipovetsky (2016, p. 50)

> Não são mais apenas as camadas superiores que podem comprar "por prazer" e consumir para além da cobertura de suas necessidades básicas, mas também as massas. Dessa forma, a grande maioria dos consumidores acedeu a um novo registro da existência: o da leveza consumista, o que exige desapego em relação às necessidades básicas fisiológicas (2016, p. 50)
> .

Aí é possível surgir o que o autor chama de "dimensão *fun*" do consumo, pois assim que "as necessidades "elementares" estão satisfeitas, o consumo tende a se libertar do registro funcional-utilitário em prol de uma busca crescente de divertimentos e prazeres. " (Lipovetsky, 2016, p.51). Sensações e experiências ganham destaque na atividade de consumir, uma vez que a dimensão simbólica de classe se torna menos preponderante. O consumo ostentação segue firme e forte. Vai para o *backstage* a ostentação ligada a demonstrar símbolos distintivos de classe, enquanto as luzes do palco se voltam para o consumidor-colecionador-de-experiências.

"Com a mercantilização crescente da vida, o comportamento frívolo está sempre se expandindo" (Lipovetsky, 2016, p. 51). Como parte dessa mercantilização da vida, do outro lado, está a penetração do mercado em todos os aspectos da existência das pessoas na contemporaneidade. Jogos, entretenimento, viagens, espetáculos, *smartphones*, roupas, tornam-se privilegiados nesse novo espaço de consumo. E nas redes sociais digitais são gastas incontáveis horas assistindo a vídeos, lendo posts e vendo imagens – ou seja: consumindo

conteúdo produzido nessas redes –, muitos deles, aliás, promovendo estilos de vida que demandam consumo de bens e serviços específicos. Enquanto há um incontável número de pessoas produzindo esse material a ser visto-consumido nas redes sociais digitais como fonte de renda, desde produtores de conteúdo individuais a estruturas empresariais muito bem organizadas.

Como exemplo, tomamos a resposta de E.9 a pergunta "E por que ver essas pessoas falando de experiências e coisas que você não tem acaba funcionando como entretenimento? "

"E. 9 - Porque além de ser algo que eu não tenho acesso, é sempre algo legal que você não tem e você quer algo que você goste, né? Então é algo legal que eu gosto, eu não tenho acesso, então eu gosto de ver como que funciona a qualidade, se é bonito ou não. Você gosta de saber, né? A gente sempre tá querendo saber mais sobre as coisas. Em relação a objetos, acho que é isso. A gente sempre está querendo ter o melhor. Então, acaba sempre entretendo mais, porque é o que você não tem. Se você tem isso, não vai se entreter porque já tem, né? Então, a novidade acaba entretendo".

E isso tem impacto nas novas configurações de existência dentro do mundo tornado mercado. Uma vez que o consumo se tornou prevalente nas sociedades contemporâneas, Bauman afirma que:

> Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável (2008, p.20)

Nas sociedades hipercapitalistas contemporâneas, que priorizam a performance de sujeitos de desempenho em contínua competição, o aperfeiçoamento permanente anda lado a lado com a sensação de "ainda falta muito pra chegar lá": ou seja, para ter alguma satisfação pessoal, é preciso ter ou fazer algo. Nesse sentido, o eu-mercadoria só é realizável no futuro. Agora, no presente, é preciso correr atrás para "chegar lá". Mas, a realidade encarada por muitas pessoas é de um mercado de trabalho competitivo e precarizado, que exige estar sempre otimizado (a) para continuar competitivo (a) e suficientemente produtivo (a) e consequentemente capaz de consumir, demandando assim uma otimização de si contínua e ininterrupta, que lhe permita ser uma mercadoria desejável na prateleira da vida.

Se olharmos para as falas de nossas entrevistadas pelo vértice do conceito de sujeito do desempenho, vemos o quanto essa comparação social desempenha papel crucial na introjeção do psicopoder.

Ver outras mulheres, influenciadoras ou não, mantém-nas constantemente alertas e orientadas para buscar produtos, serviços e diversas atividades que sirvam para sua otimização e enquadramento em um determinado modelo do que é ser mulher, como podemos ver nessa fala de E.9: "[...] a internet sempre entrega algum problema, né? Principalmente em relação às mulheres, sempre começa a surgir novos nomes. Nem sabia o que era culote há um tempo atrás. "Como diminuir culote", mas eu nem sabia o que era isso... Agora tem mais um problema na minha cabeça, entendeu? Em relação a mulher, é sempre uma descoberta, estamos sempre tentando ficar bonitas, estamos sempre nos analisando muito. E quanto mais você olha, mais vai achar alguma coisa. Então, é aquela frase famosa da internet: talvez seja hora de parar de olhar para o espelho um pouco. Porque, se você procurar, você acha".

Ser mulher enquanto sujeito de desempenho não é tarefa simples. Demanda um empenho para se adequar a um ideal de perfeição feminina que envolve um padrão de beleza muito rígido e uma visão de sucesso muito delimitada, que envolvem aspectos pessoais e profissionais bem demarcados, como pudemos observar em muitas falas das entrevistadas.

Um exemplo pode ser observado na resposta de E. 5 a pergunta "No Instagram, especificamente, você já teve alguma sensação desconfortável? Já viu alguma coisa que te incomodou? ": "Sim. Eu acho que a questão de pressão estética. É uma coisa que tem bastante lá. Todas as meninas que aparecem lá têm um rosto x, aí têm o nariz muito fino, têm olhos mais amendoados. E aí tem uma bocona... Toda essa questão "Kardashian" de ser que a gente vê. Então, é isso que eu vejo que é bem padrão. E aí tem o corpo também, né? Que ou é muito magra, que agora tá meio que na onda dos anos 2000, assim de modelo, essa coisa de passarela. Então, ou são muitas meninas muito magras que estão aparecendo ou são muitas meninas com bastante curvas. Não tem um meio termo ali. Não tem corpos reais, digamos assim".

Há muita cobrança quanto à adequação a um corpo magro e "em forma" que podem ser observadas em várias falas das entrevistadas: "E eu tinha um problema com a minha barriga. Eu tenho um buchinho, sabe? Não é aquela barriga sarada. Hoje em dia, eu entendo que isso é normal da mulher, é estranho você não ter. Se você não tem, você teve que fazer muita coisa. Uma melhor normal, saudável, tem buchinho"; "Pra mim, eu gosto de não de não ser reta, entendeu? Eu gosto de ter perna. Eu gosto de ter perna, eu gosto de ter bunda, um peitoral bonito, eu gosto de ter umas costas bonitas, definidas, mas eu não gosto de barriga". "Eu me comparava muito com as meninas pela questão do corpo. A minha comparação com as pessoas,

com mulheres, é muito a questão do corpo. Eu me aceito como eu sou, mas isso foi um processo muito longo de terapias com várias terapeutas diferentes, pra chegar no nível onde estou. Mas a minha comparação era muito de pensar "nossa, fulana é magra, eu não sou. Então, a será que ela vai me aceitar ali, perto dela? "". "[...] só aparecia conteúdos de corpos de mulheres bonitas (obs.: a entrevistada refere-se ao Instagram), e aí eu tirei um pouco disso, porque foi realmente danoso, eu me sentia insuficiente. Sentia que nada que estava fazendo, principalmente relacionado ao meu corpo, porque é a coisa que mais pega pra mim. Ele não era viável. Parecia que tudo que eu fazia não importava mediante aquilo ali, sabe? Pela realidade daquelas pessoas. É muito estranho falar isso".

Ao invés dos muros que separavam a normalidade da anormalidade, a sociedade do desempenho neoliberal é feita de academias, escritórios, shoppings e laboratórios de genética ocupados por sujeitos do desempenho e produção (Han, 2017); é aberta e transparente a partir das redes sociais digitais e *smartphones* com todos os dados coletados e exposição da vida, pois, esse tipo de poder "exige que permanentemente compartilhemos, partilhemos e participemos, que comuniquemos nossas opiniões e necessidades e que contemos da nossa vida" (Han, 2021a, p. 57).

E o Instagram acaba operando como uma grande vitrine de promoção desse padrão físico com a qual nossas entrevistadas se comparam. Isso fica evidente, basicamente, em todas as entrevistas. Ou as entrevistadas relatam espontaneamente essa questão de uma comparação que surge a partir do que veem no Instagram ou quando foram questionadas a respeito, confirmaram: "Vejo que minha vida não é daquele jeito. Mas depois, entendo que nem a dela. Mas eu penso "minha vida não é assim", ou "o que tem de errado comigo? Por que eu não consigo fazer isso? Por que que eu não consigo ser assim? " Por que na minha vida isso não acontece? Então, tem um pouco dessa comparação e depois eu penso que a gente não sabe se isso é verdade. Mas, a primeira impressão é sempre essa". "[...] você via a pessoa postando um vídeo com o corpo bonito ou algo do tipo e quando você vê essas pessoas da vida real, aí fica pior porque você pensa, "nossa, existe uma pessoa na vida real que ela é assim e eu não sou", sabe? Então fica muito complicado, tipo, eu me comparava muito e era por causa disso. Era justamente por causa dessas *influencers* que eu seguia aí do corpo saudável".

Outro ponto de intensa comparação é poder aquisitivo, que muitas vezes se evidencia pelo acesso a bens e serviços exclusivos, cuidados com o corpo e que aparecem como forma de ostentação de um estilo de vida baseado em consumo no Instagram em fotos e vídeos. E.10 aborda isso da seguinte forma: "essa questão do financeiro me pega porque eu não tenho dinheiro para fazer isso. Eu queria poder ter dinheiro para gastar com procedimentos estéticos.

E aí essa coisa assim também de eu ver essas meninas gastando dinheiro assim, dessa forma incomoda, porque eu tenho que ralar pra caramba para eu poder fazer isso".

Para consumir, é preciso dinheiro. As redes sociais digitais, especificamente no âmbito de nossa pesquisa, o Instagram, promovem a visibilidade dos mais variados bens e serviços. Mas nem tudo está ao alcance de todos, nem mesmo recorrendo ao crédito. Baudrillard (2015) afirma que a publicidade é democrática, uma vez que é oferecida para todas as pessoas. Podemos estabelecer um paralelo com o Instagram, pois a promoção de estilos de vida atrelados ao consumo é democrática: é possível ver as pessoas consumindo produtos e experiências diversas, ao ponto de entender as pessoas abrindo caixas de produtos, ou comendo em lugares específicos, ou viajando e visitando certos lugares como uma forma de entretenimento. Porém, parece que quanto mais coisas são mostradas – ofertadas – menos se tem acesso a elas.

Numa sociedade hipercapitalista, em que as relações sociais são determinadas pelo consumo e por uma lógica de mercado, a autorrealização passa pela aquisição de bens materiais e imateriais. Nesse ponto, a cobiça se aproxima da inveja.

Uma vez que as entrevistadas – e, pensando que nosso *corpus*, em alguma medida, representa um universo maior de mulheres – estão continuamente expostas a esses bens materiais e imateriais a partir do Instagram, é presumível que elas vão desejar essas coisas a ponto de cobiçá-las.

Mas, como dissemos anteriormente, o que diferencia a inveja da cobiça é a presença do outro: deseja-se aquilo que o outro tem, enquanto na cobiça, há um desejo desmedido pelas coisas – dinheiro, poder, fama – mas sem necessariamente ser aquilo que é de alguém. Não há um outro envolvido.

Segundo o dicionário Michaelis on-line (2025), cobiça é "desejo veemente de possuir ou conseguir alguma coisa" e "ânsia ou ambição de honras ou riquezas; avidez". Na sua definição, já fica claro o quanto ela se volta para as coisas, e não para as pessoas. Por isso, afirmamos que a inveja é uma constelação emocional, pois sua experiência está entrelaçada com outras emoções.

A autorrealização da mulher como sujeito de desempenho passa pela adoção de um estilo de vida calcado no consumo de bens materiais e imateriais, serviços, que são elementos de uma série que remonta à uma fantasia de completude narcísica que, psiquicamente, é inalcançável e que o hipercapitalismo torna inalcançável sempre oferecendo um novo limite – um novo produto, a valorização de um outro atributo físico – que mantém as mulheres como um rato numa roda, numa corrida sem fim, alimentada pela sua energia psíquica, pela sua vida.

Síntese interpretativa

Tema 2: Inveja como desejo insatisfeito, falta e ressentimento

Falamos há algumas páginas a respeito da relação entre falta e desejo para a psicanálise. O ser humano é incompleto e seu crescimento emocional implica o reconhecimento desse fato: dos seus limites, da dependência de outras pessoas, das imposições da realidade.

Na teoria kleiniana das posições, o crescimento emocional do bebê leva a diminuição da onipotência e de um estado narcísico característico da posição esquizo-paranóide para o reconhecimento da dependência e da ambivalência em relação ao outro na posição depressiva.

Esse processo não acontece sem sofrimento. Ao mesmo tempo que o outro norteia o desejo, ele também lembra aquilo que não tenho, aquilo que não sou e que muitas vezes, não posso ser. Eis o ponto em que a inveja se encontra com o desejo. Relembrando Cintra e Ribeiro (2018), a inveja faz parte da estrutura do desejo e está associada à sua voracidade, ao seu aspecto insaciável.

A visão do outro leva ao reconhecimento do limite entre e eu e o outro, assim como da diferença (não somos iguais). Ou seja, quando uma de nossas entrevistadas vê uma outra mulher, ela pode sentir inveja dela ao perceber que são pessoas diferentes. Mesmo que tenham semelhanças, existe uma diferença encarnada por algo e esse algo qualquer desperta seu desejo (se ela tem, por que eu não tenho?).

E as plataformas sociais amplificaram essa visão do outro. Como disse E. 12: “[...] eu tinha muita inveja de pessoas a minha volta. Uma prima, minha irmã. [...]. Acho que o Instagram só aumentou essa proporção. Agora eu consigo ver pessoas lá no Mato Grosso e ter inveja delas. Antes eu só tinha inveja de pessoas no meu bairro”.

Baudrillard (2015, p. 185) afirma que “a imagem cria um vazio, visa a uma ausência, por isso é “evocadora”. Com esse aumento exponencial de pessoas a quem se comparar, mulheres servindo como modelo, nossas entrevistadas são continuamente bombardeadas por imagens que suscitam e frustram o desejo no Instagram, uma vez que as imagens rementem a outras imagens, não à coisa em si que satisfaria o desejo.

Freud (1900/2019) afirma que o sonho é uma realização de um desejo inconsciente. Pensando no contexto de nossa pesquisa, ouvindo nossas entrevistadas, temos a impressão de que elas vivem uma realização de desejo a partir do que elas veem outras mulheres fazendo. É como se elas vissem outras mulheres fazendo o que elas desejam, e ao mesmo tempo que isso provoca prazer, também causa desprazer, uma vez que elas veem aquilo que desejam, sabem que não tem, mas querem ter.

Como o material com que estamos trabalhando é oriundo de entrevistas, não é possível falar em realização de desejo inconsciente, algo que só poderíamos pensar a partir do contexto da aplicação clínica, terapêutica, da psicanálise. Então, essa realização de desejo a que nos referimos aqui é consciente.

Por exemplo, no caso das falas de E.12 que citamos: ela vê uma influenciadora cujo estilo de vida é desejado por ela. Ela é mãe, algo que nossa entrevistada comenta abertamente que deseja ser também. É possível perceber também nas falas de E.1 que a influenciadora que ela cita também tem características e realiza coisas que ela deseja: "Eu consigo pensar em uma pessoa específica, que era uma influenciadora que eu sigo e acho ela muito autêntica. Ela se diverte, tem seus problemas, seus objetivos, mas ela consegue manter o estilo que ela se propôs, que ela gosta, consome. Consegue encontrar pessoas em comum, que gostam das mesmas coisas. Consegue ter contato com essas pessoas, consegue sair, participar de eventos. Consegue se expressar e ter contato com as coisas que fazem sentido para ela".

E.1 é uma jovem universitária que está enfrentando os desafios da vida adulta: dividir a rotina entre estudo e trabalho, ainda busca encontrar seu "lugar no mundo" (construção de identidade), tem que abrir mão de fazer coisas que gosta ou gostaria de fazer para atender as exigências desse contexto de vida. Logo, o que ela relata que chama sua atenção na influenciadora como sua autenticidade, viver do seu trabalho como ilustradora, ter um estilo próprio, poder ir a lugares e encontrar pessoas com interesses comuns, são exemplos dessa realização e desejo a partir do que se vê de outra mulher.

Nesse sentido, o outro – no contexto da nossa pesquisa, outra mulher, seja ela uma amiga ou influenciadora – serve de bússola para o desejo: "ela tem o que eu não tenho". Isso é perceptível em algumas das representações da inveja que surgiram na definição das entrevistadas. Por exemplo na E.2: "É você querer ter a vida que o outro tem. Na minha cabeça é isso. É você olhar e, ou querer ter a vida, ou querer ter o tipo de emprego da pessoa ou alguma coisa que ela tem, uma conquista, um bem material que ela tem e você não tem. E você quer ter, entendeu? ". Ela vê, sabe que não tem, mas quer ter.

Baudrillard (2015) afirma que o desejo é coletivamente mediado, mesmo o desejo mais individual mira o universal: só é possível desejar algo porque a coletividade – às vezes uma coletividade concreta, como família, amizades ou abstrata: "todo mundo ia adorar ter isso" – o deseja. Fisher (2020) nos lembra que o neoliberalismo foi muito astuto em captar o desejo da classe trabalhadora britânica, entre os anos 70 e 80. Conseguiu captar seu desejo de liberdade e materializá-lo em desregulamentação, enfraquecimento dos sindicatos, promoção do trabalhador como um empreendedor. Da mesma forma, na contemporaneidade, o desejo é

cooptado pelo hipercapitalismo e transformado em desejo por coisas que podem ser compradas, consumidas. A liberdade também está em jogo aqui, como liberdade de participar das redes sociais digitais, de ver o que quiser nessas redes, liberdade de consumir o que quiser. E o Instagram é um excelente espaço para a promoção de estilos de vida que vão demandar o consumo de certos produtos e serviços.

Essa também é a percepção das entrevistadas. E.4 afirma de forma geral sobre as redes sociais digitais que "Virou um grande marcado, né? O pessoal tá todo se vendendo ou vendendo alguma coisa nessa área. Então, se eu for olhar pelo lado publicitário, virou um mercado. A gente está sempre se vendendo e nunca vende o lado ruim do produto, né?

Então virou um grande mercado. Todo mundo se autopromovendo, se anunciando, se expondo, mostrando o que os outros querem ver. Tanto de produto, quanto de pessoas. "

Esse aspecto aparece também na fala de E.12: "[...] hoje em dia, o que mais tem na internet e no Instagram, é gente querendo vender curso, falando que você vai ficar rico comprando um curso dela, entendeu? Se fosse assim, todo mundo ia ser rico, isso não existe. Aí, a pessoa fica ali ostentando e eu penso: 'Meu Deus, que piada". [...]. Eu sei que tem gente que se compara e pensa que aquilo ali é uma coisa, às vezes nem é real, e a pessoa pensa que é real, né? ".

No entanto, enquanto esse desejo se realiza por meio do outro, ele também é frustrado. Como afirma Baudrillard (2015, p. 186): 'O olhar é presunção de contato, a imagem e sua leitura são presunção de posse'. Para algumas entrevistadas, o único meio de ter acesso a produtos e serviços relacionados a certos estilos de vida é pelas postagens, especialmente de influenciadoras, no Instagram.

Podemos verificar isso nas entrevistas em falas como "na minha cidade tem uma menina que tem bastante dinheiro. E aí ela sempre faz coisas assim. É *Stories* "luxão" em Dubai, viajando. Ela tem aquele cachorro, Lulu da Pomerânia, que é caríssimo e aí eu fico, gente, parece que a vida é tão mais fácil para essa gente. Eu fico com inveja, também queria ter isso"; "É essa realidade de vida mesmo, ficar assistindo ali pessoas sendo felizes. Acho que o que mais me incomodava era ver pessoas podendo curtir a juventude delas, enquanto eu não tinha as oportunidades, sabe? [...]. Quando eu era mais nova, era as pessoas conseguirem comprar o cosplay delas, que era três milhões de muito mais caro. E daí, quando eu consegui juntar dinheiro para comprar uma lente, a minha irmã pegou a tesoura e cortou".

Freud (1911/2010) afirma que os princípios fundamentais do funcionamento da mente são dois: o princípio do prazer e o princípio da realidade. O princípio do prazer é a tendência psique humana de buscar satisfação e evitar o desprazer. A sensação de prazer vem do alívio do

acúmulo de tensão psíquica. Por exemplo, você está sentindo muita fome (tensão psíquica, desprazer) e se alimenta (alívio da tensão, descarga que resulta em prazer).

Já o princípio de realidade surge da consideração do mundo externo e da interação com a realidade. Enquanto o princípio do prazer visa à busca de satisfação imediata sem considerar os limites da realidade e os perigos, o princípio de realidade, mediado pelo Eu, modifica o princípio do prazer adiando a gratificação quando necessário e buscando formas mais eficazes de obter satisfação sem gerar sofrimento ou punição.

No caso da experiência de nossas entrevistadas com o Instagram, parece que constantemente, o princípio de prazer entra em choque como princípio de realidade. De forma geral, o Instagram oferece um espaço de promoção do prazer, ao permitir o alívio do estresse, do tédio, da realidade: "usava muito (o Instagram) pra me distrair. [...] Eu estava triste depois que eu saía do aplicativo e ia fazer outras coisas. Era como se lá eu estivesse dominada pela dopamina e depois tinha que voltar para fazer as coisas", assim como uma espécie de alucinação de realização de desejo: "Eu acho que eu acompanho essas pessoas por uma questão de talvez pegar o gás, me inspirar e começar a fazer também [...]. Mas, às vezes, é legal só acompanhar e ver a pessoa batendo as metas dela e falando sobre".

As imagens no Instagram promovem satisfação e frustração. A realização de desejo na imagem denuncia aquilo que falta no real. O desejo realizado a partir de outra mulher tem o mesmo limite que o desejo alucinado de satisfação. Assim, eclodem a frustração e o ressentimento associados à constelação emocional da inveja.

Podemos identificar a frustração em falas como "Quando vejo que outras pessoas conseguem o que eu queria, me sinto muito incapaz", "Fico pensando que não importa o que eu faça, nunca vou conseguir alcançar o que vejo os outros conquistando", Dá uma sensação de que eu poderia estar em outro lugar da minha vida, mas não estou".

A sociedade hipercapitalista do desempenho impõe padrões muito altos para a autorrealização do sujeito de desempenho como projeto, conforme já discutimos. Se as mulheres são, dentro de uma lógica algorítmica, bombardeadas com imagens que continuamente as convocam a se mobilizar no auto aprimoramento a partir do consumo, a tendência é que elas sempre sintam a falta de algo, a última novidade do mercado que vai resolver sua vida: "Eu já tomei muitos remédios assim indicados por redes sociais. "Ah, tô tomando essa ioimbina aqui está me ajudando. Estou tomando psyllium, está me ajudando". Então, se a gente parar pra pensar, é uma forma de automutilação que eu faço pro meu corpo que é influenciada por essas pessoas (as influenciadoras) ".

A falta sempre evidente, como uma bocarra voraz, sempre está escancarada à espera de ser tamponada por algo novo, que numa sociedade de obsolescência programada e que incita concorrência, e a competitividade, nunca acontece. E o ressentimento brota dessa visão de ver tantas mulheres que “chegaram lá”; e nem são tantas mulheres assim; é o algoritmo do Instagram que percebe que elas passam mais tempo no aplicativo ao ver esse tipo de conteúdo e, por isso, continua entregando vídeos e fotos sobre o mesmo tema". Sinto que as pessoas que conseguem certas coisas não merecem tanto quanto eu", "É difícil ver alguém que nem se esforça tanto conseguindo coisas que eu queria", "Às vezes, bate uma raiva quando vejo alguém com aquilo que eu queria ter".

Diante de nossa análise, é possível afirmar que o Instagram intensifica a comparação social e desperta emoções como a inveja entre suas usuárias, ao reforçar padrões idealizados de sucesso, beleza e consumo. Embora a inveja se manifeste de forma intermitente, seus impactos na autoestima e no bem-estar emocional são significativos, alimentando um ciclo de insatisfação e busca por validação externa.

Os relatos analisados indicam que essa inveja se divide principalmente entre a relacionada a conquistas materiais e status social e aquela voltada para aparência física e estilo de vida. Essa emoção é potencializada pela lógica do sujeito de desempenho, onde a pressão por aprimoramento contínuo é intensificada pelo fluxo incessante de micronarrativas contingentes de sucesso no Instagram.

Além disso, a plataforma se estrutura como um espaço que reforça a autopromoção e a necessidade de reconhecimento, criando um ambiente propício para a comparação constante e para a frustração decorrente da percepção de inadequação. Nesse contexto, a inveja se insere em um cenário mais amplo de expectativas sociais, influenciado pelo narcisismo e pela lógica do consumo digital. Assim, a pesquisa reforça a necessidade de uma reflexão crítica sobre o impacto das redes sociais na saúde mental, questionando como a exibição de padrões idealizados pode perpetuar ciclos de desejo, frustração e comparação na experiência digital das usuárias.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada confirmou que a inveja se manifesta entre as usuárias do Instagram, mas de forma intermitente e passageira, alinhando-se à hipótese da pesquisa. Diferente das descrições filosóficas e teológicas que a apresentam como uma emoção ruminante, a inveja observada entre as entrevistadas surge como impulsos momentâneos, associados ao desejo de possuir algo, se parecer com alguém ou vivenciar experiências específicas.

Os resultados indicam que a lógica neoliberal e de consumo vigente nas redes sociais digitais intensifica essa experiência. O Instagram, em especial, opera como um catalisador da comparação social ao expor constantemente conteúdos aspiracionais, promovendo padrões estéticos, conquistas materiais e estilos de vida idealizados. Essa dinâmica pode estimular emoções como frustração, ansiedade, insegurança e inferioridade entre as usuárias, evidenciando seu impacto na saúde emocional.

Os relatos evidenciam a existência de dois grandes eixos de inveja:

1. Inveja ligada a conquistas materiais, acadêmicas e profissionais – relacionada às oportunidades de estudo, sucesso no mercado de trabalho, acesso a bens de consumo e experiências exclusivas. Muitas entrevistadas relataram sentir inveja de pessoas que viajam frequentemente, têm carreiras bem-sucedidas e podem usufruir de um padrão de vida mais elevado.
2. Inveja relacionada à aparência física e estilo de vida “saudável” – centrada na comparação com padrões de beleza, corpos idealizados e rotinas de treino. A dificuldade em atingir esses padrões gera insatisfação pessoal e em alguns casos, impotência.

As entrevistadas relatam sentir inveja em momentos específicos, geralmente ao ver postagens sobre viagens, conquistas profissionais, bens de consumo e aparência física. Há uma oscilação entre inveja "motivadora" ou positiva, que incentiva melhorias e inspira mudanças, e uma inveja "destrutiva", mais corrosiva, ligada ao ressentimento e que causa frustração e desmotivação. A autoestima desempenha um papel crucial nesse processo, pois mulheres com menor autoconfiança parecem ser mais afetadas negativamente.

Algumas entrevistadas tentam minimizar ou ressignificar essa emoção, chamando-a de "desejo" ou "admiração". Esse aspecto da admiração relacionada à inveja, está associada a idealização, que conforme vimos, é um recurso defensivo para lidar com a inveja. A idealização também é promovida pelo Instagram, uma vez que as postagens buscam sempre mostrar aspectos felizes, imagens esteticamente produzidas e rebuscadas, conquistas pessoais e sociais associadas a um senso comum de sucesso.

A pesquisa também evidencia que a comparação social é um fenômeno central nessa experiência, com diferentes impactos emocionais. Algumas entrevistadas relataram que a inveja pode ser um fator motivacional, impulsionando melhorias pessoais, enquanto outras descreveram sentimentos de desmotivação e desânimo ao se compararem com influenciadores e conhecidos.

Além disso, a relação entre inveja e narcisismo se faz presente nesse contexto digital. A estrutura do Instagram favorece a exposição exacerbada da própria imagem e a busca por validação, elementos que podem intensificar sentimentos de inveja em um ciclo de retroalimentação. Usuárias que buscam reconhecimento e admiração podem se sentir constantemente pressionadas a corresponder a um ideal inalcançável, o que reforça estados de insatisfação e frustração.

Esse fenômeno também se alinha ao conceito de sujeito de desempenho, característico da sociedade contemporânea, em que há uma exigência contínua de aprimoramento pessoal e produtivo. O Instagram contribui para essa dinâmica ao apresentar narrativas de sucesso e superação como metas desejáveis e acessíveis a qualquer um que "se esforce o suficiente". No entanto, essa lógica pode resultar em um estado de exaustão emocional, pois as usuárias sentem que precisam estar em constante evolução para não ficarem para trás, intensificando a experiência da inveja e o impacto na autoestima.

Retomando o levantamento feito no Estado da Questão, vemos que há estudos que entendem que o Instagram é projetado para reforçar a comparação social e a busca por validação, aumentando a exposição dos usuários a conteúdos que podem gerar promover emoções como inveja e inadequação, pois a plataforma promove uma cultura de performance, na qual o sucesso é constantemente exibido e validado por meio de curtidas e interações, o que pode gerar um ciclo de insatisfação contínuo.

Há estudos que, como nossa pesquisa, reconhecem que o Instagram favorece a experiência da inveja, mas que ela pode variar de intensidade e interpretação.

Em relação a contribuição de nossa pesquisa aos achados de pesquisa anteriores, ressaltamos que a partir das entrevistas, identificamos que a inveja está frequentemente associada a emoções como frustração, ansiedade, tristeza e desmotivação, além de outras já conhecidas como raiva e culpa. Essa constelação emocional ajuda a compreender melhor os impactos psicológicos da comparação social no Instagram.

Nossa pesquisa também identifica que a inveja pode ser sentida de forma intensa e até perturbadora, levando algumas usuárias a evitar conteúdos que despertam essa emoção (adotando estratégias como silenciar perfis) e que seu impacto parece ser maior em mulheres

com baixa autoestima, reforçando a ideia de que a experiência subjetiva influencia a maneira como o Instagram afeta suas usuárias.

Enquanto alguns trabalhos tratam da inveja como um fenômeno teórico ou sem um pressuposto bem definido do que é inveja, nossa pesquisa identifica que, segundo algumas entrevistadas, a inveja pode motivar mudanças positivas ou gerar ressentimento e desânimo (inveja "boa" e "ruim"). Algumas delas tentam redefinir a inveja como admiração, por exemplo, o que sugere estratégias psicológicas para lidar com o desconforto sentido.

Os relatos indicam que a forma como a inveja é experimentada varia de acordo com fatores como autoestima, histórico pessoal e nível de satisfação com a própria vida. Isso é algo que o próprio Instagram alegou para discutir a divulgação dos achados de suas pesquisas internas pelo *Wall Street Journal* ao relativar os impactos negativos do uso do Instagram especificamente por meninas e adolescentes.

Ainda sobre essas pesquisas internas reveladas pelo jornal, as entrevistas que realizamos confirmam que o Instagram contribui com a inadequação e insegurança. Enquanto os dados da Meta sugerem um impacto mais grave e contínuo, as entrevistadas relatam que a inveja surge de forma intermitente, sendo rapidamente substituída por novos desejos. Algumas entrevistadas relatam estratégias para reduzir a inveja, como silenciar perfis ou limitar o tempo de uso, algo não abordado na pesquisa do Facebook.

Falando numa linguagem freudiana, percebemos que algumas das entrevistadas que distribuem melhor sua libido investindo-a no mundo – trabalho, família, amigos, relacionamentos amorosos – e no. Eu, tendem a lidar melhor com a inveja e experiências emocionais mais onerosas.

Além da inveja sentida em relação a influenciadores, um achado interessante de é que muitas entrevistadas relataram inveja de pessoas próximas, como colegas, amigas, familiares. Isso reforça a ideia de que a comparação acontece dentro de círculos sociais menores e com pessoas desconhecidas, como influenciadoras, tornando-a ainda mais significativa e impactante.

Dessa forma, conclui-se que a inveja no Instagram está inserida em um contexto sociocultural mais amplo, onde a efemeridade do conteúdo digital contribui para sua manifestação breve e cíclica. A pesquisa destaca a necessidade de reflexão sobre os impactos das redes sociais digitais na saúde mental, especialmente no que tange à constante exposição a padrões inalcançáveis, à dinâmica que estimula ao mesmo tempo que ataca o narcisismo da plataforma e ao reforço da lógica do desempenho e da comparação.

REFERÊNCIAS

ACCOTO, Cosimo**. O mundo dado: vida, dados e algoritmos na era da computação difusa**. São Paulo: Paulus, 2020.

ALBERONI, Francesco. **Os invejosos: uma investigação sobre a inveja na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

BARBOSA, Karen Muzani Pereira Dias. **A inveja nos filmes publicitários da fiat e Boticário utilizando o contexto de classes sociais semelhantes**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2020. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tedeserver/api/core/bitstreams/bee17fbe-0876-4a5c-b5ee-4c062fcfdb9f/content. Acesso em: 26 abr. 2025.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relume Dumará, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. **A troca simbólica e a morte**. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

BAUDRILLARD, Jean**. O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmund. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria**.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2019.

BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da imagem:** vigilância e resistência na dadosfera. São Paulo: UBU Editora, 2021

BERNAL, César A. **Metodologia de la investigacioon.** 3.ed. Colômbia: Pearson Education, 2010.

BION, W. R. Aprender da experiência. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2022.

BRITO, Francisco Wilker Carneiro. Exposição do consumo de alimentos nas redes sociais online: uma análise dos significados das postagens compartilhadas. 2019. 81 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico ou Profissional em 2019) - Universidade Estadual do Ceará, 2019. Disponível em: <http://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=87073> Acesso em: 26 de abril de 2025.

BRITTON, Ronald. Ele se sente lesado: a personalidade patologicamente invejosa. *In*: ROTH, Priscilla; LEMMA, Alessandra (Orgs). **Revisitando "Inveja e gratidão"**. São Paulo: Blucher, 2020, p. 193-214.

BONOMI, Carlo. Do genital mutilado ao culto do falo. **Revista Cult**, n.308, 2024. Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/categoria/edicoes/cult-308/. Acesso em: 27 abr. 2025

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**. Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo o que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CAPER, Robert. Inveja, narcisismo e a pulsão destrutiva. In: ROTH, Priscilla; LEMMA, Alessandra (Orgs). **Revisitando "Inveja e gratidão"**. São Paulo: Blucher, 2020, p. 66 - 86.

CAVALCANTE, João Paulo Santos. **Modelo explicativo da intenção de compra a partir dos *Big Five*, da orientação para a comparação social on-line e da inveja.** 2017. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, 2017.

CETIC. TIC Kids Online Brasil 2021: 78% das crianças e adolescentes conectados usam redes sociais. **Cetic.br**, 2022. Disponível em: https://cetic.br/pt/noticia/tic-kids-online-brasil-2021-78-das-criancas-e-adolescentes-conectados-usam-redes-sociais/#:~:text=Em%202021%2C%2011%2C9%20milh%C3%B5es,rede%20nos%20diferentes%20extratos%20sociais. Acesso em: 26 abr. 2025.

CINTRA, Elisa Maria de Ulhôa; FIGUEIREDO, Luis Cláudio. **Melanie Klein:** estilo e pensamento. São Paulo: Escuta, 2010.

CINTRA, Elisa Maria de Ulhôa; RIBEIRO, Marina F. R. **Porque Klein?** 1. ed. São Paulo: Zagodoni, 2018.

COMSCORE Brasil 2022. Mudanças no consumi digital no Brasil, 2022. **ComScore**, 2022. Disponível em:

CORDEIRO, D. F. et al.. Cartografando comentários e sentimentos no perfil de Jair Bolsonaro no Instagram acerca da Covid-19. **Galáxia (São Paulo)**, v. 47, p. e56929, 2022.

CHUSTER, Arnaldo; TRACHTENBERG, Renato. **As sente invejas capitais: uma leitura psicanalítica contemporânea sobre a complexidade do mal**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

CHODOROW, Nancy J. The reproduction of mothering: psychoanalysis and the sociology of gender. Berkeley: University of California Press, 1978.

DELEUZE, Gilles. **Crítica e clínica**. São Paulo, Editora 34, 2011.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo**. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

FLUSSER, V. Do inobjeto. **ARS** *(São Paulo)*, v. 4, n. 8, p. 30–35, 2006. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ars/a/wWRrkk5hYQL3Fgn7m4Gnp5j/?lang=pt. Acesso em: 26 abr. 2025.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. Organização de Rafael Cardoso. Tradução de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FREGONEZE, Gisleine. Instagram: Plataforma de Mídia Social. *In:* LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing Digital. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.121. ISBN 9786559771103. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559771103/. Acesso em: 26 abr. 2025.

FREUD, Sigmund. **Introdução ao narcisismo**: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do Eu e outros textos (1921-1923)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011a.

FREUD, Sigmund. **A interpretação dos sonhos.** In: Obras completas, volume 4**:** a interpretação dos sonhos (1900). São Paulo, Companhia das Letras, 2019.

FREUD, Sigmund. **Obras completas, volume 16**: O eu e o id, "autobiografia" e outros textos (1923-1925). São Paulo: Companhia das Letras, 2011b.

GUINARD, Florence. A inveja na sociedade ocidental: hoje e amanhã. In: ROTH, Priscilla; LEMMA, Alessandra (Orgs). **Revisitando "Inveja e gratidão"**. São Paulo: Blucher, 2020, p. 173-192.

GOMES, Roberto. **Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa**. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.* Petrópolis, RJ: Vozes, 2016. p. 72-95.

HAIDT, Jonathan. **A geração ansiosa: como a infância hiperconectada está causando uma epidemia de transtornos mentais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

HAN, Byung-Chul**. Sociedade da transparência**. Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2017a.

HAN, Byung-Chul**. Agonia do Eros**. Petrópolis: Vozes, 2017b.

HAN, Byung-Chul**. No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis: Vozes, 2018a.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Âyiné, 2018b.

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo**. Petrópolis: Vozes, 2019a.

HAN, Byung-Chul. **A expulsão do outro: sociedade, percepção e comunicação hoje**. Petrópolis: Vozes, 2019 a.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade paliativa: a dor hoje**. Petrópolis: Vozes, 2021a.

HAN, Byung-Chul. **Capitalismo e impulso de morte: ensaios e entrevistas**. Petrópolis: Vozes, 2021b.

HAN, Byung-Chul**. Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Petrópolis: Vozes, 2022a.

HAN, Byung-Chul. **Não-coisas: reviravoltas do mundo da vida**. Petrópolis: Vozes, 2022b.

HAN, Byung-Chul. **A crise da narração**. Petrópolis: Vozes, 2023.

HARRIS, Adrienne. Inveja Feminina: exploração preliminar. IDE, v.40, n.65, 2018. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/pdf/ide/v40n65/v40n65a02.pdf. Acesso em: 26 abr. 2025.

HINSHELWOOD, R. D. **Dicionário Kleiniano.** 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

HORNEY, Karen. **Feminine psychology**. Nova York: Norton, 1967.

IÑIGUEZ, Lupicínio (org.). **Manual de análise do discurso em ciências sociais**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

INSTAGRAM. Usando a pesquisa para melhorar a sua experiência. **Instagram, 2021.** Disponível em: https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/using-research-to-improve-your-experience#:~:text=Nossas%20descobertas,dia%2C%20e%20problem%C3%A1ticas%20no%20outro. Acesso em: 26 abr. 2025.

ISAACS, S. The nature and function of phantasy. In: **The Freud/Klein Controversies.** 1941-1945. London: Routledge, 1948.

IRIGARAY, Luce. **This sex which is not one**. Nova York: Cornell University Press, 1985.

JOSEPH, Betty. A inveja na vida cotididiana. In: FELDMAN, Michael; SPILLIUS, Elizabeth Both (Org). **Equilíbrio e mudança psíquica: artigos selecionados de Betty Joseph**. Rio de Janeiro: Imago, 1992. P. 185 - 194.

KLEIN, Melanie. **Envy and gratitude.** In: Envy and gratitude and other works 1946 – 1963**.** The Writings of Melanie Klein, V. 3. New York: The Free Press, 1984.

KLEIN, M. Os efeitos das situações de ansiedade arcaicas sobre o desenvolvimento sexual da menina. In: **A psicanálise de crianças.** Rio de Janeiro: Imago, 1996.

LACAN, Jacques. **Escritos**. Rio de Janeiro, Zahar, 1998.

LACAN, Jacques. **O seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza: rumo a uma civilização sem peso**. Barueri: Manole, 2016. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520454626/. Acesso em: 27 abr. 2025.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean-Bertrand. **Vocabulário da Psicanálise.** 4ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2016.

KUPERMANN, Daniel; COSSI, Rafael Kalaf. O falo no Divâ – Apresentação. **Revista Cul**, n. 308, 2024. Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/apresentacao-falo/. Acesso em: 27 abr. 2025.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2019.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, José Luiz et al. (Orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, p. 27-50, 2010.

MACHADO, Danielle Fernandes Costa; SANTOS, Paula Cândida do Couto.; MEDEIROS, Mirna de Lima. Effects of Social Comparison, Travel Envy and Self-presentation on the Intention to Visit Tourist Destinations. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 18, n. 3, p. 297–316, maio 2021.

MATOS, Denise Noni de. **A inveja em Freud e Melanie Klein**: o movimento do conceito. 2018. 114 f. Dissertação (mestrado em Filosofia) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2018. Disponível em: https://archivum.grupomarista.org.br/pergamumweb/vinculos/000070/0000704d.pdf. Acesso em: 26 abr. 2025

MARSON, Stephen M.; DOVYAK, Paul. **Penis envy: a longitudinal qualitative analysis**. *Journal of Psychological and Behavioral Sciences*, v. 11, n. 1, p. XX-XX, 2023. Disponível em: https://jpbs.thebrpi.org/journals/jpbs/Vol_11_No_1_June_2023/5.pdf. Acesso em: 23 dez. 2024.

MARTINS, Paula Gruman. **A norma do falo e a abjeção da mulher na psicanálise**. Rev. Subj., Fortaleza, v. 21, n. 1, p. 1-12, abr. 2021. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692021000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 15 jan. 2025.

MENTAL Health Findings. **The Wall Street Journal**, 2021. Available in: https://s.wsj.net/public/resources/documents/mental-health-findings.pdf. Access: apr. 26, 2025.

MEZAN, Renato. **Sociedade, Cultura, Psicanálise.** São Paulo: Blucher, 2017.

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa.** UOL, 2025. Disponível em: https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/inveja/. Acesso em: 26 abr. 2025.

MIDIA Dados 2022. Disponível em: https://midiadados.gm.org.br/scenarios. Acesso em: 26 abr. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

MINERBO, Marion. **Diálogos sobre a clínica psicanalítica**. São Paulo: Blucher, 2021.

MITCHELL, Juliet. **Psychoanalysis and feminism: Freud, Reich, Laing, and women**. Nova York: Pantheon Books, 1974.

MOSSERI, Adam. Classificação no Instagram explicada. **Instagram,** 2023. Disponível em: https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/instagram-ranking-explained/. Acesso em: 05 mai. 2024.

OPINION Box. Pesquisa Instagram no Brasil: dados que revelam as preferências dos usuários na rede social. **Opinion Box**, 2023. Disponível em: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=Entre%20os%20entrevistados%20da%20nossa,entra%20v%C3%A1rias%20vezes%20por%20dia. Acesso em: 26 abr. 2025.

ORBEN, Amy; DIENLIN, Tobias; PRZYBYLSKI, Andrew. Social media's enduring effect on adolescente life satisfaction. **PNAS**, v.116, n.21, 2021. Available in: https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1902058116. Access: apr. 26, 2025.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: EDUC: FAPESP, 2013.

PRECIADO, Paul B. **Eu sou o monstro que vos fala: Relatório para uma academia de psicanalistas**. São Paulo: n-1 edições, 2022.

RSPH. Social media and young people's mental health and wellbeing. **Royal Society For Public Health**. 2017. Disponível em: https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf. Acesso em: 06 mai. 2023.

RODRIGUES, Antônia Zeneide. **Eu imaginado:** as selfies como representação de si no Instagram. 2021. 144 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/45684. Acesso em: 26 abr. 2025.

ROSA, Victor Leandro Silva. **O fenômeno Instagram: o especular e seu avesso.** 2022. 105 f. Dissertação (Mestrdo em Psicanálise, saúde e Sociedade) – Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro, 2022.

ROTH, Priscilla; LEMMA, Alessandra. **Revisitando "Inveja e gratidão"**. São Paulo, Blucher, 2020.

SANDLER, Paulo César. **A Linguagem de Bion:** um Dicionário Enciclopédico de Conceitos. São Paulo: Blucher, 2021.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet**. São Paulo, Paulus, 2021.

SEGAL, Hanna. Algumas implicações clínicas do trabalho de Melanie Klein: emergindo do narcisismo. In: STEINER, John (Org.). **Psicanálise, literatura e guerra: artigos 1972 – 1995**. Rio de Janeiro: Imago, 1998. P. 83 - 94.

SEGAL, Hanna. **A obra de Hanna Segal**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

SEGAL, Hanna. **Introdução à obra de Melanie Klein**. Rio de Janeiro; Imago: 1975

SEGAL, Hanna. **Klein**. Glasgow, Fontana 1979.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**. UNISINOS, Porto Alegre, v. 17, n.3, Set/Dez 2015; p. 353-364. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09. Acesso em: 26 abr. 2023.

SOCIAL comparison: Topics, celebrities, Like Counts, selfies. **The Wall Street Journal**, 2021. Available in: https://facebookpapers.com/wp-content/uploads/2021/11/Social-comparison-Topics-celebrities-Like-counts-selfies.pdf. Access: apr. 26, 2025.

SOUZA, Elnivan Moreira de; et al. O sentimento de inveja suscitado pelo consumo de produtos turísticos divulgado no Instagram. **Revista Hospitalidade**, v.15, n.2, 2019. Disponível em: https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/780. Acesso em: 26 abr. 2025.

SPILLIUS, Elizabeth Bott. **Uma visão da Evolução Clinica Kleiniana:** da antropologia à psicanálise. Rio de Janeiro, Imago, 2006.

TEEN girls body image and social comparison on Instagram – An exploratory study in the U.S. **Wall Street Journal**. 29 set 2021. Disponível em: http://s.wsj.net/public/resources/documents/teen-girls-body-image-and-social-comparison-on-instagram.pdf. Acesso em: 06 mai 2023.

TEEN Health Deep Dive. **The Wall Street Journal**, 2021. Available in: https://s.wsj.net/public/resources/documents/teen-mental-health-deep-dive.pdf. Access: apr. 26, 2025.

TEENS and Young Adults on IG & FB. **The Wall Street Journal**, 2021. Available in: https://s.wsj.net/public/resources/documents/teen-mental-health-deep-dive.pdf. Access: apr. 26, 2025.

TIBURI, Márcia. Complexo de Iago. **Revista Cult,** São Paulo, n. 302, 2024a. Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/complexo-de-iago/. Acesso em: 11 nov. 2024.

TIBURI, Márcia. Inveja e seus significados **Revista Cult,** n.302, 2024. Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/inveja-significados/. Acesso em: 26 abr. 2025.

TIBURI, Márcia. Olho gordo: uma pequena nota sobre a inveja, o medo e o ódio na televisão. **Revista Cult,** São Paulo, n. 268, 2019. Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/olho-gordo-uma-pequena-nota-sobre-inveja-o-medo-e-o-odio-na-televisao/. Acesso em: 26 dez. 2024.

URRIBARRI, Fernando. **Do pensamento clínico ao paradigma contemporâneo: diálogos**. São Paulo: Blucher, 2019.

WINNICOTT, Donald Woods. **O brincar e a realidade.** Rio de Janeiro, Imago, 2019.

WIKIPEDIA. Ghosthing. **Wikipedia,** 2024.. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ghosting. Acesso em: 26 abr. 2025.

YOUGH-BRUEHL, Elisabeth. **Freud on Women.** Hogart, 1990.

ZIMERMAN, David E. **Bion: da teoria à prática**. Porto Alegre: Artmed, 2011. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536316222/. Acesso em: 11 jul. 2023.

ŽIŽEK, Slavoj. **Violência:** seis reflexões laterais. São Paulo: Boitempo, 2014.

BIBLIOGRAFIA

BARROS, Matheus. 78% dos jovens brasileiros usam redes sociais, diz estudo. **Olhar Digital**. 17 ago. 2022. Disponível em: https://olhardigital.com.br/2022/08/17/internet-e-redes-sociais/78-dos-jovens-brasileiros-usam-redes-sociais-diz-estudo/. Acesso em: 04 mai. 2023.

BEZERRA, Maysa Mariane Silva.; RIBEIRO, Marina Ferreira da Rosa.. Inveja e gratidão: flutuações da criatividade e esperança no mundo psíquico. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental,** v.27, e230521, 2024. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rlpf/a/jC6hXbWNHzJNsRMSp6dBLQS/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 23 abr. 2024

D'ANGELO, Pedro. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. **Blog Opinion Box**. 03 fev. 2023. Disponível em: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=Entre%20os%20entrevistados%20da%20nossa,entra%20v%C3%A1rias%20vezes%20por%20dia. Acesso em: 05 mai. 2023.

FERREIRA, Kirla Seronni Cardoso. **Understanding consumers' emotional reactions to social situations.** 2023. 128 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2023. Disponível em: https://repositorio.fgv.br/items/21727128-ac08-41df-8469-157e1e39f593. Acesso em: 26 abr. 2025.

FREUD, Sigmund. **A negação**. In: Obras completas, volume 16: O eu e o id, "autobiografia" e outros textos (1923-1925). São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

FREUD, Sigmund. **A dissolução do complexo de Édipo**. In: Obras completas, volume 16: O eu e o id, "autobiografia" e outros textos (1923-1925). São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. In: O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos (1930-1936). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FREUD, Sigmund**. Freud on women: a reader**. In: YOUNG-BRUEHL, Elisabeth (Org). Nova York: W.W. Norton, 1990.

KLEIN, Melanie. **Inveja e gratidão e outros ensaios (1946–1963).** São Paulo: Ubu; Rio de Janeiro: Imago, 2023.

HAN, Byung-Chul**. Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

KELLERMAN, Marielle. **Entre o like e o burnout: reflexões psicanalíticas**. São Paulo: Blucher, 2023.

LISBOA, Alveni. Jornal publica estudos sobre impacto negativo do Instagram em adolescentes. **Canal Tech**. 30 set. 2021. Disponível em: https://canaltech.com.br/redes-sociais/jornal-publica-estudos-sobre-impacto-negativo-do-instagram-em-adolescentes-197416/. Acesso em 05 mai. 2023.

MUNARI, Luiz; LASTA, Elisangela. **A inveja no âmbito organizacional.** Trabalho apresentado o no IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Belo Horizonte: 07 a 09/06/2018.

SANTANA, Alexsandra Andrade. **A inveja na sociedade bem-ordenada, justa e desigual**. 2023. Tese (Doutorado em Filosofia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2023. Disonível em: https://ppgf.ufs.br/pagina/25415-dissertacoes. Acesso em: 26 abr. 2025.

SOUZA LEITE, Pedro Coli Baldino de. **O mal-estar na civilização digital**. São Paulo, Blucher, 2022.

WAJNSZTOK, Adriana Rabelo Borba. **O olhar da inveja está entre nós.** 2023. 90 f. Dissertação (Mestrado em Psicanálise, Saúde e Sociedade) – Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro, 2023.

ANEXO 1 – ENTREVISTAS

Antonio Souza - Você está em qual semestre, mesmo?

Entrevistada 1 - Estou no primeiro semestre, segundo módulo.

A. S. - Segundo módulo, muito bem. Quantos anos você tem?

E. 1 - Eu tenho 18 anos. Em novembro faço 19 anos. Eu não sei para quando é a sua pesquisa, então talvez essa informação seja relevante.

A. S - 19 em novembro, você faz 19?

E. 1 – Sim.

A. S. - Desde que idade assim você tem contato com redes sociais no geral?

E.1 - Redes sociais você engloba o que exatamente? O *YouTube* seria uma rede social?

A. S. - O *YouTube* é considerado. Eu acho estranho, mas o *YouTube* ele é considerado porque tem a parte de interação. Por exemplo, você pode comentar, então, ele é considerado uma rede social digital?

E. 1 – Com o *YouTube* desde muito nova, estou desde os oito anos de idade por aí. Mas redes sociais tipo o Instagram e tudo mais, mais velha. Acho que a partir dos dez, 11 anos.

A. S. - Entendi. E você falou do *YouTube* que acessa ainda muito novinha, com oito anos. O que você via no *YouTube* nessa época?

E. 1 - Sim, mas eu fui criada, tipo, vendo desenhos do que *YouTubers*, então tipo, eu via muito desenho pirateado no *YouTube*.

A. S. - Normal, mas é normal no geral as gerações mais jovens, elas tendem a ver muito mais desenhos pelo *YouTube*, né? Então é comum mesmo, é? O que, um pouquinho mais velho, você tem acesso a outras redes sociais? Você lembra qual foi? Outra rede que você começou a ver assim?

E. 1 – Instagram... Instagram mesmo.

A. S. - Já acessava pelos 10,11 anos.

E. 1 - Eu não tenho certeza se foi 10, 11 ou 12 anos. Mas foi o Instagram.

A. S. - E você tinha um perfil próprio?

E. 1 - Tinha. Tinha um perfil próprio. Mas eu não postava nada, necessariamente. Eu comecei a ter mais contato, tipo, postar uma foto aqui ou ali, porque principalmente no fundamental tudo vira bullying, então se você dá matéria para bullying, é estar dentro de um campo minado, né? Então eu preferia ficar mais na minha, mas depois da pandemia, eu comecei a utilizar muito, muito, muito, muito Instagram.

A. S. - Quando você estava nessa fase de ensino fundamental, ensino médio, não postava muita coisa?

E. 1 - Sendo sincera, como eu passei o final do meu fundamental e o início do ensino médio dentro da pandemia, muitas memórias minha foram apagadas. Eu lembro das sensações que eu sentia. Eu lembro de entrar no estado vegetativo, mesmo! Eu dormia 18 horas por dia. Eu dormia muito, então, muitas coisas são apagadas.

O que eu lembro é que quando eu olho para o meu Instagram e veja os registros, eu lembro. Eu fazia muito *cosplay*, eu assistia anime, e daí eu fazia o que dava: pegava as maquiagens da minha mãe, as roupas que tinha dentro de casa. Era esse meu jeito de lidar com a pandemia. Então, são essas memória que eu tenho dessa época.

A. S. –E *smartphone*, quando foi a primeira vez que você teve um?

E. 1 - Deixa eu fazer um cálculo aqui. Eu tinha desde muito nova, porque como eu ficava sozinha em casa, eu tinha que ter um. Uns 10, 11 anos mesmo.

A. S. - E antes disso? Teve algum telefone celular comum?

E. 1 - Um que dava só para fazer ligação. E outro de tela também, mas ele já estava velho. Era só para os meus pais terem comunicação comigo.

A. S. - E quando você teve acesso a esses telefones? Qual era, mais ou menos, a sua idade.

E. 1 – Ah, desde muito nova... Roubando dos meus pais. Devia estar no quarto ou quinto ano. Era só de "teclinha", que dava pra jogar no máximo a cobrinha... Então, passava mais tempo no computador mesmo.

A. S. -. Pensando agora um pouco no mais no Instagram: Que tipo de conteúdo que chama sua atenção? O que você gosta de ver?

E. 1 - Teve um período que eu desinstalei o Instagram. Eu estava me sentindo mal dentro dali. Quando eu sinto que eu estou muito viciada, eu fico irritada. Daí eu desinstalo. Eu fico um período sem. Eu me obrigo a ficar sem. Então, eu voltei a utilizar o Instagram pouco antes de entrar na faculdade. Daí, o que eu mais consumo agora são muitas redes da UNISO para me manter informada e muitos ídolos de K-pop e de maquiagem.

A. S. - É o que você mais vê hoje em dia?

E. 1 - Hoje em dia, é; quando eu era mais nova, via muita coisa de anime e cosplay.

A. S. - Certo. E desses conteúdos que você vê: costuma ver mais quais formatos? vê mais a fotos que vão no feed, ou vê *stories, reels*? É

E. 1 - Então eu vejo mais *stories*, mas de contas específicas. De grupos de k pop para ver as coisas. E da UNISO. De algumas pessoas que eu sou próxima só. Não muito de influenciadores porque não tenho paciência. E no meu feed é maquiagem. E coreanos dançando.

A. S. - Pensando nas pessoas que você segue. No geral, quem você segue mais: pessoas próximas, amigos, familiares, influenciadores, artistas?

E. 1 - Eu sigo pessoas próximas de mim, mas o que aparece não são eles. O que aparece para mim, são essas contas maiores. Às vezes as fotos dos *idols*, de maquiagens, de trends, de produtos e tudo mais. Pessoas próximas, mesmo que eu siga, não aparecem. No máximo, nos stories. Mas nem sempre vejo também.

A. S. – Em que situações que você acaba pegando o *smartphone* para dar uma olhada no *feed*? Como são essas situações?

E. 1 – Já que eu passo menos tempo com meu celular, pois o trabalho não permite, ele acaba sendo uma válvula de escape. Porque eu estou muito cansada, eu gosto muito de ler, mas como eu estou muito cansada, eu não consigo ler. E a rede é mais rápido... São conteúdos rápidos. Que era que me me incomodava. Isso acaba com a mentalidade das pessoas. Mas você só quer alguma coisa para se distrair, então acaba sendo dentro do ônibus, antes de dormir ou quando eu acordo depois. Então, acaba sendo nesses pequenos momentos transitórios de ir para a faculdade, indo para o trabalho ou indo para casa.

A. S. - E quanto tempo, no geral, você acha que passa por dia no Instagram?

E. 1 - Se eu pensar em tempo de locomoção, eu diria três horas.

E. 1 - Posso confirmar isso no meu as configurações do meu celular, mas de perspectiva, três horas. Estou com medo de olhar e ser mais.

A. S. - Pelo que você falou, no período da pandemia, acho que você ficava muitas horas, né?

E. 1 – Então, eu desinstalei no final do ano passado. Tinha o TikTok também. Nossa, quando era criança passava muito, muito, muito tempo nele. Acho que foi o primeiro que eu desinstalei por estar com raiva de estar viciada, porque eu realmente passava muitas horas quando eu era mais nova. Eu passava cinco horas seguidas rolando tela. Aí, eu comecei a ficar brava com a sensação de estar ali presa. Daí, desinstalei o Instagram também. Foi a mesma coisa que eu comecei a perceber: que era mesma reação que eu tinha no TikTok. Porque virou mesmo tipo de aplicativo, de rolagem de tela infinita. Aí desinstalei também.

A. S. – Já que você comentou sobre o TikTok, quais redes que você mais usa, além do Instagram?

E. 1 - Eu usava o ex-Twitter, né? Que era uma rede que estava começando a pensar em desinstalar também porque eu estava ficando muito tempo. Eu não tenho muitos aplicativos no meu celular, tem muitos aplicativos, mas não muitas redes. Tenho Instagram, Twitter. E aplicativo de leitura. São os que eu lembro de passar mais tempo. Ah, e o WhatsApp.

A. S. - Pensando mais especificamente no Instagram: você já viu algum conteúdo, seja vídeo, foto, que te incomodou?

E. 1 - Sim, sim. Como eu disse, usava muito pra me distrair. E eu estou pensando em como eu vou fazer agora para diminuir o meu consumo, porque logo depois que eu saí, vinha uma sensação muito muito ruim. Parecia que eu tinha sido entrado de novo na minha realidade... Eu não sei explicar, eu só ficava triste. Eu estava triste depois que eu saía do aplicativo e ia fazer outras coisas. Era como se lá eu estivesse dominada pela dopamina e depois tinha que voltar para fazer as coisas.

A. S. - E esse voltar a fazer as coisas talvez fosse chato na comparação...

E. 1 - Em qual momento você quer saber, especificamente? Na pandemia, por exemplo, era porque estávamos numa pandemia, e estava dentro de casa e tudo mais. Quando eu estava no ensino médio, era porque eu queria entrar na faculdade e estava vendo o meu ensino médio ser sucateado. E não tinha o que eu pudesse fazer. E agora é porque preciso estudar e não tenho tempo. É essa realidade de vida mesmo, ficar assistindo ali pessoas sendo felizes. Acho que o que mais me incomodava era ver pessoas podendo curtir a juventude delas, enquanto eu não tinha as oportunidades, sabe?

A. S. – Isso era algo que que “pegava” muito para você.

E. 1 – Sim. Quando eu era mais nova, era as pessoas conseguirem comprar o cosplay delas, que era três milhões de muito mais caro. E daí, quando eu consegui juntar dinheiro para comprar uma lente, a minha irmã pegou a tesoura e cortou. Isso acabou comigo, ela ter cortado a minha lente que eu juntei muito dinheiro pra comprar. Na pandemia, era ver pessoas conseguindo se esforçar pra estudar e eu não conseguia. Eu desenvolvi pânico de estudar no ensino médio. Eu conseguia estudar em sala de aula, mas quando eu estudava especificamente para vestibular, meu corpo travava.
Eu começava a chorar, só chorar. Eu não conseguia estudar. Então, quando eu via pessoas bem sucedidas, = vangloriando muito esse esforço massivo e que vai valer a pena. Eu tentando me esforçar e o meu corpo simplesmente não permitindo. Doía muito. E agora, estou vendo pessoas conseguindo fazer tudo e conseguindo ter uma vida social e aproveitando. E eu? Aqui, dentro de ônibus, dentro de casa, tentando achar alguma brecha para conseguir fazer algum trabalho que o professor pediu.

A. S. - Hoje esse é seu maior incômodo? Ver as pessoa curtindo a vida, fazendo coisas, enquanto você se sente mais restrita?

E. 1 - Sim, eu me sinto, mais restrita. Não que eu tenha vontade de sair, beber, fumar. Mas, se eu quisesse sair, ter tempo de escolher o que eu vou fazer, com quem eu vou fazer e como vou poder aproveitar e não me contentar em, talvez, ter 20 minutos para mim e ter de escolher se eu vou assistir, vou ficar no celular, se eu vou conseguir ler um livro. E, no caso de ler um livro, que é uma coisa que eu sinto muito falta, se eu vou ter energia para conseguir aproveitar aquele tempo.

A. S. - Pelo que eu entendi, isso hoje tem a ver com a sua realidade: estudante, que trabalha, e ainda tem esse tempo de deslocamento por ônibus.

E. 1 - Sim. Então, quando estou nas redes sociais é uma sensação agridoce. Estou me divertindo ali, mas, depois, quando eu desligar o celular, era só ali.

A. S. - Me fala mais sobre esse desconforto. Tem alguma pessoa, alguma coisa específica que você se recorda que esteja associada a esse desconforto?

E. 1 - Agora está parecendo mais conteúdos para mim porque o algoritmo está entendendo o que chama mais minha atenção. Então não está mais naquelas dancinhas que eram frequentes e... Eu perdi o fio da pergunta se pode repetir, fazendo favor.

A. S. – Claro. Perguntei se você associa essa sensação desconfortável a uma foto ou vídeo de alguém que você tenha visto no Instagram.

E. 1 - É culpa do K-pop também. Eu culpo porque eles vendem um estilo de vida, eles vendem não só o grupo, mas a música, as apresentações, como a comunidade. Ela vende um estilo de vida. É o estilo de roupa, o estilo de maquiagem, o estilo de locais em que vai, os produtos que você vai ter e tudo mais. . Eu tento colocar na minha cabeça frequentemente em que eu sou uma adolescente normal, que tem uma aparência normal, e frequentemente eu me obrigo a não utilizar filtros do Instagram, principalmente por pesquisas que eu já fiz para outros projetos quando eu estava na escola, para não criar uma distorção de imagem. Mas quando você olha para aquela foto ali, a pele da pessoa tá lisinha é uma a, e tem os produtos que você vê que ela utiliza. Depois você vai pesquisar e é muito, muito caro. E vai quebrando, trazendo desconforto, porque é algo que eu consumo. É algo que eu gosto, é algo que me deixa feliz, mas quando eu vou tentar replicar não é do mesmo jeito.

A. S. - E você gostaria de consumir esses produtos e de ter acesso a essas coisas que você vê para tentar replicar de uma forma melhor na sua vida, no seu dia a dia?

E. 1 - Demais. Muito, muito. Poder fazer as coleções de álbum que eu acho legal, poder frequentar os shows, poder frequentar os encontros de fãs, poder comprar os produtos. Não sou

desconfortável com a minha imagem. Isso, felizmente não tenho problemas com a minha imagem mais. Mas eu acho bonito o tipo de maquiagem. Eu gostaria de poder replicar esse tipo de coisa. E não dá. Então eu seria muito feliz de ter a possibilidade de fazer, poder me adaptar, poder participar. E não dá.

A. S. - E você se sente excluída dessas coisas, desse mundo, dessa vivência, por não poder ter acesso a certos produtos, consumir certas coisas?

E. 1 – Muito. Em alguns momentos eu não sei onde começou... Qual é o motivo e o que fomenta. Eu não sei se foi a minha transição de "sou uma estudante de ensino médio adolescente", e agora uma pessoa de 18 anos, não que isso me torne obrigatoriamente uma adulta, eu não me sinto uma pessoa adulta. Eu não posso me dar mais o direito de querer tantas coisas, eu tenho que lidar com as coisas são e tenho que aprender. Estou me obrigando a aprender a criar, baixar essas expectativas, lidar como as coisas são, ou se é uma questão de espaço, do que é me mostrado, então, é um conflito.

São vários conflitos que depois que eu saí do ensino médio.

A. S. - Nessas situações, teve alguma vez que você desejou estar no lugar de uma pessoa que você viu no Instagram? Você quis ter a vida dela?

E. 1 – Muito. Mas não especificamente da vida. São muitos perfis, muitas pessoas. Mas, especificamente a sensação de sentir que o esforço vale a pena. Eu não sei se eu queria ser aquela pessoa, ou se eu queria poder me sentir realizada igual eu vejo aquela pessoa. Eu não tenho certeza de como responder isso.

A. S. - Você falou sobre pessoas, né? Você queria se sentir realizada como aquela pessoa e qual que era a realização que aquela pessoa estava alcançando naquele momento que te chamava tanto a atenção?

E. 1 - Eu consigo pensar em uma pessoa específica, que era uma influenciadora que eu sigo e acho ela muito autêntica. Ela se diverte, tem seus problemas, seus objetivos, mas ela consegue manter o estilo que ela se propôs, que ela gosta, consome. Consegue encontrar pessoas em comum, que gostam das mesmas coisas. Consegue ter contato com essas pessoas, consegue sair, participar de eventos. de isso, de para tudo. Conseguisse expressar e ter contato com as coisas que fazem sentido para ela.

A. S. - E quem é essa influenciadora?

E. 1 - É a Ayra Ilustra, uma artista independente. Ela tem uma lojinha on-line. O estilo dela não é o meu. Ela é mais um emo cor fofo, um pouco *furry*, mas esse negócio de conseguir se expressar, eu acho isso muito autêntico. Não vestiria as mesmas roupas que ela, mas algumas

coisas, como as maquiagens, eu acho muito lindas também. Cabelo, tudo mais. Esse estilo de vida que ela apresenta me cativa muito.

A. S. - E ela é uma mulher da sua idade ou mais velha?

E. 1 - Eu acho que ela tem 20 e poucos anos.

A. S. - E que elementos desse estilo de vida dela chamam sua atenção?

E. 1 - Eu não sei como responder essa pergunta. Eu precisava de algo mais específico.

A. S. - O que você vê nessas imagens dela que "pegam" você? Coisas a que ela tem acesso, produtos, experiências?

E. 1 – Acho que tudo o que você citou. O fato de ela já ter encontrado um estilo que faz sentido pra ela, que ela gosta, as maquiagens dela, os produtos que ela tem. Principalmente porque eu desenhei por muito tempo. Por um momento eu achei que eu iria trabalhar com isso até perceber que é mais um hobby pessoal e que eu odiaria vender arte. Porque quando elas falam que meu jeito feio e querem alteração eu penso "não, você que está sendo burro e o seu estilo que é feio". O fato dela conseguir manejar essa vida, os hobbies e conseguir consumi-los, dedicar tempo a eles, e conseguir ter uma boa relação com a família, ter contato com os amigos e conseguir manter esses laços com os amigos dela. Acho que são esses tipos de coisa.

A. S. - Você acha que ela é uma mulher bonita, e de alguma forma, essa beleza dela também impacta você?

E. 1 - Acho ela muito bonita. Ela tem piercings no rosto, algumas tatuagens pelo corpo. Eu não faria porque tenho medo de agulha. Mas, como eu disse, se você perceber, eu sempre estou com basicamente o mesmo estilo de roupa e eu não me sinto confortável de me aventurar com outros tipos de roupa porque é uma sessão "e se eu gastar esse dinheiro e me arrepender depois, porque eu não tenho certeza?". Acho que essa possibilidade de poder ir na incerteza seria.. Eu acho ela muito bonita. E eu acho que o mais bonito dela ela conseguir expressar isso, saber o que ela gosta, aonde vai, onde que ela compra, como é que ela se expressa, como que ela monta a roupa dela, como que ela monta a maquiagem dela. Então, eu não consigo me atentar fato específico , mas coisas em volta.

A. S. - Pensando em você, como que você se enxerga? Como que é a sua imagem para você?

E. 1 - Em relação à aparência? Não tem nenhuma cirurgia que eu faria no meu corpo. A única cirurgia que eu faria não existe. Então, eu tive que aprender a lidar. Eu não gosto muito da largura dos meus ombros.

E. 1 - Em questão de roupas, eu sinto que eu consigo me virar com o que dá, mas ainda não é algo que me deixa satisfeita.

E. 1 - Eu queria ter um leque de opções. Se eu conseguisse brincar com essas opções e não ter que lidar sempre com o mesmo padrão. Isso ia tornar a experiência mais divertida, algo mais prazeroso.

A. S. - Para ter esse leque de opções é preciso ter dinheiro para comprá-lo.

E. 1 – Esse leque de opções eu obrigatoriamente teria que ter, mas... Sei lá, complicado. Tudo gira em torno de dinheiro, capitaslimos. Parece estar tudo tão restrito. Então é complicado.

A. S. – E em algum desses momentos, você chegou a sentir inveja de alguma pessoa?

E. 1 – Nossa, muita.

E. 1 - Como eu disse, eu estou bem resolvida com a minha aparência física. Talvez não com meu estilo de roupa, mas com a minha aparência física, sim. Mas na questão das conquistas pessoais, muita... Muita, muita, muita mesmo. Demais.

A. S. – Me conta um pouco sobre essas experiências de sentir inveja. Teve alguma que você se lembra, que foi marcante?

E. 1 - Eu lembro quando eu tinha crise de pânico. Inicialmente, quando eu estava estudando. Eu sentia muita inveja das pessoas por conseguirem não entrar em pânico, não estarem desesperadas. De sentir que quando chegasse o final do ano, as coisas não teriam acabado. Eu sentia muita inveja. Principalmente de pessoas que estudavam em escola particular ou pessoas que tiveram acesso a estudo ou conseguissem estudar por conta própria, saberem que estudar..

Eu sentia muita inveja de pessoas que sentiam que o esforço delas seria recompensado e eu nem sentia que eu estava conseguindo me esforçar. Eu tenho transtorno de ansiedade e depressão leve. Não tirei da minha cabeça, foi diagnosticado.

É que dentre os sintomas, meu corpo trava. Eu não consigo me mexer, começa com as pernas e, às vezes, vai para o corpo todo. E quando eu tinha essas crises, eu só tinha o meu corpo travado. Eu só conseguia chorar e por mais que eu quisesse me esforçar, eu não conseguia.

Então eu sentia muita inveja de olhar as pessoas. Que conseguiam falar que chegaram no lugar onde elas estão e que estavam felizes porque o esforço delas tinha valido a pena, sabe?

A. S. - E como que você via essas pessoas? Quem eram essas pessoas?

E. 1 – Professores. Um era meu diretor. Eu tenho uma relação muito agridoce com ensino médio. Foi muito boa e muito ruim ao mesmo tempo. Professores, no Instagram, influenciadores no geral. Família também, mas de um ponto de vista diferente. Porque eles seguiam pessoas e o que eles aplicavam na vida deles, tentavam aplicar na minha. Muitos coaches. Muitos couchs motivacionais

Por mais que eu rejeite muito como eu fui criada, com pessoas que acreditavam nesses coaches, acabou passando para mim. As expectativas e as obrigações. Enfim, eu não fico desconfortável com questões de imagem, porque eu me policio muito para não.

Acaba sendo mais uma questão de experiências, de formas de expressão mesmo, sensações de vivência, não de imagem. Às vezes, um pouco, mas é algo que seria relacionado a coisas específicas, como nariz, o olho, pele. Eu agradeceria se tivesse uma uma pele de bebê, seria muito mais fácil. É tudo uma questão de hormônio e eu não tenho controle. Das coisas que dariam para controlar, meu cabelo ou poupança no geral e esforço.

A. S. - Se eu compreendi corretamente, quando você me fala sobre sentir inveja, tem a ver com pessoas do seu convívio, certo? E por que você sentia isso?

E. 1 - Inveja no sentido de que "eu entrei na faculdade porque eu quis". Então, eu tinha tinha inveja de eles terem conseguido a faculdade pública. Eles conseguirem ter se formado, entrado na área, conseguido nesse sentido. Depois, as expectativas deles me traziam uma sensação de cobrança muito forte, que quando eu olhava para outros estudantes, para outros influenciadores, que falavam sobre estudo, eu comecei a procurar lugares para estudar pela internet. Então, para as pessoas venderem o que elas tinham para ensinar, para que você parasse de consumir o conteúdo gratuito, elas também vendiam essa vida de disputar a faculdade, de ter conseguido a escola pública, o diploma... E as conquistas deles me davam inveja. O fato de eles acreditarem e as expectativas deles fomentavam uma necessidade que quando eu ia atrás, via outras segura, e isso causava mais inveja ainda.

A. S. - E como que você define inveja? O que é inveja para você?

E. 1 - A sensação de estar no lugar daquela pessoa, vontade de ter e estar, às vezes ser aquela pessoa.

A. S. - Nessas experiências, quais outras emoções vinha junto com a inveja? O que mais você sentia?

E. 1 – Ansiedade, frustração, depressão, desmotivação, raiva. Muita raiva. Às vezes, virava proativa e explodia, dava vontade de fazer as coisas. Mas, quando você não tem vontade fazer as coisas e o seu corpo não se permite fazer as coisas, a raiva do que você tem e das outras pessoas acabam virando raiva de si própria.

A. S. - E me conta um pouco mais sobre essa raiva. Como que era essa raiva?

E. 1 - Quando eu fazia terapia, eu perguntava para minha psicóloga se teria a possibilidade de eu ter problemas de raiva, por ser uma pessoa que tem explosões de raiva, algo do tipo. Ela disse que não. Que era mais uma questão sistemática mesmo, primeiro de criação por eu ser uma mulher e você não pode expulsar, você tem que aceitar. E vai acumulando...

Chegou no período que eu estava aqui, eu estava com muita raiva acumulada, então parecia que eu era uma pessoa mais agressiva, raivosa.

Não que tenha passado, porque eu ainda me acho meio "pistola da vida", mas os pelas pessoas me dizendo que eu pareço uma pessoa tranquila – o que eu não concordo muito – , mas eu acho que estou mais contida agora. Mas essa raiva se manifestava muito contra mim mesma, a ponto de eu querer me machucar.

E. 1 - Ia ocorrer algumas vezes, muitas vezes, então chegava um ponto em que virava uma raiva de tudo e todos, e principalmente de mim mesma, por não conseguir. E, sério, ter o meu próprio canto... Por que parecia tão fácil para as pessoas e não era para mim também?

A. S. - Imagino que devia ser muito desconfortável, perceber essa realidade de contraste.

E. 1 - Então. Como eu disse, eu fui criada com pessoas que acreditam em coaches motivacionais. Então, na perspectiva deles, do esforço, acabaram passando para mim. Mesmo que eu tenha um repúdio irracional, um pouco racional... As minhas reações são muito irracionais em relação a isso. Então, quando eu começo a sentir esse tipo de coisa, num primeiro momento, de forma racional, eu consigo ver que é uma questão sistemática. Uma questão de que as pessoas só mostram o que elas querem ver. O Instagram é uma plataforma de venda, mas, para uma pessoa mais emotiva, é muito difícil de discutir com isso.

Quem tem que que resolver isso, sou eu. Então, teoricamente, a culpa é minha. Dessas coisas aconteceram e eu permitir que isso aconteça.

A. S. - Você disse que foi criada com pessoas que são muito influenciadas por coaches motivacionais. Você se refere aos seus pais e irmãos?

E. 1 - Minha mãe. Eu conheci o Pablo Marçal antes das pessoas conhecerem. Ele estava surgindo das profundezas do inferno e eu estava lá acompanhando o crescimento dele, né? Esse crescimento do coach, antes de ter nome de coaching, eu já convivia com isso e tinha noção dessas coisas.

A. S. - A partir da sua mãe no caso, né?

E. 1 - Pela minha mãe, que consumia e queria aquela realidade. Queria e quer daquela realidade e quer aplicar na família. E, principalmente, na época de pandemia, como só ficava eu, ela e minhas irmãs dentro de casa, eu acaba sendo o alvo mais frequente de cobranças, de querer me obrigar a ver e consumiruerer consumir o conteúdo dele de outros, mas ele é a figura mais presente.

A. S. - Entendi. Você é irmã mais nova?

E. 1 – Eu sou a mais velha. Eu tenho uma de 11 anos e outra de 5.

A. S. - É, realmente você é a mais velha mesmo, né? E a sua mãe trabalha com o quê?

E. 1 - Ela trabalhou por 20 anos numa empresa, a Melita. Não sei se você conhece. Depois, ela se tornou vendedora de produtos de beleza e, atualmente, ela é uma dona de casa que às vezes faz uns bicos.

A. S. - E como foi reconhecer essa questão de sentir inveja das pessoas que você via nas redes sociais?

E. 1 - Sinceramente, falando em voz alta, agora é mais fácil de reconhecer. Porque falando dessas sensações específicas, eu só consegui entender da onde que vinha e por isso que eu desinstalei o aplicativo.

No momento, eu não pensava em inveja em específico. Pensava mais isso está me fazendo mal. Eu não estou conseguindo controlar isso, então eu vou desinstalar porque eu estou me sentindo uma viciada. Eu odeio a sensação de estar viciada nisso. E tem algum problema? Qual é o problema? Não sabemos, porque há muitos problemas da a minha volta.

Eu conseguia perceber os sintomas na época, mas não entendia que era inveja. Eu comecei a perceber mais que inveja, porque quando recebi o convite para participar da pesquisa, eu comecei a pensar sobre o assunto. Foi mais a partir desse momento que comecei a me questionar sobre a inveja.

A. S. – Talvez, a partir daquele momento, você conseguiu dar um nome para essa "coisa" aí?

Palestrante 2 - Sim, porque até o momento eu denominava como frustração, colocando a culpa em mim mesma. E não retira a minha culpa nisso, mas talvez pudesse ter vias... E que tivesse outros sentimentos envolvidos. E, num dos casos, agora a inveja eu consigo denominar.

A. S. - Você acha que você se compara muito com as pessoas?

E. 1 - Sim. Sim, muito, muito, muito, mesmo. Às vezes acaba sendo um gatilho para me cobrar mais, para tentar fazer mais. Sentir que não o suficiente. Daí, me move a fazer mais.

A. S. - E você acha que nesse ponto o Instagram ele colabora para essa comparação com outras pessoas?

E. 1 - Atualmente, sim. Antes eu não consigo te dizer com que frequência, porque como eu disse, uma das coisas que a pandemia fez, foi apagar muitas memórias de como que foi a situação pandémica. Agora, sim. Ele é in grande fator de comparação.

A. S. - E sobre o que você posta hoje em dia no Instagram? Como é a sua relação com a rede nesse sentido?

E. 1 - Desde que eu instalei a conta de novo e abri a conta, eu só postei uma foto, que foi porque, no primeiro momento, quando eu abri o Instagram quando era mais nova, fiz isso porque eu tinha perdido as minhas fotos.

Eu fiquei muito incomodada com isso, então eu comecei a postar no Instagram para caso perdesse de novo, eu tinha ali as coisas. Então tem muitas coisas, se você for ver, tem datas específicas, não tem uma legenda, é para ver quando que aconteceu. Às vezes, eu sinto que eu tenho que atualizar o feed também. Com essas novas datas. Mas, agora, a única coisa que eu posto mesmo, são Stories.

A. S. - E nos stories? O que você posta?

E. 1 - Atualmente, só coisas da faculdade mesmo. Porque são coisas que me fazem bem, são coisas que me deixam mais felizes, são coisas que eu gosto. Eu sofri muito para estar aqui dentro, então, quando acontece coisas boas... E essa é a versão que eu gosto de mim agora. Não me sinto confortável de expor tanto a questão do K-pop tanto assim mais porque sofri muito bullying na escola. Mas acho que essa é a versão o que eu gosto mais e que nos círculos em que estou agora faz mais sentido mostrar.

Eu sou mais fã mesmo dos status do WhatsApp, que são pessoas que eu conheço, é um círculo menor de pessoas. Então ali eu falo sobre os *comebacks* que estão aparecendo, sobre memes. No Instagram, como são muitas pessoas que podem ter acesso, pessoas também que não são próximas e que não quero que entrem no meu círculo, eu me restrinjo àquilo que eu sinto confortável, me sinto bem, que eu acho que faz sentido.

A. S. - Você gosta de tirar *selfies*?

E. 1 - Antes, mais. Agora, nem tanto. Eu passo muito tempo feia. Passo muito tempo de uniforme. Eu gosto muito de me maquiar, muito mesmo, ao ponto de que eu pintava a cara toda. Não fazia aquela maquiagem mais formal e tudo mais. Gostava de pegar o pincel e rabiscar a minha cara, fazer delineados enormes. Então, as *selfies* diminuíram muito porque, eu de uniforme, com olheiras é inadmissível. Não precisa registrar esses momentos. Eu já vejo no espelho esses momentos já.

Eu estava com tanto medo de criar uma distorção de imagem. Normalmente, eu prefiro mais a imagem que eu vejo no espelho do que eu vejo na câmera. Ou eu desaprendi a tirar foto também, pode ser uma das opções.

A. S. – Você acha que sua experiência no Instagram, de maneira geral, traz mais sentimentos positivos ou negativos?

E. 1 - Mais sentimentos negativos. Os momentos positivos são quando eu estou acompanhando meu grupo favorito lançando música nova, fazendo dancinhas, ao ponto de eu não querer mais ouvir a música de tanto que eu vejo no *feed*. Mas, que o Instagram está filtrando mais, eu estou sentindo essa mudança, para se tornar mais atrativo, quando eu desligo, vem aquela sensação ruim. E eu realmente gostaria de desinstalar meu Instagram de novo. Mas eu

acho que, pelo que eu quero fazer, como estou fazendo jornalismo, não é viável. Mas é mais uma questão de “eu preciso estar ali”, mas eu tenho uma vontade enorme de desinstalar o Instagram de novo.

A. S. - Voltando à inveja: você acha que sente mais inveja de homens ou mulheres? Ou isso é indiferente?

E. 1 - Não tinha pensado nisso. De aparência, talvez de mulheres... Agora. Eu não diria que é uma inveja exclusiva das redes sociais, mas é uma inveja sistemática. Esse desconforto que eu sinto, essa raiva que eu sinto, porque eu fui criada aprendendo a conter essa raiva. A inveja de homens seria nesse sentido, pois eles podem se expressar e. Não terem esse pensar em tudo duas, três, quatro vezes até o ponto de desistirem de falar do estão sentindo, no sentido de desconforto, raiva, revolta. Mas eu nunca tinha feito essa diferenciação por gênero antes.

A. S. - Muito bem. E tem mais alguma coisa que você gostaria de comentar?gente?

E. 1 – Eu não sei porque, ao mesmo tempo, sinto que vivo numa bolha. Como eu disse, eu gosto de muita coisa de K-pop. Alguns desconfortos são muito específicos, como eu disse, na experiência de coisas. Mas eu acho que é algo específico, os lugares, as roupas e os produtos, mas eu não acho que seja uma sensação específica. Eu acho que todas as bolhas têm lugares, roupas e produtos também.

A. S. - De maneira geral, para encerrarmos, como que você vê hoje as redes sociais?

E. 1 - Nossa, eu odeio todas, queria que todas explodissem. Às vezes, sinto muita vontade de que tudo se torne analógico e obrigar essas pessoas a voltarem a pensar. Sinceramente, porque eu fico extremamente incomodada com o vício em dopamina do que é gerado pelas redes sociais e. Não é uma questão mais de inveja, mas uma questão de construção de sociedade e pessoas pensando, parando de serem viciadas em dopamina. E a necessidade de estar em bolhas, que eu sinto essa necessidade de estar numa bolha, mas ao mesmo tempo eu não acho que isso seja uma decisão racional. Sair dentro de bolhas porque fecha você, obriga a defender certo tipo de coisa. Mas, talvez o lado que você está defendendo pode estar errado. Mas, depois que você entra numa bolha e é obrigado a estar nela, e a defender essa bolha. Por mim, podia explodir tudo e a gente a gente voltar a viver no analógico, tipo aqueles animes assim, que tem mais convivência com a natureza e tecnologia, onde as pessoas conversam, pensam e que a Terra não está explodindo, algo mais utópico.

A. S. - Legal. Muito bom. Eu vou encerrar a gravação e a entrevista.

Antonio Souza – Em qual semestre/módulo você está?

Entrevistada 2 – Sexto, do curso de publicidade.

A. S. - Quantos anos você tem?

E. 2 - Fiz 20 semana passada.

E. 2 - Fiz 20 semana passada.

A. S. - Nossa, que jovem. Parabéns! Me conta um pouco como foi seu primeiro contato com as redes sociais.

E. 2 - Acho que o primeiro contato foi no sétimo ano da escola. Acho que eu tinha 11,12 anos. Eu demorei para ter contato com rede social, comparado com hoje em dia. E tentando lembrar, acho que foi com WhatsApp e depois Facebook que eu comecei a ter contato. Instagram mesmo, sei lá, 2017, 2018. Demorou, demorei. Não sei se foi a época que o pessoal começou a entrar. Mas foi com uns 12, 13 anos, mais ou menos.

A. S. - Que foi esse primeiro contato com o Facebook e WhatsApp?

E. 2 – É. Porque eu ganhei um celular mesmo, que desse para entrar em rede social mesmo, eu ganhei no sexto ano na escola. Então, foi com uns 12, mesmo.

A. S. - Você tinha um perfil pessoal? Havia supervisão dos pais?

E. 2 - Eu acho que não. Mas, se meu pai quisesse pegar e ver, pegava. Mas não era nada supervisionado.

A. S. - Antes disso, você teve telefone celular, provavelmente de botãozinho?

E. 2 – É. Era um que meu pai teve. Não sei se era Estados Unidos. Um de levantar assim, sabe? Levantava um pouquinho e conseguia mexer, tinha um outro assim de abrir também.

E. 2 - E aí, meu pai, parava de usar, passar pra mim e eu brincava. Eu lembro de um Nokia pequenininho, também de tecladinho, que eu já tive. Tinha o joguinho da cobrinha, mas era isso.

A. S. - Todo mundo fala desse jogo da cobrinha, porque a Nokia dominava antes. Todo os celulares eram Nokia nessa época antes dos smartphones, né?

E. 2 - V. Mas era só pra ligação, né? Então, era o joguinho e a ligação só.

A. S. - E hoje o Instagram é uma rede social que você usa muito?

E. 2 – Uso. Principalmente trabalhando com isso hoje em dia. É muito difícil eu não entrar no Instagram, acho que não tem um dia que eu não entre. O Facebook eu não entro, só às vezes por conta do meu trabalho ou porque eu tenho uma conta que eu não uso, mas que fica lá e que daí eu entro pra ver quando é aniversário de alguém. Mas só. Agora, o Instagram eu entro todos os dias, tanto para meu uso pessoal, quanto para o trabalho.

A. S. - É isso que eu te perguntar, sobre o seu uso pessoal. Você acha que passa mais ou menos quantas horas por dia no Instagram?

E. 2 - Depende do dia, mas eu acho que uma hora, duas, no máximo. Já usei mais para o meu uso pessoal. Sinto que eu já não tenho tanto tempo pra usar. Eu acho que eu uso mais quando eu tô indo e voltando embora de ônibus. Não tem o que fazer, entro no Instagram. Ou quando eu chego em casa e deito na cama.

A. S. – Isso já me adianta a próxima pergunta. O eu leva você a acessar o seu Instagram pessoal?

E. 2 - Não ter o que fazer ou quando quero ver o que as pessoas estão fazendo. Às vezes eu assisto bastantes stories dos meus amigos. Geralmente, são momentos em que eu não estou conversando. Por exemplo, na faculdade, se estou conversando com meus amigos, não sinto muita necessidade de entrar no Instagram. Eu acho que é mais quando está tedioso, ou quando eu estou sem nada para fazer. Daí, você está parado ali, numa fila de um banco, por exemplo. Ou quando teminei meu trabalho na agência, ou pra dar uma desligada, digamos assim, do que estava fazendo, pra desconectar, mas você acaba conectando, né? É para sair um pouco do que eu estava fazendo e fazer outra coisa.

A. S. - E o que que você vê, geralmente, no Instagram?

E. 2 - Hoje em dia meu conteúdo é muito de academia, moda. E vídeo de humor aparece bastante. E o pessoal da minha cidade que eu que eu sigo: meus amigos postando foto. Na parte de Reels, é muita coisa de academia, alimentação, essas coisas assim. Às vezes, até alguma coisa de trabalho, tipo "você trabalhando com sua amiga". Coisas assim, eu acho.

A. S. - E dentro do Instagram, quais partes você vê mais?

E. 2 - A página principal, digamos assim. É difícil eu entrar para fazer uma pesquisa para ver o perfil de alguém. Hoje em dia eu acho que até entro mais na aba Explorar, mas eu não chego a rolar. Eu entro num vídeo, assisto ele, mais uns três ou quatros, aí eu já saio ou fico ali, entendeu?

Porque atualmente estou sem Tik Tok desde o meio do ano. Eu tinha, mas desinstalei. É a mesma coisa de um Reels. Tem bastante vídeo e eu usava até bastante. Eu instalei no meio do ano e parei de usar, então, automaticamente eu comecei a ver mais vídeos no Instagram. Porque daí, sem o Tik Tok onde você vai ver vídeo? Na aba do Reels. Só que eu não entro diretamente na aba do Reels. Eu entro sim na aba Explorar que, teoricamente exibe mais conteúdo relacionado com o que a gente vê. Não chego a rolar a aba Explorar. Então, eu acho que o que eu mais uso mesmo é a página principal, os Stories principalmente. O feed eu dou uma rolada um pouco para baixo, enjoo e já volto. Tem gente que fica horas lá. Eu não fico muito.

A. S. - Você falou do TikTok. Por que você desinstalou o Tik Tok?

E. 2 – Então, porque eu tenho duas irmãs mais novas. E uma delas é bem viciadinha em TikTok e *YouTube*. Ela gosta muito de assistir vídeo. E aí, lá em casa, a gente estava com um certo problema, que ela estava muito viciadinha no *YouTube*. E meu pai cismou que ela estava muito viciada no TikTok também e era melhor desinstalar. E aí ele falou: "olha, não vou obrigar vocês, mas, para ajudar a sua irmã, vocês poderiam também desinstalar o TikTok para não ficar vendo junto com ela, para colaborar." Foi um pedido que ele fez. Na hora, eu e minha irmã do meio, achamos injusto. O problema é dela, por que a gente tem que ficar sem? Mas aí eu concordei em desinstalar. Achei que era só por um mês, depois eu ia instalar de novo e ia ficar tudo tranquilo. Mas, passou um mês, eu entrei na agência e lá a gente tinha que fazer postagem no TikTok. Porque a gente, como publicitária, tem que estar antenada no que está acontecendo. E hoje, o Tik tok, querendo o não, influencia muito em várias coisas, né?

A. S. - Sim, com certeza.

E. 2 - Os vídeos, tudo mais. Então eu fiquei assim: "como que eu vou trabalhar com rede social, com TikTok e não vou ter Tik Tok?". Só que eu tinha o Tik Tok da empresa e o nosso foco é o Instagram. Então a gente faz postagens, mas a gente não usa muito o Tik Tok, tanto que eu tenho até um celular da agência que eu uso, focado para a agência com os clientes. Então, acabou não me fazendo falta e hoje em dia eu vivo bem, sem. Às vezes, dá vontade. Olho a pessoa do lado vendo o Tik Tok e penso: "Nossa, saudade, meus vídeos", mas passo bem sem. Entendeu? Então é um negócio que, sim, consumia mais. Acho que eu usava até menos o Instagram para assistir vídeo, usava menos na época por causa do que Tik Tok. Agora, sem eu uso mais no Instagram do que eu usava na época, mas ainda assim não faz muita falta, já passou.

A. S. – Você comentou que tem duas irmãs e esse pedido do seu pai é por causa da mais nova. Ela tem quantos anos?

E. 2 - Tem 10 e a do meio tem 13. Está começando a adolescência. A outra á mais infantilzinha, mais mimadinha. A gente tem que ceder às vezes aos caprichos da mais nova.

A. S. - Mas mesmo com 10 anos, hoje dia, as crianças já tem muitos traços daadolescência.

E. 2 - Eu aproveitei muito minha infância, brinquei muito. Até sexto, sétimo ano eu levava brinquedo na escola, levava Polly na mochila. Porque eu gostava muito de brincar. E aí eu sinto que hoje em dia não tem mais isso. Por exemplo, minha mãe de 13 anos, quando tinha 10, ela não brincava mais. Até hoje eu tenho brinquedo lá em casa guardado que eu tive muito carinho. Guardei para brincarem e hoje em dia a de 10 não brinca mais. Ela ainda mexe com um bichinho de pelúcia porque ela gosta muito, mas dize que ela vai pegar uma Barbie, montar

uma casa da Barbie que eu tenho, vai colocar uma carruagem no negócio e vai brincar lá... Não faz isso. E tá lá, só que não brinca.

A. S. – Mexe no celular, né?

E. 2 – É. O presente de Natal, o que foi? *Tablet*! Entendeu? Então, para todo mundo lá em casa, cada uma ganhou um *tablet*. Eu já queria comprar mesmo pra faculdade. Então, para mim foi bom. Mas hoje em dia, né? É O Presente de Natal, em vez da boneca. Com a idade dela, eu pedi uma Monster High. E agora não é mais. Por conta disso, por minha irmã estar bastante na tela, meu pai pediu pra gente tirar e a gente tiro. Aí, hoje eu acostumei, já.

A. S. - No geral, quem são as pessoas que você segue? Você vê marcas, pessoas conhecidas, amigos, influenciadores, pessoas famosas, artistas?.

E. 2 - Se eu sigo alguns cantores como o Luan Santana, Jorge & Mateus, Taylor Swift. Meu gosto é bem eclético, mas eu sigo muito meus amigos da cidade, a minha amiga Gabi. Uma galera que anda comigo, da época da escola. Tem uns amigos que estudaram comigo e hoje não estudam mais. Aí, às vezes você entra no Instagram, tem uma pessoa casando, outra está grávida, outra pessoa que está fazendo intercâmbio. Então você vê que cada um está vivendo sua vida.

E aí de marca... Eu sigo alguns portais de publicidade. Sigo uma moça que trabalha com *copy*, acho bem legal. Ela fala dessa área. Ela tem um *close friends* para falar para falar mais da vida pessoal, esse eu tô também. Aí tem uma outra menina que também é empreendedora. Tem uma loja de velas, coisas assim. Ela também tem um *close friends*, em que ela também fala sobre mais assuntos pessoais da vida dela, do dia a dia, que eu também acompanho. Acompanho bastante pessoas de vida *fitness* que, de um ano para cá eu gosto muito de academia. Então, gosto de acompanhar esses influenciadores de academia. E eu gosto muito de acompanhar também influenciador de literário. Na pandemia eu não tinha o que fazer. Então eu já gostava de ler, mas na pandemia eu fiquei viciada em ler; o Tik Tok era só livro, livro, livro e comprei um Kindle e comprei livro físico. Tem até uma menina que hoje em dia o conteúdo dela ainda é livro mas ela fala de outras coisas também, e que eu acompanho há desde 2020, entendeu? Então, eu gosto muito dessa área de livro, literatura, indicação de livro. Reels indicando livro para você ler nas férias, por exemplo. Essas coisas assim, eu gosto de vocês também. Eu acho que é mais ou menos isso que eu acompanho na internet.

A. S. - Tem uma vários influenciadores falando sobre livros, produzindo conteúdo, falando respeito de coisas muito interessante, trazem dicas muito boas.

E. 2 - Sim, eu gosto bastante, até porque, infelizmente, neste ano, se você for comparar até o ano passado com este ano, é até feio falar o tanto de livro que eu li. Só que assim, eu acho

que vão mudando as prioridades, o tempo que a gente tem também, a gente vai é colocando em outras coisas, né? Então, eu sinto isso, mas eu não deixo acompanhar. Eu ainda continuo seguindo até gente que eu nem acompanho mais. Eu deveria fazer "uma limpa", mas dá preguiça de tanta gente que tem. Mas tem algumas pessoas que eu ainda sigo fielmente, digamos assim, que essa menina que eu acompanho, que é a Lvi Resenhas. Às vezes ela faz propaganda de produtos de cabelo, mas o foco dela ainda é livro. Se você entrar no perfil dela, vai ver bastante livro e ela comentando sobre. Ela faz faculdade de publicidade e propaganda também. Eu me identifiquei muito com ela. Gosto bastante do conteúdo dela. E aí tem mais umas pessoas que eu acompanho. Tem gente que eu já acompanhei muito, hoje não acompanho mais. Aí tem um outroa, a Paola alguma coisa... Alexsandra talvez. Ela já é mais velha, o conteúdo mais focado para o *YouTube*. Mas ela também faz vídeo no Instagram. Ela tem um marido também que está acompanhando muito ela e uma filhinha muito bonitinha. Então, ela mostra o dia a dia dela, mostra a parte literária, que eu gosto de acompanhar também. É um contepudo bem diferente, eu transito em vários meios. Tem os nichos, mas é bem abrangente.

A. S. - Você comentou da academia... Está fazendo academia?

E. 2 - Faça. Faz um ano. Eu vou. É tudo de acordo com a rotina. Nas férias, eu estava indo cinco vezes na semana. Agora que eu venho dois dias para cá, eu não consigo treinar todos os dias, então eu vou três vezes na semana, mas eu não consigo parar porque eu sou uma pessoa muito ansiosa. Eu falo muito acelerada às vezes, então, minha cabeça tá assim o dia inteiro. Eu acordo, ela está girando, eu vou dormir, ela está girando. Então eu não paro de pensar. Eu penso bastante, muito rápido. Eu sou bem ansiosa. Daí eu sinto que a academia me ajuda. Ajuda a me acalmar, sabe? Por exemplo, eu sinto que quando eu vou na academia, eu desligo de tudo. Eu chego lá, vou de fone ou sem... No ano passado, eu ia com uma amiga em outra academia, só que é aquele negócio: você só vai se sua amiga for. Ia uma vez na semana, se ela não ia eu não ia, não gostava, não sabia nem fazer direito.

Aí um dia, no meio do ano passado, minha mãe entrou numa academia perto de casa, uma academia menor, de bairro. E disse para mim: você está de férias, não está fazendo nada, vou pagar um mês para você ir comigo. Eu fui meio relutante. No começo, arrastei uma amiga. Não durou muito, ela saiu, mas eu estava indo com a minha mãe. Aí voltaram às aulas e o horário da minha mãe não batia mais com o meu. Eu pensei: "ou eu paro", mas eu estava pegando gosto, "ou eu vou colocar a cara à tapa, vou sozinha". E aí um dos instrutores da academia, era meu amigo da escola, estudou comigo a vida inteira. E aí eu já não conversava mais com ele, mas voltei a ter contator. E aí, hoje em dia, se não tiver ninguém para ir comigo – que não tem, né? – eu vou sozinha.

E aí eu encaixo na rotina. Gosto de ir de manhã, mas se não dá, vou à tarde. Não deixo de ir. Até meu pai fica bravo. Ele fala: “parece que a sua academia é mais importante que o seu trabalho”. Mas parece que eu fico frustrada no dia que eu não vou, sabe? Às vezes, eu posso até achar que faz mal, de tanto que eu gosto. Eu coloco como uma obrigação mesmo, sabe? Mas é porque eu gosto, porque realmente depois que eu saio de lá, me faz bem. Eu acho que diminui a ansiedade no dia. Eu me sinto muito mais produtiva depois que eu vou treinar, então, eu gosto, eu peguei gosto pela coisa.

A. S. – Legal, interessante. Das coisas que você vê no Instagram, algum conteúdo, alguma coisa já deixou desconfortável?

E. 2 – Ah, com certeza devo ter visto. Só que agora, estou pensando no quê. Alguma coisa que me impactou 100%, que marcou muito, eu acho que não tenho.

A. S. - O que você e a sua lembrança que você sentiu? Viu?

E. 2 - Não sei. Ah, uma coisa que eu não citei, também sigo um ou outro site de fofoca. Só que hoje em dia não aparece tanto no meu Instagram. Mas, às vezes eu vejo alguma coisa assim de gente, “ai, não sei quem fez tal coisa”. Não precisava ver, sabe? Acho meio desnecessário, mas algo que me deixou desconfortável... Eu não sei. Acho que, às vezes, inconscientemente, talvez. Entendeu? Algum conteúdo que eu vi e daí até me comparei. Mas, para apontar um conteúdo específico que me trouxe alguma coisa ruim...

Eu não sei. Às vezes, a gente olha de repente para a vida de alguém e fala “nossa, queria estar desse jeito”. Como uma menina da minha cidade, ela estava na Irlanda até um tempo atrás. Eu olhava e pensava: “Nossa, minha meta de vida era estudar fora, morar fora”. Pensava em terminar o terceiro colegial e fazer intercâmbio. E não foi isso que aconteceu. Aí você dá uma comparada, mas, ao mesmo tempo, já cai na real, pois eu não teria vivido tudo isso que eu vivi. Aí bate aquele negócio que eu estava até conversando com os amigos meus. Agora ela voltou, deu dois anos que ela ficou lá, não conseguiu visto, teve que voltar.

Não que a vida dela não esteja parada no tempo, mas, por exemplo, ano que vem eu termino a faculdade. Olha o tanto de coisas em que eu cresci. A foto, minhas coisas com foto que eu trabalho, só surgiram porque eu entrei na faculdade. Se eu tivesse ido fazer um intercâmbio, eu não estaria mexendo com foto. Eu não teria conhecido os meus amigos que eu conheço hoje. Então, às vezes eu peso na balança essas coisas e eu acho que é do jeito que tem que ser, sabe? Daí eu caio um pouco na real. Mas eu acho que é do jeito que tem que ser. Acho que quando era mais nova, talvez eu tivesse essa cois de comparação. Até nas coisas de academia. Você olha e fala: “nossa, e o resultado que essa pessoa teve? Nossa, muito rápido”.

Eu acho que eu já me comparei mais antigamente. Hoje em dia eu entendo que cada um é no seu tempo, seu processo, e está tudo bem, sabe?

A. S. - Você já sentiu essa coisa de olhar para o outro e pensar "a grama ali está mais verde", mas você acha que isso hoje está mais bem resolvido para você?

E. 2 – É. Às vezes eu consigo identificar nas outras pessoas quando elas fazem isso.

A. S. - Como assim?

E. 2 - Por exemplo, é olhar para aquilo e tipo, a pessoa está falando "nossa, mas porque eu queria estar fazendo tal coisa que a pessoa está fazendo, porque olha a vida dela. Porque essa blogueira que ela estuda, treina, se alimenta bem. Eu queria me alimentar bem também", entendeu? Quando uma amiga minha fala isso aí, eu paro para pensar. Eu falo, "nossa, ela tá achando que a grama do vizinho é mais verde que a dela". Nesse sentido de eu conseguir identificar quando a outra pessoa está vendo que a grama do vizinho é mais verde. Sabe?

E. 2 - Então eu acho que eu comecei identificar mais isso. Eu não nego, às vezes até eu faço isso de olhar a grama do vizinho e achar que é mais verde do que a minha. Só que, às vezes, eu caio um pouco mais na real e penso: "para de olhar, porque a grama do vizinho é bonita só daqui. Às vezes, para ele, ele pode estar olhando para a sua e achando que a sua é mais bonita que a dele também. Porque, às vezes, acontece da gente olhar para o trabalho do outro. Por exemplo, ontem a gente teve palestra de um *film maker*. 21 anos! Está fazendo tudo. Foi pra Copa América, New York Fashion Week e a gente está aqui terminando a faculdade. Não que não seja ruim, mas, você olha para ele como fotógrafo, como *film maker* e fala: "com 21 anos, olha onde ele tá!". Mas a gente não imagina o perrengue que tem por trás, as dificuldades que ele passa. Ele falou que ele está nessa desde os 13, que o pai dele já mexia com isso, então, tem toda uma história.

Eu comecei quando eu entrei na faculdade a mexer com isso, então, e daí? Às vezes eu penso "nossa, mas falta força de vontade" porque eu sinto que eu poderia ser melhor com as minhas fotos. Mas, no momento, eu sinto que é o que eu estou conseguindo entregar. Então, eu acho que esse negócio de ver a grama do vizinho mais verde que a outra eu ainda faço, só que, hoje em dia, eu consigo ter uma percepção melhor de enxergar quando isso acontece ou comigo, com os outros, entendeu?

A. S. - E nesses momentos em que bate aparece essa de comparação. Você acha que as redes sociais, como o Instagram, afetam isso?

E. 2 – Ah, com certeza. Eu sigo uma menina aqui e ela é desse mundo fitness. E ela grava vídeos dela mesma conversando com ela, como se fossem duas pessoas, sabe? Aí ela fala "nossa, porque eu não fiquei bem nesse vestido? Ela está muito mais bonita". Aí, aparece ela

do outro lado, como se fosse outra pessoa, falando “nossa, por que ela ficou melhor vestido”. Ela faz vídeo e pessoas que ficam inconscientemente se comparando

E você falando disso... Me faz lembrar que, realmente, influencia. Muita gente olha no Instagram e fala “nossa, como eu queria ter aquele corpo, como eu queria me alimentar bem, como eu queria ser rico que nem aquela pessoa”, né? Então, existe essa comparação e na rede social fica muito mais forte porque você não sabe o que é verdade e o que é mentira.

A Lívia Rezende, que é uma menina que eu acompanho, que fala de livro. Antes eu ficava olhando e falava: “Nossa, eu quero ganhar livre igual ela, ganha um monte de livro de editora. Não compra nenhum livro, e é livro legal, que vem com brinde, ela tem acesso a bienal em todos os dias, de graça e não sei o quê”. Mas e para chegar ali, o perrengue que ela passa? Será que ela realmente ganha todos os livros? Será que ela não compra um e só e finge que ganhou? A gente não sabe. Entendeu? Então você tem que tomar cuidado com o que você vê, porque nem sempre é tudo verdade, né? Quantas pessoas não postam uma foto ali sorrindo, desliga o vídeo e chora.

A. S. – Sim.

E. 2 – Porque, hoje em dia, infelizmente, é o trabalho dele estar ali. Se o influenciador está ganhando para aquilo, então ele tem que fazer bem feito. Então, se vai ser real ou não, pouco importa. Importa, obviamente. Mas, hoje em dia, pouco importa para ele se vai ser real ou não o que ele está sentindo, mas ele tem que mostrar que é real.

É a mesma coisa de um jogo do tigrinho. Joga ali, você vai ganhar R$ 1000 numa numa primeira jogada... Ai, que feio... Uma menina da minha cidade namora um cara que joga no Tigrinho, aposta no Tigrinho e ele é conhecido, é famoso, *influencer*, é conhecido da Ana Castela, tá no Agro Play. Eu conheci ela, estudou comigo. A menina já foi minha amiga, e aí hoje em dia ela trabalha nessa área. E ela não aposta no Tigrinho, nem nada. Mas até engraçado você ver que, às vezes, ela – muito de vez em quando, mas acontece – fala “olha, meu namorado está aqui, tá jogando o Tigrinho e já ganhou tal coisa” e você sabe que não é assim, entendeu? Só que é aquele negócio: quanto ele não está recebendo para divulgar essa plataforma? Ou seja: verdade ou mentira, ele está ganhando, então, ele tem que transparecer que é verdade, sim. Da mesma forma que o conteúdo de comparação, de você achar que a grama do vizinho é mais verde que a outra, de achar que influencia muito, eu acho que isso influencia hoje em dia. Acredito que muita gente já não é boba de cair, mas sempre tem um que vai cair na lábia do outro. É a mesma coisa que comprar produto na internet. Você acha muito que é verdade ou um influenciador vai fazer uma propaganda de uma roupa muito boa e você compra uma igual e a qualidade do tecido é horrível, sabe? Eu acho que engana muito a internet.

A. S. - Concordo, e muita gente se vale disso justamente para ter bons resultados financeiros, né? Aumentar seguidores ou conseguir mais patrocínios de Marca até.

E. 2 – Como esse cara que eu contei da namorada. Ele levou a namorada para Dubai junto com ele por conta do Tigrinho. Ele está com uma casa nova por conta do Tigrinho. Eu sei tudo isso porque eu não sigo a morada dele. E é tudo isso pela internet, Jogando Tigrinho? Acho que não é, né?

A. S. – O Tigrinho paga de fato para ele fala que tá jogando.

E. 2 - Sim, é certeza que ele recebe dinheiro para apostar também.

A. S. - E você acha que já sentiu inveja de alguém por alguma coisa que você já viu no Instagram?

E. 2 - Ah com certeza, né? Não acho que não dá pra falar que não, porque, às vezes a gente olha... Por exemplo, eu falei, essa menina foi para Irlanda. Não que ela tenha ido para a Irlanda por causa disso, mas ela ganhou dois carros no Supercap! E você pensa: "Nossa, por que não sou eu?". Ou até mesmo nesse esquisito de comparação mesmo. Sabe, eu olhei a vida daquele influenciador e pensei "nossa, queria ter essa vida". Eu queria estar desse jeito. Só que, como falei, eu acho que hoje em dia tem um pouco mais de consciência e ando um pouco mais em paz com a minha vida, com as minhas coisas. Eu acho que entendo o que é um processo. Cada um é vive assim, do seu jeito, a sua vida. Mas, às vezes bate... Por exemplo, essa menina que está com esse namorado aí. Ela já foi muito minha amiga. E ano passado a gente estava no mesmo evento, só que eu estava como fotógrafo e ela estava meio como influenciadora para divulgar o evento. E aí você vê a vida dela de um ano atrás e a vida que ela tem hoje, totalmente diferente. Se eu conversasse com ela há um ano atrás, acho que ela não imaginaria a vida que ela tem hoje. Então, você olha e pens: "Nossa, é uma menina que estudou comigo na minha sala. Olha como que ela está na internet." E com uma desenvoltura que ela fala, vai conquistando a galera. Então, nossa, mas como que ela conseguiu chegar nisso? Por que que será que eu não consigo chegar também? Então, às vezes, a gente se faz essa cobrança? Não é? Por exemplo, você vê uma galera que estuda publicidade. Ah, uma outra coisa que aparece também no meu Instagram: bastante coisa de rotina, de estágio, de faculdade, publicidade. Às vezes eu vejo uns vídeos muito legais na internet, da galera gravando. Eu sinto muita vontade, porque eu gosto de gravar, gravo bastante coisa. Eu tiro foto. E eu penso: "Nossa, que vontade de gravar uns vídeos assim, legais pra postar. Eu tenho vontade, tipo, às vezes, de engajar no Instagram, Não tanto pra ganhar seguidor, mas realmente pra fazer mesmo conteúdo, criar os vídeos. Aí, eu penso: "Nossa, que legal. Vou tentar fazer, tento fazer um vídeo e desisto no meio dele. Só largo mão, entendeu? Então eu acho que assim, às vezes falta disposição, falta querer

também. Então, às vezes a gente sente inveja, tipo do que o outro tem, tipo “nossa, como que a pessoa conseguiu isso? Como que ela fez?” Mas aí também tem que parar pra pensar que a gente não viu por trás. Ela também teve trabalho pra fazer. Não é fácil, então, ela sabe, ela tem uma técnica para fazer. Mesmo que seja bobo e viralize, mas aí, se ela faz frequentemente, vai gerando engajamento. Ela tem que manter um padrão, então dá trabalho, não é só fazer. Eu tentei fazer um vídeo, uma vez, que uma menina fez com uma transição. Meu Deus do céu! Eu demorei um monte pra editar o vídeo. Desisti e não postei. Não ficou bom. É aquele negócio, não fica do jeito que a gente quer, porque a gente quer igual do outro e não vai ficar igual ao do outro.

A. S. – Sim.

E. 2 – Seja porque a câmera do outro é diferente, porque a edição do outro é diferente, o jeito de gravar é diferente. O jeito que a pessoa se comporta é diferente, então, assim, não tem como ficar igual. Tem que aceitar só.

A. S. - Essa é a parte difícil, não?

E. 2 – Sim.

A. S. – E o que é inveja para você? Como você descreveria isso?

E. 2 - É você querer ter a vida que o outro tem. Na minha cabeça é isso. É você olhar e, ou querer ter a vida, ou querer ter o tipo emprego da pessoa ou alguma coisa que ela tem, uma conquista, um bem material que ela tem e você não tem. E você quer ter, entendeu? Acho que o que bate mais inveja é, de repente, algo que você sempre quis ter. Você nunca consegue e aquela pessoa vai e consegue. Você fala “nossa, como essa pessoa conseguiu tão fácil?” e você está ali batalhando e não consegue ter até agora. Vamos supor: um carro. Você quer comprar um carro. Aí, outra pessoa vai lá e ganho do pai o carro. Queria eu ter ganhando um carro do meu pai. E eu estou aqui tentando comprar ele e não consigo.

Então, tipo, eu acho que é isso. Ou também aquela inveja mais simples, de querer ter a vida daquela pessoa. Queria treinar na academia que ela treina, essas coisas da vida, sabe? Eu acho que inveja é isso, você querer ter algo que você não tem... Não que você não possa ter. Porque, às vezes, você até pode. Mas, é o que você não tem, mas que o outro tem. É querer ter a vida da outra pessoa, ou objeto, algum bem material, alguma coisa assim.

A. S. – E tem alguém que você lembra, seja no Instagram ou na vida real, que você viu e senti isso?

E. 2 - Não sei, hoje em dia estou contente com a minha vida. Falar que está maravilhosa, não tá, né? Mas assim eu estou bem contente. Estou tentando aceitar o que a gente tem, como a gente tem, porque eu estou tentando entender que são fases e que a gente vai vivendo tudo.

Mas eu não sei, se você falasse até, por exemplo, na época que eu tinha vontade de estar no lugar da Liv Resenhas, que essa menina que eu comentei que fala de livro, que eu gosto muito do conteúdo dela.

Se me perguntasse agora se eu queria estar na vida dela, acho que não. Eu estou bem no meu lugar, entendeu? Mas, há um tempo atrás, ano passado, sei lá, eu acho que sim. Não sei se você conhece a Manu Cit, que é bem conhecida de jovens assim, de academia, essas coisas.

A. S. - Essa não conheço.

E. 2 - Ela é uma blogueira de vida fitnes. Ela entrou na faculdade, começou a fazer medicina na UFRJ. Ela é bem conhecida. E aí, nossa, parece que todo mundo invejava ela, porque ela tinha uma vida muito feliz, muito plena. Ela dava conta de medicina, de uma rotina de muito treino, academia, alimentação saudável. Morava sozinha no Rio de Janeiro e mostrava a vida maravilhosa no Instagram. E ela criou uma empresa, fez isso, fez aquilo. No meio do ano, ela falou que estava trancando a faculdade de medicina, porque não era o sonho dela. Aí você leva um baque. Eu fiquei pensando. A menina que parecia ter a vida perfeita, que, teoricamente, eu não ligo muito, mas tem gente que fala, que medicina é o "uau!". Eu gosto de comunicação, é o que eu vim pra fazer. Acho que se eu ver sangue, eu desmaio. Não é pra mim, mas era uma vida perfeita assim que a internet colocava, que ela colocava. E aí, ver a menina perfeita, que ela quer seguir como empresária e não cursando medicina, eu vi um "baque" na internet, né? Até esqueci a pergunta... Se eu queria ter na vida de alguém, né?

A. S. - Sim, sim.

E. 2 - Não que eu quis algum dia estar na vida dela, porque eu acho que desejava mais a vida de outras pessoas, como a Lívia Resenhas, do que a dela. Mas é engraçado perceber todo mundo comentando "nossa, não aguentou a rotina, não é a vida perfeita?". Não sei o que foi, mas é compreensível também. O sonho dela era faze medicina até conhecer esse mundo da internet. Agora que, provavelmente, já deve ganhar muito mais trabalhando com isso e, de repente, levando uma vida um pouco mais fácil, não sei. Pode ser que não seja fácil. Também estou falando da boca pra fora. Mas assim, uma vida que ela consegue levar de boa e conciliar tudo o que ela quer... Por que não abdicar de uma coisa para ter outra? Hoje em dia estou contente com a minha vida, mas já tive comparação de querer ter a vida do outro, mas acho que não 100% do tempo. Porque nem na nossa pele a gente está contente 100% do tempo, imagina na pele do outro?

Se a gente já está acostumado com tudo o que a gente tem, às vezes não queria estar na própria pele. Às vezes, eu não queria estar no trabalho. Eu queria estar curtindo a praia que me

chamaram pra ir hoje, mas eu estou aqui na faculdade. Então, tem escolhas, né? Mas estar na vida do outro pode parecer flores, mas não é. Eu tenho essa consciência, sim.

A. S. - Tem o lado mais da fantasia do que a gente imagina que acontece com o outro e o que é verdade, o que acontece de fato ali.

E. 2 - Por exemplo, ela mora sozinha em São Paulo. Nossa, quando eu vim para Sorocaba, era morar em São Paulo. Minha meta de vida era arrumar um emprego legal, numa empresa legal, trabalhar em São Paulo. Eu queria sair do interior. Hoje em dia, eu gosto muito da minha cidade. Gosto muito de Sorocaba, mas também é gostoso chegar numa quinta-feira, depois da semana inteira estudando, trabalhando, chegar em casa. Nossa, que delícia! Sair com os meus amigos da cidade, que todo mundo é fofoqueiro, todo mundo conhece todo mundo, mas você está ali com a mesma turminha, é gostoso.

Eu sinto que a gente vai levando do jeito que está. A grama do vizinho pode parecer mais verde, mas às vezes, não é tanto. E cada um lida do seu jeito, não é? Acho que depois que eu entrei na faculdade foi amadurecendo isso. Quando eu entrei, eu morei a vida inteira na minha cidade, estava na mesma escola, com a mesma galera. Aí, vim para uma faculdade grande, onde todo mundo é diferente. Não que Sorocaba seja uma cidade grande, mas é bem maior do que do que onde eu moro. Eu vinha muito para cá, e é outra coisa, né?

A. S. - Voltando ao nosso tema, desses possíveis e breves momentos de invejar a vida dos outros, você lembra de alguma coisa específica que você viu?

E. 2 - Quando eu vi um amigo meu que estudou comigo vivendo na Itália. Isso é uma coisa que me pegou porque eu morro de vontade de ir para a Itália. Todo mundo em casa tem cidadania italiana. Nunca fui para lá. O sonho da minha mãe é ir pra Itália. Aí você fica com aquele negócio... Minha família é italiana, sempre falei que queria ir pra Itália, minha mãe morre de vontade, aí o meu amigo vai...

É compreensível, cada um vive a sua vida e tal. Mas eu queria estar lá, entendeu? Foi o primeiro exemplo que me veio à cabeça: quando ele postou foto na Itália. Queria estar lá, mas não estou.

A. S. - Quando você lembra dessa experiência, que outras emoções você sentiu na ocasião?

E. 2 - Consigo lembrar da época de escola, na época que eu estudei com ele, que ele foi muito legal comigo. E tem outras vezes que ele foi bem chato, porque ele era uma pessoa que se achava muito superior aos outros, sabe? Era um amigo, mas que se pudesse falar mal de você com outro amigo, ia falar.

Aí, você olha para a pessoa, às vezes para a vida dela e pensa como conseguiu tudo? Mas, ao mesmo tempo, também é uma vida meio vazia. Está sozinho e fica passando por dificuldade lá fora. Às vezes é bom estar aqui com a família. Então, às vezes, me traz lembranças. Se tinha mais algum sentimento além de inveja, digamos assim, acho que lembrança. Por ser conhecido e associar alguma coisa. Eu acho que é mais isso.

A. S. - Mas o seu sobre o seu olhar assim que que você pensa sobre as redes sociais hoje, o que você acha delas em geral?

E. 2 - Eu acho que assim, olhando com um olhar publicitário, muita oportunidade de trabalho e fazer o seu nome. Mas aí, ao mesmo tempo que eu gosto, eu não sei dizer ainda muito, definir... Porque a rede social é um lugar para diversão e para trabalho. Eu sinto que rede social é boa até um certo ponto, mas é muito naquela obrigação da gente se pôr como marca na rede social, se tratar como marca. Mas, às vezes, eu não quero me tratar como marca, mas como somos publicitários, a gente tem que se impor nas redes sociais. Não que seja obrigatório. Depende muito do nicho que você trabalha.Mas eu, por exemplo, trabalhando com foto, trabalhando em cidade pequena, hoje, por exemplo, três pessoas já entraram em contato comigo perguntando de foto. Eu tenho Instagram de foto, que eu posto foto a cada um ou dois meses, de um trabalho que eu fiz há um ou dois meses atrás. Eu não engajo no perfil, eu não fico criando conteúdo para o perfil, eu prefiro criar no *close friends* uma coisa feita para meus amigos rirem do que postar mesmo, de engajar e criar uma marca em cima de mim, por exemplo. Eu acho que isso é muito importante, que é uma ferramenta que a gente tem na mão. Se a gente souber usar, a gente consegue ganhar dinheiro.

Só que, ao mesmo tempo, é cansativo. Porque eu gosto de fazer vídeo, mas eu gosto de fazer quando eu tô a fim. Não que eu precise criar um cronograma e postar. Então, eu acho que a rede social é muito isso: é oito ou 80; ou você produz a milhão ou você é *low profile*. Digamos assim: só vê a vida dos outros. Então, eu sinto que é muito isso: ou você se posiciona como marca, ou você é só mais um perfil no Instagram.

Vendo no geral mesmo, mas mais um olhar da gente que está em comunicação. Porque, hoje em dia, todo mundo tem que ter um perfil, todo mundo tem que engajar todo mundo. Um psicólogo tem que ter um perfil para mostrar o trabalho dele. Tem que ter conteúdo para o perfil. Já não basta ser psicólogo, ele ainda tem que ser um criador de conteúdo? Então, não que não possa, mas eu sinto que, hoje em dia, quanto mais jovens, mais a gente tem obrigação. Parece que se você vai numa palestra, tem que criar um negócio de conteúdo, entendeu? A gente trabalha com uma academia, negócio de eletroestimulação lá na agência. Por que a pessoa precisa criar um conteúdo de uma academia? Mas, ao mesmo tempo, se ela não criar, ela não

vai estar presente no mercado. Vai estar na cidade, na região, mas se quiser alcançar maior público, precisa estar na rede social. Ela vem para ajudar, mas também para fritar a cabeça.

A. S. - Você comentou que você gosta de fazer vídeos às vezes, né? O que você gosta de postar no seu Instagram?

E. 2 – Bobeira. Brincadeira! Gosto, por exemplo, dos vídeos que meu amigo faz da gente, da nossa nossa rotina na faculdade. Eu amo repostar os vídeos dele, porque acho muito legais. Eu não posto muito meme, nem nada assim, sabe? É mais foto, geralmente a foto com família, amigo, parabéns (aniversário). E vídeo, geralmente quando eu gravo, deixo guardado. Eu amo gravar vídeo dos outros dando risada, tiro foto com os outros. Até minha amiga falou de pra mim "eu queria gravar que nem você. Você tem um onte de vídeo no celular". Porque eu gosto depois de ficar revendo os vídeos quando não tem nada pra faz. Eu gosto muito de guardar, de recordação assim tudo. Mas postar mesmo, às vezes eu posto alguma bobeira no *close friends* eu com os meus amigos. A gente sai para comer um lanche, aí eu gravo a gente falando qualquer bobeira, entendeu? Mas coisas assim, no *close friends* para para amigos próximos. Mas na rede social mesmo, eu não vou gravar um vídeo falando "Oi galera, estou fazendo um vlog aqui pra vocês", entendeu?

Tenho vontade às vezes, eu sou muito espontânea, gosto muito de falar, mas às vezes, eu tenho um pouco de vergonha de não conseguir colocar minha cara à tapa. Mas, eu acho que se eu colocasse, eu me daria bem. Só que eu tenho aquele muito aquele negócio de perfeccionismo. Diminuiu um pouco, mas o vídeo tem que ficar 100% do meu agrado. Se ficar 90% não é bom, tem que ser 100%. Então, acho que é por isso que eu não posto nada.

A. S. - Entendi. E você tira bastante *selfies*?.

E. 2 - Até que tiro. Hoje em dia eu tiro mais. Minha autoestima hoje é melhor, já foi bem ruim.

A. S. – E por que sua autoestima essa opção não era tão boa?

E. 2 - Não sei. Eu não sei explicar. Eu acho que eu fui crescendo, fui me cuidando melhor. Eu acho que eu fui evoluindo, fui entendendo que cada um tem que se aceitar do jeito que é. Porque, às vezes, a gente se incomoda com aparência alguma coisa que alguém cutuca, que alguém fala, né? Hoje em dia, por exemplo, uma coisa que me incomodava, hoje em dia me incomoda um pouco, mas menos, é o meu nariz. É nariz de italiano, que tem um ossinho aqui, né? E toda minha família, por parte de mãe, tem meu nono, minha mãe, todo mundo. E aí, meu sonho era fazer uma rinoplastia, porque me incomodava muito. Até para foto, tudo. Hoje em dia não ligo, até gosto, mas na época me incomodava muito. Então, eu não tirava tanta foto. Hoje em dia eu já não ligo, acho que eu tenho que fazer o desvio de septo. Minha tia fez

e tirou o ossinho. Se eu fizesse, talvez até tiraria, né? Faria uma rino, mas já foi muito mais vontade do que é hoje em dia. Mas, por exemplo, uma amiga minha que às vezes tirava sarro por brincadeira. Eu fui uma pessoa que sempre levava e até hoje às vezes levo meio para o pessoal as coisas, sabe? Às vezes uma brincadeira me magoa. Só que hoje em dia eu tento entender melhor que é brincadeira. Porque hoje em dia eu brinco também. Eu percebi que se eu brincar, não vai fazer tanto mal quanto quando brincarem comigo, porque antes eu não brincava. Quando brincava comigo eu levava para o coração. Machucava assim, sabe? Hoje em dia eu consigo brincar com a brincadeira, então brinque comigo e eu brinco com a pessoa. E aí, às vezes dá uma cutucada, magoa um pouco mais, faz parte. Porque antes eu não levava na brincadeira, pra mim era sério e eu levava para o coração. Eu falei para ela uma vez, que ia fazer uma plástica. Ela disse: "Tá louca, vai tirar sua marca registrada italiana?

Ela ficou brincando comigo, era uma pessoa que, mesmo sendo minha amiga, às vezes, fazia umas brincadeirinhas, me magoava. Só que hoje em dia já consigo lidar com isso, sabe? Então, acho que é isso.

A. S. - E nesse seu perfeccionismo, imagino que essas *selfies* que você tira, nem posta.

E. 2 – É. Hoje em dia eu posto mais. Mas tem que estar do meu agrado.

A. S. – E o que é estar do seu agrado?

E. 2 – Ah, eu gostar. Porque minha amiga falava "ai, porque eu tenho meu lado", para tirar foto. Eu não ligava muito pra isso. Hoje em dia eu acho que tem um ângulo que fica melhor para foto, ou luz. Ainda mais mexendo mais com isso também. Às vezes se eu gosto, mas não gosto tanto, posto só no *close friends*. Mas, para deixar no *feed*, por exemplo, tem que pensar bem antes de postar. Tem que ser uma foto que eu goste bastante.

A. S. - Tem alguma coisa mais que você possa falar sobre essa sua experiência como usuária do Instagram?

E. 2 - Não sei. Eu acho que já falei bastante coisa, mas eu acho que é isso. Eu acho que é o Instagram é uma rede social que vai durar muito tempo ainda, né? Não sei, posso estar errada, mas vem rede social entrando, mas acho que é uma rede social bem consolidada. Sempre que entra outra no mercado. Entrou o Twitter, ela lançou Threads; Depois do Tik Tok, o Instagram lançou o Reels? Ele sempre vai puxando lados. Está vinculado com o Facebook. Eu acho que o Instagram tem potencial de ficar ali, porque muita gente trabalha e depende dele. Então, eu penso que se o Instagram acabar hoje muita gente ficaria desempregada. Porque é a fonte de renda de muita gente. A comparação vai continuar existindo. Mas eu acho que esse negócio de comparação, essas coisas, faz o mercado girar, infelizmente, né? Porque, se a pessoa te inveja, ela quer uma roupa que você tem, ela vai atrás, ela vai comprar, às vezes, para agradar,

para ficar do gosto. Então, acho que é um ciclo. Se todo mundo fosse mostrar a vida real, as vendas cairiam. É muita coisa, tipo, se fosse mostrar o real produto, por exemplo, na venda, muita coisa, seria diferente, coisas boas e coisas ruins. Mas para o mercado hoje em dia, acho que não. Não se torna viável deixar vida real. Que é o que o Instagram prega hoje em dia, né? É e não é. Tem um pouco de glamour ainda.

A. S. - Me veio uma pergunta na cabeça, você já postou alguma coisa para, de alguma forma provocar inveja das pessoas?

E. 2 - Não sei se para provocar inveja, mas para mostrar que "estou aqui", sim. Minha amiga, não quis sair comigo, mas eu saí. Daí, eu posto uma foto pra ela saber que eu fui, entendeu? Você não quer mandar diretamente para pessoa, mas você quer que ela saiba que você esteve ali, então você faz isso, entendeu?

A. S. - Muito bem, vamos encerrar por aqui.

A. S. - Vamos lá então. Estudante de jornalismo, está no oitavo módulo/semestre? Qual foi primeiro contato com redes sociais?

E. 3 - Bom, eu ganhei um computador da minha mãe. As pessoas, hoje em dia, ganham quando criança. E eu ganhei, acho que com 13 anos,14 anos, e aí, o primeiro contato foi o Orkut. Eu não usava tanto, porque não me instigava ao uso. Achava meio bobo. Acho que interesse em rede social mesmo, pra mim, só veio com um Instagram, porque eu sou uma pessoa muito imagética. Eu gosto de moda, então eu tenho essa conexão ali. Eu encontro o que eu estou procurando de moda, informações de jornalismo, me conectar com os meus colegas de sala, com os professores que eu sigo no Instagram. Então, pra mim, o contato de verdade, seria o Instagram mesmo.

A. S. - E você criou seu perfil no Instagram quando?

E. 3 - Não foi quando deu aquele "bum" no Brasil. Acho que eu demorei um tempo. Não sei especificar o ano, mas é uma coisa bem recente meu perfil. Acho que ums cinco anos, por aí. Só que antes eu não postava tanto, era só mais assim ficar rolando *feed*, vendo o que os outros postavam, só mais recentemente que eu me senti à vontade de postar.

A. S. – E quantos anos você?

E. 3 - 29.

A. S. - E você falou que agora que você tem sentido mais confortável para postar coisas. Por quê?

E. 3 - Porque eu achava que o meu conteúdo não ia ser tão interessante. Até pr isso que eu me interessei pelo tema da pesquisa, fiquei reflexiva à respeito Porque não tem como, você acaba fazendo comparações do tipo "será que o que eu postei é tão interessante como do outro?".

E. 3 - Não é um sentido de inveja, mas eu acho que, Querendo ou não, se você está numa rede social, você sabe que está ali para se expor. Só que eu sou mais uma pessoa mais reservada, então eu faço uma curadoria melhor do que eu vou postar ou não. Meu perfil mesmo, não tem muitas fotos minhas, mais fotos de lugares que eu acho interessante, que eu viajei ali, então, vejo e penso: "Isso é interessante". Não necessariamente pensando em curtidas, mas pensando em compartilhar com quem me segue. Acho que hoje a gente está usando mais sse termo "comunidade", essa comunidade que eu criei e de mostrar "olha, eu achei isso interessante" e de pegar o que o outro postou também da comunidade e falar "olha, isso também é interessante". Vai criando a rede social, o contato.

A. S. - Certo.

E. 3 - Mas de não me sentir à vontade, é mais pela questão de que há também a questão corporal, algumas questões de autoestima e também a questão de não ser uma pessoa que se expõe muito.

A. S. - Você é uma pessoa mais reservada assim, mais tímida, pelo jeito.

E. 3 - Eu sou muito tímida e reservada.

A. S. - Você tira muitas *selfies*?

E. 3 - Eu faço, mas eu guardo para mim no celular. Na galeria de fotos assim, depois eu penso, se vou postar, mas, aí geralmente se eu vou, vou postar foto minha, vai mais pro *Stories*, que apaguei em 24 horas, do que pro *Feed*. Meu *Feed* mesmo não tem muitas fotos minhas. Se tiver umas duas, acho que deve ter umas três, no máximo.

A. S. - Por que que você coloca suas fotos pessoais no S*tories*?

E. 3 - Acho que é porque apaga rápido nessas 24 horas. Aí, não, nego: tem muito a questão da autoestima. Também tem essa questão do tema da sua pesquisa. É, não tem jeito. Eu acabo me comparando com outras pessoas, outras mulheres, de achar que talvez elas sejam mais bonitas, não estou me sentindo muito bonita nessa foto que tirei. Vou postar aqui, vai a pagar em 24 horas. Mas eu tenho tentado trabalhar isso em mim, não pensando em redes sociais, mas por outras questões.

A. S. - E o que você gosta de ver no Instagram?

E. 3 – Primeiro lugar moda, porque eu quero trabalhar com jornalismo de moda e ali que eu consigo me conectar com as marcas que eu me interesso, as revistas, as marcas de luxo.

Foge da minha realidade no sentido financeiro, as ali no Instagram, eu posso seguir, entender, aprender? Eu uso o Instagram como uma fonte de aprendizado em primeiro lugar. Segundo, para conexão, para criar uma rede, porque eu não gosto muito dessa ideia de ver a rede social com algo 100% maléfico. Eu não vejo dessa forma, até porque eu, enquanto jornalista... São quatro anos de curso. Em quatro anos, nós aprendemos que é no Instagram, o Facebook, no finado do Twitter, qualquer outra rede social não é "o inimigo" em si. A gente tem que aprender a conviver, até porque a gente fala muito no jornalismo que se a gente não se adapta, fica para trás.

Mas no jornalismo, a gente tem que estar nas redes sociais, porque o conteúdo vai primeiro ali. É só ver o sucesso da Choquei. Choquei não é jornalismo pra gente. Só que o que faz com que as pessoas vão atrás da Choque e não da gente, uma folha de São Paulo, por exemplo, porque ali é instantâneo o conteúdo, é muito rápido. E as pessoas hoje querem coisas muito rápidas, elas não querem ler. Tem muito esse problema no jornalismo. A gente escreve um texto, todo bonito, com as técnicas de reportagem e entrevista, nós vamos atrás das melhores fontes. Nós produzimos, revisamos, fazemos todo tudo aquilo de informações. Aí nós vamos competir com pessoas postando ali na internet. Eles vão sempre levar a melhor, porque as pessoas querem o que é rápido hoje em dia, elas não querem é ter o trabalho de esmiuçar alguma coisa ,de buscar informações. Não é à toa que elas estão caindo nas fake news da vida.

A. S. - Sim, com certeza.

E. 3 - Então, o que eu busco no Instagram? Informações, principalmente de moda. Vagas de emprego, vagas na minha área de jornalismo. Inclusive, faço parte de grupos do WhatsApp de vagas de emprego. Também gosto de ver as fotos das pessoas de quem eu gosto, dos meus amigos aqui da faculdade, professores com quem me identifico.

A. S. - E como que é a sua navegação no Instagram? Quais partes dele você acessa, o que mais vê?

E. 3 - Meu algoritmo já está bem treinadinho porque já sabe o tipo de conteúdo que eu vou ver. Moda, beleza, jornalismo e é sempre isso que vai aparecer. Eu consumo mais o *feed*, aí eu vou lá e clico em cada um dos perfis de moda que me interessam muito. Leio as últimas informações. *Stories* eu vejo, mas não é sempre. Às vezes eu acho bem cansativo, inclusive. Mas é mais o *feed* e, em segundo plano, os *stories*.

A. S. - Por que que você acha os *stories* cansativos?

E. 3 - Não sei. Eu acho que eu caio muito nessa coisa que eu falei de as pessoas não gostarem de ler, porque elas querem coisas ágeis. Eu também, não é sempre que eu estou com

vontade de ficar vendo um minuto lá a foto e mais não sei o quê. Aí, eu acabo pulando muito. Fico clicando nos *stories* pra pular.

A. S. - E quais outras redes sociais que você acessa?

E. 3 - Eu usava muito o Twitter, mas agora não tem mais. Facebook, por mais que eu tenha perfil, faz anos que eu não vejo. Inclusive, eu apaguei tudo o que eu tinha postado. O meu Facebook era muito antigo, desde que eu tinha 18 anos.

Eu tenho 29, um perfil bem antigo. Eu criei, inclusive, com a intenção de me conectar com os meus colegas de sala, porque como eu encerrei ensino médio, decidi criar um perfil para poder me conectar com eles depois. Só que quando eu fui procurar emprego dentro do jornalismo, eu percebi que muitas vagas pediam o link das suas redes sociais. E o meu Facebook tinha muito conteúdo político, porque eu também sou interesso por política. Eu tenho uma visão política muito bem definida, meus colegas sabem. Deixo bem claro qual é.E meu perfil era muito político e eu fiquei com medo. O jornalismo temé as editorias e tem também a linha editorial, que é justamente o que aquele jornal defende, aquela revista defende, o que aquele veículo de comunicação defende. E me assustou a possibilidade de eles não me contratarem por eu ser uma pessoa de visão política de esquerda. Então, assim, se fosse me candidatar a uma vaga num jornal mais à direita, mais neoliberal, eles iam encontrar ali um perfil 100% voltado à esquerda. Talvez eles tivessem receio de me contratar para achar que eu ia entrar lá e tentar causar um movimento, não sei. Escrever coisas desalinhadas com que eles acreditam. Então eu apaguei todos os meus posts. A única coisa que eu deixei no Facebook, acho que foram as atualizações de fotos e só. E aquelas pessoas postando feliz aniversário. Foi só isso que ficou. Por que não quis magoar os Sentimentos de ninguém. Aí ficaram esses posts. Mas o meu Facebook eu não uso. Usava muito o Twitter, mas infelizmente ele caiu. Tentei criar perfil no Blue Sky, mas eu não. Não sentia a mesma conexão com o que eu tinha com o Twitter, então eu não uso. A rede que eu mais uso é o Instagram. Não sei se o WhatsApp é uma rede social ou não, mas eu uso bastante o aplicativo.

Eu uso muito o Pinterest porque gosto bastante de imagens, de entendê-las Só o Instagram, Pinterest e o WhatsApp. As outras redes sociais, por mais que eu tenha um perfil, não uso.

A. S. - Você acha que você vê mais conteúdo de pessoas que você conhece – colegas, amigos, familiares – ou mais de influenciadores, ou marcas? Como é isso?

E. 3 - Influenciadores eu não sigo tantos. Eu acho que eu sigo só três, com as quais eu realmente me conectei. Na verdade, eu sigo cinco: uma no segmento de moda e quatro no

segmento de beleza, que é o que eu realmente gosto. Meu algoritmo é bem treinado para mostrar isso.

Eu busquei não ficar seguindo essas influenciadoras, acho que até entra no tópico da sua pesquisa, né? Eu acho que a influenciadora me influenciava. Eu tenho notado esse movimento de não ficar seguindo certas pessoas. Acho que teve até o caso da Virgínia, todas as polêmicas nas quais ela se envolveu, eu não gosto muito desse tipo de conteúdo, essas coisas assim. Nível Choquei da vida. Não gosto mesmo e não é nem só por ser jornalista, porque, realmente, se eu não fosse, eu também não seguiria, porque eu não acho que é um conteúdo interessante. Eu consumo muitas marcas de moda, marcas de luxo, marcas nacionais com as quais eu me identifico com a política, com a missão, visão e valores que elas têm. E que fala alguma coisa positiva que eu acho interessante. Sigo muitas marcas, mas, felizmente, meu *feed* é mais de pessoas reais. Porque é isso que eu busco, conexão com pessoas reais, com perfis reais, que me transmitam algum conhecimento, alguma mensagem positiva. Por isso que eu busco não ficar tanto focada em influenciadora.

Não é uma coisa que me interessa muito, mas também não crítico quem se interessa, porque eu sei que cada um é cada um. Mas eu busco não ter esse tipo de conteúdo no meu Instagram.

A. S. - E quanto tempo em média, você acha que passa diariamente no Instagram?

E. 3 - Acho que horas. É porque dá para acessar pelo computador. Então lá no estágio, para dar uma olhadinha aqui, ver alguma atualização no Instagram. Aí eu entro ali rapidinho. Ou aquela coisa de estar no ônibus, aí já tá cansada, pego o celular, fico lá mexendo no Instagram. Mas acho que, numa média, umas duas horas por dia, podendo ultrapassar.

A. S. - Em quais outras situações, além das que você já citou, que acaba dando uma olhada no Instagram?

E. 3 - Por incrível que pareça, é quando estou com um cansaço mental. Trabalhei, estou cansada, aí, vou espairecer olhando o Instagram, porque eu gosto do conteúdo que eu sigo, eu realmente fiz uma curadoria no meu perfil. Não sei se foi ano passado, foi no começo deste ano. Foi essee período. Eu tomei a decisão de limpar meu Instagram, então eu parei de seguir muita gente. Fiz uma limpa, parei de seguir todas as pessoas que tinham me dado *unfollow*. ambém fiz uma limpa em certas influenciadoras que tiveram posicionamentos que eu não concordei. Por exemplo, eu seguia uma blogueira que na época da pandemia, ela teve uma fala muito infeliz em que ela falou que “ah, vamos aproveitar a vida”, enquanto a OMS estava dizendo para não aglomerar, ela deu uma festa gigantesca para outras influenciadoras e falou várias coisas com as quais não concordei. Ela é dona de uma marca de beleza que eu gostava bastante.

A. S. - Quem é essa influenciadora?

E. 3 - Mariana Saad. E eu não vou ficar seguindo essa gente. Então eu fiz um filtro do tipo de pessoa que realmente quero. Essas pessoas não estão me influenciando para coisas positivas, porque eu acredito que tem a influência positiva e a negativa, Não vou ficar demonizando também o trabalho alheio. Mas influenciar só pra "ah, vamos comprar coisas caras". Eu não concordo com esse posicionamento, ainda mais diante do cenário atual do planeta, mesmo. Não concordo com esse posicionamento de ficar comprando só pelo comprar.

Eu fiz uma limpa nesse tipo de influenciadora. Eu dei *unfollow* em todas. E em relação a pessoas reais também, que eu conhecia. Eu não tinha contato mais com essas pessoas, elas não me falam nem um oi, então, eu também não quero ter contato. Eu mantive no meu perfil realmente, só que hoje eu só tenho no meu perfil do Instagram aquilo que eu realmente acredito que conversa com a minha filosofia de vida, que dialoga no sentido que eu busco. até porque eu tenho quase 30 anos, né? Eu mudei muito a minha cabeça. Então, decidi fazer uma limpa aqui no meu perfil, deixar só o que realmente é interessante.

A. S. - Da forma que você me conta, me parece que é você procura fazer um uso mais consciente da rede, né?

E. 3 – É o que eu tenho tentado, porque antes, quando eu criei o perfil, era uma coisa meio boba o meu uso, né? Era uma coisa muito assim, de ficar vendo por ver, muita coisa boba. Até teve uma época uma que eu me cansei. Inclusive, eu fiz aniversário em julho deste ano. Aí eu fiz um detox: eu passei um mês inteiro sem entrar no Instagram. Eu falei "vou fazer uma limpa nisso porque estava me afetando de tanto que eu ficava acessando. Era muito aquele acesso só pelo acessar, de pegar o celular pra dar uma olhada no Instagram ou no Twitter. Eu fiz primeiro com o Twitter, fiquei um tempão sem acessar a minha conta. Aí depois eu passei isso para o Instagram. Primeiro eu fiz essa limpa, né? Essa curadoria nos perfis que eu seguia, aí em julho eu fiz uma limpa no sentido de evitar usar tanto à toa. Eu tirei férias do trabalho e da universidade e pensei em aproveitar as férias para viver a vida real e não a vida construída ali no mundinho da internet.

A. S. - Teve algum conteúdo que você viu no Instagram e lhe causou alguma sensação desconfortável, algo que a incomodou?

E. 3 - Na época da pandemia. Ah, pronto: uma boa história. Agora tem esse *close friends* onde você posta para pessoas que você especifica. E uma coisa que me incomodou muito lá em 2020 foi ver pessoas me colocarem nesse *close friends* pra postar que estavam aglomerando em um momento que ninguém podia estar aglomerando e isso me deixou mal de verdade.

Eu até postava isso no Twitter e pessoas com as quais eu tinha uma conexão ali me respondiam, a gente tinha essa troca de ideias no sentido de falar que realmente isso não era legal. Eu falava "gente, você vai me colocar no *close friends* para mostrar para mim o que você está fazendo? Uma coisa que não é boa não é nem só para você, não é boa para ninguém. Nós estamos num momento terrível do planeta, pessoas morrendo" e aí, ver alguém é ali, aglomerando num momento que não podia, aquilo me trazia muito um sentimento de que a pessoa está tripudiando no sofrimento alheio. Eu moro em uma cidade próxima, né? E nós estávamos acompanhando o aumento de casos a ponto de que o hospital municipal não estava dando conta. E aqui em Sorocaba, lembro que a situação foi feia também. E eu vendo pessoas da região fazendo isso... Me incomodou muito, muito, mesmo. Ainda mais porque eu perdi um parente, não pela covid, mas no ano de 2020. Isso me incomodou muito. Outra coisa que me incomodou muito, não necessariamente no Instagram, mas em outras redes sociais foi a questão lá em 2018. Na época do da campanha do Bolsonaro, foi ver pessoas por quem eu tinha um grande carinho fazendo campanha para ele, apoiando coisas com as quais eu não concordo. Aquilo no me deixou muito triste pois eu não sabia que essa pessoa era assim.

Acho que essas duas situações. E, no dia a dia, o que me causa esse sentimento de estranhamento é quando eu vejo pessoas com as quais eu me conectei, no sentido de gostar da pessoa, postando conteúdos, falas complicadas. Por exemplo, a questão da do gordofobia que é uma coisa séria para mim. Ver pessoas do meu círculo fazendo comentários sobre isso, tripudiando sobre pessoas pela questão do peso, da aparência. É uma coisa muito forte para mim. Também a questão do racismo, coisas homofóbicas. Isso é uma coisa que hoje mexe comigo, mas sempre mexeu muito comigo porque são questões assim que eu busco estudar, entender. E aí, quando eu vejo uma pessoa que eu gosto compartilhando conteúdos problemáticos, isso mexe comigo. Eu queria poder falar com essa pessoa, chegar nela e falar: "Olha, fulano. Vamos dialogar sobre isso aqui".

A. S. - Você acha que se compara muito com outras pessoas no Instagram?

E. 3 - 100%. No Instagram, 100%.

A. S. - E como é isso?

E. 3 - E não é só no Instagram, não. Acho que aqui dentro da universidade. Eu entrei com 25, vou sair com 29.

E eu vivi ali a pandemia. Tive aulas no EAD por culpa da pandemia. E quando eu vim para cá, é engraçado, porque teve a questão do ensino médio. Eu me comparava muito com as meninas pela questão do corpo. A minha comparação com as pessoas, com mulheres, é muito a questão do corpo. Eu me aceito como eu sou, mas isso foi um processo muito longo de terapias

com várias terapeutas diferentes, pra chegar no nível onde estou. Mas a minha comparação era muito de pensar “nossa, fulana é magra, eu não sou. Então, a será que ela vai me aceitar ali, perto dela?”. Porque quando eu estava no ensino fundamental, médio, eu passei por situações ser rejeitada em círculos de mulheres por não ter o mesmo corpo que elas. Então essa é uma questão que eu carreguei por muito tempo. E quando eu cheguei aqui na universidade, isso foi uma questão para mim. Às vezes, eu ainda acho que é, mas menos no sentido de a pessoa ser magra e eu não. Aí, nas redes sociais, como eu venho falando, na questão do imagético, eu gosto de moda, mas ela dita um padrão de beleza no qual eu não estou dentro desse padrão de corpo, que eles dizem que é o correto. Então, como eu quero trabalhar com jornalismo de moda, bate em mim o receio do tipo, “será que eu vou conseguir entrar nesse mundo da moda como profissional?”. Porque eu não quero ser modelo, quero ser uma jornalista. Eu quero escrever, eu estou estudando, me preparo. Eu faço cursos para isso. Mas será que o meu interior, a minha questão intelectual, vai se sobressair em relação à questão do físico eu m mundo que dita padrões de beleza? As minhas comparações hoje em dia são muito nesse sentido. O medo. Assim eu tenho a coragem e o medo lado a lado aqui comigo. A coragem, porque eu quero isso, eu vou buscar isso, é o meu sonho, eu me preparo há anos para isso. E o medo que é menor do que a minha coragem, mas que existe, no sentido de se vou ser aceita com o corpo que eu tenho ali naquele local.
Daí, claro, eu entro no Instagram e vejo as imagens de pessoas que não se parecem comigo. Quando eu fiz a limpa no meu Instagram, de pessoas que eu seguia, também foi nesse sentido: eu não vou seguir pessoas que não têm a mesma classe social que a minha, pra me influenciar a ficar comprando coisas que eu não quero. E também pessoas na questão do corpo. Eu também fiz uma limpa nesse sentido, então eu venho buscando também seguir influenciadoras, quando eu me interesso em seguir, que tratem dessa questão com responsabilidade, porque falta muito essa responsabilidade nessas pessoas. Elas acham que só tem o bônus, mas não veem o ônus, né? Elas querem ser influenciadoras, mas elas não querem ter a responsabilidade de entender que você está falando para uma pessoa que não tem dinheiro pra comprar uma coisa. E ela vai comprar como? Fazendo uma dívida pra depois o nome dela parar no Serasa? Está falando com pessoas que têm corpos diversos. Você está pronta para entender que nem todo mundo vai ser magro e ter o seu corpo e o seu dinheiro? São questões assim que eu pontuo muito antes de decidir seguir alguém.

A. S. - Nessa comparação com as outras pessoas, que acontece na vida também, pensando especificamente no Instagram, o que isso causa a você?

E. 3 - Um sentimento de inferioridade, angústia também que, daí me leva ao medo dessa questão que optar pela moda, de entrar nesse mundo. Um sentimento de pensar... Eu não ia entrar nesse tópico, mas acho que faz parte, então, eu vou ter que entrar. Essa questão de será que alguém vai gostar de mim?

Porque ali no Instagram, as pessoas constroem uma vida muito perfeita e também por isso que eu tentei, que eu tenho tentado usar cada vez menos, por mais que eu seja um tanto quanto viciada, É uma vida muito perfeita. Pessoas sempre felizes, casais muito felizes, todo mundo muito feliz, viajando. E aí gera muito esse sentimento de eu começar a ficar pensando muito e muito frequentemente sobre será que alguém vai gostar de mim por causa disso. Porque eu não me pareço com essa pessoa, mas também não me pareço com essa. Então, esse sentimento já me ocorreu e, principalmente, a questão da inferioridade. Mas aí, claro, eu felizmente tive possibilidade de fazer terapia durante muitos anos, com profissionais diferentes, com abordagens dentro da psicologia, da psicanálise. Então, isso me ajudou muito a construir a me tornar mais forte, nesse sentido de evitar tantas comparações. Hoje eu me comparo menos. Mas quando eu me comparava, era principalmente esse sentimento de inferioridade.

A. S. - E esse sentimento de inferioridade está relacionado a quê? A questão financeira, física?

E. 3 - A questão física.

A. S. - E é mais a questão física em relação ao corpo ou ao rosto?

E. 3 – Ao corpo.

A. S. - Em algum momento você acha que você chegou a sentir inveja de alguém, que você via no Instagram?

E. 3 - Por incrível que pareça, não. Não sei explicar porque nunca me ocorreu. Eu acho que é porque eu acho a inveja é a mesma coisa que o ódio. Eu acho que são dois sentimentos muito fortes. É aquela coisa que as pessoas falam de brincando: eu não tenho ódio de ninguém, só desgosto. Então, a questão da inveja, eu acredito que... Não tenho certeza que não. Porque acho que eu tinha um autoestima tão baixa, que eu acho que até sentir inveja estava muito além da minha baixa autoestima. Por isso que eu acredito que nunca senti, acho que não foi a inveja. Não foi inveja que eu senti. Foi mesmo um sentimento de inferioridade, de comparação. Acho que sempre foi comparação e não a inveja.

A. S. - O que é inveja pra você?

E. 3 - Eu acho... Vamos pensar antes de responder. Eu acho que é muito aquela coisa de você querer ser o que você não é porque você viu o outro. As influenciadoras pautando pela influência digital. Quando deu aquele “bum “do *YouTube* em 2010, que agora está se perdendo,

a gente tinha muito conteúdo sobre mostrar a casa. Pessoalmente, eu não vejo sentido em você gravar um vídeo expondo a sua casa. Não é nem pela questão de gerar inveja nos outros. É por uma questão meio óbvia, segurança. Porque é fácil detectar essas pessoas, esses hackers, eles conseguem detectar esse tipo de informação. Como que você está expondo sua casa, alia e não pensar na questão da segurança? Porque não é só você, tem os outros, os seus vizinhos, os seus familiares, amigos e você não está expondo só você. Porque se fosse só você, só você fosse afetado, ok. Mas não é. É uma rede de pessoas. E aí geravam comentários... Eu gosto muito de ler os comentários no *YouTube* dos canais que eu sigo. Muitas pessoas falando "ai eu queria ter isso, mas não tenho". Então, pra mim, a inveja é mais nesse sentido, eu acredito. Vai muito nesse sentido de querer ter o que o outro tem. E aí ,você não tem acesso, mas também, aqui no Brasil, principalmente, a questão da a educação é acadêmica. As pessoas, infelizmente, não têm acesso à informação. Isso vai entrar na minha profissão como jornalista. No meu papel, como jornalista. Elas não conseguem entender que elas não tem porque Deus não quis. Elas não têm porque é uma má distribuição de renda, falta de políticas públicas, falta de uma série de coisas que não lhes permitem ter essas coisas. E aí também é, enfim, levando para a moda, a gente tem muito... As marcas de luxo Dior, Chanel da vida.

É óbvio que essas marcas trabalham e existe toda uma campanha, um aporte por trás, para gerar nas pessoas o desejo pelo consumo, pela pelo estilo de vida. E aí, isso leva também a inveja. As pessoas vão querer ter aquilo, elas vão almejar, desejar ter aquilo. Só que daí, quando elas tiverem, muito provavelmente elas não vão ficar felizes, porque elas vão querer o outro lançamento, depois o outro e o outro, e vira um ciclo infinito de consumo. Na verdade, consumismo, né? Porque existe consumismo desenfreado, na busca incessante de se auto satisfazer, de ter um sentimento ali comentando de felicidade. Mas aí é, vai ficar aquele vazio, né? E aí, como que elas vão ter acesso? Vão ficar endividadas pro resto da vida com o nome no Serasa? Não é uma coisa boa, né?

Então, pra mim a inveja é querer ter aquilo que você não tem porque está no outro. Tem ali, o outro tem, eu não tenho, então eu vou ficar ali almejando, fazendo planos, é me endividando para ter.

A. S. - Enquanto você falava, eu fiquei pensando. Uma vez que você apontou sobre essa comparação com o corpo, você não viu nenhuma uma mulher e pensou: "eu queria ter esse corpo"?.

E. 3 – É, agora que você apontou, sim. Já. Mas deve ter sido uma coisa assim, deu essa vontade e passou. Mas acredito que sim.

A. S. - E quando você sentiu isso , na questão do corpo, você consegue lembrar se como foi sentir isso? Que outros emoções estavam associadas?

E. 3 - Sim, é fácil. Essa é fácil. Nós estamos numa sociedade que dita que você que ser magro e isso é mais forte pra mulher. Óbvio que hoje existem padrões ali voltados para o homem, mas quando você é mulher, desde criança, você é ensinada, toda a sua formação como cidadã, não é no sentido de aprender coisas, de ser incentivada a estudar. É sempre uma coisa voltada para um papel social muito estigmatizado. Te aprisiona em um papel que, dificilmente, eu vou dizer que alguém sente realmente vontade de estar ali. Então nós aprendemos desde sempre que a gente só tem o valor com o ser humano se a gente for magra. Uma mulher tem que ser magra pra ela ter algum valor. Então imagina... Acho que o sentimento que eu tinha, eu digo que não é inveja. Era muito uma questão de pensar que, se eu fosse magra, mas não pautada pelo corpo de a, b ou c, Se eu fosse magra, dentro da ótica da sociedade, a minha vida seria mais fácil. Porque eu passo por muitas dificuldades, por exemplo, recentemente eu fui numa loja de roupas, em várias lojas de roupas, comprar uma roupa e não foi um consumismo, era uma necessidade, um consumo consciente por necessidade, porque precisava daquela roupa. E eu não comprei porque não tinha na minha numeração. Eu enfrento adversidades por ter um corpo fora do padrão. E já cheguei a chorar em provador de loja e pensar e não bateu o sentimento de “ai, eu tenho que ter o corpo da Bruna Marquezine”, por exemplo. O sentimento foi de “preciso urgente ir numa academia emagrecer, porque daí quando eu emagrecer, vou entrar nessa roupa”. Só que e eu for para academia, primeiro que eu não vou conseguir emagrecer, porque eu já fui nutricionistas várias, várias, várias vezes na minha, na minha vida assim. Até que uma delas parou e sentou e conversou comigo e disse: “Olha, você vai fazer um plano alimentar porque você precisa mudar sua alimentação para ter uma aporte nutricional, mas você não vai ser magra por uma simples questão, isso não é seu biotipo”. Tive que passar por “n” nutricionistas, para uma ter a coragem, por assim dizer, de dizer o óbvio para mim. Todas as outras não tiveram. Até que essa falou que esse não era o meu biotipo, que tenho muito músculo, o peso tem muito a ver com músculo também. Não adianta você vir aqui e falar, eu quero ter o corpo da fulana, da ciclana – não que eu tenha falado isso – porque você não vai conseguir.

Primeiro porque que cada pessoa é uma pessoa. Segundo, que esse não é seu biotipo. Por isso também que eu falo que é um processo longo, contínuo, de entendimento. Por isso que hoje, quando eu vejo essas imagens no Instagram, seja de uma pessoa magra, eu não sinto nada. Eu só quero continuar o que eu faço, que é aprender e discutir essas questões. Eu gosto muito de estudar assim. Então, eu gosto de sempre estar aprendendo sobre. Quando eu vejo algum

post ali que discute gordofobia, padrões corporais, eu sempre gosto de dar uma olhada nos comentários. Voltando em uma das suas perguntas, se alguma coisa que me deixou chocada. Sim, comentários de outras pessoas. Comentários preconceituosos em relação a pessoas gordas. É uma coisa assim que me choca. Eu acho que hoje, talvez a coisa que mais me choca. E no Instagram, e principalmente porque consumo mais o Instagram. Eu sigo uma página de moda chamada *Steal the look,* que é uma página de jornalismo de moda. E os comentários me deixam muito assustada. São mulheres julgando outras mulheres por conta do corpo, fazendo comentários que me assustam bastante no sentido de ridicularizar, de tentar excluir pessoas que são gordas. Acho que as pessoas precisam estudar um pouco mais, ler um pouco mais para tentar mudar essa cabeça.

A. S. - E você acha que o Instagram, de forma geral, promove certos padrões de beleza?

E. 3 - Sim, eu tenho certeza não, mas não é só Instagram. As redes sociais no, sentido geral, as revistas de moda, que eu consumo muito, elas promovem essa questão. Os desfiles de moda, a moda em si. É até dolorido para mim, porque eu sou muito obcecada por moda. É dolorido ver que tudo muda e nada muda ao mesmo tempo porque as marcas compraram esse discurso da diversidade corporal, infelizmente, porque esse é o assunto do momento. Mas assim, isso não pode ser tratado como assunto do momento. Isso tem que ser uma coisa contínua, até que em algum momento se desapareça. Só que é a mesma coisa do feminismo. Tem é o feminismo de telão, que as cantoras como Beyoncé e Taylor Swift, todas as divas do pop resolveram escrever música a lá feminismo. Mas assim, será que na vida real, ali, quando elas desligam o microfone, elas realmente levam adiante as ideias que elas se propagam no palco ou aquilo ali é só um feminismo tratado como uma mercadoria? É uma lógica muito mercadológica. Então, as redes sociais tratam os corpos desta forma a meu ver. É uma coisa mercadológica, você está vendendo aquilo que vai dar dinheiro no momento daqui. Daí, ano que vem já vai vir outro tópico, e você vai vender outro tópico para as pessoas. Não existe um cuidado ao eu ver. Até você trouxe no texto que eu li aquela pesquisa sobre o Instagram influenciar é acho que crianças e adolescentes. Eu já tinha lido a respeito. Eu lembro quando saiu essas informações e eu não discordo em nada. Eu tenho certeza que é isso mesmo, é o algoritmo. Ele é muito bem trabalhado, infelizmente, para propagar, não é só questão de gordofobia, é principalmente o racismo. Meu *feed* não me mostra pessoas não brancas, praticamente. E não é porque eu não sigo pessoas não brancas, porque eu sigo e eu quero continuar seguindo e curtindo e compartilhando os posts. Mas porque o algoritmo, infelizmente, ele não me mostra. Eu tenho que ir atrás porque os conteúdos não vêm pra mim. Isso é muito triste porque não dá mais. É 2024 e não dá mais para propagar ideias tão

preconceituosa. Não tem pessoas pretas no meu Instagram aparecendo no meu *feed,* não tem pessoas de outras etnias. Eu vejo sempreo perfil da pessoa branca. Não necessariamente olhos claros, mas da pele branca. E a gente tá num país plural, num mundo plural. Não dá mais para ficar essa coisa singular de mostrar um único perfil.

A. S. - Concordo. Se você nunca sentiu aquela pontada de inveja vendo algum conteúdo do Instagram, já sentiu na vida fora das redes sociais?

E. 3 - Acredita que eu também nunca tive esse sentimento? Eu sou bem tranquila assim, acho que também, porque na vida eu faço a mesma curadoria das redes sociais sobre com quem eu vou me relacionar. Por ser uma pessoa mais reservada que fica mais à margem, eu sou muito observadora. Então, eu primeiro preciso entender quem é outra pessoa para daí ir buscar uma aproximação no relacionamento, e não é afetiv, no sentido de amoroso, né? No sentido de amizade, em relação a parentes mesmo, não são todos com os quais eu tenho contato.

Existe um laço de sangue, mas o laço afetivo euacredito em uma construção. Eu construo a minha rede assim, com base em pessoas que eu acho que vão me acrescentar alguma coisa. Então, como eu faço essa curadoria, por assim dizer, eu não sinto inveja. Eu fico muito feliz pelas conquistas das pessoas e fico feliz que elas fiquem felizes por mim. Mas assim, inveja mesmo... Eu acho que uma coisa que já pode ter acontecido da minha parte é um sentimento de comparação do tipo “ah, essa pessoa tirou uma nota maior do que eu, então deixa eu ver aqui o que que eu errei para da próxima melhora”. Mas a foi uma comparação.

A. S. - Nada que, no seu entendimento de Inveja, se compararia, né?

E. 3 - Não.

A. S. - E. O que mais você gostaria de falar sobre sua experiência nas rede socias, no geral, e no Instagram?

E. 3 - Deixa eu pensar? Novas redes sociais são surgir aos montes. Isso não vai ter um fim. Eu não gosto dessa ideia de ver a rede social como um inimigo maléfico. Não acredito que é isso. Eu acho que é muito importantes porque nas redes sociais eu consigo, não na mesma intensidade que no presencial, mas uma rede de pessoas que têm conteúdos que me interessam. E eu gosto dessa ideia de a gente ter contato. Isso é uma coisa que facilita muito. Contato com pessoas em outras cidades, outros estados, países. O acesso. Trazendo para a minha profissão. Se eu não estivesse em redes sociais, eu não conseguiria ter entrevistado metade das pessoas que eu entrevistei.

Eu vou atrás dessas pessoas pelo Instagram mesmo, me apresento. Digo que preciso de uma entrevista para esse tema aqui de reportagem. Eu não tenho perfil no TikTok, mas o ano passado eu precisei criar momentaneamente um e eu consegui entrevistar uma influenciadora

vegana, que ela tratava da questão da moda sustentável. E a gente ia fazer uma reportagem multimídia sobre o cânhamo, que é um derivado da maconha. E nós tivemos muita dificuldade de encontrar pessoas que aceitem falar porque elas tinham medo desse estigma, porque não é maconha, é um derivado, não é um produto, não é um negócio que em causa feitos psicoativos. A gente foi atrás dessa influenciadora no TikTok. Eu criei um perfil só pra eu chegar nessa moça. Depois deletei o perfil. Ela foi super solícita. Ela salvou o nosso trabalho, por assim dizer, porque ela nos ajudou, ela. indicou muito material. Eu conheci uma dona de uma marca aqui da cidade de moda e ela me ajudou bastante do ano passado para cá, também pelo Instagram. Então, a rede social me ajuda muito na questão do profissional. Eu não teria acesso a metade dessas contas que eu consegui para os meus trabalhos. Enriqueceram demais os meus trabalhos, meu conhecimento a partir do Instagram. Então, eu agradeço ao Instagram por ele existir, mas eu espero que daqui para frente mudanças ocorram, que ele se torne uma rede social mais plural, que combata as *fake news*, os preconceitos, que consiga ser uma fonte de informação apurada, nada de notícias falsas. E acho que, cada vez mais, seja uma rede social no sentido de criar redes, de conectar pessoas, porque eu acho que essa é a função primária de uma rede social.

A. S. - Muito bem, muito obrigado!

E. 3 - Obrigada a você, tá bom?

A. S. - Vou parar aqui de gravar agora, tudo bem?

Antonio Souza - Você é estudante de que curso e está em qual módulo/semestre?cidade de.

Estudante 4 - Estudante de Publicidade e Propaganda. Teoricamente, estou no sexto, porém, como eu tranquei um semestre para ir para o Canadá? Eu tô no quinto.

A.S. - Quando você foi para o Canadá?

E. 4 - Foi no final de 2022.

A.S. - Me conta uma coisa: desde quando você acessa redes sociais?

E. 4 - Eu acesso desde, sei lá, quando tinha nove, oito anos de idade.

A.S. - Você tem quanto anos hoje? E quais redes usava na época.

E. 4 – Tenho 20. Facebook e o Messenger, que era junto, né? Depois surgiu o Instagram e fiquei só no Instagram. Eu tinha um pouco de todas as redes sociais, mas eu não realmente usava todas elas. O Twitter eu olhava lá, eu tentava um dia escrever e desabafar lá no Twitter, no dia já desistia. Sou uma pessoa que prefere falar do que ficar digitando. Às vezes, eu digito de uma forma que pode parecer grosseira, então, eu prefiro falar. Quando eu vou contar alguma coisa para minhas amigas, eu ligo. Quando estou incomodada com alguma situação, eu ligo.

A.S. - É hoje em dia uma coisa rara, né?

E.4 - Enviei.

E. 4 - Eu falo sim, eu vou ligar porque, senão, você esquece o detalhe, você não entende o tom que eu tô falando. Fica um desvio de comunicação muito grande. Eu prefiro ligar para já conversar e ficar tudo explicado certinho.

A.S. - E com que idade você entrou no Instagram?

E. 4 - Nossa, eu não sei. Eu acho que eu entrei com uns 11, 12 anos...

A.S. - E hoje é a rede social que você mais usa?

E. 4 - É. Eu também uso bastante o Tik Tok, mas uso mais o Instagram.

A.S. - Quanto tempo você acha que passa diariamente no Instagram?

E. 4 - Como eu também trabalho com isso, acho que entre seis e oito horas por dia.

A.S. - Com o que está trabalhando hoje?

E. 4 - Sou *social media*.

A.S. - A tá, então você acaba também ficando por conta do trabalho.

A.S. - E o que você mais vê no Instagram? Que tipo de conteúdo você vê mais, pensando no seu uso pessoal?

E. 4 - Tá, eu gosto muito de ver coisa de unha, de moda. Gosto muito de ver desfile, *influencers* com coisa de moda. Eu gosto muito de ver coisas de família, então, tipo, a família da *influencer*. Adoro. Gosto muito de ver coisas de viagem. Aí, eu fico salvando tudo. Eu nunca

viajei para nenhum desses lugares que eu salvei. Mas é assim, se você é jovem e quer viajar, vá para a Tailândia, porque o custo é tal, tal, tal. E eu vou vendo tudo. Vou salvando. Eu nunca fui, mas eu vou salvando tudo.

E.4 - Quem sabe um dia, né?

E. 4 - Quem sabe um dia? Aí, eu nunca acho esses vídeos quando precisa. Isso é uma coisa que me irrita também. Quando precisa achar o vídeo, ele some.

A.S. - E dentro do do Instagram, qual área você vê mais?

E. 4 - Eu vejo muito *Stories*, e agora, muito a parte do *Reels*. São as duas partes que eu vejo, quase não vejo *direct* e *feed*. Eu vejo os três primeiros posts, depois eu vou para os *Stories* de novo.

A.S. - E aquela parte de busca de sugestão de conteúdo, você acessa?

E. 4 - Acesso porque tem várias dicas de unha.

A.S. - E sobre as pessoas, marcas que você segue? Você vê mais conteúdo de influenciadores, pessoa comuns?

E. 4 - Eu vejo muito pessoas comuns que querem ser influenciadores. Eu vejo muitas pessoas que são realmente influenciadores, vejo muita coisa de amigo e minha família.

Aí, tipo, sei lá, às vezes eu tenho seguir uns atores ou cantores, só que eles potsam muito menos do que influenciador, né? Aí, você nunca vê, não chega, não entrega. Só chega pra gente quando a pessoa não potsa com frequência.

A.S. - Então, se a gente pensar proporcionalmente, acho que você vê muito mais conteúdo de influenciadores hoje.

E.4 - É. Ou pessoal. Família e amigos, é muito balançado esses dois.

A.S. - Já teve algo que você viu no Instagram, seja foto ou vídeo que trouxe alguma emoção desconfortável?

E. 4 - Algumas vezes, sim. E eu vou usar mais o TikTok agora porque eu estava passando bastante tempo no TikTok e, por exemplo, um negócio que viralizou recentemente, esse público no TikTok. E é sobre o ex da Giovanna. Ea namorava um cara, tinha Luiza aí, e ela começou a expor o ex dela e como ele tratava ela, então tem um monte de áudio dele gritando, xingando ela.

Esse pra mim é um dos conteúdos sensíveis, porque eu já tive relações bem que turbulentas, então, às vezes eu fico “nossa, já passei por isso”. Também é um pouco difícil ver coisas sobre transtorno, porque ultimamente, estou suspeitando que eu posso ter um transtorno de borderline. Aparece bastante coisa disso pra mim, então, é bastante confortável.

A.S. - Isso mais o que toca mais no Instagram ou Tik Tok?

E. 4 - No Tik Tok. No Instagram é tudo lindo e maravilhoso. Dificilmente eu vejo uma coisa que me deixa desconfortável no Instagram. Agora que eu terminei meu relacionamento, ver casais felizes é um negócio que me deixa triste, né? Ou ver uma pessoa com o corpo ideal. Eu penso: “Nossa, realmente não estou fazendo nada para ter o corpo que eu quero”. Então, no Instagram, é mais esse tópico. No Tik Tok é mais o tópico, sentimental, emocional.

A.S. - Você falou sobre desconfiar de talvez ter um transtorno borderline. Por quê?

E. 4 - Porque eu fui pro Canadá e voltei virada, apaixonada por um menino complicado. Aí, meu o meu pai reparou pela primeira vez que eu tinha compulsão alimentar. Eu já tentava falar sobre isso com ele antes, de ter um sentimento de angústia muito forte. Eu não consigo controlar na minha raiva. Aí, ele me viu, em cinco minutos, pegar umas 30 coisas diferentes para comer e fui comendo. Aí, ele marcou um psiquiatra. Ele a psicóloga estão trabalhando juntos para avaliar.

Mas eu me identicoFicou com muitas coisas desse transtorno, aparecem muitas pessoas que tem isso no meu Tik Tok e eu vejo que sou assim mesmo.

A.S. – Pensando um pouco no Instagram. Você mencionou que coisas sobre relacionamento, corpo, afetam você. Tem alguma imagem, vídeo, foto, algo específico que você se lembre de ter visto e sentido esse desconforto?

E. 4 - Eu vejo o vídeo de homens do tratando mulheres de um jeito... Que eu penso “nossa, eu estou aceitando tão pouco”. No Instagram, a gente só mostra as coisas boas, bonitas, e não sabe o que realmente aconteceu. Então, por exemplo, eu tenho uma amiga que ela tem um relacionamento e sempre tá postando coisas. Só que, aí, ela postando que ganhou chocolate e mais não sei o quê, que ele é o homem da minha vida dela. Eu liguei pra ela e descobri que, na verdade, ele comprou um chocolate pra ela porque eles tinham quase terminado.

Entendeu? O primeiro pensamento que eu tenho na hora que eu vejo esse tipo de coisa é por que essas coisas não acontecem comigo? Depois eu penso que não é real. Não é assim. A gente não sabe o que está acontecendo por trás.

Mas o primeiro pensamento sempre é por que não acontece isso comigo? Por que eu aceito tão pouco?

A.S. - E nessa situação bem específica do chocolate, né? Como você se sentiu vendo isso? Você consegue descrever as emoções que sentiu na hora em que viu esse post?

E. 4 - Era uma foto. Eu estava num relacionamento no momento. Eu pensei: “Gente, o cara tá ali, dando chocolate para ela e eu estou aceitando o meu namorado falar que outras mulheres são bonitas e não me elogiar. Eu estou aceitando que o meu namorado me trate desse jeito, sendo que existem muitas pessoas que são melhores, fazem coisas diferentes, que

realmente estão ali para mostrar que querem a pessoa". O namorado dessa minha amiga, por exemplo, está sempre com ela. E o meu namorado na época, preferia ficar repetindo os jogos vídeo game que ele jogava do que ficar comigo. Então eu pensava "o que tem de errado comigo?".

O que eu estou fazendo de errado? Por que que isso não acontece? Por isso não acontece comigo? É esse sentimento.

A.S. - E você acha que você se compara muito às pessoas eu você vê no Instagram, a partir das coisas que elas postam?

E. 4 - Num primeiro momento, sim. Vejo que minha vida não é daquele jeito. Mas depois, entendo que nem a dela. Mas eu penso "minha vida não é assim", ou "o que tem de errado comigo? Por que que eu não consigo fazer isso? Por que que eu não consigo ser assim?" Por que na minha vida isso não acontece? Então, tem um pouco dessa comparação e depois eu penso que a gente não sabe se isso é verdade. Mas, a primeira impressão é sempre essa.

A.S. - Essa sensação de "por que que não é assim para mim"?

E. 4 - É. O que estou eu estou fazendo de errado? Por que que eu não consigo ser igual a ela, acordar todos os dias às 5 horas da manhã e treinar? Por que é que eu não consigo ser assim?

A.S. - E você acha que você já viu algo que alguém postou que provocou inveja em você?

E. 4 - Inveja em que sentido?

A.S. - Como você define inveja?

E. 4 – É algo que a gente quer ter para nós e que é de uma visão meio ruim para outra pessoa. Como se fosse uma visão não só ruim pra gente, mas para a outra pessoa também.

A.S. - Por que ruim para outra pessoa?

E. 4 - Porque a inveja, não sei se é o peso da palavra, mas me parece que é um negócio que a gente quer tirar da pessoa para ter pra gente e não algo que eu queria ter também. Eu não sei, mas é o peso da palavra para mim. O peso é desse "quero tirar de você", não um "eu quero ter também".

A.S. - E esse tipo de inveja, da forma que você descreve, você acha que vendo alguma coisa no Instagram, já se sentiu isso?

E. 4 - Não. De querer tirar da outra pessoa, não. Mas já quis ter a vida que a vida que a pessoa tem. Ter o foco que a pessoa tem, conseguir mudar a minha vida como a pessoa mudou.

A.S. - Você consegue exemplificar?

E. 4 - Questão de treino, de meninas que treinam e conseguem acordar cedo e treinar e não beber, não fumar. Gente, por que que eu não consigo fazer isso? Pelo amor de Deus. Desse pessoal extremamente apaixonado pelo namorado e pela namorada, sempre um casal tão lindo. Essas coisas, tipo, ela treina pra caramba, ela tem um corpo que eu queria. Meu Deus do céu, por que que eu não consigo levantar da minha cama e fazer isso? Por mais que eu queira tanto, mas será que eu quero tanto assim?

A.S. - E você definiria isso como inveja?

E. 4 - Eu sei que, no fundo, é. Porém, para mim, é palavra é muito pesada. É como se fosse algo que eu quisesse tirar da pessoa e eu não quero. E eu não quero tirar, só quero ter também. E não é uma coisa que dura permanentemente, que eu perco meu dia pensando.

A.S. - É algo que é rápido?

E. 4 – É. Porque depois eu penso que a gente não sabe o que está acontecendo por trás da vida das pessoas. Ela está mostrando a melhor parte da vida dela, não a pior. E eu estou comparando a pior parte da minha vida com a melhor parte da vida dela e não a melhor parte da minha com a vida dela. Eu não estou comparando que eu fiz um intercâmbio sensacional, que eu vivi uma experiência incrível e que eu sou fluente em três línguas. Eu não estou comparando isso; eu estou comparando que ela acorda cedo e eu não acordo. Eu estou comparando minha coisa ruim com a coisa boa dela e não é assim. Não sei o que que está por trás, entendeu? Então, não é um negócio que fica perdurando na minha cabeça o dia inteiro. O que pendura na minha cabeça o dia inteiro é o que eu vejo em mim sem Instagram.

A.S. - E junto com essa forma de inveja que você estava explicando. Quando você sente isso, vamos chamar de "cutucada da inveja", quando vê uma imagem no Instagram, o que mais você sente?

E. 4 - Culpa por não conseguir fazer diferente. Por saber que essa é a vida que eu gostaria de ter e não mudar pra ir atrás dessa vida que eu quero. Então, me sinto um pouco culpada. Eu quero ter o corpo dessa menina, mas ela acorda todos os dias às5 horas da manhã para ir treinar e eu não estou fazendo esse esforço. Por que que eu não faço? É também um pouco de culpa de estar desejando a coisa do outro. Também isso não é legal, é muita culpa junta.

A.S. - Que são essas culpas que vão para dois lugares diferentes. Essa culpa por não fazer e sentir isso em relação ao outro, né?

E. 4 - Sim.

A.S. - Na vida fora da e das redes sociais, você já sentiu ou sente inveja de inveja de pessoas? Como funciona isso?

E. 4 - Pessoas que eu conheço ou que eu vi passando na rua?

A.S. - O que você Lembrar e achar interessante comentar.

E. 4 - Às vezes sim, às vezes não. Às vezes tem um casal de amigos que tem um relacionamento tão saudável, tão feliz que eu sinto que não conseguiria ter um relacionamento desse. Às vezes, eu vejo uma menina passando na rua com o corpo que eu gostaria de ter. É um pouco menos, mas, às vezes, acontece.

A.S. - E de pessoas próximas, já chegou a sentir inveja?

E. 4 – Já, em questão do relacionamento. Só que aí também é um lugar que eu vejo que cada um tem um lado negativo, que também que o relacionamento que eu tinha também tinha um lado positivo, que as pessoas são diferentes, mas sim, pelo relacionamento dos outros.

E.4 - Tá.

A.S. – Voltando ao Instagram. Sobre essas meninas que que treinam. Quem são elas?

E. 4 - Então, depende. Tem umas pessoas que eu conheço. Tem algumas que são influenciadoras. Agora virou moda no Instagram, é entre as mulheres, criar um *daily*, que são para pessoas mais íntimas. Geralmente só mulheres. Pra acompanhar a rotina de vida dessa pessoa. A "rotina".

A.S. - Os recortes, né?

E. 4 - É, então, no grupo de amigas, quase todo mundo tem *daily*. Eu tenho o meu. E a gente fica mostrando as coisas que a gente comprou, como que comprou, onde comprou? "O código é tal, então compre também". "Ai, eu tô fazendo dieta. Olhem que eu comi hoje". São essas coisas, então eu também acompanho por ali.

A.S. - Você pode explicar mais sobre como funciona o *daily* no Instagram?

E. 4 - A gente cria uma outra conta com o seu nome? Então, geralmente é tipo @dailynome, entendeu? Aí, você priva e aceita como seguidores, a maioria de mulheres ou pessoas muito próximas, como namorado de amiga. Entendeu? Ou melhor amigo, aceita melhor amigo, mas geralmente são mulheres. A gente fica postando o dia inteiro, mas é uma conta privada.

A.S. - Entendi e nesses perfis, você é nessas contas deles e acaba vendo situações que te incomodam?

E. 4 - É, às vezes por causa disso, delas conseguirem manter uma rotina. Eu não consigo manter uma rotina. Essa é a questão mais difícil pra mim. Eu não consigo manter uma rotina. Eu enjoo muito rápido, então tipo, se eu tiver que comer pão com ovo todos os dias, durante um mês, no terceiro dia, eu falo "pelo amor de Deus, não quero mais pão com ovo, não aguento mais". Se eu tiver que tomar a Whey por seis meses... Então, eu não consigo ter essa rotina. Ter

que acordar todos os sábados de manhã para ir correr na praça... Vou fazer isso! Primeiro dia vai ser legal, já não vou mais na semana que vem.

Entendeu? Então, eu não consigo manter uma rotina. E elas conseguem. Caraca, gente, que legal, por que elas conseguem e eu não? Por que eu não consigo gostar de uma rotina?

A.S. - Você tem falado sobre as mulheres. Mas, em relação às mulheres, acontece comparação, inveja?

E. 4 – Não, só essa questão de quando algum trata bem a namorada. Mas aí, acaba sendo uma inveja que pega na mulher e não nele, né?

E. 4 - Mas em homem não. Homem também é mais fechado. Acho que eles não ficam postando de rotina e de coisas do gênero.

A.S. - Mulher posta mais coisas?

E. 4 - Posta. Mas eu já senti, sim, pra ser sincera. Eu já senti inveja do trabalho de um homem.

A.S. - E o que era esse trabalho?

E. 4 - Ai Jesus, vou ter que revelar... Tem um menino da nossa sala que trabalha numa empresa que eu acho superlegal, ele tá sempre em eventos. São coisas interessantes que ele faz, então eu fico com inveja do trabalho dele. Eu falo “nossa, eu queria muito trabalhar com isso”.

A.S. - Entendi. E como é sentir isso?

E. 4 - É triste, é desconfortável. Eu sinto culpa por estar com inveja da pessoa por não conseguir mudar.

A.S. - Mudando um pouco de assunto, me fala uma coisa: você lembra quando você teve o seu primeiro aparelho celular?

E. 4 - Sim, com 12 anos.

A.S. - Era um smartphone?

E. 4 - Sim. Antes dessa idade, minha mãe não queria me dar. Mas eu tive um iPad antes disso.

A.S. - Como é sua relação com sua imagem? Como você se vê?

E. 4 - Depende muito do dia. Tem dia que eu falo: “Nossa, hoje eu arrasei. Estou linda, estou com o corpo dos meus sonhos, emagreci, olha que coisa linda”. Tem dia que eu já penso: “Meu Deus, eu tô com cara de doente, estou gorda. Eu estou com cara de pessoa depressiva. Meu Deus, que horror”.

Eu volto a cama, choro, começo a ter compulsão alimentar por não conseguir mudar. E no dia seguinte fica pior. Porque meu, não acredito. Vi que eu estava gorda, eu fui lá e comprei uma barra de chocolate. Não, não ajudou. Então vai alavancando até eu me sentir bem de novo.

A.S. - Você acha que, de alguma forma, as redes sociais e mais especificamente o Instagram, ajudam a afetar essa imagem e como você se percebe?

E. 4 - Sim, ajudam sim, porque você vê lá a fulana com o corpo muito legal. Você vê a fulana em condições financeiras de comprar as melhores roupas, melhores bolsas possíveis, e você não tem um estilo dela, você não consegue ter o estilo dela. Então, atrapalha um pouco.

A.S. - O que é ter um corpo legal pra você?

E. 4 - Eu só não queria ter barriga. É só essa minha queixa sobre o meu corpo. Eu só não queria de barriga. Eu estou confortável com todo o resto do meu corpo, mas eu não gosto da minha barriga.

A.S. - E como que é um corpo ideal para você de mulher?

E. 4 – Então, eu não acho que existe um corpo ideal. Eu acho que existem corpos mais bonito do que outros, e corpos que eu acho que combinam mais comigo do que outros. Eu acho super bonito, superlegal os corpos do tipo Vitoria Secrets, mas lá, bem lá, para elas. Para mostrar roupas e manequins.

Pra mim, eu gosto de não de não ser reta, entendeu? Eu gosto de ter perna. Eu gosto de ter perna, eu gosto de ter bunda, um peitoral bonito, eu gosto de ter umas costas bonitas, definidas, mas eu não gosto de barriga.

A.S. - Isso foge um pouco, mas desde quando você tem esse incômodo com a barriga?

E. 4 - A minha mãe sempre ficou muito preocupada com o fato de eu engordar. Então, para mim, ter barriga nunca foi normal, nunca foi certo, porque a minha mãe dizia que eu não podia comer, senão, engordaria. Eu não entendia. Qual o problema de eu ficar gorda? Então, melhor não ficar.

E.4 - Entendi.

E. 4 - Então, sempre foi assim. Aí, por exemplo, nesse último relacionamento que eu tive, o cara falou que eu não era o tipo dele, porque eu não era magrela e por eu ter uma postura errada, eu acabava ficando com uma barriguinha que não atraía muito ele. E aí, tipo, você fica...Então tá. É um pouco decepcionante.

A.S. - Sim, acredito que sim.

E.4 - Certo. Certo.

A.S. - Você já postou alguma coisa no Instagram desejando provocar inveja?

E. 4 - Pra provocar inveja, não. Nunca postei nada de direitinha e tal, mas, se estou solteira, postar foto para provocar, para provocar o comentário da parte do homem, não da parte da mulher.

A.S. - Mas quando você diz homem, é o ex ou homens em geral?

E. 4 - Homens. Algumas vezes pode ser o ex. Quando estou superada, não. Às vezes, para impressionar um crushzinho. Também não é para todos os homens que me seguem no Instagram. Pelo contrário, vou bloqueando todo mundo até chegar na pessoa que eu quero. Às vezes um ex. Mas não, porque eu demoro muito para terminar, vou aceitando até encher o copo transbordar. Então eu termino superada, porque eu sei que eu fiz tudo o que eu podia, que aguentei tudo o que dava.

A.S. - E, no geral, o que você posta no Instagram?

E. 4 - Eu posso bastante foto minha, eu posso foto com outras pessoas No Instagram ou no *daily*? No *daily*, eu posto tudo que eu lembro porque eu não consigo manter uma rotina, então eu não consigo postar todo dia. No normal, eu posto mais coisas sobre mim: viagem, às vezes, de trabalho.

A.S. - Você posta muita *selfie*?

E. 4 - Posto.

A.S. - E você gosta da interação das pessoas com a partir das *selfies* que você posta?

E. 4 - Gosto, porque daí eu converso. Muitas vezes a gente se sentindo sozinha. Então é importante conversar com alguém.

A.S. - E você tira muita *selfie* no dia a dia? Mesmo que não poste.

E. 4 – Tiro. Mas não só *selfie*. Tiro muita foto no dia a dia.

A.S. - Fotos de você?

E. 4 - Também. Então, às vezes eu tiro foto chorando para lembrar que naquele dia eu estava mal. Então, por exemplo, uma coisa que eu fiz no meu relacionamento antigo, não o que acabou agora. Eu tirava foto toda vez que eu tava mal com ele. Porque daí eu ficava alimentando isso de que não, não está certo. Tem alguma coisa errada. Eu preciso terminar. E, tipo, quando eu ia pensar numa recaída, depois que eu terminei, eu olhava aquelas fotos e pensava "não, não tá certo. Eu sofri desse jeito. Você agora está sendo nostálgica do momento bom, mas olha os momentos ruins. Foi isso que te fez terminar. Então, eu gosto de tirar foto disso também para eu me lembrar.

É, eu gostava de lembrar o porquê que eu terminei. Eu gosto de tirar foto também dos momentos ruins.

A.S. - Que curioso.

E. 4 - E também de olhar e falar: "Nossa, como estou bem melhor, olha isso. Como estava há dois anos atrás, gente?

A.S. – Eu gostaria de ouvir um pouco mais de você sobre como foram esses momentos em que você reconheceu que estava sentindo inveja da pessoa, ou de um casal, e que isso acaba recaindo na mulher, como você disse.

E. 4 - Nossa foi muito triste. É exatamente o que eu já falei. A mulher não tem nada a ver com isso, não tem nada a ver com inveja que eu tô sentindo dela agora. Mas a gente sabe que acaba caindo um pouco de peso na pessoa e na vida da pessoa. Quanto mais olho gordo eu tenho em cima de você, mas as coisas vão decaindo. Pelo menos, eu tenho essa ideia de que, quanto mais pessoas tem olho gordo, meio que você vai perdendo um pouco dessa energia porque tá todo mundo querendo sugar você. Então, penso que aquela pessoa não merece isso meu? Por que eu tô sentindo isso? Ela não merece, não tem nada a ver com isso, é um sentimento que é meu, não é dela. Entendeu? É mais assim. Aí eu começo a me punir por ter pensado dessa forma.

A.S. - O que é se punir, nesse sentido?

E. 4 - Eu começo a me culpar muito, ficar falando coisas para mim, tristes para mim, coisa que me deixam chateada. Tipo: "Você não deveria ter feito isso, então, agora, você vai se auto sabotar", entendeu?

Eu não sei. Às vezes há tempos atrás, agora não mais. Eu bebia. Enchia a cara por causa disso, então, quando eu fazia alguma coisa errada, e eu sabia que estava errado, eu enchia a cara. Hoje em dia é só na cabeça. É uma punição que fica na cabeça.

E.4 - Você bebe muito?

E. 4 - Hoje em dia, não. Mas eu bebia muito, principalmente depois que eu voltei do Canadá. Eu comecei a beber quando eu decidi que eu devia terminar com meu primeiro namorado, mas eu não conseguia.

Eu tinha 17 anos. Antes eu bebia um golinho ou outro. Mas aí quando eu sabia que eu queria terminar com ele, mas eu não conseguia, eu comecei a beber pra ver se bêbada eu conseguia terminar com ele. Mas eu não conseguia. Eu chorava horrores. Foi terrível piorava a situação. Então eu não consegui. Depois de muito depois de um ano, aconteceu uma coisa terrível. E aí terminamos, aliás, eu terminei com ele e depois ficou tudo mais leve.

Comecei a voltar a beber só por diversão e não para qualquer coisa do gênero. Foi pro Canadá, voltei apaixonada pelo cara. Quando eu voltei apaixonada, aí foi estrago total. O cara era meio tontinho da cabeça. Então, ele me ligava para contar umas coisas, era o motivo pra eu beber até desmaiar.

A.S. - Você acha que o Instagram tende a provocar emoções mais positivas ou negativas?

E. 4 - A intenção mostrada é ser positiva, mas eu acho que não é, porque é tudo irreal, é um conto de fadas. O Instagram não é real, a gente mostra aquela parcela de 1% da nossa vida, tudo que é sensacional. Mostra tudo que é muito bom e não mostra nada do que é ruim. E se mostra, é uma vírgula do que aconteceu. Então eu acho que é só um conto de fadas. E eu não sei se é pra provocar ficar sentimentos ruins. Eu gosto de pensar que não é por maldade. Mas acaba sendo em alguns aspectos. E eu acho que o homem também tem inveja de outros homens no Instagram. Também é o mesmo sentido.

A.S. - E de forma geral, assim como se enxerga as redes sociais?

E. 4 - É uma encenação, é como se eu tivesse fugindo da realidade. Porque é um conto de fadas. É só uma distração pra gente parar de pensar na nossa vida e nos nossos problemas e cuidar da vida do outro. E fica lá perdendo tempo.

A.S. - Em que momentos você acaba pegando o telefone para ver o Insagram?

E. 4 - Depende. Quando começo a me sentir muito ansiosa, tenho estágios de ansiedade. Às vezes, eu tento me distrair, aí tem vezes que a ansiedade se multiplica. Aí eu desligo, começa a escutar música até baixar. Mas eu geralmente vejo o Instagram quando estou entediada, ou quando estou começando a sentir ansiedade. E é mais no período da noite.

A.S. - Em linhas gerais, como você vê as redes sociais no contexto da vida das pessoas, uma vez que você trabalha com elas?

E. 4 - Virou um grande marcado, né? O pessoal tá todo se vendendo ou vendendo alguma coisa nessa área. Então, se eu for olhar pelo lado publicitário, virou um mercado. A gente está sempre se vendendo e nunca vende o lado ruim do produto, né?

Então virou um grande mercado. Todo mundo se autopromovendo, se anunciando, se expondo, mostrando o que os outros querem ver. Tanto de produto, quanto de pessoas

E. 4 - Eu acho que eu falei tudo.

Antonio Souza -Você é estudante de Fonoaudiologia, certo?

Entrevistada 5 - Sim.

A. S. - Quantos anos você tem?

E. 5 - Eu tenho 24 anos.

A. S. - Você está em qual semestre/módulo?

E.5 - Sexto.

A. S. - Quando você começou a acessar as redes sociais?

E. 5 - Rede social sem supervisão ou com supervisão?

A. S. - As duas situações.

E. 5 - Com supervisão, acho que foi a partir dos 10, 11 anos que aí eu tinha Orkut. Ainda aí os meus pais supervisionavam. Mas eu acho que sem supervisão, foi a partir dos 15,16 anos mesmo.

A. S. - E qual rede você acessava com 15, 16 anos?

E. 5 - Eu acessava bastante o Facebook. Depois veio a febre do Instagram, e aí hoje em dia, eu acesso mais o Instagram. E agora tem o Tik Tol. Eu acesso mais essas duas hoje em dia.

A. S. - São as que você mais usa hoje? Instagram e TikTok.

E. 5 - Eu tinha o Twitter também, mas aí foi banido, né?

A. S. - É.

E. 5 - Eu estou esperando voltar, mas eu também gosto bastante de usar o Twitter.

A. S. - E desde que idade você tem um *smartphone*?

E. 5 - Desde os meus 13 anos.

A. S. - Antes, você teve algum celular que não era *smartphone*?

E. 5 -Não, não tive.

A. S. - E o que que você gosta de fazer nas redes sociais, de forma geral?

E. 5 - Olha, eu gosto de ver muito fotos relacionadas com estética, eu gosto bastante de moda. Gosto de ver maquiagem. Mas tudo muito nichado, sabe? Não é em geral assim, é mais nichado no que eu gosto, porque eu me identifico com a subcultura gótica, então, geralmente é mais voltado para essas áreas. Assim de maquiagem, de moda é. Também gosto de ver coisas do esporte porque eu luto Muai Tai, então, é mais ou menos voltado nisso.

A. S. - Quais os formatos de postagem que você vê mais?

E. 5 - Eu vejo bastante o *Reels* e, às vezes, eu entro naquela parte de busca para ver o que acontece, porque o algoritmo do Instagram sempre muda. Sempre entra alguma coisa assim que eu penso “por que isso está aqui?”, aí eu tenho que ficar vendo o que eu gosto pra voltar

para as coisas que eu realmente gosto. Porque , senão, do nada, fica parecendo uma mulher seminua ou dança do TikTok. E e eu não curto muito, né?

A. S. - Entendi. Esse tipo de conteúdo te incomoda?

E. 5 - Sim, porque eu sinto que com o avanço da internet, parece que as mulheres se sexualizam e se objetificam, mais do que o normal, parece.

A. S. - Por que você tem essa percepção?

E. 5 - Porque sempre quando aparece aquela foto primeira é, sei lá, é sempre focado na bunda ou nos seios. Eu acho uma coisa que eu acho meio estranha, é sempre uma mulher com muita pouca roupa, e em posições muito peculiares. Eu me sinto um pouco desconfortável. E agora tem essa onda do Only Fans, né?

Todas as mulheres querem ter Only Fans, há uma normalização e isso me incomoda um pouco também.

A. S. - E por que você não acha isso interessante essa questão do Only Fans?

E. 5 - Porque eu acho que é uma forma do capitalismo lucrar em cima das mulheres. Eu sou contra isso. É que eu sigo bastante também as religiões e filosofias orientais. Elas falam muito de você cuidar do seu interior e depois do seu exterior, e aí eu sinto que o corpo tem que ser preservado para nós, é uma coisa nossa; deve ser mostrado para poucas pessoas, para quem você quer. E não ser comercializado dessa forma que nós estamos vendo. Claro que tem pessoas que gostam de ser exibicionistas, que tem esse fetiche, e para mim não tem problema nenhum. Mas a questão aqui não é voltado para o lucro, é uma coisa que a pessoa gosta. Agora, quando começa a visar muito no lucro, a pessoa só pensar nisso, que é muito mais fácil você lucrar corpo do que estimular outras vias. Parece que que a sociedade fala que a mulher só consegue ganhar muito dinheiro se ela mostra o corpo. É isso que eu sinto.

A. S. - Entre essas pessoas que você segue no Instagram, você vê mais postagens de amigos ou influenciadores?

E. 5 - Aparecem mais coisas dos meus amigos, de quem eu sigo na faculdade, e, de vez em quando, alguma coisa de um influenciador ou outro que eu sigo. Mas não é muito. Não gosto muito de ficar vendo vida de influenciador, eles postam muitos *Stories*, aí eu fico incomodada com muitos “pontinhos” ali.

A gente só entra no automático, e fica ali batendo na telas sem ver o que está acontecendo ali. Me incomoda quando eu vejo que tem muto *Stories* ali da mesma pessoa, porque eu preciso clicar muito para sair dali.

A. S. - Então você acaba vendo mais pessoas com quem você convive, do que pessoas distantes?

E. 5 - Sim, sim.

A. S. - No Instagram, especificamente, você já teve alguma sensação desconfortável? Já viu alguma coisa que te incomodou?

E. 5 - Sim. Eu acho que a questão de pressão estética. É uma coisa que que tem bastante lá. Todas as meninas que aparecem lá têm de rosto x, aí tem o nariz muito fino, tem olhos mais amendoados. E aí tem uma bocona... Toda essa questão "Kardashian" de ser que a gente vê.

Então, é isso que eu vejo que é bem padrão. E aí tem o corpo também, né? Que ou é muito magra, que agora tá meio que na onda dos anos 2000, assim de modelo, essa coisa de passarela. Então, ou são muitas meninas muito magras que estão aparecendo ou é muitas meninas com bastante curvas. Não tem um meio termo ali. Não tem corpo reais, digamos assim.

A. S. - Apenas extremos.

E. 5 - É. É um extremo.

A. S. - E isso te incomoda?

E. 5 - Sim, primeiro porque, às vezes eu ainda tenho muita dificuldade em aceitar o meu nariz. Então, quando eu começo a ver narizes "x", nariz europeus, eu gosto de falar que são europeus, eu começo a ficar incomodada com meu nariz e, às vezes, o meu nariz nem é tudo aquilo, mas eu estou vendo tanto um padrão de como o nariz tem que ser, que quando me olho no espelho, eu acho que o meu nariz não é o certo. E aí, eu fico com vontade de querer mudar, então isso é uma coisa que eu tenho que me policiar para eu não ficar consumindo muito. Senão, fico muito paranoica.

Eu busco seguir mulheres parecidas com a minha aparência, para eu não me sentir tão mal assim quando eu vejo todas essas meninas assim, com esses tipos de padrões

A. S. - E essas meninas dentro desses padrões muitos estudantes inalcançáveis são pessoas que você segue?

E. 5 - Não.

A. S. - E como você as vê?

E. 5 - Na parte de busca, e, às vezes, no *Reels*. Mas a maior parte das vezes é na busca. Aí eu tenho que ficar arrumando meu algoritmo porque se não fica aparecendo isso.

A. S. - O Que mais você pode me falar sobre essas sensações que você já sentiu?

E. 5 - É, eu acho que a questão da inveja em si, né? Porque, pô, por que que eu não nasci com o nariz assim, né? Por que eu não posso ter um nariz desse, né? Eu acho que é mais a questão financeira também, porque a maioria dessas meninas, eu sei que elas fizeram alguma rinoplastia ou algo assim. E aí, essa questão do financeiro me pega porque eu não tenho dinheiro para fazer isso. Eu queria poder ter dinheiro para gastar com procedimentos estéticos. E aí essa

coisa assim também de eu ver essas meninas gastando dinheiro assim, dessa forma incomoda, porque eu tenho que ralar pra caramba para eu poder fazer isso. E aí essas meninas, tipo, fazem a cada uma semana um procedimento diferente. Isso é uma coisa que me incomoda bastante também no Instagram, essa luxúria, essa coisa de mostrar que que você tem muito dinheiro.

A. S. - Você falou dessa questão da inveja. O que você entende como inveja?

E. 5 - Ah, eu entendo como inveja é algo que eu queria ter, mas eu não posso ter. E aí eu fico meio que... A minha cabeça fica articulando para meio que sabotar a menina, mas tipo "ah, mas ela nem é tão bonita assim", sabe? Fica com os pensamentos assim pra, não sei, como uma forma de autodefesa, porque, no fundo, eu não queria aceitar. No fundo, no fundo, eu sei que eu queria ser assim, entendeu?

E aí, fica sabotando a aparência dela para eu não me sentir tão mal porque eu não posso ter isso.

A. S. - Junto com essa inveja, você acha que acontece muita comparação?

E. 5 - Assim, na vida real, você diz?

A. S. - Tanto na vida real quanto no no Instagram.

E. 5 - Ah, sim, porque, às vezes eu me pego assim, quando eu vejo uma menina, na vida real, com o nariz muito perfeito, eu fico "nossa, olha o nariz dessa menina, eu não tenho nariz assim, e queria ter um nariz assim", e aí eu fico me comparando de vez em quando. Ou quando aparecem meninas loiras do olho claro. E você abre os comentários e é um monte de comentário falando "ai, como ela é linda", "como ela é bonita", "como eu queria ter essa pessoa como namorada", e não sei o quê. "As meninas loiras são isso, são aquilo". Às vezes, quando eu vejo alguma menina loira, eu sinto meio que... Não é, aflita... Na defensiva?!

A. S. - Na vida real?

E. 5 - É. E no Instagram também. Eu não gosto de ver meninas loiras no Instagram.

A. S. - Por conta desses comentários?

E. 5 - Sim.

A. S. - E o que que você costuma postar no Instagram?

E. 5 - Olha, eu posto... Gosto de coisas conceituais. Então, tudo o que eu oposto tem uma estética por trás. Eu gosto de postar umas coisas meio artísticas. Então eu acabo postando foto de desenho que eu que eu faço, de alguma coisa alguma coisa que eu vi bonita, que que faz parte da minha identidade. Eu pego foto e posto de um ângulo diferente. Posto também fotos minhas, é, mas não posto uma *selfie*. Tem que ter um enquadramento, tem que ter uma questão de produção por trás pra poder postar as fotos.

A. S. - E por que essa produção?

E. 5 - Olha, eu não sei se explicar também. Eu não sei explicar isso, mas eu não sei, às vezes eu sinto essa necessidade. Parece que é a minha identidade assim, que eu não consigo no dia a dia, que eu não tenho tempo também de ser assim.

A. S. - Então, talvez ali no Instagram, você consiga talvez produzir, mostrar mais um algo seu que nem sempre apareça.

E. 5 - É sim, exatamente.

A. S. – Então, você posta mais sobre coisas que você vê, que você faz e menos fotos suas, poucas *selfies.*

E. 5 - Isso. Eu não gosto muito porque acho meio banal ficar postando sua foto assim, do rosto. Acho que tem que ter um pouco de conteúdo no Instagram também.

A. S. - E no dia desse, tira bastante, *selfies* pra você?

E. 5 - Não, mas até que tiro razoavelmente bem. É que eu não tenho muita paciência também, porque aí você vai tirar uma foto, aí você quer ver o seu melhor ângulo. Às vezes você abre a câmera e não está no seu melhor dia, esse sente horrorosa. Aí, você não quer tirar foto. Então, depende muito do momento.

A. S. - Como que como que você se vê? Como que é a sua autoimagem?

E. 5 - Eu acredito que eu sou mediana.

A. S. - O que é ser mediana?

E. 5 - Me comparando com as outras meninas, eu sinto que eu tenho uma beleza mediana, mas em comparação de conteúdo, eu sinto que eu tenho mais conteúdo do que as outras meninas.

A. S. - Quando você diz conteúdo, é o que você posta na rede social ou na vida, no bate-papo?

E. 5 - Em tudo. De conversa, de estética do Instagram, de pensamentos. Aí eu sinto que sou um pouco melhor do que as outras.

A. S. - E por que você acha que nessa questão de conteúdo você é melhor do que as outras?

E. 5 - Eu acho que é uma coisa um pouco narcísica, talvez. Porque, às vezes, eu converso com as meninas e... Não sei também explicar por que eu acho que eu tenho uma personalidade mais interessante do que das outras meninas. Nossa, agora você me pegou. Real.

Não sei, eu só sinto que eu tenho uma personalidade mais interessante do que as outras meninas. Agora, porque... Nossa, talvez seja um pouco machista falar isso, pensando agora.. Talvez pensando por que eu não fico só falando de... Não tenho só pensamentos fúteis que, geralmente, as meninas costumam ter.

Você vai conversar, às vezes, com as meninas e elas só querem falar de outros caras. De sair com outros caras por interesse, não para conhecer a pessoa. Eu já não sou assim. Eu gosto de conhecer as pessoas. Eu gosto de ter cultura. Eu gosto sempre de buscar os conhecimentos assim, aleatórios, e aí, eu sinto com as outras meninas não entendem. Elas ficam na superfície. Aí já entra um pouco da internet. Porque eu vivi minha vida inteira na internet. Então, as minhas bolhas são um pouco mais profundas, de humor do que eu pesquiso, de coisas que eu gosto e, geralmente, quem fica ali na sua *surface* não tem acesso a isso. Então, às vezes eu sinto que essa é a questão de eu ser mais profunda ou melhor do que as outras meninas.

E eu tenho a questão do humor também. Eu tenho um humor mais escrachado, humor mais masculinizado, digamos assim, e a maioria das meninas não tem esse tipo de humor, sabe? É uma coisa mais "não pode" e eu já tô mais meio "foda-se", sabe? Fala o que quer e é isso.

A. S. - E pensando agora um pouco fora das redes sociais? Na vida, você acha que sente inveja das pessoas?.

E. 5 - Sim, não tem como você fugir da inveja, né? Inclusive, isso foi um tema que eu conversei na terapia – faço terapia, né? Graças a Deus – e foi por causa disso que eu me interessei em fazer a pesquisa, porque eu já tinha conversado sobre isso com a minha terapeuta. Falei, "pô, é interessante, né?". Agora que eu desmistifiquei a inveja?

A gente sempre tem muito preconceito com esses é sentimentos negativos. Antes de entender o que eles são, então, quando eu não gostava de admitir que eu tinha inveja, quando eu ia falar com a minha psicóloga sobre isso, eu nunca falava, que era inveja. Eu sempre falava assim: "Ai, eu não sei, eu não gosto de comportamento x porque ela faz isso, isso, aquilo eu não gosto". E aí a minha psicóloga sempre perguntava: "vocênão acha que isso seja uma inveja? Porque você não tem isso e ela consegue isso por conta desse comportamento". E eu não aceitava? Eu demorei para aceitar que era.

E agora é mais tranquilo. Mas eu tinha inveja de uma menina do meu trabalho, porque ela conseguia as coisas no social e bajulando as pessoas. E isso é uma coisa que eu não gosto. Não faz parte de mim conquistar as coisas desse jeito. Eu acho que eu tenho que conquistar as coisas por mérito e mostrando assim de que do meu esforço mesmo. E aí, quando eu vi essa menina conquistando as coisas de uma forma mais sociável, porque ela conversa com todo mundo. bajula todo mundo, isso me dá uma certa inveja. Porque aí eu comecei a me comparar. Nossa, agora eu vou ter que bajular as pessoas para eu conseguir o que eu quero? Eu achei que que o meu mérito, meu esforço, valessem mais do que isso? Então, eu sinto inveja de vez em quando, dependendo da minha insegurança também, né?

A. S. - Voltando a pensar nas redes sociais, nessas situações que você sentiu inveja, teve outra emoções associados, que vieram junto?

E. 5 - Ah, raiva. É raiva da pessoa existir, né? Por ser assim. Pois é, parece que é uma coisa meio castigo de Deus tipo, João, como o pessoal gosta de falar. Por que Deus não me fez assim? Pensamentos assim... Por que o universo não me fez assim?

A. S. - E lembrando dessas experiências há alguma outra coisa que você sentiu além da raiva?

E. 5 - Talvez, a frustração de que eu nunca vou chegar a ser daquele jeito. Que talvez não seja possível, ou talvez eu não consiga dinheiro suficiente para comprar aquilo. Isso eu acho que é. Acho que esses dois sentimentos que vem junto com a inveja.

A. S. - Você duas questões específicas: a financeira e o desconforto com o seu nariz. Há alguma outra coisa além disso que fez você sentir inveja?

E. 5 - É, eu acho que o que me pega mais, é a questão de ter nascido ter nascido pobre, o que entra no financeiro. Mas essa questão me pega bastante na inveja.

Porque a gente está no capitalismo, não é? Quem tem mais dinheiro consegue ter mais oportunidade e consegue, digamos, aproveitar mais a vida. Eu não nasci tão pobre assim, mas eu não nasci tão rica, né? Eu fico ali no meio termo. Que eu não gosto de falar classe média, porque, pra mim, classe média não existe. Ou é pobre ou é rico. Então, quando eu vejo pessoas que têm uma classe social um pouco melhor que a minha, às vezes, me desencadeia um pouco de inveja mesmo, porque ela vai conseguir as coisas mais fáceis do que eu. Eu vou ter que ralar pra conseguir, enquanto ela só vai ter que dar um passo, eu vou ter que dar 15 passos para conseguir o que eu quero. Aí é isso. Aqui na faculdade, tem meninas que a mãe vem buscar, ou têm o próprio carro e eu tenho que pegar busão lotado, em horário de pico, com um monte de gente, tudo atolado. É uma na outra. E aí, quando eu vejo meninas assim, que vem de carro ou o pai ou a mãe buscam, ou vai embora de Uber. É, me dá um pouco de inveja, porque aí, elas geralmente tem uns comentários assim muito fora da realidade. E aí eu falo, “caralho, eu queria também ter assim os pensamentos fora da realidade, sabe?” Sem consciência de classe nenhuma de tipo, não sabe como a vida realmente funciona. Aí, na metade do ano pega e vai pro congresso de fono, paga R$ 5000 assim, sem se planejar, sabe? Para eu poder ir pra uma viagem assim longe, para o Rio de Janeiro, para o congresso de fono, eu tinha que pagar o quê, R$ 5000, né? Deve ser, o mínimo. E eu tinha que economizar, sei lá, desde o início da minha faculdade, então, isso me causa inveja.

A. S. - E até a proximidade, essa coisa presencial mesmo, né? Disso que você vê na universidade e faz com que você se sinta assim.

E. 5 - É, e na internet também, porque na minha cidade tem uma menina que tem bastante dinheiro. E aí ela sempre faz coisas assim. É *Storeis* "luxão", em Dubai, viajando. Ela tem aquele cachorro, Lulu da Pomerânia, que é caríssimo e aí eu fico, gente, parece que a vida é tão mais fácil para essa gente. Eu fico com inveja, também queria ter isso.

E. 5 - E aí? Eu não vou ter, porque é muito difícil eu ter uma vida dessa. Nem se eu ralar muito, nem se eu ganhar muito sendo fon, eu vou conseguir ter aquilo que ela consegue. Sei lá o que o pai dela fez.

A. S. - E pensando nas redes sociais, você acha que elas acabam suscitando mais a inveja, por exemplo.

E. 5 - Ah, sim, porque é o tempo todo martelando. De uma forma "x" de vida, uma beleza "x". E aí as pessoas buscam aquilo. É só a gente ver a Virgínia, esposa do Zé Felipe.

É um lixo de pessoa, engana todo mundo, e as pessoas continuam acompanhando ela, porque é rica, milionária. Ela fechou uma maternidade para poder ter o filho dela. Isso é bizarro, sabe? É como se não importasse que outras pessoas pudessem ter filhos ou não na maternidade, ela fechou uma maternidade para ter o filho dela, e para ganhar dinheiro em cima disso. Então, é sempre esse tipo de padrão sendo martelado na gente que causa inveja, inclusive tem várias pesquisas que os países que são, não sei se é verdade mesmo, né? Mas os países que são mais infelizes, são os países que mais ficam na rede social. Não sei se você já viu isso, ou se estou falando bobeira também.

A. S. - Olha, de uma certa forma faz sentido, né? Eu não vi uma pesquisa específica sobre isso. Não desse dado, mas de uma certa forma, faz sentido.

E. 5 - É, então eu acho que isso diz bastante, porque aí a gente fica só vendo no celular, invejando. Lembrando que população brasileira, a maioria é pobre. A gente fica só invejando algo que nunca vai ter. Fica nessa ilusão.

A. S. - E você já postou postou alguma coisa pensando em provocar inveja?

E. 5 - Sim, já.

E. 5 - Um dia eu postei uma foto de um perfume da Dior. Dame Jorge, mas isso foi o meu máximo de riqueza.

A. S. - E era uma forma de você querer, tipo, mostrar algo?

E. 5 – É, de tipo, "olha, eu tenho dinheiro, eu consigo comprar um perfume de luxo".

A. S. - E teve muita gente que comentou, interagiu com esse post?

E. 5 - Não, eu só queria mostrar mesmo.

A. S. - E como que você se sentiu podendo fazer isso?

E. 5 - Putz, não sei como que eu me senti, mas acho que eu me senti a maioral, postando perfume, caro. E nem outro tinha comprado ainda. Mas, me senti a maioral e acho que eu queria causar inveja nas outras pessoas também de forma indireta, né?

A. S. - E de forma geral, como você enxerga as redes sociais, o que pensa e sente a respeito delas?

E. 5 - Quando eu era mais nova, eu gostava mais porque era adolescente. Então era o meu meio de identificação, né? E toda adolescente precisa ter esse acolhimento, essa identificação. Hoje em dia, depois que eu já tenho tudo bem informado, o que que eu quero, o que eu gosto, a minha identidade em geral, eu sinto que a rede social não é tão legal quanto era quando eu era mais nova. Ela é boa porque você vai, você vai ver as notícias, só são em redes sociais. Hoje em dia, ninguém mais pega em jornal, ninguém entra em site de jornal, é tudo na rede social. Então, pra você está conectado com o que está acontecendo no mundo, você precisa ter uma rede social. E pra você é se conectar com as pessoas, né? Com algum parente que que mora longe, que você não tem mais contato, é pela rede social. Mas eu acho ruim porque a gente fica muito preso nisso. De ficar buscando coisas que nós nunca vamos ter. Porque a gente nunca vai ter acesso, porque é o que entra na moda, que eu gosto muito de acompanhar. Eu gosto de acompanhar a moda da alta costura, então eu sei que vai que é algo que, talvez eu tenha acesso, talvez eu não tenha acesso. Isso vai depender muito do futuro, mas eu fico vendo porque eu gosto de ver, porque é uma qualidade totalmente superior do que a gente vê das roupas da Shein.

A. S. - E por que esse interesse em ver as coisas tão distantes?

E. 5 - Eu acho que é pra exclusividade. Não é à toa que tem muitas marcas do luxuosas que fazem certos produtos com números limitados, porque eles querem que só certas pessoas consigam, né? E aí quando essa pessoa consegue, é, ela conseguiu. O resto do mundo não tem. E aí a gente precisa meio que acompanhar ela para a gente poder ter uma noção do que é esse produto que ela tem. E ter a dimensão do dinheiro também, o tanto de poder que essa pessoa tem para ter um produto daquele. Igual as bolsas. Acho queé Birckman, o nome das bolsas...

Eles produzem, essa alta costura produz, mas elas não vendem. Você precisa ser selecionado para você poder ter. Eu não sei como, mas você precisa ter um cartão, alguma coisa assim, alguma exclusividade para você poder entrar na loja e poder ter uma bolsa dessa.

A. S. - Algo que extremamente exclusivo, né?

E. 5 - Extremamente.

A. S. - E você gostaria de uma bolsa dessas?

E. 5 - Não, porque eu não acho tá uma bolsa tão bonita assim. Não me brilha os olhos. Acho que há outras coisas que me brilham os olhos.

A. S. - E você gostaria de uma bolsa dessas?

A. S. - E o que brilha aos seus olhos?

E. 5 - Uma bolsa Chanel, um sapato da Tem sapato da Loubotin.

A. S. - É caro, mas é um cara ainda pagável, né?

E. 5 - É foda, porque quanto maior é o custo, a qualidade é maior. Então é complicado, porque aí você acaba desejando as coisas mais caras por conta da qualidade, porque você sabe que aquilo vai durar para o resto da vida. Mas, ao mesmo tempo, você limita uma certa população de ter essas coisas que podem durar, sei lá, 10, 15 anos. E elas precisam ficar consumindo coisas que vão estragar em seis meses, sabe? Aí, fica um consumismo desenfreado.

A. S. - De maneira geral, o que você acha que faz você sentir mais inveja no Instagram?

E. 5 - As coisas que elas têm, que conseguem conquistar. Porque geralmente não são meninas pobres, são meninas que têm um alto poder aquisitivo. Você entra no perfil delas, estão tomando Chandon às duas da tarde, elas passeando pelas ruas de Paris, coisas desse gênero. Não, não elas andando no centrinho de Sorocaba de coque porque está fazendo 40° para comprar uma rasteirinha, não tem. É sempre muito glamourizado. A coisa que não tem na realidade mesmo, mas que a gente almeja isso, eu almejo isso aí. Eu quero ter essa vida glamorosa, mesmo sabendo que vida real não é assim.

A. S. - E por que você gostaria de ter essa vida glamorosa?

E. 5 - Para mostrar para os outros.

A. S. - Para postar no Instagram?

E. 5 - Sim, exatamente. E pra falar: “Olha só, eu consegui ser igual a essas meninas”.

A. S. - Você comentou, né, dessa questão da sua terapia? Como ela ter ajudou a reconhecer, a pensar sobre essa inveja, né, De maneira geral, como foi para você, não só no contexto da terapia, mas na vida, reconhecer que sente inveja?

E. 5 - Foi difícil, porque eu sempre tive muita dificuldade em aceitar esses sentimentos. Eu sinto que eles são muito banalizados. Então, você não pode sentir raiva porque a raiva não é muito legal. Você não pode sentir ódio, porque o ódio não é sentimento lega. E a raiva, a cobiça, estão nos sete pecados capitais.

Está nos Dez Mandamentos da Bíblia, né? Que não pode começar, não pode ter inveja. Não sei o quê. E aí, como eu sempre cresci na igreja católica, eu ainda tenho esses costumes assim.

Então, quando era criança, na catequese, falava que não podia sentir inveja porque, não é um sentimento legal, não é uma coisa boa. Se sentir inveja, vai pro inferno. Então, quando a quando a minha psicóloga falou que talvez fosse inveja, eu entrei em pânico. Eu falei “meu

Deus, eu estou sentindo inveja. Que ser humano horrível eu sou!" E aí, foi isso? Mas como eu já estava fazendo terapia há alguns meses, eu só fiquei meio assim em choque no momento que ela falou, mas depois eu aceitei. A inveja é um sentimento normal de ser humano, a gente vai ter inveja e tá tudo bem sentir a inveja de ter algo que você nunca vai ter. Tá tudo bem, não tem problema. A questão é se você vai ficar remoendo isso dentro de você como se fosse algo fosse te destruir, ou você pode conquistar aquilo que você quer, ou você pode realmente se aceitar e aceitar a realidade como ela é.

A. S. - Você faz terapia por alguma questão específica, tem algum diagnóstico?

E. 5 - Não, eu não tenho nenhum diagnóstico. Fiz no passado e recentemente porque estava me sentindo muito mal com a pressão da faculdade ano passado, no final do ano, já não me identificava muito com o curso. Aí, tem essa questão de eu ver essas meninas com bastante dinheiro, que estudam aqui na faculdade, que elas têm mais oportunidades.

Eu sempre me sentia inferiorizada por conta disso, eu achava que eu não podia ter as mesmas conquistas que elas, que eu tinha que ralar bem mais que elas. E aí, eu entrei na terapia de novo por causa disso, porque eu estava sentindo que não estava bem. Estava começando a ter um pouco de crise de pânico. Às vezes eu chegava no serviço e começava a chorar muito e não parava.

A. S. - Que bom que você voltou e que você teve essa consciência de que precisava de ajuda. Você fala muito dessas meninas na faculdade. São colegas de sala?

E. 5 - Sim. É que o curso da área da saúde é elitizado, não tem como... São meninas da minha sala.

A. S. - E você acompanha elas pelas redes sociais também?

E. 5 - Acompanho. É verdade, eu já tinha inveja das meninas da minha sala também por conta dessa questão financeira.

A. S. - E você acompanha o que elas possam também no Instagram e outras redes?

E. 5 - Sim, eu acompanho.

A. S. - E como é isso?

E. 5 - Agora eu não sinto mais inveja porque eu descobri o meu lugar. Eu acho sentia inveja das meninas na sala porque eu não conseguia me encontrar dentro da sala. Eu não conseguia ver o meu lugar ali. Então, depois que eu descobri o meu lugar e que eu consigo e eu posso ter as mesmas coisas que elas, só que de um caminho diferente, eu já não ligo de ver assim, sabe? De saber que uma ganhou um carro do avô outro dia. Isso não me afeta mais, igual me afetava antigamamente.

A. S. - Isso te afetava, então?

E. 5 - Ah, afetava bastante. Eu me sentia muito mal.

A. S. - O que você sentia?

E. 5 - Eu sentia que eu não era amelhor, sentia que eu não era capaz. Zero segurança de mim mesma. Parecia que eu tinha que ter dinheiro para poder me sentir algo aqui dentro.

A. S. - E o que é esse lugar que você disse que encontrou hoje, que faz você se sentir melhor, até nas relações com essas meninas?

E. 5 – Ah, é a questão de que de que toda coisa tem o seu tempo. E que eu aceitei a minha realidade, sabe? Eu sou pobre, meus pais não tem condição de dar tudo que as meninas têm e eu tenho que batalhar para ter as coisas. É isso que eu estou fazendo. Eu estou batalhando para eu conseguir ter uma vida confortável, sabe? Para eu meio que ter o que elas têm, digamos assim. Ter uma vida que as mães delas proporcionam para elas, né? E o que eu possa proporcionar para os meus filhos também.

A. S. - E você, já sentiu algo desconfortável em relação aos seus pais, sobre essa questão financeira?

E. 5 - Só quando era criança, que eu não entendia. Eu sou a filha do meio de três filhos. Depois que eu entendi que eu nao podia ter tudo que eu que queria... Nossa, é verdade... A primeira vez que eu senti inveja, foi quando... eu tinha uma prima que ela era filha única e ela ganhou o castelo da Barbie.

E aí eu quis um castelo da Barbie também. Porque, quando você vê um castelo da Barbie, é a coisa mais incrível do mundo. E eu pedi para os meus pais de Papai Noel e eu não ganhei.

Esse foi o primeiro sentimento de tipo, “pô, por que que ela pode ter um castelo dada Barbie e eu não tenho? Eu ganhei uma Barbie Futebol que era muito legal, mas, ainda assim eu queria o castelo da Barbie, porque meus pais não tinham condição de comprar esse brinquedo.

E aí isso me causou um pouco de revolta. Aí eu me revoltei com Papai Noel. Falei que ele não existia que eu não acreditava mais. Eles devem ter até agradecido, né? Mas foi aí que eu comecei a meio que entender que meus pais não tinham tanto dinheiro quanto eu pensava e eu comecei a ver o valor do dinheiro. Então, eu não julgo meus pais, porque eu sei que eles tiveram que ralar muito na vida para eles conseguirem dar isso pra mim, poder pagar minha faculdade, eles tiveram que ralar muito. Não fico com raiva deles, eu entendo.

A. S. - Voltando um pouquinho para o Instagram: teve alguma situação em que você gostaria ter a vida dessa pessoas que você vê?

E. 5 - Sim, já teve. t

A. S. - Como foi isso?

E. 5 - Ah, foi estranho sentir isso. É estranho você sentir isso. Queria ter essa vida, queria ou trocar de lugar com essa pessoa. Parece uma coisa muito na ilusão, sabe? Uma coisa muito sonhadora, parece que não é real. Parece que você só quer ter aquilo porque você quer, porque aquela pessoa tem acesso àquilo que você não tem. Mas você quer ter acesso aquilo de uma certa forma. Então, você meio que fica se imaginando no local da outra pessoa. Como seria.

A. S. - E quem era essa pessoa? Você lembra o que que você viu?

E. 5 - Era a Karen Bachini. Ela é uma influenciadora e ela faz agora conteúdos de maquiagem. Ela tem muitos produtos caros de beleza, produtos assim de R$ 600, R$ 700. E, às vezes, ela faz um *review* sobre isso. E aí quando eu vi esses *reviews*, eu ficava mal porque eu queria poder ter o que ela tinha. Eu queria poder experimentar esse creme de R$ 700, mas eu nunca ia conseguir isso, um creme de R$700 BRL com 16 anos de idade. Aí, eu meio que parei de consumir ela porque isso estava me deixando mal, porque era uma realidade que eu não tinha, que não fazia parte do que eu poderia ter. Hoje em dia ela é tem uma empresa de maquiagem.

A. S. - E você parou na época de acompanhar o conteúdo dela por conta disso?

E. 5 - Porque eu sentia que eu tinha que ter esses mesmos produtos para minha pele poder ficar boa.

A. S. - Muito bem. Alguma coisa mais você gostaria de falar sobre sua experiência no Instagram?

E. 5 - Acho que não. Acho que é mais isso mesmo.

A. S. - Você comentou um pouco da sua impressão sobre as moças que usam o corpo para conseguir ter as coisas, para conseguir dinheiro na internet. Você acha que essa forma dessa de produção de conteúdo que algumas mulheres recorrem pode provocar uma emoção como inveja?

E. 5 - Ah, sim, com certeza. Eu vejo isso bastante. Nos comentários, as meninas mais novas falam “ah, queria ter isso, eu queria ter a vida que você tem”. “Eu queria ter o seu corpo” ou “ter o seu dinheiro”, conseguir a vida fácil assim. E aí eu penso poxa, gente, se soubesse você soubesse... Isso não é tão bom assim para o seu psicológico futuramente.

Mas a gente quer tudo aquilo que é momentâneo, que está acontecendo agora. A gente não pensa muito no depois. Por isso que a inveja é algo meio que momentâneo. Se for uma inveja saudável, agora, se for uma inveja mais profunda, você fica remoendo para o resto da vida.

A. S. - Já teve alguma coisa que você ficou remoendo assim?

E. 5 - A questão financeira. Me pega bastante.

A. S. - Isso é algo que você remoe?

E. 5 - Sim.

A. S. - Muito bem. Vou parar de gravar, então.

A. S. - Não acho que. Já tem um material bem legal assim.

Antonio Souza - Já estamos gravando. Quantos anos você tem?

Entrevistada 6 - Tenho 18.

A. S. –-Está em qual semestre/módulo do curso de Psicologia?

E. 6 - No segundo semestre.

A. S. - Há quanto tempo você tem acesso às redes sociais?

E. 6 - Olha, antes do que eu gostaria. Eu acho que com um uns sete anos, na verdade.

A. S. - E por que você diz que teve antes acesso antes do que você gostaria?

E. 6 - Pelo que eu penso hoje, acredito que tem muitas pessoas que têm acesso à internet. Por exemplo, eu conversava com muita gente até. Tem uma filha de um amigo do meu pai que eu conversava com ela. Ela morava em outro estado. Tudo bem é conhecida minha, mas eu não sabia quem era. Eu conversava com ela e não sabia quem era.

Então, facilmente poderia ser uma outra pessoa mal-intencionada. Isso me faz pensar que crianças até, não sei, uns 10 anos, pelo menos, não deveria ter redes sociais.

A. S. - E qual que era a rede social que se acessava? Ou quais redes você acessava nessa época?

E. 6 - Só Facebook com essa idade.

A. S. - E quando que você teve o seu primeiro *smartphone*?

E. 6 - Tive um quando eu tinha uns sete anos, mais ou menos, era aquele que era metade tecla, metade tela, que eu só usava para fazer ligação para os meus pais. Mas um *smartphone*? Eu acho que com 10 anos.

E. 6 - Antes disso, eu acessava o Facebook pelo computador em casa.

A. S. - Você acessava com a supervisão dos pais?

E. 6 - Sim, eles sabiam.

A. S. - E como que foi assim essa sua relação com as redes sociais nessa época? Você já acessava as redes? Como que funcionava isso?

E. 6 - Então, eu já sabia mexer assim. É. É saber usar aquele Messenger, fazer publicações. Acho que sempre foi tranquilo. Ninguém foi me ensinar a mexer. O que me ensinaram foi a de criar um perfil mais, mas o acesso sempre foi tranquilo.

A. S. - E desde quando que você usa o Instagram?

E. 6 - Eu acho que foi quando eu ganhei esse meu celular com 10 anos.

A. S. – Aí você já criou um perfil, então?

E. 6 – Sim. Eu usava para postar fotos da minha irmã pequeninha. Coisas simples assim.

A. S. - E hoje, o que você costuma postar?

E. 6 - Eu gosto muito de postar trechos de músicas que eu ouço, posto fotos, foto minha. Foto com meus amigos, foto com família. Posto às vezes alguma frase que eu acho interessante ou algum livro. Bem diverso assim.

A. S. - E o Instagram é arede que você mais usa hoje?

E. 6 - Acredito que sim. Tem três ali que eu colocaria como principais, mas acho que o Instagram estaria entre essas três.

A. S. - E quais seriam essas outras redes?

E. 6 - Instagram, Twitter e TikTok.

A. S. - E quanto tempo você acha que você passa especificamente no Instagram diariamente?

E. 6 - Uma hora, uma hora e 15 minutos, mais ou menos.

A. S. - Entendi. E como que é o seu comportamento de navegação nessa rede? Vê o *Feed*, *Stories*?

E. 6 - Eu vejo bem mais *Stories* do que *Feed*. O *Feed* eu rolo ali, umas 10 publicações para baixo e passo, mas os *Stories* eu costumo ver mais, porque geralmente quem eu estou mais interessada em ver aparece primeiro.

Vejo poucos *Reels* e a pesquisa menos ainda. Eu gostava mais da pesquisa, mas agora, raramente uso.

A. S. - E por quê?

E. 6 - Sabe o que eu não sei exatamente? Acho que é porque um padrão que mudou. Ultimamente, tem aparecido bastante coisa de rotina. Acho um pouco exaustivo. Na verdade, tudo que fica aparecendo nessa pesquisa, porque é sempre a mesma coisa, não é um conteúdo muito diversificado. Mas parece que antes era um pouco mais diverso esse conteúdo. Aparecia muitas coisas diferentes. Agora é sempre um mesmo nicho. Rotina de estudo, coisas do dia a dia. Tem aparecido muita coisa até sobre alimentação de bebês, o que eu achei estranho. Às vezes, coisas de psicologia. Eu vi ontem e até postei: “achou que a vida adulta é só fugir dos aversivos?”. Às vezes, aparecem umas coisas assim.

A. S. - E quem são as pessoas que você segue no Instagram?

E. 6 - Meus amigos, minha família. Professores do ensino médio, com quem eu converso bastante. Meu professor de música. E sigo algumas páginas de poesias que eu gosto bastante. De psicologia. Tem famosos também, cantores. Também é bem diverso.

A. S. - Quando você fala pessoas famosa assim, quem são as pessoas famosas? Influenciadores? Artistas?

E. 6 – Eu sigo bastante cantores: Caetano, Gilberto Gil. Sigo algumas páginas tipo Tropicália, essas coisas assim. Sigo menos cantores internacionais. Beyonce, Demi Lovato, sigo menos, mas sigo também. Influenciadores, sigo alguns também.

A. S. - O que que você gosta de ver nessa rede? Você comentou um pouco dos conteúdos que você vê, mas o que que você gosta de ver?

E. 6 - Gosto muito de ver vídeo de curiosidades sobre música também. Então, esses dias estava vendo uma curiosidade sobre uma música, como foi feita uma música do Djavan. Eu gosto muito de pesquisar. Por exemplo, têm perfis que eu pesquiso, que dão dicas sobre tal coisa, então eu sou maquiadora, então, às vezes, coisas sobre maquiagem eu vejo bastante. Vejo bastante coisa sobre roupa. Vejo vídeos engraçados. Acompanho bastante lançamentos cantores. Eu coleciono disco de vinil, né? Então, eu sigo várias páginas que postam coisas como dicas de onde comprar, ou onde vai ter leilão.

A. S. - Você posta *selfies*?

E. 6 - Sim, costumo postar.

A. S. - E como é sua relação com a *selfies*? Tira bastante, mesmo que não seja necessariamente para postar?

E. 6 - Eu tiro bastante, mais *selfie* do que pedir pra alguém tirar uma foto ou tirar no espelho. Não posto todos, nem posto sempre. Mas eu gosto de postar às vezes, de tirar foto.

A. S. - Você já viu algum post no Instagram especificamente, que causou algum desconforto emocional?

E. 6 - Sempre. Muitas vezes, na verdade.

A. S. - Por que sempre? O que são essas coisas que te incomodam?

E. 6 - Aqueles corpos ideais, né, que você vê. Às vezes, uma foto que claramente você vê que a foto está inteiramente distorcida porque a pessoa mexeu na foto. Às vezes para se sentir mais confortável e, nos comentários, muita gente criticando. Até o *Reels*, teve um que eu vi esses dias, que eu achei muito absurdo, que eu até mandei pra minha amiga. Eu falei “meu Deus, onde o mundo vai parar?”. Era um homem postando falando assim “adoro ver pessoas gordas passando na catraca do ônibus”. Umas coisas muito bizarras assim. É muito desconfortável.

A. S. - Mas você acha que te incomoda mais ver esses corpos ideais, que seguem um certo padrão de beleza?

E. 6 - Me incomodam mais os comentários. É o tipo de comentário que é feito em publicações de pessoas num padrão estético ou pessoas fora de um padrão estético. Então, por

exemplo, uma pessoa que tá num padrão assim considerado. Ela posta uma foto e vão elogiar tudo, a pessoa por completo. E numa pessoa fora desse padrão vão elogiar o cabelo da pessoa, sabe? A roupa bonita. Mas você percebe que destoa muito o tipo de comentário.

A. S. - E você consegue descrever um pouco mais o eu sente quando vê essas coisas que te incomodam?

E. 6 - Acho que uma sensação de tem capacidade, insegurança. Meio que essa sensação de que falta alguma coisa... O que essa pessoa tem e eu não? Por que essa pessoa conseguiu alcançar tal coisa e eu não? O que a gente fez de diferente? Por que fazem esse tipo de comentário sobre essa pessoa? Uma sensação de... Um desânimo, talvez?

A. S. - Você tentou nomear alguma dessas coisas que você sentiu. Você acha que você se compara muito às pessoas que você vê no Instagram?

E. 6 - Já me comparei bem mais. Já fui muito mais insegura do que eu sou agora. Muita terapia, né? Mas ainda assim acontece. Uma pessoa posta uma foto e eu penso "nossa, por que eu não sou assim? Tem alguma coisa de errado comigo". Ocorre muito menos do que antes, mas ainda assim é muito desconfortável quando acontece.

A. S. - E e você acha que na vida fora das redes sociais vocês compara muito às pessoas?

E. 6 - Também. Eu acho que mais, na verdade. Porque na rede social você consegue passar algumas coisas, você consegue mostrar. Eu falei muito em relação à parte física, mas acho que também em comparação ao estilo de vida. Então, nossa, a pessoa está sempre feliz? Ela está sempre com os amigos, ela acorda às 5 da manhã e vai treinar, vai pra faculdade e aí, à tarde, ela é produtiva. Então, me comparo muito a isso também. Não é só a parte estética, né? Mas, na vida real, sim, eu acho que é um pouco pior, porque você vê a pessoa da forma como ela é, sem filtro, sem edição.

A. S. - E você acha que é um pouco mais doloroso, talvez isso?

E. 6 – É. Porque, por exemplo, eu penso... Eu penso, não. Isso é um fato, pelo que as pessoas consideram. As pessoas sempre falam que as pessoas mais magras são mais femininas e eu sempre.

Eu sempre falei isso para minha psicóloga, inclusive. Eu faço maquiagem, meu cabelo sempre está arrumado. E eu não me sinto tão feminina quanto essas pessoas e isso é uma comparação ruim para mim.

A. S. - As pessoas comentam isso sobre as mulheres mais magras serem mais femininas?

E. 6 - É, por exemplo, falam que elas são mais delicadas, não faz sentido.

A. S. - Você já ouviu esse tipo de comentário?

E. 6 - Não sobre mim, mas já.

A. S. - Voltando para o Instagram, você acha então que o que você vê lá e incomoda, tem a ver, além da questão física, com o estilo de vida dessas pessoas, é isso?

E. 6 - Sim, bastante. Tipo, são nove da manhã e essa pessoa já foi treinar, já foi fazer tal coisa e eu acabei de levantar, por exemplo, por exemplo. Ah, ela fez tal coisa, ela está arrumada. Ela conseguiu estudar hoje à tarde e eu não consegui fazer nada. Isso me deixa pior do que a parte física.

A. S. - Por quê?

E. 6 - Eu sempre me cobrei muito em relação a essas coisas, principalmente, estudo. Então, se uma pesoa pessoa que eu sigo posta dicas de estudo, ou dica de livro, as pessoas sempre postam assim, se é um perfil mais voltado à leitura e sempre postar alguma dica de estudo, coisas do tipo, e aí acaba envolvendo a rotina dessa pessoa. E aí, eu vejo, por exemplo, nossa, ela tá estudando de tal jeito. Uma bancada organizada, sabe? E eu sempre me cobrei muito com estudo. Eu não estudo tanto quanto deveria porque... Nem gosto muito de falar isso, na verdade. Eu não sinto que eu preciso estudar tanto. Por exemplo, é uma prova. Meus amigos falam “vamos estudar, não sei nada”. Aí, eu estudo com eles e tem vezes que eu nem tinha parado pra estudar o assunto, mas eu consegui explicar ali para eles. Então, não há uma necessidade de eu ficar estudando o dia todo, nunca foi.

Mass ainda assim, se eu vejo alguém, alguém da minha sala falando que estava estudando aqui agora e tal coisa eu fiquei com dúvida, penso: “Nossa, essa pessoa tá estudando e eu estou aqui sem fazer nada”.

A. S. - Em algum momento assim, diante de algum conteúdo que você viu no Instagram, você sentiu inveja daquela pessoa?

E. 6 - Já. Não é comum. Não é um sentimento que eu cultuo assim, mas já aconteceu.

A. S. - E como foi essa experiência?

E. 6 - Foi mais em relação de novo, a um estilo de vida. Então é uma pessoa que sai com os amigos todo dia e numa época que eu fiquei bem mal. Então, essa pessoa sair todos os dias, me fazia sentir, “nossa, eu só queria sair, mas eu não consigo”. Isso me causava um sentimento de inveja.

A. S. - E junto com inveja, que outra emoção veio naquela situação?

E. 6 - Acho que isso me traz uma sensação de... Eu já usei essa palavra, eu acho, né? Mas de incapacidade, mesmo. Naquela época específica, eu via os meus amigos postando fotos juntos e aí eu falava “eu só queria estar lá, mas eu não consigo”.

Então, isso me traz essa questão de “por que eu não consigo? Por que eu não consigo socializar dessa forma?” Não sei denominar uma palavra assim. Eu não sei se eu consegui passar exatamente a ideia.

A. S. - Fique tranquila. Se você quiser não responder, não tem problema, mas por que nessa época você não conseguia estar com seus amigos?

E. 6 - A minha psicóloga dizia que eu... Ela nunca falou, “você tem depressão”. Ela dizia “você tem traços depressivos”. Enfim, há uns dois anos atrás, no meio do meu ensino médio, eu não socializava. Se eu saia de casa, eu conversava um pouco, ficava mexendo no celular, todo mundo conversando. Eu ficava no celular, né?

A. S. - Não era na pandemia, né?

E. 6 - Não.

A. S. - Foi antes da pandemia?

E. 6 - Depois.

A. S. – 2022, mais ou menos.

E. 6 - Isso.

A. S. - Como que você define inveja? O que é inveja para você?

E. 6 - Um sentimento de queria ter, eu queria ser, queria estar. Só que é um sentimento num sentido ruim. Por exemplo, amigas minhas, muito próximas, se elas fazem alguma coisa que eu queria muito, eu não sinto inveja, sinto “nossa, que bom que você conseguiu isso”. Mas a inveja? Acho que no sentido contrário, tipo, queria ter conseguido isso também.

A. S. - E se eu entendi, a inveja, quando você sente, ela não tem essa coisa. Como é inveja?

E. 6 - Eu sinto como algo ruim, porque depois disso vem uma culpa, né? Nossa, por que que eu estou desejando, tipo, estar melhor que essa pessoa? Ou ser mais do que essa pessoa? Por isso que eu coloco como algo ruim.

A. S. - E você, já teve vontade pela inveja de estar no lugar daquela pessoa? De querer ter a vida dela, de estar no lugar dela?

E. 6 - Sim.

A. S. - E como foi essa experiência?

E. 6 - É uma experiência ruim, porque era uma pessoa próxima a mim. Não da minha família, mas era como se fosse. Filha da minha cunhada e, na época, ela acabou sendo a melhor amiga. Ela até morou comigo por um tempo, porque minha cunhada voltou pro Rio de Janeiro e tudo mais. E aí logo depois eu me afastei um pouco dela por causa de umas atitudes que eu

não gostei, e a amizade dela com os meus amigos que eu apresentei para ela cresceu e a minha diminuiu. Eu sentia inveja dela naquele momento.

Porque ela conseguiu ser mais que eu nessa situação. Por que eles se aproximaram tanto dela? E sabe essa sensação ruim, tipo o que eu fiz de errado? O que ela fez de certo? Queria estar no lugar dela.

A. S. - E isso obviamente aconteceu por uma pessoa, de uma pessoa próxima de você, para você me contando, né? E nas redes sociais, a partir de algum conteúdo que você viu, de alguém que você viu, você teve esse tipo de sensação também?

E. 6 - Eu já quis muito fazer medicina. Durante um bom tempo da minha vida, na verdade, eu quis fazer medicina. Até o começo do terceiro ano do ensino médio. E quando eu via pessoas que tinham tirado 980 na redação do Enem e passaram em medicina e tal universidade. Eu sentia inveja, porque aquilo sempre foi algo que eu almejei muito. E aquilo trazia uma sensação ruim. Eu estudo, eu me dedico...

Eu nunca tentei passar no vestibular de medicina, então... Eu coloquei aquilo na minha cabeça. Essa pessoa conseguiu e eu com certeza não vou conseguir, tanto que eu nem fiz vestibular. É uma sensação muito ruim.

A. S. - Imagino que sim. E quem eram essas pessoas que você citou?

E. 6 - Eu seguia algumas influenciadoras sobre é que diziam coisas sobre vestibular. Ensinavam técnicas sobre vestibular: "Como eu ingressei em medicina em x universidade", dava dicas pro Enem, tanto dicas de como fazer a prova ou dicas de como se preparar para a prova. E até hoje eu sigo uma pessoa que que é formada em medicina já e ela conta como que ela estudou, como ela se preparou, como foi o dia da prova. Quase sempre essas pessoas.

A. S. – Não eram necessariamente pessoas próximas, né? Como você falou, influenciadoras na maioria.

E. 6 - Sim. Tinha uma pessoa próxima também que eu conhecia, que já se formou, mas na época ainda estava na faculdade, mas, geralmente pela internet.

A. S. – E como que você se vê? Você consegue descrever a sua autoimagem?

E. 6 - Em que sentido?

A. S. - No sentido que lhe ocorrer.

E. 6 - Tipo adjetivos.

A. S. - Como você preferir falar sobre você.

E. 6 - Acho um pouco difícil falar sobre mim. É. Não sei exatamente o que falar, na verdade. Eu vou colocar como adjetivos.

A. S. - Fique à vontade.

E. 6 - Eu me considero uma pessoa calma. É, me considero uma pessoa introvertida. Tenho meus momentos de extroversão, mas sou uma pessoa introvertida. E sou uma pessoa que gosta, apesar de me considerar introvertida, isso contrasta um pouco, mas eu gosto muito de falar. Com pessoas específicas, né? Eu penso muito no geral.

Gosto muito de... Não sei, estou descrevendo em geral, o que vem na minha cabeça eu estou falando.

A. S. - Sem problema.

E. 6 - Eu gosto muito de estudar. Não necessariamente o que eu tô aprendendo. Gosto muito de estudar, sempre gostei. Me considero uma pessoa impaciente. Que mais que eu posso dizer? Agora não está vindo muita coisa. Me considero uma pessoa com uma auto cobrança muito alta. Em todos os aspectos possíveis e imagináveis.

O que é até estranho, porque ninguém nunca me cobrou. Meu pai às vezes vê que eu estou estudando, e aí ele fala: "Você não descansa?", eu falo "não". E aí ele até brinca e fala que nunca precisou mandar eu fazer as coisas ou brigar comigo para estudar ou qualquer coisa do tipo, então, isso não foi algo colocado em mim. Não, que eu saiba. Não sei. Consegui descrever algumas coisas que eu pensei.

A. S. - E você acha das coisas que você posta ou já posto, em algum momento, fez para que as pessoas sentissem inveja de você?

E. 6 - Para que sentissem inveja, não?

A. S. - Mas você já quis de alguma forma provocá-las?

E. 6 - Ah, causar algum sentimento. Inveja, não.

A. S. - Como o que, por exemplo?

E. 6 - Deixa eu pensar... Talvez uma reflexão, por exemplo. Tem algumas coisas que as pessoas postam que eu penso "qual a necessidade?". E aí, às vezes, eu posto naquele *Close Friends* do Instagram, eu escrevo alguma coisa pra causar, algo do tipo, será que isso foi para mim? Não é uma indireta, mas acho que é reflexão mesmo. Eu gosto muito de analisar o que os outros fazem. Sou muito observadora, então, geralmente eu faço alguma coisa nesse sentido. Acho que é isso, que eu pensei de causar algum sentimento.

A. S. - E me fala mais uma coisa: nesses momentos, essas experiências que você entende que foram situações em que você chegou a sentir inveja de alguma coisa que você viu no Instagram. Pensando nelas, você acha que sentiu ou eventualmente sente mais inveja de homens ou de mulheres?

E. 6 - Mulheres. Acho que nunca teve uma situação que eu senti inveja de algum homem, 100% mulheres.

A. S. - E na vida fora das redes sociais também?

E. 6 - Só tem uma situação que eu sinto inveja de homem. É uma brincadeira, né? Mas uma brincadeira real. Andar na rua em paz. Aí eu sinto inveja de um homem.

A. S. - E como é sentir inveja das outras mulheres?

E. 6 - Acho que ela entra em vários aspectos, né? Então, como eu falei, desse estilo de vida ou aparência. Eu não gosto. É um sentimento que me deixa realmente mal. Então eu estava falando até com minha amiga sobre isso. Acho que ontem...

Não sei se é que eu poderia ser considerado inveja o que eu falei pra ela. Eu não sei se eu definiria isso como inveja, mas uma situação que está acontecendo, que naquele momento eu pensei "gostaria de ser aquela, aquela mulher". É um sentimento que me deixa bem mal. É uma coisa que eu sinto... Acho que ninguém gosta de sentir inveja, mas é um sentimento que não é neutro para mim. Ele é muito ruim, então, independente do que eu esteja sentindo inveja, seja uma coisa simples ou uma coisa mais complexa, aparência, estilo de vida, amizades. É um sentimento muito ruim. Me deixa com aquela sensação, "nossa, mas por que eu estou sentindo isso?".

A. S. - E você já parou para observar por que você estava sentido isso?

E. 6 - Sim. Então, depende muito assunto, né? Então, sobre isso que eu estava falando com minha amiga, sobre essa mulher, de quem eu senti uma certa inveja, eu sei exatamente o motivo. Algumas vezes eu não sei. Algumas vezes é um contexto mais geral.

Eu seguia uma pessoa, uma influenciadora, que ela fazia medicina na UFRJ. Até zoavam ela por causa disso. Não por fazer medicina na UFRJ, mas pelo estilo de vida que ela pregava. Muito irreal. Ela acordava às quatro da manhã, ia correr tantos quilômetros, se arrumava e comia, ia pra faculdade, voltava, conseguia gravar conteúdo e estudar. É uma rotina muito irreal. Mas eu senti inveja dessa rotina irreal.

A. S. - Como que é o nome dessa influenciadora, você lembra?

E. 6 - Eu acho que Manuela, ManuSit, esse é o Instagram dela.

A. S. - O que que você via ali nela que dava vinha aquela mordida da inveja?

E. 6 - Eu não sentia que era algo físico, apesar dela ser muito bonita. Eu senti algo mais, acho que em relação à disposição de conseguir concretizar o que ela queria.

A. S. - Entendi. E você acha que você tem dificuldade em concretizar as coisas que você quer?

E. 6 – Sim.

A. S. O que você quer hoje e está com dificuldade?

E. 6 - É ter uma vida mais saudável, não sentido estético, mas uma vida mais saudável. Fazer exercício com mais frequência, uma alimentação melhor e eu não consigo.

. S. - E a bendita da Manuela consegue?

E. 6 - É. Agora estão falando bastante dela na internet, zoando ela porque trancou a faculdade. “Mas a rotina dela não era extremamente fácil?” Porque é o que ela pregava, né?

A. S. - Entendi. Ela falava que era fácil não fazer essas coisas.

E. 6 - Não com essas palavras, né? Mas, sim. É muito simples você fazer isso quando você não precisa trabalhar. É o que falavam sobre ela.

A. S. - Você acha minha jovem que, no geral, o Instagram, ele suscita que tipo de emoções?

E. 6 - Positivas, eu acho. Antes isso me causava mais coisas negativas. Mas eu aprendi muito a filtrar aquilo que é real, aquilo que não. É. Ou às vezes? Por exemplo, sentia inveja de uma coisa, por exemplo, de uma pessoa que nem tinha motivo. Se eu fosse igual ou tivesse o que ela tem, o que ia agregar?

Eu aprendi a filtrar, a lidar um pouco com esse sentimento. E a entender que pessoas são diferentes. Então, por exemplo, no caso dessa menina, realmente, é muito mais tranquilo ela conseguir fazer isso se ela não precisa trabalhar. E aí ,só vem uma frase na minha cabeça: “não existe meritocracia numa sociedade desigual”. Então, eu acho que entender isso, me passou uma imagem agora do Instagram ser um pouco menos tóxico, porque para acompanhar meus amigos que eu não vejo com frequência. Para falar com pessoa que eu também não consigo falar com frequência, às vezes eu respondo alguma coisa que elas postam.

A. S. - Ver pessoas que possuem coisas ou tem esse estilo de vida que está muito associado a um poder aquisitivo mais alto, por exemplo. Isso de alguma forma te incomoda?

E. 6 - Não me incomoda no quesito inveja, me incomoda no quesito político.

A. S. - E como que esse incômodo político?

E. 6 - Vou te dar um exemplo mais claro.

A. S. - Fique à vontade.

E. 6 - Um amigo meu há um tempo atrás, eele estava falando, do Elon Musk, que que ele começou do zero. Ele não começou, o pai dele tinha uma mina de Esmeraldas na Zâmbia. Essa questão foi rica, que me incomoda. Que volta para aquela frase que eu te falei, então é nesse sentido.

Eu respondi para ele: “Então, uma diarista que ganha um salário mínimo, que tem três filhos, ela consegue chegar onde o Elon Musk chegou? Porque os dois saíram do zero”.

A. S. - Nesse momento, você tem algum sofrimento emocional diagnosticado?

E. 6 - Eu tenho diagnóstico de TOC, de ansiedade? E eu fiz uma avaliação neuropsicológica que deu um TDAH até alto, só que acho que a patologia vem de onde te incomoda e não me afeta tanto na minha vida. Apesar de ter sido um dos resultados do da avaliação neuropsicológica.

A. S. - Não é algo que que traz algum desconforto, pelo que você diz.

E. 6 – Raramente. Na vida acadêmica não me traz um grande prejuízo assim. Eu nunca fui uma pessoa de prestar muita atenção na aula por não me concentrar, só que isso não me traz um prejuízo, porque eu estudo muito bem sozinha. Então, isso nunca me trouxe uma dificuldade. Eu consigo ficar bastante tempo estudando até eu conseguir entender de fato. A única coisa que me incomoda é que eu não consigo assistir a um filme inteiro. Às vezes eu tenho que assistir a um filme em quatro dias.

A. S. - Qual é sua visão hoje sobre as redes sociais?

E. 6 - Eu acho que elas trazem uma aproximação muito grande. Então, como eu falei, sobre conseguir me comunicar, conseguir acompanhar a vida dos meus amigos. Eu tenho alguns amigos que têm uma conta privada que só 15 pessoas seguem. E aí, às vezes eles possam algumas coisas. Minha amiga postou que conseguiu tirar carta de habilitação, sabe? Então, ao mesmo tempo que traz uma proximidade com as pessoas, é uma sensação boa de conforto. Também traz coisas ruins, como essa comparação. Essas situações irreais que são pregadas apenas na internet. Acho que tem dois lados. Mas, a meu ver, é bastante balanceado.

A. S. - E alguma coisa mais que você gostaria de compartilhar, de comentar sobre a sua experiência de uso do Instagram?

E. 6 - Olha, eu acho que não. O que eu comentei com você no do começo da chamada esquerda sobre as crianças, isso me incomoda bastante, eu acho que tinha que ter um critério mais rígido. No meu Facebook minha data de nascimento é de 1990. Acho que tinha que ser mais rígido.

É, por exemplo, aquele assunto que nem lembro que ano que foi isso, 2017... Acredito que tenha sido no Instagram sobre aquele baleia azul. A psicóloga da minha escola e foi na sala sobre isso, orientar as crianças. Essa é uma das minhas principais críticas às redes sociais.

A. S. - Muito bem. Eu vou parar agora a gravação.

Antonio Souza - Muito bem, vamos lá. Estudante de psicologia, certo? Está em qual semestre/módulo?

Entrevistada 7 - Oitavo.

A. S. - A partir de qual idade você teve acesso às redes sociais?

E. 7 - Eu acho que bem nova. Antes de ter acesso a celular, eu já tinha Orkut, Facebook. Então, com uns 11 anos. Instagram, eu acho que comecei a usar logo que ele foi lançado.

A. S. - E você tinha quantos anos, mais ou menos, quando você conheceu o Instagram?

E. 7 - Não lembro, eu acho que uns 13, 14.

A. S. - E quantos anos você tem hoje, mesmo? Não lembro quando foi lançado o Instagram... mas eu lembro que peguei aquela época do comecinho, em que os filtros eram bem fortes.

A. S. - Com 11 anos você começou a ter acesso às redes, como o Orkut. E como que era isso? Você tinha seu perfil próprio?

E. 7 - Eu tinha um perfil próprio com meu nome, minha mãe supervisionava também, mas eu não usava imprudentemente. Às vezes eu comento alguma coisa, participo de alguma coisa, mas eu sou mais observadora das coisas. Meu Instagram hoje tem dia quatro postagens. Às vezes eu posto, aí eu fico pensando "ai, não gosto dessa exposição", daí eu arquivo, excluo. Então, acho que eu sempre fui mais observadora.

A. S. - Me fala uma coisa sobre *smartphone*, você também teve acesso muito cedo?

E. 7 – Foi com uns 13, eu acho. É.

A. S. - E antes do *smartphone* você teve aqueles celulares mais comuns?

E. 7 - É. Um Nokia. Tive com uns 11 anos.

A. S. - Hoje é o Instagram é a rede social que você mais usa?

E. 7 - Em tempo de consumo, eu acho que é o *YouTube*, porque eu assisto muito vídeo longo por ele, mas, talvez tempo de ficar rodando a tela assim, mexendo de fato, talvez seja um Instagram. Porque o *YouTube* eu às vezes deixo tocando e vou viver a vida. N Instagram eu fico mais tempo.

A. S. - Quantas horas por dia você passa no Instagram?

E. 7 - Instagram, minhas horas variam. Eu tenho um problema com o celular, eu fico muito tempo. Já teve um dia que eu fiquei umas14 horas no celular. Mas é mais assistindo coisa. Eu acho que, consumindo o Instagram, umas 3 ou 4 horas.

A. S. - E o que você mais vê no Instagram?

E. 7 - Hoje em dia, tem aparecido no meu feed muito coisas envolvendo tragédias, sabe? A questão da Palestina e tal. Porque toda vez que eu vejo eu, eu engajo naquilo. Daí, se engaja,

aparece mais coisa. E também coisas relacionadas animal. Aquelas ONG de pessoas que resgatam animais. E daí eu vou engajando também porque eu gosto de animal e tal, e isso tem aparecido bastante. Mas daí, de resto de coisas que eu sigo tem pessoas que fazem um conteúdo mais de comédia. Meme. É isso que eu gosto de consumir.

A. S. - Em que situações assim que você costuma usar o celular e ver o Instagram?

E. 7 - Quando eu acordo, quando eu vou dormir, quando eu estou em transporte público. Às vezes, na aula quando eu fico entediada. Para comer também. Qualquer tempo livre, meio tedioso, eu estou com Instagram, estou nas redes sociais.

A. S. - Pensando no Instagram especificamente, quem são as pessoas que você segue?

E. 7 - Eu acho que é mais *influencer*. Nos *Stories* tem bastante gente que que eu conheço, que eu acompanho, que são do meu, do meu círculo. Eu não fico vendo muita gente famosa, influenciador. Mas o que aparece no *Feed,* rolando são essas pessoas.

A. S. - E que tipo de postagem você vai mais no Instagram: *Reels*, *Stories*...?

E. 7 - Eu vejo mais *Reels*. Eu abro um e daí eu começo a rolar.

A. S. - Que é bem aquele jeitão de Tik Tok, né? É um vídeo atrás do outro, você vai no embalo.

E. 7 - E às vezes é coisa que você nem segue, né?

A. S. - Dessas coisas que você vê, já teve algo que te incomodou, que provocou algum desconforto?

E. 7 - Eu acho que quando aparecem discussões na internet, políticas ou discussões sobre questões sociais. A pessoa está dando uma opinião meio controversa, e eu abro os comentários e tem mais opiniões controversas. Me incomoda bastante.

Eu acho que questões relacionadas a corpo e tem gente sendo gordofóbica nos comentários. Isso me incomoda bastante.

A. S. - O que que são essas coisas relacionadas a corpo?. Você pode falar um pouco mais?

E. 7 - Eu acho que uma coisa que tem aparecido bastante para mim são conteúdos tipo fitness, só que não com pessoas magras fazendo, sabe? Pensando agora, eu acho que eu estou seguindo bastante gente que está em processo de emagrecimento. E daí você acompanha, e o que as pessoas postam é o processo delas e nã tem nada muito de errado. Daí, você abre os comentários, tem gente falando sei lá, chamando a pessoa de gorda, falando do corpo dela. Mesmo a pessoa estando nesse processo de emagrecimento.

A. S. - E você acha que as redes sociais, a partir desses posts que você vê, acabam gerando alguma forma de comparação com as pessoas que você vê?

E. 7 - Acho que sim. Eu vejo um corpo parecido com meu, uma pessoa parecida comigo, e daí eu fico vendo ela como um modelo, de uma certa forma, e penso que eu posso fazer isso também, eu posso chegar nesse resultado, eu poderia ser dessa forma, e eu não sou.

A. S. - Você diz isso em relação a pessoas que tem um corpo parecido com o seu e estão em processo de emagrecimento, é isso? Você pode falar mais sobre isso?

E. 7 - É. Eu acho que eu acompanho essas pessoas por uma questão de talvez pegar o gás, me inspirar e começar a fazer também, embora não consiga fazer, não comecei até agora. Mas, às vezes, é legal só acompanhar e ver a pessoa batendo as metas dela e falando sobre.

A. S. - Em algum momento te incomodou ver essas pessoas batendo metas, "chegando lá", como você falou, essa pessoas que, de alguma forma, são parecidas com você?

E. 7 - Não no nível de me incomodar com a pessoa. Mas eu acabo, tipo, trazendo para mim a culpa de a pessoa se parecer comigo e está conseguindo e eu não estou. Mas eu fico pensando também que ela está um num contexto totalmente diferente do meu. Ela já está ganhando dinheiro fazendo aquele conteúdo, e eu estou estudando, me virando. Então, não tem como comparar, nem tenho dinheiro para fazer uma academia no momento. Eu entendo que a gente está em contextos diferentes.

A. S. – Mas, naquele primeiro momento, isso causa um mal-estar.

E. 7 - Sim.

A. S. - E você em algum momento, você viu alguma algum conteúdo, seja vídeo ou foto, que você acha que provocou inveja em você?

E. 7 – Acho que sim. Fora desse núcleo de pessoas que estão em um processo de descontentamento com o próprio corpo também, pessoas que já estão muito realizadas e já são muito bonitas dentro do padrão, eu fico meio que assim... Sei lá, parece que caiu na mão dela, já veio sorteada geneticamente.

A. S. - Mas essas pessoas a que você se refere, já vem desse vem desse processo de emagrecimento para estar no padrão, é isso?

E. 7 - É que já tem gente que já é bonita mesmo e tá ali postando coisas.

A. S. - Isso já chegou a te provocar inveja?

E. 7 – Já, sim.

A. S. - E como que foi essa experiência? Você consegue contar um exemplo, alguma coisa mais específica?

E. 7 - Tem uma moça, que eu acho que eu sigo ela, mas não é sempre que aparecem coisas para mim, mas ela é bem famosa. Daí, eu acho que acabam vindo uns vídeos soltos pra mim. E ela fez um procedimento estético, acho que uma lipo, não sei, mas ela já era uma pessoa

dentro do padrão, bonita. Eu acho que quando eu vi que ela tinha feito cirurgia, pensei: “Pra quê?! Já tava ótimo”. Já era um corpo bonito assim, que já despertava inveja, uma moça linda.

A. S. - Você lembra o nome dela?

E. 7 - Sofia Santino.

A. S. - Ver conteúdos que ela postaa acabam trazendo esse sentimento de inveja?

E. 7 – Esse especificamente. Ela não foca tanto na nas questões de aparência, era só esse falando sobre o corpo e da cirurgia.

A. S. - O que que é inveja pra você?

E. 7 - Inveja pra mim é você enxergar o outro e querer ter o que ele tem. Eu acho que é isso, você enxergar no outro algo que você queria ter em você, ou queria ter para você.

A. S. - E como foi esse momento de sentir inveja, como que foi essa experiência, sentir isso e reconhecer?

E. 7 - Eu acho que a inveja é um sentimento que eu já tenho aceitado bem. Que eu tenho reconhecido em mim. Eu acho que não me causa incômodo reconhecer a inveja que eu sinto das pessoas. E também eu sei que não é nada que eu vou, sei lá, sentir algo malicioso pela pessoa por causa disso. Então eu entendo que eu entendo que é uma questão minha, que eu queria certas coisas e eu não consigo chegar lá, não consigo alcançar. E, de certo modo, eu acho que eu até aceito não conseguir, não ser essa pessoa, sabe? Então, eu acho que, às vezes, é um sentimento mais momentâneo assim.

A. S. - Essa inveja mais prolongada, de sentir inveja constante de alguém você nunca sentiu?

E. 7 – Não. Na verdade, eu acho que inveja prolongada assim eu tenho muito como questões acadêmicas. Gente que eu acho muito mais intelectual do que eu, muito mais inteligente que eu. Eu acho que é algo que me pesa mais do que as questões estéticas.

A. S. - E tem, por exemplo, colegas aqui que você inveja dessa forma?

E. 7 - Sim. E acho que acaba rolando até um... Eu acabei de falar que eu não fico maliciosa com as pessoas, mas, acho que eu fico, sim. Do tipo “aquela pessoa é muito chata”, “aquela pessoa tá se achando demais”, então você fica vilanizando a pessoa na cabeça, enquanto a questão era que a pessoa consegue estudar muito mais que você, a pessoa tem muito mais conhecimento científico que você.

A. S. - E como é sentir isso?

E. 7 - Eu acho que não é um sentimento propulsor. Então eu sinto, eu reconheço, mas eu não é o que me mantém acordada à noite para estudar, sabe? Então é algo que passa também. Não fica na cabeça se retroalimentando.

A. S. - Entendi. Pensando no Instagram, nessas experiências de inveja que você teve nessa rede, vendo conteúdos que você até citou de uma influenciadora específica, que outras emoções vieram junto com a inveja?

E. 7 - No caso da influenciadora eu senti também atração, porque eu sou uma mulher bissexual e ela é bonita. Eu acho que só os dois.

A. S. – E nessa inveja acadêmica? Que está mais associado aos colegas, né? Que outras emoções vieram?

E. 7 - Eu acho que em apresentações de trabalho desse acontece bastante, porque além de uma certa dificuldade, não é dificuldade intelectual, mas eu tenho uma dificuldade de concentração. Eu sinto que não estudo o suficiente. E eu também tenho problema de oratória. Assim, eu fico muito ansiosa, muito nervosa para apresentar. E tem gente que é tão, assim, tão desenrolado lá em cima. Desperta inveja.

A. S. - E com essa inveja, o que mais você sente junto? Que outras emoções aparecem?

E. 7 - Eu acho que eu sinto uma certa admiração também. Quando eu vejo uma pessoa com a oratória muito boa. Não chega a ser inspirador, mas me bota na cabeça que eu deveria fazer um curso de teatro.

A. S. - Teria coragem de fazer um curso de teatro?

E. 7 – Teria. Quando eu era bem mais nova, eu fiz teatro também. Eu não sei como. Acho que a timidez eu fui desenvolvendo com o tempo, mas eu era uma criança mais desinibida, gostava de fazer teatro e eu queria ser a protagonista de todas as peças.

A. S. - Você é uma pessoa tímida?

E. 7 - Sou. Eu me considero uma pessoa tímida. Ainda é algo que eu tento trabalhar assim. Eu tenho uma ansiedade social de conversar com as pessoas. Medo do que eu estou falando, de incomodar de alguma forma. É mais isso. Então não sou tão travada. Tem momentos e momentos.

A. S. - E o que você posta no Instagram?

E. 7 - Das minhas fotos eu tenho algumas com com os amigos e com meus gatos e com meu cachorro. Em *Stories* eu mais reposto coisas que eu vejo. São coisas políticas ou de questões sociais relacionadas ao feminismo, essas coisas. Mas é mais isso. E acho que, olhando coisas mais antigas, eu postava mais a minha cara, mas sei lá, tentando interagir pessoal. Eu acho que parou de fazer sentido para mim depois de um tempo. Hoje eu não tenho.

A. S. - Você falou sobre postar a sua cara, né? Hoje você não gosta de postar *selfies*, por exemplo?

E. 7 - Não. Na verdade, postar *selfie* eu nunca gostei. Postava algumas soltas, mas eu gosto de ter um *Feed* assim, mais diversificado. Eu curto fotografia, daí eu tento tirar foto de alguma coisa bonita. Isso antigamente, hoje em dia eu estou postando menos. Estou tirando um menos fotos também, mas antes era mais assim, eu intercalava.

A. S. - Independente de postar, você gosta ou você tem o hábito de tirar *selfie*?

E. 7 - Não todo dia, mas eu tiro bastante, mas não é aquela *selfie* com a intenção de mostrar pra alguém, então, são só umas caras bobas que eu faço.

A. S. - E por que você tira essas *selfies* com caras bobas para você?

E. 7 – Ah, não sei, acho divertido. Às vezes quando estou me sentindo mais bonitinha, eu, sei lá, só abro e começo a tirar foto para ver se sai alguma coisa, tem foto minha, as mais bobas são as que eu mais gosto.

A. S. - E por que que você não posta essas fotos?

E. 7 – Ah, não sei. Eu acho que é, antes eu postava com a intenção de receber algumas atenções específicas. E hoje em dia eu estou numa fase não procurando relações românticas ou flertar com pessoas e tal, então eu acho que eu não tô mais tentando buscar atenção dessas pessoas, o engajamento dessas pessoas pra ter interesse em mim, alguma coisa parecida. Daí, eu não vejo função e encostar mais fotos.

A. S. - Entendi. Tinha esse interesse do flerte também, né?

E. 7 - É.

A. S. - Você já postou alguma coisa a fim de causar, por exemplo, inveja nas pessoas?

E. 7 – Nossa, me veio à mente, uma vez que eu postei três livros que eu tinha comprado de análise do comportamento. Não sei se foi com a intenção... Eu acho que foi. Não que eu tenha pensado conscientemente sobre, mas, pra se aquela coisa "olha só, sou uma analista".

A. S. - No geral, você acha que o Instagram aumenta a questão da comparação social?

E. 7 - Sim. Porque a gente está tendo acesso a uma parte superficial da vida das outras pessoas. E é sempre a parte boa, mas sobre a nossa própria vida, a gente tem o todo, tem a parte integral, então, a gente sabe que tem as partes negativas, mas todo mundo só posta positivo. A gente acha que só a nossa vida tá terrível. E eu acho que tem muitas questões econômicas e sociais também na internet. De quem está ali, quem está mais presente, que está mais postando, são pessoas tipo de classes mais altas, que tem mais poder aquisitivo, então, elas vão pastar produtos que a gente não tem acesso.

Por exemplo, maquiagem é uma coisa tão cara e é uma coisa tão assim, naturalizada entre a gente, imposto que as mulheres tem que usar maquiagem. É algo que causa um incômodo assim. Por que que isso tá tão na nossa cara o tempo inteiro?

Principalmente para quem é mulher. Uma coisa que eu sinto assim, é que os homens, têm muito mais hobbies. Você vê podcast masculino, existem várias temáticas, vários tópicos. Podcast feminino tem pouquíssimos temas, se comparar os que fazem sucesso. E é sempre assim falando do mundo feminino. Então vamos falar sobre maquiagem, vamos trazer blogueiras que falam de maquiagem, daí vamos falar sobre maternidade.

Então esses são sempre coisas assim, que a gente já está sufocada com com essas ideas, sabe? Do que é ser mulher, do que é feminino? Eu acho que é só um reforço a mais.

A. S. - E essas que você citou, dessas questões de ver coisas que os outros consomem, do que o poder aquisitivo deles permitem consumir. Você já sentiu dessas pessoa, por causa dessa coisas a que eles têm acesso?

E. 7 - Eu acho que a primeira que vem à mente é a Virgínia. Não sei se você já ouviu falar dela. Ela gastou R$ 500.000 numa bolsa.

É completamente revoltante que alguém tem a possibilidade de gastar tanto dinheiro em coisas tão fúteis, enquanto tem gente passando fome. Gente se virando com um salário mínimo, com mesmos que isso. Então, eu acho que questões de poder aquisitivo é o que mais me incomoda na internet. Nem gosto de acompanhar ninguém que tenha conteúdo voltado a isso, de mostrar o que compra.

A. S. - E numa situação destas você acha chegou a sentir inveja desse poder aquisitivo dessas pessoas, da possibilidade de elas poderem comprar certas coisas?

E. 7 - Sim, mas eu também penso que, se eu tivesse esse poder aquisitivo, não é algo que eu faria com ele. Mas não é algo do tipo que eu gostaria de estar na vida dessa mulher, viver do mesmo jeito em que ela, porque não é algo de acordo comigo, mas, o dinheiro, eu acho que sim.

A possibilidade de ter de escolher, que o dinheiro permite.

A. S. - E você já sentiu inveja de homens?

E. 7 - Nossa, senti.

A. S. - E como foi? Como foi ou como foram essas experiências?

E. 7 - Eu acho que eu sinto inveja de homem há muito tempo. Eu acho que sempre foi uma revolta minha eu não ter tido um videogame. Tanto que hoje em dia eu tenho aversão a jogos. Não é uma aversão, eu não gosto de jogar, mas eu sinto que se eu tivesse, tempo e tivesse dinheiro, eu jogaria mais. Mas era uma questão minha que todos os homens tinham videogame e, às vezes eles nem eram de uma classe social tão alta, mas eles tinham videogame, então eles poderiam ficar a tarde inteira jogando e eu tinha que fazer outra coisa. Não sei, as coisas que dão pra eles, a imagem que passam para eles, é que eles têm muita liberdade para gostar de

coisas, para brincar, pra se divertir e a gente é ensinada que você tem que arranjar um parceiro ou você tem que fazer uma família. Hoje em dia a gente tem que ter uma carreira. Só agregou mais coisas, porque a gente ainda precisa ter um casamento, ainda precisa ter filhos, e a gente ainda precisa estar bonita o tempo inteiro, então encha a sua cara de maquiagem, que é muito importante uma mulher usar maquiagem. Não importa se o cara que está ali não usa nada, ele está vivendo a vida feliz. Então acho que, para o homem, eles têm muito mais. São menos correntes que aprisionaram eles a papéis. Tudo bem que, claro, eles têm que ser chefes de família, ser um bom profissional, enfim. Mas é diferente, eu acho que é meio menos cerceante o que a cultura impõe pra eles.

A. S. - E tem algum homem específico que de quem você sentiu essa inveja, seja na vida real ou na redes sociais?

E. 7 – Um influenciador meio besta assim. Esse é o primeiro que vem à mente. Eu acompanho ele na bastante, é o Orochi, então é um *YouTube*r. Ele tem um canal com um amigo dele em que eles só fazem bobagem. Eles postaram uma vez um vídeo que eram eles abrindo o lixo do vizinho. Eu nem consegui ver tudo assim, tipo eles recolheram o lixo de um vizinho aleatório. Eles abriram e eu nem me aventurei para saber, mas assim, só de o cara poder fazer isso, sabe? Ter essa liberdade de ser tão bobo... Não sei se ele tem muito dinheiro, mas ele tem uma boa condição financeira. Não sei se tem casa própria mas, ele tem um lugar bom para morar.

Mas assim, tem dinheiro né? Não dá pra falar aqui que é um CLT da vida. Eu acho que ser bobo é uma coisa que os homens podem mais e os homens consomem mais isso. O homem não vai consumir uma mulher abrindo o lixo do vizinho. Talvez até consuma, mas, homens gostam de se consumir também. Acho que eles enxergam a mulher de uma maneira mais inferiorizada. Mulher só serve para ser namorada, esposa, não para ser uma amiga, uma figura se admira de alguma forma.

A. S. - Você falou sobre a admiração. Tem figuras, pessoas no Instagram que você admira, por exemplo?

E. 7 - Nossa, eu acho que, pensando assim, não tem ninguém que eu vá atrás, que eu fique consumindo o conteúdo intencionalmente, assim, de ir atrás. Acho que tem uma influenciadora que é a Isabelle, que o usuário dela é @depoisqueparidas. Ela fala sobre as duas filhas e ela é muito emponderada, muito legal de acompanhar. Hoje em dia eu não acompanho tanto mais, mas eu acho que foi uma coisa que só se perdeu com o tempo. Eu via mais, e eu nem quero ter filho, mas eu gostava de ver sobre educação positiva, essas questões. Também

acho que foi a primeira que veio na minha cabeça, porque eu vi um vídeo dela hoje passando na *timeline*.

A. S. - Você acha que seu consumo de conteúdo no Instagram, proporciona emoções, experiências, que você definiria como?

E. 7 - Pelo conteúdo consumido, eu acho que é positivo, porque não tem tanta coisa pesada que eu consumo, coisas que me deixam carregada. É mais coisa engraçadinha, gente falando da própria vida. Não é nada muito pesado. Eu acho que o que pesa pra mim é o tempo que eu gasto nas redes sociais, no celular, no geral, que isso é muito negativo. Mas o conteúdo, se for analisar individualmente, não. Não são conteúdos negativos.

A. S. - E por quê você passa tanto tempo, na sua percepção, no celular?

E. 7 - Eu acho que é aquela questão da dopamina, sabe? De ser fácil e daí você vai entrando num looping assim, não conseguir lidar com o próprio tédio. E eu também tenho muita questão de procrastinação, então é um meio de procrastinar assim.

A. S. - Você acha que é uma boa saída para o tédio?

E. 7 - É boa, não é. Porque é meio vazia. Embora possa ser divertido, não é algo que que fica com você, que te ajuda a construir conhecimento, que te ajuda a ter um pensamento crítico sobre o mundo. Então, eu acho que não agrega muito, mas é bom como divertimento imediato.

A. S. - Você acha que nesse sentido, ver conteúdo no Instagram ou outras redes sociais, tem a ver com entretenimento, com uma forma, então, de fuga do tédio?

E. 7 - Sim.

A. S. - Me fala uma coisa: De forma geral, qual é sua visão sobre as redes sociais? O que você pensa sobre elas?

E. 7 - De maneira geral, estão influenciando muito negativamente a nossa geração de pessoas já adultas e as gerações mais jovens também. É como se a gente tivesse acesso a todas as bobagens que todas as pessoas do mundo podem dizer, sabe? Então, não é nada refinado, nada que tenha passado por um filtro crítico de alguma forma. Então, a gente está o tempo inteiro entrando em contato com coisas que não são verdade, com coisas que são meio verdade com a opinião de pessoas que, às vezes são, opiniões muito superficiais das coisas. Mas, às vezes, por ser uma boa anedota, sei lá, por soar bem, a gente acaba agregando para si assim. Tem muita a questão do tempo dos vídeos no Instagram e no Tik Tok. São coisas muito curtas que não podem ser bem elaboradas. É diferente de um vídeo longo ou diferente de uma foto que, sei lá, a foto pode ter um conteúdo artístico, um potencial artístico de uma fotografia como obra de arte ou, sei lá, só uma pessoa mostrando a própria cara. É uma *selfie*. Você só vê e passa.

Não tem alguém tentando comunicar alguma coisa, porque acho que comunicação exige tempo e exige atenção ativa. Embora a gente esteja ali, vidrado no celular, eu não sinto que a gente dá atenção para tudo o que que está passando.

A. S. - E no geral, você acha que essa experiência das pessoas, com as redes sociais, ela tende ser benéfica ou negativa?

E. 7 - Acho que mais negativa. A cada nova rede social que eles inventam, a cada nova ferramenta, parece que fica mais superficial, fútil. Tipo, o Twitter. Antes, era uma plataforma de texto. Então a gente poderia escrever mais. Condensar o o relato, as ideas, de forma mais conexa ou mais elaborada. Ou só falar bobagem sobre o nosso dia a dia e ler o que outras pessoas estão falando e lidar com aquilo, aceitar. Mas sempre vira uma briga, sempre vira, sei lá, uma guerra naquela rede social. Então, não sei. Acho que o jeito que a gente lida com a opinião das outras pessoas, é uma afetação mal as ideas do próximo. E eu entendo, porque eu me afeta também eu sinto coisas horríveis por pessoas que eu nem conheço, tipo, "nossa, como esse cara é um idiota. Olha o que ele está falando", mas assim, por que que eu deixo isso mexer comigo de alguma forma também? Tanto que eu não sou uma pessoa de engajar em conflito na internet. Eu acho que nunca busquei nenhuma discussão, nem engajei assim porque é algo que me estressa de verdade. Na vida real eu já evito conflito e sempre que eu entro eu fico super nervosa, na internet eu fico super nervosa também. Então são coisas que eu evito. Mas eu acho que, cada vez mais, a gente está caminhando para algo mais imediato e mais superficial.

A. S. - Nesse momento, você passa por algum sofrimento emocional específico ou tem algum diagnóstico?

E. 7 - Não. Eu acho que eu só tenho demandas pessoais, mas não é algo que está me causando sofrimento.

A. S. - Muito bem, alguma coisa mais que você gostaria de compartilhar e comentar sobre sua experiência com Instagram ou com as redes sociais, de forma geral?

E. 7 - Eu sinto que, para mim, é uma vida, que é um tempo que não é meu. Eu estou acompanhando pessoas que eu não conheço, consumindo conteúdos que, às vezes, não fazem parte da minha vida e está roubando tanto do meu tempo, tanto do meu dia a dia. Eu sinto que eu nem faço parte daquilo por observar, por só ficar de fora, por não interagir, não postar. Parece que é uma vida que eu não estou vivendo, que eu só estou observando. Acho que esse é o meu parecer geral sobre as redes sociais.

A. S. - Vamos parar por aqui. Vou parar de gravar, tá bom?

Antonio Souza - Então, vamos lá, pode falar sua idade, por favor?

Entrevistada 8 - Eu tenho 28 anos.

A. S. - Está em qual módulo/semestre e qual curso?

E. 8 - Eu estou no oitavo semestre de psicologia.

A. S. - A partir de que idade você teve contato com redes sociais?

E. 8 - Eu creio que desde 2009, quando o Orkut existia. Que eu me lembre, desde que Orkut surgiu que eu tive acesso a tecnologia, o computador, que foi por volta de 2009, mais ou menos. Você tinha mais ou menos quantos anos?

A. S. - Você tinha mais ou menos quantos anos?

E. 8 - Nossa. Não sei, vou pensar aqui.

A. S. - É, vamos pensar, você está falando 28 agora, 2009 vão ser 14 anos... Uns 12, 13 anos.

E. 8 - Por aí. Eu lembro porque, olha só que curioso, é aí que começa, eu acho, a minha relação a inveja mesmo, né? Agora veio o insight assim, porque eu tenho uma melhor amiga e hoje eu consigo dizer que ela é minha melhor amiga, porque já se passaram mais de 13 anos, sei lá, que a gente tá juntas. E quando eu entrei na escola que eu entrei, na Vila Carvalho, eu tinha uma relação muito íntima com ela e ela utilizava o Orkut e eu ficava assim, poxa, eu estou por fora disso porque eu não tinha acesso a essas tecnologias. Então, eu ficava com essa sensação de estar por fora.

E tinha uma outra amiga minha que chamava S. também. E ela também utilizava bastante... Nossa, olha, resgatei.

A. S. - Veio espontaneamente a lembrança.

E. 8 - Espontâneo, super. E eu sou assim... Eu faço análise já faz uns sete, oitos anos, mais ou menos. Eu vou deixando fluir. E aí, com Orkut começou. Eu lembro que, até dia 8 agora ela fez aniversário, e eu fui procurar as nossas fotos. E eu lembro que tinha uma foto nossa que ela cortou ela para postar e eu fiquei “cadê eu nessa foto?”.

Fiquei muito tempo cobrando ela de estar nessa foto, mas estava nesse lugar assim, tipo: “Você está fazendo. Você está utilizando e eu não”. E eu lembro que quando eu entrei no Orkut, comecei a ter acesso nessa rede social, eu imitava muito o que as pessoas faziam, imitava muito e especificamente ela. E ela fazia perfis fakes, entrava em comunidades e eu ficava morrendo de ciúmes das pessoas com quem ela se relacionava, né? E até lembro que não no MSN eu falava para ela assim: “Olha, você estava falando com essas pessoas aí, mas eu sou real, sou sua amiga, eu estou no seu dia a dia aí, sabe? Quem é essa pessoa? Fala mais dela para mim” e ela me ignorava, dava uns cortes.

“Que possessão é essa?” ela falava. Mas, que legal revisitar esse momento assim, eu lembro até da interface do Orkut e de como a gente sempre tentava parecer algo, né? Isso veio... Nunca pensei quando eu comecei nas redes sociais.

A. S. - Me fala uma coisa, quando você entrou no Instagram?

E. 8 - Nossa, não sei, não lembro dessa informação. Assim Acho que foi um pouco depois, um ano depois que ele surgiu, não foi logo de imediato. Eu não sei que ano foi isso. Porque eu já fui consumida pela própria plataforma. Já derreteu todos os meus neurônios.

No Instagram, especificamente, eu não lembro assim. Acho que foi no ensino médio, eu era adolescente ainda, mas estava no segundo ano, porque antes disso tinha o Facebook, não é? Acho que foi no segundo, terceiro ano assim, então eu tinha 17, 18 anos, por aí.

A. S. - E quando você teve o seu primeiro *smartphone*?

E. 8 - Acho que em 2012... Não, 2013, 2014.

A. S. - Certo adolescente, então?

E. 8 - Eu era adolescente.

A. S. - Antes disso você já tinha celular, aqueles mais tradicionais do jogo da cobrinha?

E. 8 - Sim, eu tinha, mas era. Não era uma coisa que eu me afeiçoei muito. Não curtia muito. Tinha, mas não usava muito mesmo. Quando transferiu para o *smartphone* mesmo, aí eu comecei a usar mais. Tinha a questão da tela, né? Toda essa coisa do encostar na tela que era “uaaaaau”.

Eu vejo o celular hoje com mais tensão e gera um pouco de angústia. Assim, ver em todos os lugares que eu olho é uma coisa que eu reparo bastante, que o celular sempre está na mão, é uma extensão do braço. E eu hoje em dia me considero um mau viciada em Instagram.

A. S. - Você acha que você passa quantas horas por dia no Instagram?

E. 8 - Olha, atualmente eu estou tentando reduzir, mas umas três horas. Mas já chegou assim, em pandemia, pouco depois, a umas 8, 9 horas. Era muita coisa.

A. S. - E o que que você gosta de ver no Instagram?

E. 8 - Política. Bastante. Aqueles perfis mais motivacionais. Não motivacionais, acho que motivacionais também, mas que tem esse esquema de contra controle, não sei, mas que vão remeter a essa ideia de saúde mental dentro do próprio Instagram, né? Então, eu consumo bastante conteúdo assim que está voltado para a saúde mental, o que é uma grande contradição. Mas também estou dentro da área de psi, então...

Meme. Adoro, dou muita risada, gosto muito. E eu vejo bastantes *Stories* das pessoas. Não é uma coisa que me prende por muito tempo , mas sempre que eu abro, eu vejo pelo menos um, dois *Stories* das pessoas e fecho. Toda vez que eu abro o Instagram, eu abro os *Stories*, mas

depois eu fecho e vou pro *Feed*. Esse é um mecanismo que eu já mapeei, que eu sei que acontece nessa função também de entender por que eu estou tanto tempo no Instagram.

A. S. – Quem são essas pessoas de quem você vê conteúdo nas redes: influenciadores, amigos, família, marcas?

E. 8 - Acho que está em 50% cada. Eu dou bastante valor assim para o que as pessoas postam, pessoas reais. Eu gosto de acompanhar meus amigos e responder, então eu tenho uma interação com eles. Das empresas tem bastante também, mas acho que mais *Influencers*, principalmente voltadas à política e a saúde mental eu consumo bastante. Tá mais ou menos assim, bem dividido.

A. S. - Mas onde que você vê mais conteúdos assim no Instagram? Você olha mais o *feed*, entra naquela parte das sugestões de coisas para ver?

E. 8 – Eu não abro Sugestões, é muito raro. Ou rolar dentro do *Reels,* por exemplo. Isso é um hábito que eu não tenho, mas eu rolo o *Feed* mesmo, onde tem os posts e que, porventura, aparecem menos pessoas e mais empresas, né? E mais perfis de *influencers*, porque eu acho que as pessoas pararam de postar no feed mesmo como era antes ou na época do Facebook. Agora, o que se posta no *Feed*, uma coisa muito marcante, muito essencial da vida das pessoas. Então, acaba que eu acho que eu consumo mais de empresas, apesar de eu seguir a mesma quantidade de pessoas. Quando eu vou pro *Feed*, vai aparecer mais empresas, mas fica dividido assim: pessoas no *Stories*, empresas e conteúdos no *Feed*.

A. S. - E o que você posta? Como funciona isso?

E. 8 - Eu tenho um olhar mais, não sei, mais sútil para a vida, eu acho. Eu gosto muito de marcar isso. Então, por exemplo. Eu estou dentro desse perfil, né? De postar coisas importantes, então a penúltima publicação foi sobre meu aniversário e a última foi sobre uma viagem que eu fiz com meu parceiro. Então eu posto isso, mas eu sempre trago coisas muito sutis do dia a dia, tentando mostrar um pouco mais de mim mesmo, né? Daa sutilezas do meu dia a dia e do que eu vejo de belo, né? Que está mais nos detalhes. Ou quando eu vejo uma coisa muito, muito, que me pega muito no momento da vida assim. Tem uma foto que eu gosto muito, no meu perfil, que eu estava voltando do trabalho, faz uns anos atrás já. E aí tinha um senhor e um menino em situação de rua, que estavam sentados na trilha do trem usando crack, algo pesado. É bem pesado, mas eu passei ali e eles estavam tendo uma relação um diálogo.

Estavam cantando e aí depois eles acenderam o cachimbo e eu fiquei ali na ponte para subir a Nogueira Padilha. Tem o trilho do trem ali. E eles estavam sentados ali na beirinha e o menino estava cantando. E o senhor estava ouvindo, aí depois eles cachimbaram. Aí isso ficou

meio pesado pra mim. Daí eu já saí e eu tirei uma foto. Eu perguntei para eles antes, se eu podia tirar e eu tirei uma foto deles e saí, fiquei olhando de longe.

É uma foto que eu gosto bastante. Então, esses momentos que me pegam no dia a dia, assim, é o que eu mais posto, né? Tem, sei lá, uma florzinha, uma vez que eu fui tirar foto também e aí, no mesmo momento, uma joaninha pousou e eu não tinha visto. Eu só fui ver na foto depois. Aí eu postei porque eu falei "uau", né?

A. S. - Momento raro, não é?

E. 8 - Um momento super raro, né? Então, são essas sutilezas do dia a dia que eu posto mais, sabe?

A. S. - Da forma que você me conta, me parece que você posta mais o que você vê e muito menos você.

E. 8 - Sim. Às vezes eu posto eu, mas é bem raro. É quando eu tô num pico de autoestima, né? Nossa, que gata. Deixa o pessoal ver também.

A. S. - Aí você costuma postar *selfie* nesses picos de autoestima?

E. 8 - *Selfie*, fotos que minhas amigas tiram de mim. Tem uma que eu gosto bastante. Foi num rolê que eu fui dar com umas amigas minhas, a gente, tomou uma. E aí foi uma Odisseia. Esse dia virou a madrugada, virou o dia seguinte assim, e aí nesses momentos a gente tirou fotos. Não tinha planos de postar, mas quando eu vi assim na ressaca do dia seguinte, eu decidi postar porque eu achei bem bonito. Então eu posto, às vezes, do olhar do outro também, mas quando eu posto foto minha, é mais *selfie* mesmo.

A. S. - E você tira muita *selfie* no dia?

E. 8 – Não, quase nenhuma. É muito raro eu tirar *selfiei*. Pra postar é raro. Mas, às vezes, eu tiro para mostrar uma reação, algo que alguém fala no WhatsApp, daí eu tiro foto minha mostrando a minha reação, fazendo uma careta, o que eu faria diante da pessoa. Eu tiro uma foto e mando pra ela.

A. S. - E quais são as outras redes que você usa hoje além do Instagram?

E. 8 - Estava pensando nisso no caminho né? Eu usava muito Twitter, de 2009 em diante até a pandemia. Usava muito até depois da pandemia, continuei assim, mas sei lá, hoje eu entro uma, duas vezes por semana, olho o que tem lá, posto qualquer besteirinha e saio.

Esses dias eu postei que ninguém mais faz chuva de bala. No intervalo das escolas, as pessoas jogavam e faziam "Aleluia de balas". Foi uma das coisas que eu postei no Twitter, que são os *insights* que vem assim, mas no meu perfil do Twitter é mais política mesmo. Então, eu entro mais para ver conteúdos de pessoas que eu gosto e o que elas estão vendo para também

aprofundar um pouco mais no assunto. Facebook eu entro uma vez por mês pra ver o que tem de notificação só. Mas é isso, e *YouTube* eu uso bastante. *YouTube* eu gosto, né?

YouTube eu descobri que ele me ouve mais. O algoritmo me ouve mais do que o Instagram, então eu gosto muito de ver coisas sobre dança porque eu estou trabalhando com uma pessoa que dançarina. E despertou esse interesse em mim. Então nos *Shorts* do *YouTube* eu vejo bastante conteúdos de dança contemporânea. Mas no *YouTube* eu não me aprofundo tanto quanto no Instagram, que, às vezes, eu vou longe clicando de perfil em perfil e achando coisas novas assim para seguir.

A. S. - Especificamente Instagram, você já se deparou com algum conteúdo que provocou algum desconforto emocional?

E. 8 - Sim, super. Mas eu acho que está mais relacionado com dia a dia, com as minhas convivências. E aí, o Instagram, ele evoca esse sentimento. Então, se a pessoa que eu me desentendi, por exemplo, na vida real, posta alguma coisa e eu vejo, isso impacta, né? Então, recentemente eu tive uma desavença. Não sei se uma desavença... Mas é tinha uma parceira muito parceira aqui da faculdade. A gente fez até uma tatuagem junto. Eu sempre reforço isso porque é muito simbólico, né? De uma profundidade na relação assim, e aí eu acho que por uma questão de rivalidade feminina mesmo, ou caminhos distintos, é que é uma história bem longa, vou me estender muito, a gente se distanciou. Então, quando ela posta alguma coisa me evoca coisas. Eu fiquei na dúvida de falar, posta ou postava, porque eu silenciei ela. Porque o que ela postava tava me dando angústia. Eu não quis mais ver o que ela tava postando e muitas dessas vezes, eu senti inveja. Depois que eu fui repensar a minha relação, eu via que eu tinha muito esse sentimento em mim de inveja. Porque acho que estava mais relacionado aos bens materiais mesmo, porque ela é uma mulher de classe média, que sempre faz e fez tudo o que quis na vida, né? E a gente tinha uma vida muito juntas e a gente sempre fazia um rolê que cabia no bolso das duas, né? Então, ela sempre me acompanhava e quando eu possível, eu acompanhava ela também. E ela tem um olhar, é formada em história da arte, então, ela tem um olhar estético muito parecido com o meu.

Eu acho que nisso a gente se conectou também, então, a gente segue umas mesmas coisas, gosta de ver os mesmos filmes, então a gente tem esse olhar estético muito parecido. E aí quando a gente rompeu a amizade, ver o que ela postava me gerava essa coisa do tipo “olha, ela está com uma taça de vinho branco na mão, em cima do morro, com uma lareira acesa e eu não”, sabe? Que raiva! E isso se misturou assim, o que eu queria... Eu tinha um sentimento de destruição mesmo, que ela não estivesse naquele momento, que ela não estivesse com aquela

taça, que ela não estivesse vivendo aquilo. Que ela estivesse, de repente, fazendo os relatórios que eu estava fazendo.

E isso me evocava coisas ruins. Eu silenciei ela no Instagram. Logicamente, isso é um assunto que ainda está sendo trabalhado em terapia, mas eu acho que ele já está bem mais elaborado do que estava antes. Então, eu ainda sigo ela porque a gente estuda junto, estamos na mesma sala. Então, silenciei ela e não vejo *Stories, Feed*. Então, eu não vejo nada.

A. S. - E no dia a dia vocês não conversam?

E. 8 - Só o mais essencial de tudo, porque, desde o do começo da graduação, a gente sempre fez os trabalhos juntas. Era uma relação muito próxima mesmo, tinha outras pessoas do grupo envolvidas, então, por esse motivo, a gente a gente ainda convive. Estamos por perto, mas a gente não tem mais trocas. Só tem quando se trata exclusivamente dos trabalhos.

Então, quando tem alguma coisa na minha vida assim, pessoal, isso afeta bastante lá no Instagram, né? O que eu vejo assim, eu sinto raiva, dela, especificamente, esse lugar de inveja, ele tá muito presente, muito presente mesmo, e eu identifiquei isso em terapia. E eu acho que tem muito mais para elaborar, mas que está muito relacionado a isso do ter e do poder, porque ela pode e eu, muitas vezes, não posso. Então, isso me incomodou bastante.

A. S. - Você chama se referiu a essa pessoa como uma parceira. “Parceira” é só no sentido de amizade ou sexual também?

E. 8 – Amizade. Eu acho que teve um momento em que ela demonstrou interesse sexual por mim, mas eu recusei. E acabou por aí. É, eu sou uma mulher bissexual. Mulher cis bissexual. Atualmente, eu me relaciono com um homem, num relacionamento não monogâmico, mas que está mais nos moldes monogâmicos, atualmente.

Mas teve uma coisa sexual muito forte; Ela começou a se relacionar com um homem que eu me relacionava antes e eu que apresentei os dois, e aí, teve uma recusa muito grande da parte dela para conhecer essa pessoa. Mas, quando eles se conheceram, eles ficaram juntos e foi uma confusão porque ela falou que foi horroroso, foi horrendo e eles ficaram muito tempo separados. Ela me culpou muito, né? Me colocou nesse lugar de responsável por tê-los apresentado. Mas hoje eles estão namorando.

E é isso que me fez entender que não era uma relação de amizade mesmo. Que teria diálogo, teria mais trocas. Enfim, caminhos que se distanciaram, mas é isso, se misturou muito.

A. S. - Você comentou que com ela você teve essa coisa bem clara da percepção de uma rivalidade feminina, de inveja, né? Você já sentiu isso em relação a outras pessoas?

E. 8 - Sim. Sim, mas também, não sei. Tem uma pessoa que eu que eu consumo bastante assim, é modo de dizer, mas o que eu vejo sempre ela, que é Tábata Chang, uma *influencer*. E

ela trabalha com o corpo, então ela vai estar sempre nessa vida saudável, vida fitness. E aí é, ela tem uma questão da sexualidade, da afronta, do corpo feminino, do vulgar e não vulgar. Ela sempre vai trazer esse discurso bem político mesmo nas práticas dela, né? E eu gosto bastante, mas em alguns momentos, eu cheguei a me comparar e invejar a coragem que ela teve de expor seu corpo.

Porque aí, já nesse caso, de vez em quando, eu tenho algumas crises de autoestima mesmo, em que acho que deveria estar me exercitando mais. Queria atender esse padrão estético. Mas ela é uma pessoa assim que mais me inspira do que me causa inveja, tá? Mas, vez ou outra causou, sabe? Em alguns pontuais. Momentos assim, causou. E aí, eu não sei se está necessariamente ligado ao físico também. Mas, sim as a possibilidade, ao poder também se exercitar com regularidade, que é uma coisa que a minha rotina me atrapalha. A minha inveja está mais relacionada a isso, sabe? Poder ser, poder ter e a recursos financeiros.

Então é isso, assim, do poder ter tempo, do ter tempo para fazer. Eu não consigo selecionar uma outra pessoa, ela que veio mais rápido na cabeça, porque ela se exercita regularmente o dia inteiro e todos os dias e é uma coisa que eu tenho muita vontade de fazer.

A. S. - Claro, claro.

E. 8 - Mas que a energia psíquica consome a energia psíquica consome também a energia física. Acho que selecionar os perfis ou falar quem ou como, é muito difícil. Mas quando surge esse sentimento, geralmente está relacionado àquilo que eu não tenho, mas que eu quero ter.

A. S. - E você acha que, nesse sentido, o Instagram afeta isso?

E. 8 - Com certeza. Eu não sou uma pessoa que vai seguir *influencers* que eu entendo pelo senso comum que a maioria segue, né? Então, essa *influencer* que eu cite é a única pessoa que eu sigo que tem essa linha assim do compartilhar essa coisa mais de saúde, mas que tem um "q" estético também, e eu acho que ela é a única pessoa que faz isso. Então, para mim, é tranquilo. As comparações que surgem quando eu abro o Instagram estão mais relacionadas a isso mesmo, ao ver o que é possível. Até essas empresas que compartilham, tipa a Epistemia, não se você conhece, é uma empresa, mas é um perfil que tem muitos insights filosóficos, né?

Então eles sempre postam assim o que deveria ser, como seria o ideal de pensar, sabe? É até, às vezes, sobre a própria inveja. Enfim, tem muitas coisas relacionadas a isso. E aí, gera uma auto cobrança, minha no sentido de não estou pensando desse jeito, estou pensando de outro. Então, gera essa comparação. E aumenta mesmo sentimentos de inveja, ciúmes. Acho que inveja é mais a apropriado de dizer assim.

A. S. - E como você define inveja?

E. 8 - Eu penso muito num ciúmes do querer ter e não ter. E aí , uma raiva misturada junto, que é o desejo também de destruir aquilo que é do outro, para que assim eu me sinta melhor. Essa é a forma que eu que eu sinto, tipo, “o amiguinho não vai me emprestar o brinquedo? Então eu vou quebrar o brinquedo dele”.

A. S. - Já que eu não tenho, o outro também não vai ter.

E. 8 - É isso, já que eu não tenho, você também não tem. E é um sentimento, né? É um lugar que perpassa essa racionalização toda, né? Mas aí, se eu me volto às emoções, é uma raiva mesmo, que surge assim, bem primitiva.

A. S. - É justamente o que eu ia perguntar: que outras emoções você acha que vieram junto nesses momentos em que você percebeu que estava sentindo inveja?

E. 8 – Uma raiva. Emoções e sentimentos, acho que mais uma decepção comigo, porque aí eu entendo que quando eu estou nesse lugar de inveja, não estou também tecendo esse meu autocuidado, meu valor, não me valorizando mesmo. Então, isso gera uma decepção e uma autocobrança muito grande de estar nesse lugar, sabe? Sai daí! Então, é isso que que gera mais. E uma tristeza, que, às vezes, vem justamente porque se misturam e sentimentos. Decepção é uma tristeza, né? E aí uma tristeza, uma raiva. Acho que é isso que que surge. E, às vezes, quando eu consigo elaborar isso por mim rapidamente, vem uma motivação de se eu estou nesse lugar, eu vou sair desse lugar. Eu vou fazer aquilo que eu quero fazer por mim. Mas são raras as vezes, porque se torna muito mais comum essa comparação que leva a esse lugar de inferioridade.

A. S. - Mas você acha que você tende a ter inveja das pessoas que você tem mais contato ou é possível também ter inveja de pessoas que são distantes, que não conhece?

E. 8 - Ah é possível porque acho que está muito atrelado ao ter, né? Ao poder. Então, quando eu vejo alguém que talvez eu coloque um valor e eu não posso ter ou fazer aquilo que aquela pessoa distante ou perto está fazendo, eu acho que é possível, sim. No meu caso, eu acho que menos. Eu acho que está muito mais próximo de mim, das minhas relações pessoais, da convivência do que de pessoas que estão distantes de mim.

A. S. - E você acha que você tem mais? Quando acontece, vamos reformular. Quando acontece de sentir inveja, você acha que acontece mais nos contatos sociais na vida do dia a dia, ou você acha que o Instagram proporciona mais isso?

E. 8 - A rede social traz mais isso. Com certeza, traz mais. Não que na vida real não tenha. Tem até uma vez que eu estava conversando com um amigo meu e ele tem cílios imensos, são lindos, é a coisa mais maravilhosa do mundo. Olhos os leque de trovão, é assim que ele fala. E ele estava falando uma coisa, e a gente tava num papo superinteressante. E aí, eu olhava

para o olho dele e falei assim: “Cara, eu estou com muita vontade de pegar uma tesoura e cortar os seus cílios. Inveja é uma coisa mesmo, né?” E a gente riu sobre isso, porque ele também validou super meu sentimento, mas é isso. Assim eu tive vontade de tirar os cílios dele, porque eram muito bonitos, muito grandes. Eu queria ter esses cílios lindos também.

E na rede social, eu acho que ela não está num lugar de expressão tão livre. Por exemplo, eu não, não vou falar para as pessoas que eu sinto inveja delas, né. Eu vou sentir e aquilo vai ficar guardado, enquanto nas minhas relações pessoais eu posso dar vazão a isso, né? De falar, de compartilhar, de perguntar, enfim, o que me causar interesse ou pedir, né? Se for uma coisa do ter mesmo, né? Bem infantilizado mesmo. É, e aí na rede social, isso não é possível. Não dá pra falar “faz um pix aí para mim, já que você está na Maldivas”, sei lá.Então, isso fica internalizado. Eu acho que isso potencializa mais o sentimento. Pelo menos no meu caso. Agora, falando, eu percebo que é mais isso de não dar vazão mesmo. É uma coisa que eu vejo e fico “putz, é isso. Não tem o que fazer”.

A. S. - Você já fez algum comentário meio destrutivo nesse, como se fosse a tesourada nos cílios, mas escrevendo em algum posto?

E. 8 - Não, mas eu lembro que já fizeram comigo. Uma amiga já fez comigo. Eu ignorei, inclusive eu nem lembro o que era. Mas eu sei que marcou muito assim, porque reforçou essa ideia de que ela nutria uma inveja de mim.

Mas eu fazer, acho que não. Eu sou muito ligada a moral e ainda me prende muito o que as pessoas vão achar e tal. E mais no sentido do ser também. Agora, quando é político, eu comento, sim. “Sua existência é necessária”.

A. S. - Você acha que você se compara muito a partir do que você vê nas redes sociais? Você se compara muito com as pessoas?

E. 8 - Sim, mas eu acho que eu ainda não me apropriei disso. Eu acho que estou mais vivendo isso do que pensando sobre isso.

E, recentemente uma amiga do trabalho falou “nossa, eu fico cinco minutos no Instagram e já começo a me comparar”. Eu ouvi isso e me pegou muito. Foi sábado agora, inclusive, que ela falou. Eu fiquei, “caramba, meu, eu não sei se eu tenho isso”. Nunca parei para pensar e, aí, no pouco que eu refleti sobre, eu entendi que sim, mas estava muito mais no lugar de sentir do que pensar. Então, eu me comparo, mas eu não consigo definir onde, quando, em que lugar, em que momento dentro de mim isso acontece, mas eu sei que sim. É uma coisa que preciso mapear.

A. S. - Você acha que sente ou já sentiu mais inveja de homens ou mulheres?

E. 8 - Nossa, essa é difícil. Cara, acho que de homens. E muito ainda. Eu acho que é inveja do poder. E eu tenho muita inveja do meu namorado. Porque ele é um homem branco de classe média que teve tudo na vida e tem tudo o que ele quer também. Financeiramente e até não financeiramente.

Os espaços que ele ocupa, não vai ter ninguém questionando o que ele fala. Eu acho que sempre me pegou muito esse lugar do homem, sabe? Ele pode, ele tem. E recentemente ele começou a fazer uma graduação que eu sempre quis, que é Educação Física. E ele ele vive falando sobre e eu só fico "meu Deus, cala a boca, por favor, não aguento mais". E eu percebo que é nesse lugar de inveja mesmo e, do tipo: pára de falar que eu se eu não posso ter, você também não pode. Pelo menos eu não estou não quero saber que você tem isso. E os trabalhos dele. Ele é uma pessoa que tem muito tempo, porque o pouco que ele trabalha, ele ganha muito. O que faz com que ele deixe de trabalhar também por muito tempo, então ele tem a rotina dele pra ele. Isso me atormenta. Isto me me pega bastante e está totalmente relacionado às oportunidades que teve: esudo estudou em escola privada a vida toda, passou em todas as universidades públicas do país. Pôde escolher a universidade que ele queria ir, foi pra USP, estudou lá, apesar de ele não ter estudado aquilo que ele gostava de fazer e declarar ter sofrido muito com isso, hoje em dia, ele ganha muito dinheiro com isso que ele faz. Então, num trabalho de duas semanas, ele ganha R$ 60.000. Ele fica um tempo sem trabalhar. Ele tem muito dinheiro em pouco tempo e isso me pega bastante.

A. S. - O que que ele faz?

E. 8 - Ele é consultor de empresas e faz análise e descrição de cargos empresariais. Ele já trabalhou para multinacional fazendo isso e, hoje em dia, ele está trabalhando para o SESI fazendo um pouco desse trabalho de consultoria, mas voltado a área da educação, porque ele também fez licenciatura depois. Estudou administração e história. E agora ele tá fazendo educação física. Ele faz revisão de material didático no SESI. E está ganhando uma paulada. E isso me frustra.

Até porque eu vejo que em muitos momentos ele me pediu ajuda para fazer esse trabalho de revisão. Aí, ele me repassou parte do dinheiro, né? Acho que o trabalho dele foi muito mais intenso que o meu, mas eu vejo que as mesmas capacidades a gente tem, mas a oportunidade, a formação dele ao longo da vida me pegou muito. Me pega muito. Comprou um carro à vista. Essas coisas assim. Bens materiais mesmo, me pega super.

A. S. - Para você isso toca no lugar que é difícil de lidar.

E. 8 - Sim, e também a questão do do físico mesmo assim. Por exemplo, a gente fez um programa assim de se exercitar e melhorar a alimentação e tal. E aí ele perdeu muito mais

calorias. Ele conseguiu chegar muito mais perto do objetivo dele, muito mais rápido do que eu, por conta da rotina e do do corpo. O corpo feminino acumula mais gordura e tudo e tal. Essa condição assim de gênero e de sexo também me pega bastante na questão da inveja.

Olhando para trás, eu acho que tive mais invjea de homens do que de mulheres, e eu trabalho bastante a castração na minha terapia, assim, falo bastante sobre isso. Mas é mais de homens, mas mulheres também tenho. Mas eu vejo que é menos.

Eu sempre me proponho a responder pesquisas. E teve uma vez, em 2012, se não me engano. Não, 2016 ou 17. Eu fui responder uma pesquisa para um TCC de uma mulher lá na PUC, que estava fazendo sobre o que é ser mulher, né? E eu cheguei nesse mesmo lugar respondendo à pesquisa dela, que era um lance de possibilidades de poder dentro da sociedade hoje, né? O que que vai definir gênero assim é muito isso e isso me me pega bastante, bastante mesmo.

Nunca me questionei sobre o lugar de gênero que ocupo, mas essa questão de inveja sempre apareceu assim, desde o fazer xixi até as possibilidades que a sociedade dá, sabe? Mas para o homem cis, porque para o home trans, é outra coisa.

E. 8 – E o Instagram foi uma ferramenta que me colocou muito em contato com esse questionamento também, sabe? Mas tem seu lado ruim assim da da comparação.

A. S. - Como você se vê, como é sua autoimagem?

E. 8 - Olha, faz muito tempo que eu não penso sobre isso. Acho que eu estou numa numa onda boa. E eu estou mas focada no ser do que no parecer. Mas, por muito tempo, já foi bem difícil a minha relação com a minha autoimagem. Acho que, no momento eu estou bem assim, eu gosto do meu corpo. Eu gosto do meu jeito de ser e de se expressar. Sempre tem uma coisa que vai me pegar, às vezes num dia, às vezes em outro dia. Dia sim, dia não, oscila a autoestima, mas eu estou ok com isso.

O que me pega mais mesmo, é o intelecto. Então, se eu quero mostrar alguma coisa, eu vou mostrar e provar nisso. Nas atividades curriculares, no meu trabalho, é algo que eu vou sempre me lançar.

Sobre a minha autoimagem, acho que que está ok. A minha cobrança é mais sobre uma questão de de energia mesmo. Falo que é uma energia residual, porque energia psíquica está gastando e consumindo e o meu corpo está em ebulição. Eu sinto vontade de jogar para fora. Sei lá, correr meia hora mais de esteira alguma coisa assim? Mas eu penso que também tem coisas que eu gostaria de melhorar esteticamente mesmo, de entrar nesse padrão de beleza. Porque eu eu ainda sustento a ideia de que eu seria mais feliz se eu tivesse dentro desse padrão

de beleza. Eu ainda tenho isso. Mas é uma coisa que fica, sei lá, de terceiro, quarto plano. Eu quero é mais concluir o curso.

A. S. - Outras prioridades primeiro, né?

E. 8 - É, tem outras prioridades assim, mas se eu olho para isso, eu me coloco no lugar de cobrança estética também, mas eu acho que atualmente a minha estética a, minha relação com a minha autoimagem está mais voltada para demonstrar aquilo que eu tenho feito, que eu tenho estudado, a forma que eu tenho sido no mundo assim. Eu acho que na real sempre foi assim, mas...

A. S. - Você já postou alguma coisa com vontade de provocar inveja nas pessoas?

E. 8 – Nossa, que pergunta difícil. Eu acho que já, mas eu não sei dizer o que ou como. Porque eu acho que tudo na rede social, na verdade, é um pouco disso. A gente não usa rede social se a gente não recebe ali um reforço social, né?

E. 8 - Talvez naquele momento lá do Orkut, sim, sabe? Ah, lembrei. Naquele momento do Orkut, lá no começo, que a minha amiga ela postava as coisas, né? Enfim, eu estava me sentindo um pouco a parte. Me lembro que eu me juntei com um grupo de amigas e a gente fez uma festa do pijama. Eu postei várias fotos legais sobre esse dia. Eu postei nessa intenção de falar "olha, eu também estou vivendo desse lado aqui".

Agora no Instagram, eu não me recordo mesmo. É difícil pensar porque é uma extensão no dia a dia, do cotidiano, se torna muito parte e, como parte, não é algo que eu estou em contato o tempo todo olhando, racionalizando.

A. S. - E de maneira geral, como você vê a relação das pessoas com as redes sociais?

E. 8 - Ai, bem difícil. Eu acho que eu vivo numa bolha. Mas eu sei que há muita violência, né? Que há muito destilar de ódio de forma recorrente bem doentia mesmo. E olhando para mim também. Nesse vício mesmo de abrir, o aplicativo e estar ali para pertencer a algo, porque se eu não tivesse o aplicativo, eu estaria a parte da sociedade assim. Então, por esse motivo, acho bem doentia essa relação com a rede social, especificamente o Instagra. Já tive muitas discussões sobre isso e tem um casal de colegas que eles viajam e eles ficam, sei lá, horas esperando um horário específico do sol se pôr pra eles tirarem uma foto e postar no Instagram. E eles estão constantemente tirando foto de tudo assim, foto do que come, foto do que vive. A gente sabe que olhando o Instagram parece porque um relacionamento perfeito, mas é um relacionamento terrível. Eu falo a gente porque eu e o meu parceiro que a gente tem essa mesma ideia, né? Mas são amigos dele. Mas que a gente se aproximou com o tempo. Então é mais o parecer mesmo, é o causar inveja. Eu acho que tem bastante nesse lugar, até pela

convivência que eu vejo que a mulher do casal tem com as amigas dela, então, é sempre esse lugar de provocação.

Já vi algumas conversas do tipo, “vou postar isso, tal pessoa vai pensar tal coisa”. Tem esses recortes assim.

Eu tomo eles como como exemplo porque, esteticamente do padrão do Instagram, de imagem do Instagram, que eu entendo que é aquela coisa como um destaque, uma natureza, uma viagem algo grande. Todas as fotos do perfil são assim, nem sempre mostrando algo. E nessa intenção mesmo, de mostrar que tem. Acho que novamente, respondendo essa pergunta sem me perder tanto, eu vejo bem doentia mesmo.

Mas é mais por essa questão do tipo, se eu não tenho Instagram, se eu não visito a rede social todos os dias, eu fico por fora dos assuntos da minha convivência. E se eu não falo sobre isso, eu também não participo, sou excluída. Em vez ou outra, eu excluo aplicativo e fico acesso ele só no navegador do celular. Porque a navegação é menos atraente do que o próprio aplicativo, né? Então, eu percebo que eu passo menos tempo, né? Então, por exemplo, quando eu tenho um trabalho para entregar, a primeira coisa que eu faço é excluir Instagram. E aí eu, sei lá, alguém está falando sobre na roda do trabalho, eu vou no navegador, abro o Instagram para ver se aparece alguma coisa relacionada a esse assunto que estão falando. É o movimento que eu tenho assim, para o pertencimento. Tem um amigo meu, muito próximo, que ele fala que ficou sem Instagram por cinco anos e agora que ele voltou, a ansiedade dele está no pico. Ele não consegue mais sair. Só que a ansiedade dele está num lugar diferente, porque antes ele sentia essa ansiedade do não pertencimento. E agora ele sente uma ansiedade do pertencimento, do negócio, de consumir muito com tudo.

A gente fala muito sobre isso, que é que é realmente ruim a existência dessas redes sociais, que afastam a gente também, percebo. Desenvolver um assunto que não se trate sobre aquilo que foi publicado ou que se popularizou recentemente. Atrapalha bastante a convivência, a gente não vai desenvolver outros assuntos que não sejam disso que tá no dia a dia de todo mundo.

E o lance de ter uma opinião sempre, de sempre emitir uma opinião. E aí eu acho que vai muito do pessoal, de cada um. Eu me percebo uma pessoa assim, muito carente nesse sentido de pertencimento. Passei muito tempo da minha vida sozinha, então eu tenho essa questão do pertencer, do encontrar família e vínculos em todos os lugares em que eu estou, né? Isso me faz entrar nesse movimento do pertencimento. Mas eu entendo que outras pessoas que não têm essa mesma característica que eu também se sentem assim, né? Eu acho que tem um termo mais apropriado para isso voltado a internet, mas tem o FOMO, né? Que é aquela

síndrome do tenho que estar fazendo e vivendo o que aquelas pessoas estão fazendo e vivendo. E acho que o Instagram ele tem muito disso. Coloca a gente muito nesse lugar. É o que eu que eu percebo do Instagram.

A. S. - Alguma coisa mais que você queira falar sobre a sua experiência no Instagram?

E. 8 - Nossa, estou muito positiva. Eu estava pensando assim, tem toda essa coisa ruim, o ruim mesmo do pertencimento, da inveja mesmo, e eu acho que isso dificulta muito a gente também acessar lugares, locais e relações que promovem saúde, né? Então a gente vai buscar as resoluções nas redes sociais, numa frase pronta, em um conselho que aparece ali é e vai se esquecer que existem espaços que a gente pode recorrer para receber o que é necessário mesmo, acolhimento, como terapia, uma rede de apoio, enfim. Mas eu também acho que também tem a parte boa que é o acesso a, é que eu tô falando de uma bolha mesmo, mas a arte, cultura e a falar das notícias assim, só que isso também tem um lado super perverso, né? As eleições estão aí para provar, mas é, eu acho que o que me faz bem dentro das redes sociais, é isso também: ter acesso ao trabalho de artistas que eu gosto, da cultura. Acho que é isso, né? Nem bom nem ruim. Nem pessimista, nem otimista.

A. S. - Equilibrada.

E. 8 - Mas tentando sair, olha que contradição.

A. S. - Ser humano é assim, né? Cheio de contradição mesmo.

E. 8 – Sim. Eu acho que a gente não está preparado também para lidar com as consequências que a gente vai ter na nossa saúde mental, diante de tudo isso que a gente está consumindo e vivendo nessa era digital. É por isso que eu acho que é importante buscar não só no Instagram, mas usá-lo mais como uma ferramenta para algo assim, para encontrar e se conectar com as pessoas no mundo real. Porque eu valorizo muito mais o real, o dia a dia, as pessoas ao vivo.

A. S. - Se você não tem mais nada a comentar a respeito, vou encerrar a gravação.

Antonio Souza - Você é estudante do curso de...?

Entrevistada 9 - Publicidade propaganda, quarto semestre

A. S. – Quanto anos você tem? Sua relação com as redes sociais? E quando que você começou a vivenciar entrar? Se essa qualquer rede social. Ao teu, seu perfil, quanto que começou isso pra você?

E. 9 - Estou com. 2020 anos Eu tinha já o Facebook quando criança, né? Que meu tio criou para mim, mas eu jogava. Só já tenho o rumas nas outras redes sociais, não tinha celular, né?

A.S. – Quando você começou a usar as redes sociais?

E. 9 - Eu usava o Facebook no começo só pra jogos. Depois, eu tive um celular com 10 anos, saí, comecei a usar mais sem supervisão mesmo. Mas eu mais assistia coisas. Acho que a partir da adolescência mesmo começou a aumentar o uso da rede social, né? Na adolescência mesmo que começa, né? Todo mundo tendo rede social, você também quer postar coisas, você acaba sendo incentivado a entrar também. Aí eu acho a usar o Instagram, o Twitter foi bem no finalzinho da adolescência, quando estava no primeiro colegial, que eu entrei no Twitter. Mas era só Instagram e Facebook. Facebook não postava muito, eu só curtia as coisas também Era só Instagram que eu postava foto.

A. S. - Mas o Instagram usava mais?

E. 9 – Usava mais, era a rede social que eu mais usava.

A. S. - Em que você começou a usar?

E. 9 – Instagram, acho que comecei a usar com 10 anos, né? Mas eu comecei realmente a usar cmo 11,12, no sexto, sétimo, eu via outras amigas postando, aí comecei a me interessar mais, a postar. Começa a se conhecer *YouTubers* também, entra nesse mundo.

A. S. - E o que do Instagram hoje? O que que você pensa a respeito?

E. 9 – Ele acabou tomando o lugar do Facebook, né? Facebook era a rede social mais usada e eu acho que o Instagram está sendo bastante usado hoje em dia, mas como que é algo para foto... Eu já não uso muito. Não é que eu não posto tanta foto assim como outras pessoas, mas eu gosto de ver a barra de pesquisa para mim, vejo mais o que o algoritmo entrega do Instagram entrega ali do que o que as pessoas estão posando.

A. S. - Entendi. Você pesquisa conteúdo mais ativamente.

E. 9 - É, não chega a pesquisar, né? Na barra, o próprio Instagram entrega e você fica navegando lá. Com o conteúdo que o Instagram te entrega de algoritmo, vendo as coisas que você gosta, que você curte lá nessa página deles.

Daí ele entrega. Aparece mais mulheres que eu me inspiro em foto, né? Aparecem também pessoas que eu acho bonitas. Acho que é mais isso. Eu acho que eu estou usando bastante também o Pinterest. Os dois estão a mesma coisa para mim. Para ficar me inspirando.

A. S. - Entendi. Você usa como inspiração, para produzir as suas fotos, para criar suas fotos?

E. 9 - É, acabo não tirando, né? Porque depois eu tento e fico "não, não está dando certo". Mas eu gosto de ver. Eu gosto de ver algo esteticamente bonito.

A. S. - E, no geral, o que que você vê no Instagram?

E. 9 - No Instagram aparece mais pessoas mesmo. Muitas mulheres negras. Que a gente passa aqui. Eu comecei a pesquisar mais mulheres negras e a curtir seus perfis, aí, nessa barra de explorar mais mulheres negras aparecem mais pra mim. Aparecem pra mim conteúdos assim, diversificados. Comecei a ver os cabelos, tranças. Eu comecei a me achar mais bonita também por causa disso.

A. S. - Quando você diz que começou a se achar mais bonita, se eu entendi corretamente, você quer dizer que a partir dessa barra de explorar do Instagram, começou a ver outras mulheres pretas também em quem você se inspirou. Como você se sentia em relação ao padrão de beleza vigente antes de encontrar essas outras mulheres pretas?

E. 9 - Assim, acho que não fui uma menina tão ligada assim, né? Então não me pegava tanto, era mais uma certas questões que eu também não gostava. Por exemplo, meu cabelo, pelo formato do rosto. Não é que eu me achava feia, mas também eu não me achava tão bonita quanto as mulheres brancas por aí. E não me identificava, mas como eu não postava muita foto, não afetava muito. Mas eu não acho que tenho pouca autoestima. Tem épocas, que você tá mais tristinha ainda, está mais sensível, daí afeta mais. Mas daí ao começar a curtir e seguir mais pessoas negras mesmo, o algoritmo entendeu, entregou mais, eu consegui ver que, seu acho essa mulher bonita e eu sou parecida com ela, automaticamente eu também sou bonita. Daí começou a melhorar um pouco. Me inspirei nelas também. Tal roupa ficou legal nela e ela é parecida comigo... Esse cabelo ficou legal nela, talvez fique bom em mim. Foi inspiração mesmo?

A. S. - Você falou de conteúdo na barra de busca, né? E o que você vê mais no Instagram? Fotos, vídeos, Stories?

E. 9 - Eu acho que eu vejo muito mais fotos. Às vezes eu entro em vídeo também, mas é muito mais foto mesmo de pessoas, de mulheres.

A. S. – E essas mulheres são pessoas comuns, influenciadoras, famosas.. Homens você vê também?

E. 9 – Homens eu não me interesso muito. Não me interessa muito quando aparecem homens. Eu vejo, acho bonito, mas não me sinto à vontade de seguir ou coisa assim, né?

Aparece mais um influenciadoras, eu não diria famosas, né? Aparecem pessoas bonitas, que tiram foto, tem até com uma certa quantidade de seguidores, tipo 50.000. Essas coisas assim, nesse nível, ninguém famosa, mas também ganham, né? Estão tentando ganhar fama no Instagram. São a maioria, mas eu não sigo elas, né? Acabo só curtindo a foto e só e aparece mais.

Se eu vejo que ela está aparecendo muito e estou realmente gostando do conteúdo que está entregando, dicas de beleza, dica de cabelo. Foto, essas coisas. Aí, quando aparece muito essa pessoa, talvez eu comece a seguir. Tem várias que comecei a seguir porque apareciam direto no meu explorar, eu "nossa, ela é bonita. Ela apareceu várias vezes aqui". T

A. S. - Teve algum momento em que você se sentiu mal vendo alguma coisa?

E. 9 - Hoje em dia, eu acho a questão que mais me pega é financeira, né? Que as pessoas acabam postando mais sobre a vida delas, então, tipo, tem muita gente que acaba sendo mais bonito. Eu acho que a gente sempre gosta de ver alguém que está melhor do que a gente. Alguém que está tá igual ou pior, a gente acaba não se interessando. Aí, quando aparece alguém que tem algo que você não tem, acaba te interessando mais, mas, também em contrapartida, entristece você também. Quando aparece uma pessoa, tipo, viajando, sei lá, eu fico feliz por ela, tipo, "nossa, que legal. Realmente queria fazer viagem", mas depois bate logo o sentimento de tristeza, né? Talvez eu não consiga. Daí acabam pesando várias coisas de uma vez só. Mas isso, mas eu acho que é mais questão, hoje em dia, financeira e a social que acabam me pegando nos conteúdos, mais do que realmente beleza.

A. S. – Mas a beleza é algo que já incomodou?

E. 9 - Já me incomodou antes, né? Mas agora está bem melhor.

A. S. – Sobre essa questão financeira e com você vê isso no Instagram. Você pode me contar um pouco mais sobre isso?

E. 9 - Acho que viagens, né? Como eu disse, no geral, pessoas viajando. Às vezes, ter algumas coisas que eu queria, tipo, um notebook, ir a shows, por exemplo, né? Rock In Rio que teve. Acho que também pega um pouco a questão profissional, que, às vezes aparecem pessoas indo bem, não sei o quê, conseguindo fazer as coisas, aí acaba pegando também um pouco. Mas é mais questão financeira, de bens financeiros, eu diria.

A. S. – E esse "pegar um pouco", você conseguiria nomear o que é?

E. 9 - Seria inveja, né? Mas é que têm níveis de inveja, né? A gente diria tipo uma que acaba realmente corroendo e uma normal. Ao mesmo tempo que você pode sentir inveja, você

pode sentir admiração. Tem muitas pessoas que acabo seguindo, que eu tenho admiração, mas também tem inveja, do que conseguiram. Você quer acabar conseguindo também algo assim. Dependendo do momento, isso pode te inspirar ou te colocar mais pra baixo se você não estiver bom da cabeça.

A. S. - O que seria estar bom da cabeça?

E. 9 – Estar sossegado com o que você tem no momento, não estar tão preocupado como as questões da vida, se estão resolvidas no momento, porque que nunca vai estar resolvido totalmente, né? Mas sempre alguma coisa vai estar pegando. Mas se você está um pouco ruim da cabeça, se comparando muito, acaba pesando mais o conteúdo daí, né?

A. S. - Você se compara muito com as pessoas que você vê pelo Instagram?

E. 9 - Impossível não se comparar. O ser humano, a gente sempre está se analisando. Eu sou uma pessoa que me analiso mais que os outros, tipo os outros não ligam muito, mas sempre eu sempre estou me analisando. Daí se bate com algo que eu queria, né? A pessoa tem algo que eu queria, acaba pesando mais, mas eu tenho meus próprios critérios. De beleza, por exemplo. Pode ser que uma menina branca hoje em dia que talvez não me altere, mas uma menina negra, que eu acho parecida, mas eu tô achando mais bonita do que eu. Poxa, ela é parecida comigo, mas é mais bonita do que eu?! Fico vendo o que ela tá fazendo, que tipo de pose ela está fazendo, essas coisas. Mas nessa questão, sempre acabo me comparando um pouco. Mas também em relação ao corpo. Mas hoje em dia é mais para o "nossa, ela está se esforçando". Eu sei o que eu tenho que fazer hoje em dia para conseguir esse corpo. Mas é preguiça, né? Acho que é basicamente isso.

A. S. - Você também sente então essa comparação com o corpo?

E. 9 – Sim. Mas acaba piorando mais ainda porque você sabe consegue, mas quando você tá meio ruinzinho da cabeça ou quando você tá... Sei lá... É um ciclo vicioso em que a gente entra, não de autodestruição, mas você está se sabotando.

Você quer, mas não tem muita força para realizar as coisas, daí, te deixa mais triste quando você sabe que está ao alcance. É pior do que quando você sabe que algo é financeiro, tipo, "eu não consigo. Eu não tenho", ok. Agora eu consigo e está perto de mim, mas eu não tenho força, acaba sendo pior. Eu acho, nesse quesito.

A. S. - Vamos supor uma influenciadora. Se ela parece mais próxima de você, não sei se financeiramente, mas no que você entender como proximidade, como algo que é possível você atingir. Você acha que isso é mais doloroso, ver o que ela tem e o que você não tem nesse sentido?

E. 9 – Ah, com certeza. Você se compara mais ainda, né? Quando ela tá longe, você consegue ter um motivo para não se sentir tão mal. “Tá bom, é impossível”. Você deixa para lá, então, são motivos ou resposta que justificam porque você não está conseguindo.

Agora, quando tá próximo, você sabe o que ela fez, o caminho é realmente fácil. E você não está conseguindo ou você não está fazendo, mas você poderia alcançar os mesmos resultados, acaba pesando mais.

A. S. - Isso entendi. E já teve alguma pessoa que você viu alguma coisa dela e tentou fazer igual?

E. 9 – Se eu já tentei replicar alguma coisa?

A. S. – É, seja o que for, o que você lembrar.

E. 9 - Agora eu não lembro de conteúdo assim de rede social. É muito difícil chegar na fase de replicar, né? Essa é uma questão minha, mais pessoal mesmo, conseguir ter força para replicar e fazer. Eu fico mais na cabeça mesmo pensando.

Eu não se porque eu não consigo. Eu sei que eu coloco muita desculpa de preguiça, né? Acabou entrando nesse vicioso. Parece um negócio pesado em cima de você. Você sabe que tem que ir, tá se sentido mal, mas não consegue. Eu sinto que tenho que resolver, é algo pessoal, mesmo. Mas eu não sei... Eu fico muito planejando, muito sonhadora planejando, mas na hora da execução, é algo que eu tenho dificuldade, botar a mão na massa.

A. S. - O que é sentir inveja para você?

E. 9 - Inveja é aquele sentimento que a gente sabe o que é, mas é muito difícil de explicar, né? Mas é quando você sente a necessidade, a ausência de algo que você não tem, mas que outra pessoa tem, então é tipo um sentimento de vazio, né? Alguma questão, algum quesito da sua vida em que você está sentido esse vazio e quando você vê essa outra pessoa, acaba doendo mais esse lugarzinho em questão. É realmente querer o que o outro tem, né? Não exatamente a mesma coisa que ele tem, mas uma certa questão que ele tem.

A. S. - Não é uma coisa fácil de sentir também, não é?

A. S. – Quando você se reconheceu sentindo inveja, como você se sentiu?

E. 9 – Percebi que estava sentido inveja a partir da expressão. O corpo fala primeiro, vem aquele riso de nervoso. Apertando assim, um sorrisinho. Mas isso passa, logo depois. Eu tive momentos que não duraram muito. Até porque você para de ver, o coração não tá mais sentindo. Mudou? Opa. Tá vendo outra coisa, já melhorou. Mas eu acho que é isso. Nunca tive esse sentimento tão forte, não. Porque a inveja tem muita relação também com outro, né? Comigo acaba não pegando tanto porque minha questão é mais comigo mesma. Como eu disse,

então com os outros é bem difícil sentir, quando sinto é algo mais de leve, então é mais difícil ainda explicar, né?

A. S. - E fora dessa situação no Instagram, assim, na vida, você acha que já teve situações em que você sentiu inveja de alguma pessoa?

E. 9 - Bom, uma pessoa específica não consigo nomear conscientemente. Como eu disse, é mais questão financeira, então, qualquer pessoa melhor financeiramente que eu, sinto inveja dessa questão financeira dela, né? As coisas que teve oportunidade de alcançar mais facilmente pra ela, os lugares que ela pode frequentar. Então, é muito difícil ser em relação a pessoa, então acaba sendo mais um quesito de várias pessoas, no geral. Seria inveja de uma classe social? Então acaba sendo, né? Então, não só de uma pessoa específica.

A. S. – Você acha que ver esses aspectos que você considera legais da vida a partir do Instagram acabam provocando essas pontadas de inveja?

E. 9 - Por estar muito nas redes sociais, automaticamente, quando eu vejo algo assim, é normal sentir. Até porque é o lugar em que você mais sente porque é o local em que você está mais exposta a ver essas coisas. Como eu disse, o que os olhos não veem, o coração não sente. Como eu estou sempre on-line, estou sempre vendo. É o local que eu mais sinto essas pontadas. Então, é mais é mais cotidiano, eu diria, sentir nesse local que é a rede social, né?

A. S. - Quantas horas você passa diariamente no Instagram?

E. 9 – Acho que não muitas. Eu passo mais horas no Blue Sky e no Twitter. Eu tenho um problema de ficar sempre vendo comentários, a opinião das pessoas.

A. S. - Por quê?

E. 9 - Eu não sei. Acho que é porque eu sempre gostei muito de debater, ver posições. Então, às vezes eu vejo a opinião das pessoas e pego a minha, né? O que eu faria nessa situação? Um tempo depois vejo outra posição. Aí, eu vejo outro lado, mudo de opinião. Acho legal, mesmo que seja um local um pouco tóxico às vezes, né? As pessoas acabam perdendo a mão. Tem discussão que você vê uns comentários absurdos. Eu gosto muito de falar, conversar, ver outros lados. No Twitter eu aprendi sobre vários assuntos que eu não via, porque tem também vários militantes, pessoas que entregam realmente conteúdo de valor, além de só comentar coisas bobas do dia a dia, coisas bestas.

A. S. – Qual rede que você usa mais?

E. 9 - Hoje eu acho que é o Tik Tok porque o Twitter caiu, mas antes era o Twitter.

Ficava naquela barrinha lá dos *trending topics* onde ficam os assuntos mais comentados. Eu ficava vendo lá, é o meu jornal, porque as pessoas comentam rápido. Talvez porque tenha alguns usuários que são meio viciados em engajamento e curtidas, eles já estão lá comentando.

Como não vejo muito jornal, não sei, minha geração acha que é chato ver jornal, mesmo que tenha realmente algo interessante que eles falem. Já estão só as coisas interessantes lá no Twitter, então, fica mais fácil de saber. O pessoal comenta automaticamente e acaba sabendo, antes de chegar no Instagram, já estava no Twitter. Pra mim, é tipo um jornalzinho que eu gostava de ver a opinião de pessoas com o mesmo gosto que eu, sei lá, sobre uma série que eu gosto muito de assistir. Eu já queria comentar com as pessoas sobre a série. Eu ia lá, achava pessoas que gostavam também, né? Eles tinham uma espécie de fã-clube.

A. S. - Parece que, para você, essas redes como o Tiwtter são mais interativa do que o Instagram. Nele, a sua interação é mais limitada.

E. 9 - Mas também é uma questão de geração. Eu vejo pessoas mais velhas usando o Facebook e o Instagram. Então, acaba que os comentários que eu vejo nessas redes sociais não batem tanto com a minha visão. No Twitter, eu consigo achar mais pessoas com a mesma visão que eu, que são pessoas mais jovens que frequentam e dá para filtrar mais também. No Instagram é só foto, e menos comentários. oi diferente, né?

A. S. – E o Tik Tok, que você comentou? O que você acha dessa rede?

E. 9 – Ah, é um negócio perigoso, porque ele faz a gente perder a noção, né? Como ele entrega conteúdo para um certo tempo muito curtinho, 15 segundos, um minuto no máximo, você acaba ficando viciado. Hoje em dia, atrapalhou muito no meu uso do *YouTube*. Faz tempo que eu não uso *YouTube*. Eu pesquiso no Tik Tok ou no Twitter mesmo quando que quero saber de algo.

Mas quando você vai no *YouTube*, são vídeos muito mais longos. Eu já perdi a capacidade de ficar tanto tempo sentada, entretida. É muito louco isso, porque o *YouTube* já não consigo muito, nem entro direito. É só quando realmente preciso.

Quando é necessário aprender algo sério, mais pesadinho. Mas as redes sociais afetaram muito minha concentração. Ficar muito tempo numa sala de aula, até aqui eu vejo que eu tenho que focar no que o professor tá falando, senão, me perco em pensamentos ou perco o fio da meada.

A. S. – Em sala de aula, como é a questão do uso do *smartphone* pra você?

E. 9 – Ah, pego toda hora, dependendo como está a aula, né? O professor está apresentando num ritmo muito normal, todo mundo pega o celular uma hora lá. Se você prestar atenção na sala de aula, a gente pega mesmo, pintou um pouquinho de tédio, já tá mexendo no celular pra entreter. Mas tem esse problema, né? As pessoas querem muito se entreter. Eu sou uma delas. Sempre busco entretenimento.

A. S. - Entendi. O que que é buscar entretenimento? Você pode falar mais sobre isso?

E. 9 - Eu diria que seria a buscar algo que você goste, daí acaba entrando nessa questão de bolhas. A gente acaba ficando muito em bolhas, no que a gente gosta, o que não gosta, a gente já pula, exclui tem essa opção, né?

De não ter que entrar em combate com uma opinião diferente. Então, tem muito isso de bolha. Tem a ver com aquele negócio dos aplicativos, do que que eles sempre estão te entregando, os algoritmos. Sempre entrega o que você gosta, então você está sempre lá vendo coisas que você gosta, que te atinge. Daí você está sempre sendo entretido. Então, acho que diria ser entretenimento, algo que você goste. E tem vários tipos de entretenimento: arte, assistir a não sei o que, depende do seu, mas entretenimento é algo que te anime.

A. S. - Algo que estimula, né?

E. 9 – Nem tanto, dependendo do que é. Mas estimula, né? É que, às vezes, não estimula positivamente.

A. S. - É que vamos, vamos pegar o exemplo da. Aula até que se que estava falando disso? Né que você falou, pô, do celular tá só às vezes? Ela não tá tão legal, né?

A. S. – O que você acha que está acontecendo naquele momento em que a aula não está tão legal e você saca o celular para ver?

E. 9 - O que eu sinto na faculdade, pra ser sincera, é que o problema é, muitas vezes, o conteúdo em si. Tem muita coisa que a gente já estudou no ensino médio. Então, já é algo batido que você já sabe e é muito aquelas aulas que não tem resposta certa. Então, não tem resposta certa, é um assunto que eu já vi.

Teve aulas também que eu vi que o professor talvez não estivesse ali muito presente realmente, né? Estava entregando qualquer coisa, daí você também já não se dedica tanto. Aí, fica difícil prestar atenção. Depende muito também da forma com o professor fala. Se ele tá muito tranquilo, muito quietinho, dá um sono também. E aí, pega o celular. Qualquer coisa que já te desanima, você pega o celular. É um problema da minha geração, a gente e muito auto centrado, só quer se entreter, fazer o que gosta. Tem dificuldade de cumprir com as obrigações porque acha chato, ou porque não gosta.

A. S. - Você entende que você, e sua geração, como você diz tem dificuldade em fazer as coisas que são as obrigações, aquilo que é chato; é mais legal fazer aquilo que é legal, que você tá a fim, que gosta. Nesse sentido, pode ser uma aula ou sei lá, qualquer situação que está chata, ou que está desconfortável. Aí, você passar para o *smartphone.* É isso?

E. 9 – É um refúgio, pero de você, no seu bolso e rápido.

A. S. - Entendi e você fica, você acha que você vive o tempo todo assim, está o tempo todo no celular?

E. 9 – Ah, muitas horas. Se eu não tenho compromisso, consigo ficar o dia inteiro, facilmente. No máximo, fico no computador, porque são coisas que tem neles que eu gosto. Eu gosto muito de muito de assistir, então fico assistindo alguma coisa, vendo algum vídeo, me entretendo, basicamente. Às vezes, até fico triste por isso, que eu tô perdendo de fazer várias coisas, oportunidades, porque eu estou no celular me entretendo. Você percebe que tá perdendo, mas também você não consegue parar, acaba sendo um vício, né?

A. S. - Você acha que com o Instagram você também passa muitas horas?

E. 9 – Ah, no Instagram eu já fiquei muito tempo... Já fiquei muito tempo no Twitter, já fiquei muito tempo no TikTok. Aí, eu entro no Instagram e saio. Não fico tanto tempo no Instagram como nesses dois. Como é só foto, né? Por mais que tenha *Reels*, não me atinge muito. Vejos uns vídeos bobinhos, umas fotos e saio. Me inspiro, saio, acho bonito e saio. Mas é mais as outras que falei que eu consigo ficar horas e horas e horas, muito tempo.

A. S. - E nessas outras redes, já teve alguma situação assim de ver algum conteúdo que fez com que você sentisse algo desconfortável?

E. 9 – Nossa, o Twitter já me causou ataque de pânico. Já mexeu com minha ansiedade porque você vê coisas tão absurdas de comentários que acaba te afetando, né? Pelo menos relação assuntos que sobre você ou comunidades que você pertence. Daí você fica com tanta raiva, que acaba entrando num numa discussão on-line, e isso vai aflorando coisas. Acaba sendo um sentimento ruim, muito ruim que causa, né? Acho que seria isso quando você vê algo absurdo ou que você acha muito errado.

Eu tenho até dificuldade hoje em dia e discutir on-line porque eu sei que vou ficar com meu coração muito acelerado, vou ficar muito ansiosa, por mais que a pessoa não esteja me vendo pessoalmente. Discussões acabam me deixando muito agitada no final.

A. S. -Olhando um pouquinho mais pro Instagram de novo. Relembrando desses momentos que você relatou sentir inveja ao ver algo, você consegue descrever que outras emoções surgiram junto com a inveja?

E. 9 - Acho que é aquilo que eu falei... Dá pra você sentir vários sentimentos em relação ao conteúdo a uma pessoa, né? Claro que, se você já tem ranço da pessoa, sentimento bom não vai rolar.

Mas, quando você vê algo, você vai se auto respondendo: “Tá bom. Me atingiu assim. Deixa eu ver mais um pouquinho”. Aí, começa a falar outras coisas, começa a ter outros pensamentos: “Calma, não tem nada a ver com isso”. Aí, você começa a se autopoliciar, fazer uma discussão na própria mente. Aí, você começa a ficar feliz: “olha que legal”. Depois que passou um pouquinho esse incômodo, você consegue apreciar o conteúdo. Pra mim, varia de

sentir uma pontada de inveja pra depois ficar feliz por ela. Dependendo da pessoa, dá para sentir inveja até das pessoas que você admira.

A. S. - Você consegue assim, de cabeça, lembrar de uma pessoa que você gosta do conteúdo e acompanha no Instagram, por exemplo?

E. 9 - Estou sempre explorar, então que me entrega. Eu vou falar assim, não consigo lembrar de muito de alguém mais caindo, mas é a Maisa Silva, que eu acompanho desde pequena. Eu acho ela uma pessoa muito simpática. Ela tá evoluindo na carreira dela agora, né? Conseguiu, finalmente, entrar na Globo, por exemplo, muito legal, vai começar a novela.

A. S. – E o que você acha, no geral, das redes sociais?

E. 9 - Ó, eu acho que, como toda criação, tudo na vida, é uma faca de dois gumes. Depende como você segura nessa faca. Ela ajuda, você tem informação mais rápido. Ela estava sendo mais democrática na questão de realmente todo mundo conseguir informação, quer dizer, antes só alguns que detinham. Informação, conteúdos, consegue se entreter mais facilmente sem ter que pagar a mais. Dependendo também, tem streaming, essas coisas, tem que pagar mais. Mas, a maioria consegue se entreter gratuitamente, né? Só precisar porque pagar internet, celular. Mas uma forma mais democrática, eu sinto? Ter acesso a coisas que você não tinha antes que não era tão fácil as pessoas saberem. Às vezes, aparecem oportunidades únicas, mesmo no Instagram. Entrega vários conteúdos, cursos gratuitos. Para mim, ele sempre acabou fazendo. Tem várias iniciativas legais lá, então, depende do seu algoritmo, do que você vê. O que você tá gostando, o que está procurando. Mas também, como disse em contrapartida, afeta também mentalmente algumas pessoas que são mais fracas psicologicamente, ou acaba afetando a questão do foco, você está sempre se entretendo, então, é preciso se policiar nas redes sociais. Você pode usar para um motivo bom, mas tem que estar ciente que vai estar afetando você, mesmo sem perceber. Você não percebe de uma vez que o seu foco está ruim, só depois que já está estragado.

Por isso tem que ter uma rotina e estar atento a ela. É algo que eu queria falar também, que a minha geração tem muita dificuldade de ter uma rotina, seguir uma rotina, essas coisas. É muito difícil ser regrada assim, tem que ter muita força de vontade.

A. S. - O que mais você gosta de fazer nas redes sociais?

E. 9 – Ah, me inspirar. Ver conteúdos que eu bonitos esteticamente, não só em relação à pessoa, mas as roupas, casa. É só isso que eu faço, vejo coisas bonitas, filmes ou séries, que eu gosto muito do da área de áudiovisual, né?

A. S. - E produzir conteúdo, criar coisas, postar coisas, seja em qual rede for você gosta?

E. 9 - Muito difícil, sou mais *low profile*, tipo, eu gosto de não ter postar, mas eu gosto de tirar foto, por mais que eu não goste de como fiquei, eu sou uma pessoa que não apaga, né? Quando fiquei feia, porque eu gosto disso, de lembrar, de ter memórias. Eu gosto de tirar foto, mas nem sempre de apostar. Talvez eu poste depois de uns três meses. Eu demoro muito para postar.

Daí eu não ligo muito de postar fotos, por mais que minha autoestima tenha melhorado, ainda não achei um jeito que eu gosto de tirar foto, uma posição, um ângulo.

A. S. - Você pensa muito para postar?

E. 9 - Sim. Foto é algo mais estético. Se não está me agradando esteticamente, porque eu postar, né? Porque você está postando você, não é?

A. S. - *Self*, então, no seu caso, nem pensar.

E. 9 - O que eu mais tiro é *selfie*. Só de tirar a tirar a foto já e difícil pra mim. É muito difícil viver ou tirando foto. É um momento muito específico, ou estou em um momento muito bom, em algum lugar muito legal. Estou com me sentindo bem, então, vou tirar foto. Não gostei, já desisto na primeira tentativa.

A. S. – Nessa situação, é tirar foto de você ou do lugar, do que está acontecendo?

E. 9 - No meu caso, é de mim, né? Eu não sou muito blogueira de ficar tirando fotos das coisas. Ao invés de postar, eu só reposto o que os meus amigos postam.

A. S. – Você já teve problemas com a sua imagem, com a sua autoestima?

E. 9 - Primeiro que a internet sempre entrega algum problema, né? Principalmente em relação às mulheres, sempre começa a surgir novos nomes. Nem sabia o que era culote há um tempo atrás. “Como diminuir culote”, mas eu nem sabia o que era isso? Agora tem mais um problema na minha cabeça, entendeu? Em relação a mulher, é sempre uma descoberta, estamos sempre tentando ficar bonita, estamos sempre nos analisando muito. E quanto mais você olha, mais vai achar alguma coisa. Então, é aquela frase famosa da internet: talvez seja hora de parar de olhar para o espelho um pouco. Porque, se você procurar, você acha.

Você tem o seu próprio gosto, mesmo que seja sobre você mesma. Às vezes pode afetar ficar se olhando muito. Esta semana estou muito bem, então não é no caso. Mas, às vezes, eu acordo com um o olho um pouco inchado, não tá legal. Aí tem as manchas de pele. Acho que é mais essas coisas.

Mas ver outras mulheres, outras mulheres como eu, ajudou na autoestima. Teve a época das blogueiras cacheadas. Cada vez mais aparecem protagonistas negras também, então também já está ajudando muito. Vejo cada vez mais pessoas parecidas comigo em lugares legais, ganhando dinheiro. Como disse, a gente gosta de ver o que a gente não tem, né? Então

acaba sendo muito um conteúdo elitizado. Daí como estou acessando mais esse lugar de elite, eu tô vendo mais eles também no Instagram.

A. S. – E por que ver essas pessoas falando de experiências e coisas que você não tem acaba funcionando como entretenimento?

E. 9 - Porque além de ser algo que eu não tenho acesso, é sempre algo legal que você não tem e você quer algo que você goste, né? Então é algo legal que eu gosto, eu não tenho acesso, então eu gosto de ver como que funciona a qualidade, se é bonito ou não? Você gosta de saber, né? A gente sempre tá querendo saber mais sobre as coisas. Em relação a objetos, acho que é isso. A gente sempre está querendo ter o melhor. Então, acaba sempre entretendo mais, porque é o que você não tem. Se você tem isso, não vai se entreter porque eu já tem né? Então, a novidade acaba entretendo.

A. S. - Alguma coisa mais que você queira me falar a respeito da sua experiência no Instagram?

E. 9 - Que eu pense agora não. Só que como essa questão do perfil na rede, acho que os mais jovens, quando as pessoas veem seu perfil, já te julgam. Quantos seguidores tem, quantas pessoas seguem.

E em relação aos relacionamentos também. Se você está interessada em alguém, aí você vai lá ver quem ele segue, quem segue ele. É um jeito de ter pré-julgamentos sobre a pessoa. É como se fosse um currículo da Gente na rede social, né? Um currículo para outras questões, que não são profissionais. Então, dependendo do que você mostra, pode despertar mais ou não o interesse dos outros ou as pessoas acabam julgando uma pessoa, conhecendo mais, né?

Aquelas dicas de meninas quando se interessam por um cara: veja quem ele está seguindo, se está seguindo muita mulher, desconfie porque ele talvez não seja muito, responsável. Ver quem segue, a quantidade que segue, o tipo de mulher que segue. Dá para ver o tipo de pessoa, né?

A. S. – E, no geral, as mulheres fazem muito isso?

E. 9 - Tem muita dica assim da internet, dicas de garotas. “Preste atenção nisso”. “Como conquistar”. Tem muitos conteúdos assim.

A. S. - Você já postou alguma coisa no Instagram para provocar inveja?

E. 9 – É, pensando que as pessoas não tenham inveja, não, mas já postei momentos que eu sei que podem gerar, né? Eu tenho consciência, por exemplo, quando você conquista alguma coisa. Qualquer coisa. Eu já postei quando ganhei um celular dos meus pais, um celular bom. E também quando eu passei na ETEC, na faculdade.

Porque eu senti inveja das pessoas que mostravam que tinham acabado o ensino médio e tinham entrado em universidade federal. Então, talvez um conteúdo pode causar inveja, mesmo que não seja minha intenção, mas tem isso muito isso.

A. S. - Entendi. Alguma coisa mais que você queira comentar?

E. 9 - Não.

A. S. - Eu vou parar de gravar agora.

Antonio Souza - Boa, já estamos gravando, tá bom? Quando você teve o primeiro contato com redes sociais? Qual foi a primeira rede em que você criou um perfil?

Entrevistada 10 - Olha, acho que eu era meio nova assim, A primeira rede social com que eu tive contato foi o MSN, que na verdade, era mais uma rede de chat, de conversa e eu acho que eu tinha uns nove anos, mais ou menos. Eu hoje considero que era muito nova. Lá pelos 11, 12 anos, foi aquela migração para o Orkut, Tumblr. São redes sociais que lembram um pouco mais o Instagram, o Twitter. Mas foi nessa idade, mais ou menos.

A. S. - Você tá com quantos anos hoje?

E.10 – Tenho 25.

A. S. - E quando você teve seu primeiro aparelhos de celular?

E.10 - Foi na idade, acho que dos 13 anos também. Eu tinha uns 12, 13 anos. Eu me lembro que eu estava no fundamental, deixa eu tentar me puxar na memória... Acho que eu estava na sexta, quinta série, mais ou menos, no fundamental 2.

A. S. - E já era um *smartphone*?

E.10 - Não era um *smartphone*, era aquele celular que tinha tecladinho assim, sabe? Para mandar mensagem. Não tinha acesso a rede social, era mais pra mensagem mesmo, uma coisa mais básica.

A. S. - Entendi. E quando que você teve um *smartphone*?

E.10 - Um *smartphone* eu acho que já foi no fim do ensino fundamental. Acho que eu estava no nono ano, mais ou menos, indo para o ensino médio.

A. S. - Tinha quantos anos?

E.10 - Uns 14,15 anos.

A. S. - E quando você começou a usar o Instagram?

E.10 - Nossa, faz muito tempo. Que eu me lembro, eu postei foto da minha festa de 15 anos no Instagram. Assim que que eu ganhei um *smartphone*, eu já usava muito o Instagram. Tumblr, Facebook também, que na época estava muito ali, era mais o Facebook do que o Instagram, mas já era nossa época também. Com 15 anos, mais ou menos.

A. S. - E hoje você passa mais ou menos quantas horas no Instagram?

E.10 - Hoje em dia, é falando assim, atualmente, 2024, o tempo que eu tenho para estar em rede social não é tanto, então, ele é muito limitado realmente. Então, quando eu entro é uma coisa de realmente entrar uns cinco minutinhos, dar uma checada e já saio. Mas é mais porque eu tenho tanta interação no dia a dia, é tanta coisa externa, que eu não consigo mais entrar e ficar horas ali. Só que eu percebo que nos dias que eu tenho descanso, é o meu momento de tédio ali, de descanso, ao invés de eu ir pra algum hobby, fazer alguma coisa que eu queira

fazer, eu fico ali rodando tela tipo, descansando, por assim dizer. No dia a dia é bem assim. Sinceramente, é muito pouco o uso, muito pouco mesmo, mas, dependendo, se eu tenho um fim de semana... Se eu não desinstalo do celular, eu perco horas ali. Então eu realmente vejo que eu tenho que ter um controle.

A. S. - E o que que você vê no Instagram, geralmente?

E.10 - Olha, antigamente, quando eu passava muitas horas na rede social, principalmente a época de pandemia, alguns anos atrás, porque esse hábito que eu tenho de parar e de usar muito, é um hábito de agora, de pouco tempo. Eu ficava lá horas rolando o *Feed*, principalmente no TikTok, que é uma rede que é tudo muito rápido, né?

E aí se você vê um vídeo de um assunto x, ele vai te entregando muito aquele assunto x, então o principal que vinha muito no meu algoritmo... Acho muito engraçado. Não é engraçado, né? É preparado para isso. Mas era sobre a questão de emagrecimento, produtividade, aquela coisa que você tem que aproveitar as horas do seu dia e você tem que fazer o melhor que você pode. "Você tem que ser assim". É, eu tenho uma filosofia de vida e tudo mais, mas chega a ser tóxico esse meio, porque era muito aquela coisa de você tem que ser saudável, você tem que comer bem, você tem que tomar água, você tem que tomar suas vitaminas, tem que fazer exercício físico, tem que tomar Sol, tem que ter descanso, tem que ler tantas páginas por dia, tem que emagrecer e tem que... Sabe? Então, era uma coisa que alimentava ainda mais as minhas inseguranças e mudanças de coisas, de padrões, que eu queria fazer de uma forma saudável. E por eu estar ali, eu procurava esse conteúdo como um suporte, por assim dizer; Mas virou um ciclo de comparação muito grande, que, por exemplo, eu gosto muito de academia, de treinar e foi uma coisa que eu peguei gosto na pandemia.

E eu comecei a assistir vídeos no *YouTube*. Via vídeo de treino, fazia em casa, e aí eu caí no maldito TikTok e comecei botar esse mesmo padrão de algoritmo ali no TikTok. Só que aí caiu numa coisa de extremo assim de "ai, porque se você não faz um treino com tantas cargas, não adianta nem ir". Ali nunca é o suficiente, parece que você nunca vai alcançar aquilo que é o ideal para aquele lugar, sabe? Isso é bem claro, pessoas lindas, mulheres lindas, com corpos maravilhosos, musculosas.

E você pensa: "Nossa, se essa pessoa está falando isso e ela é assim?". Tem um motivo, tem um viés por assim dizer, quando na verdade não, né? Às vezes, as pessoas estão se enfiando medicamentos e, enfim, diversas coisas. Mas na nossa mente, quando a gente está ali, a gente não para pra pensar, para raciocinar isso. A gente fica "nossa, eu poderia fazer o que essa pessoa faz". Então, infelizmente, eu tenho essa consciência, mas aí, então...

A. S. - Esse mesmo tipo de conteúdo, é o que você via ou vê ainda hoje no Instagram?

E.10 – Sim. Eu via essas influenciadoras digitais e aí eu ia seguir no Instagram. E aí, também, as contas se cruzam, o algoritmo recomendava. Então, acabava seguindo e aí se tornou num nível assim de.. Chegou num ponto, você vai dar risada agora, sabe a Virgínia? Que é superfamosa, não sei o quê.

Chegou num ponto em que estava seguindo ela porque tinha um corpo lindo. E ela é uma pessoa que, sabem para mim não tem nada, não tem nenhum conteúdo que me interessa. Não sou mãe. Não tem um conteúdo que me agregue. Só que só pela pessoa ser bonita e ter um padrão de algo que eu estava idealizando, eu ia para aquele meio, sabe? Aí, depois de um período, eu fiz uma limpa nas minhas redes. Porque estava demais, só aparecia conteúdos de corpos de mulheres bonitas, e aí eu tirei um pouco disso, porque foi realmente danoso, eu me sentia insuficiente. Sentia que nada que estava fazendo, principalmente relacionado ao meu corpo, porque é a coisa que mais pega pra mim. Ele não era viável. Parecia que tudo que eu fazia não importava mediante aquilo ali, sabe? Pela realidade daquelas pessoas. É muito estranho falar isso.

A. S. - O que você via ali naquelas postagens daquelas pessoas é, de alguma forma mexia com a imagem que você tinha de você?

E.10 - Nossa, completamente... Por exemplo, eu gosto muito de comprar roupa on-line. E eu via essas mesmas influenciadoras, por exemplo, às vezes comprar algum vestido e postava sobre aquela compra. E aí, eu querendo comprar aquele produto também, porque eu achava bonito. Só que assim: quando eu me olhava no espelho, pensava “nossa, mas isso não vai chegar nem aos pés do que ficou nela”. E não comprava.

Chegou numa época... Eu sempre fui uma pessoa muito calorenta e eu sempre fui para academia de top. Eu estava ok com meu corpo, com a minha barriga, com os meus braços e tava tudo certo. E chegou um período que eu estava ali na academia e via também aquelas mulheres, né? Reais fisicamente, ali, com esse mesmo top, só que com um corpo tão bonito, um corpo tão mais firme. E aí eu comecei a ir pra academia de blusão. Tava um calor de 38° e eu saindo de camisa preta para ir treinar e passar calor, porque eu sentia vergonha, me comparava e ficava pensando: “Nossa, quem sou eu para estar de top aqui na academia?”. Como se eu não tivesse direito. É muito bizarro isso, da forma que entra assim na gente.

A. S. - E você tá falando de uma experiência assim que ela acontece no mundo físico do mundo real, né? E você acha que essa percepção que você tinha nessa comparação com as mulheres na academia tinha influência desse desse conteúdo que você consumia nas redes sociais?

E.10 - 100%. Porque você estava ali e, por exemplo, você via a pessoa postando um vídeo com o corpo bonito ou algo do tipo e, quando você vê essas pessoas da vida real, aí fica pior porque você pensa, "nossa, existe uma pessoa na vida real que ela é assim e eu não sou", sabe? Então fica muito complicado, tipo, eu me comparava muito e era por causa disso. Era justamente por causa dessas *influencers* que eu seguia aí do corpo saudável.

A. S. - E você está falando disso no passado. É algo que ainda acontece hoje?

E.10 - Ficou mais no passado, mas não vou mentir que hoje não tenha, mas eu tento. Por exemplo, antes eu seguia muito conteúdo de pessoas que mostravam o corpo em si. E tipo, treinos de glúteos para ficar com glúteo igual ao da pessoa. Sabe esse tipo de coisa?

E hoje eu mudei para algo mais, por exemplo, eu gosto muito de ler e tudo mais sobre produtividade. E aí eu comecei a seguir perfis de pessoas que falavam disso de uma forma mais, por exemplo, tem um podcast que eu gosto muito, e aí eu mudei tambémo lugar, né.

Fui pro podcast, por exemplo, no Spotify. O podcast que eu sigo, ela fala sobre essas questões do corpo, sobre essas inseguranças dela. Ela brinca, chama a gente de mona, ela fala: "Ai, Mona, a gente realmente precisa dar um *glow up*? A gente não tá cuidando da nossa alimentação, da nossa saúde. Como a gente pode fazer isso?". De uma forma mais humana, não uma forma... Parecendo... Eu não sei nem dizer, porque aquelas pessoas eram muito robóticas. Eu seguia uma menina, a Manu Sitti, e ela fazia medicina na faculdade na UFRJ, treinava, corria, se alimentava bem. Nossa, acordava às quatro da manhã para meditar, e não sei o quê. Eu comecei a entrar numa pira que eu falava "nossa, essa menina fez tudo isso e ela consegue. Se ela consegue, eu também consigo". Eu cheguei a querer entrar num ponto de uma restrição de sono onde eu tenho realidade que não tem nada a ver com a dela. Ela tem carro próprio, ela não trabalha, ela só estuda.

Parece ser muito bobo, de você falar "nossa, mas você sabe que a vida dela é diferente da sua". Mas é muito mais subjetivo. A gente não percebe mesmo essas coisas acontecendo. Aí eu fui mudando essas redes, fui migrando de plataformas mesmo, e limpando o máximo possível de conteúdos que trouxessem esse tipo de coisa para mim. Então, quando aparece essas coisas, tipo "a dieta que me fez emagrecer em uma semana", eu já falo que não estou interessada ali. Coloco no algoritmo porque eu sei que se eu ver um vídeo, aí eu vejo mais dois, três; então, é um trabalho que nesse último ano tenho feito para minha saúde mental mesmo.

A. S. – Quais são os formatos de postagem que você mais vê no Instagram?

E.10 – Os *Stories* eu vejo bastante porque eles são rápidos, tá ali bem na sua frente e você vai passando e tudo mais. Só que não é normalmente onde pessoas reais estão. Os influenciadores, eu sinto que eles estão muito mais nos *Stories*, eles colocam muito da vida, do

cotidiano e tudo mais e meio que ninguém quer saber disso tudo. Pelo menos eu não tem paciência. E aí, eu normalmente rolava bastante o *Feed* com as fotos. Só que ele mudou muito e aí virou um novo Tik Tok. Então, quando eu entro no Instagram, a primeira coisa que já acontece é já cair na página de *Reels*. E aí, você só vai vendo os conteúdos e é onde essas pessoas fazem as vezes essas coisas novamente, sabe? Da sua divulgação, mas é mais pelo *Reels* mesmo que eu consigo acesso esses influenciadores.

A. S. - No Instagram você vê mais conteúdo de influenciadores ou de pessoas próximas, como amigos e familiares?

E.10 - De influenciadores. Até porque eles postam muito conteúdo, né? Então, num dia assim, você vê até cinco coisas, posts diferentes da mesma pessoa, e até profissionais, né? Tipo, acontece muito assim de, por exemplo, profissionais da nutrição. Vamos por um exemplo, que é o meu caso, eles se colocam ali vendendo alguma coisa.

Eu sempre sinto que alguém está vendendo alguma coisa, sabe? Vendendo um produto de beleza, principalmente quando a gente fala de mulheres. Parece que sempre está vendendo um produto de beleza muito fácil, um produto de emagrecimento muito fácil, e sempre a responsabilidade é sua: "Você não emagrece porque você não compra o meu programa de 21 dias para emagrecimento", então eu percebo muito isso, pelo menos nos conteúdos que eu acesso.

A. S. - Então, no geral, você vê mais é conteúdos de influenciadores. E quem são essas pessoas que você vê no Instagram?

E.10 - Olha, antes eu seguia mais, hoje em dia, não tantos. Mas, por exemplo, tem um nutricionista que é o... Não lembro o nome dele, eu só lembro o nome da mulher dele, que é Sara alguma coisa...

Eu lembro da mulher dele, porque ela tem um corpo maravilhoso. Ela treina e tudo mais. Eu comecei a seguir ela e aí, caí no Instagram do marido dela, que, por acaso, é nutricionista. Eu sigo bastante essas moças meio musa *fitness*, só que não tão musa *fitness*. Uma que eu parei de seguir esses dias, porque eu percebi que realmente eu estava muito fora da curva, estava muito tóxico. É, não sei se o senhor conhece ou já ouviu falar da Vivi Winkler.

A. S. - Não, não conheço.

E.10 - Ela é uma mulher do meio do fisiculturismo e tudo mais. E ela treina e, enfim. E aí, ela começou um projeto junto com uma academia que é muito famosa no Instagram, que é a DNA Experience, que também comecei a seguir. Por quê? Porque todas as mulheres que treinavam lá eram lindas, maravilhosas, gostosas, saradas. E eles tinham um treino específico de glúteos que deixava todo mundo bonita. Enfim, eu caí nessa querida dessa Vivi Winkler.

E ela tava num projeto, junto com algumas mulheres obesas, de emagrecimento. E o que aconteceu? Teve um dia que ela postou um vídeo. Imagina uma mulher extremamente musculosa, assim, do bíceps bem marcado, bem musculosa. Aí, ela postou um *Reels* dela de biquíni. É tipo apertando assim o braço dela e não sei o que, e falando "não se compare, eu também tenho defeitos", sendo que aquela mulher toma bomba pra cacete e tem o corpo perfeito, treina 97 horas por dia. Ela teve coragem de postar uma coisa assim. Aí, quando ela postou aquilo, eu juro, ela apertando a dobra da cintura que não existia. Eu até mandei para minha cunhada e falei: Puta que o pariu, vai tomar no cu, olha isso daqui que eu estou seguindo". Então, sabe algumas coisas que quando você percebe isso, não faz muito sentido. Desculpe o palavrão.

A. S. – Já que estamos falando dessas questões do corpo, do físico, como você vê o seu físico? Como sua relação com seu corpo?

E.10 - Nossa, a minha imagem com meu corpo é completamente desestruturada. Eu não tenho uma autoestima de olhar pro meu corpo com cuidado, com zelo, daquela coisa de... Sabe? Eu sempre olho para o meu corpo em tom de crítica. "Nossa, estou gorda, nossa, meu braço est... Nossa, fui vestir essa calça e é tamanho 46, mas até dois anos atrás eu vestia 40. Eu sempre estou achando um defeito, nunca tem algo que eu falo "putz, isso aqui realmente está bom", sabe?

É, tem uma coisa: minha pele, a única coisa. Eu faço uns *skin care*, tal. Eu juro pra você, é a única coisa que eu falo assim "nossa, isso daqui tá bonito, tá perfeito, tá maravilhoso. Não queria que fosse diferente". É o meu rosto. De resto, podia trocar tudo, sabe. Se me dessem uma canetinha de Ozempic para aplicar, eu aplicava, juro para você. Então, é uma relação bem danosa. E olha que eu faço exercícios físicos. Eu tenho acompanhamento de nutricionista. A rede social também, ela me trouxe muitas dessas questões do meu físico. Falo com segurança: foi a rede social que me trouxe distúrbios alimentares. Então, desde distúrbios de ficar horas sem comer. Juro, já fiz esses jejuns loucos. Existe um jejum intermitente saudável, que é nutricional e faz bem pro corpo, e existe aquela coisa louca de ficar horas sem comer e sem beber água e sem força nenhuma e tomar remédios.

Eu já tomei muitos remédios assim indicados por redes sociais,. "Ah, tô tomando essa ioimbina aqui está me ajudando. Estou tomandoo psyllium está me ajudando". Então, se a gente parar pensar, é uma forma de automutilação que eu faço pro meu corpo que é influenciada por essas pessoas. E não é a minha mãe que chegou pra mim e falou. Meu marido ou minha sogra ou alguém do meu círculo. Não. Tem essa bendita rede social aí. E ainda o melhor de tudo:

deixa a marca do produto e já deixa também o link. Aí você compra. Não minto, sabe? Já comprei bastante.

A. S. - Nesse sentido, especialmente no Instagram, você vai falou do que você vê. Mas o que você posta, que tipo de conteúdo você posta?

E.10 – No *Feed* em si, eu posto poucas vezes. Eu gosto de pegar uma vez no mês e postar. Eu gosto de tirar bastante foto assim, de tudo. Se o meu copo de café estiver bonito num lugar em que ele está combinando com o marrom, eu gosto de tirar foto. Gosto de tirar foto do agradável para o olho. Uma vez no mês, mais ou menos assim, muito raramente, eu posto algumas fotos no *Feed* de um Carrossel, porque eu não tenho paciência de ficar postando nos *Stories*. Tem dias.

Por exemplo: estou de folga. Aí, no dia que eu estou de folga eu posto bastante coisa. Mas que coisas? Agora pouco eu tirei uma foto da minha mesa de estudo porque estava bonitinho, organizadinha. Eu não posso muito a minha imagem, é raramente. Só quando estou bem arrumada, bonita. E fotos das minhas gatas. Então o meu conteúdo em si, é bem mais sobre a minha vida pessoal: posto foto das minhas plantas, foto do céu, foto da faculdade. Então é uma coisa bem fora de mim, por assim dizer. É mais sobre o meu entorno.

A. S. - E especificamente sobre o Instagram. De uma certa forma, acho que você já respondeu isso. Mas você acha que esse contato com os conteúdos do Instagram provocaram emoções desconfortáveis?

E.10 – Sim, divesas vezes. E principalmente quando você usa o Instagram... Por exemplo: àsvvezes eu entro no Instagram para ver meme num momento de descanso, que é o errado, aí você tá ali na rede social, descansando, rolando o Feed. E aí começa a vir coisas. Aí começa a vir a moça que estava treinando, aquelas *trends* de antes e depois. E aí, quando você vê, você está se sentindo culpado por estar ali, querendo só relaxar e parece que vem tudo. Parece um monte de gatilho: "Nossa, você tá gorda, você tem que treinar e vai fazer sua planilha financeira", sabe? É uma coisa meio "tchururu" das ideias, mas até planilha financeira eu já comprei do Instagram, então, afeta. Eu não vou dizer que não, não tem nem como.

A. S. – Você conseguiria nomear essas emoções desconfortáveis que você já sentiu a partir do Instagram?

E.10 – Ai,, já tive vergonha. Vergonha de mim, sabe? Uma baixa autoestima, nossa, top 10 ali porque eu me comparo muito. Acho que não só eu como outras mulheres. Me sentia triste de, às vezes, ver que uma pessoa consegue, por exemplo, a pessoa que tem uma rotina como a minha, é mulher, tem três filhos e ela tem um corpo sarado e eu sou só uma estudante, não consigo, sabe? Então essa comparação gera uma certa tristeza, uma sensação de impotência de

que você não tem o controle da sua vida. E também aquela história de que a grama do vizinho é sempre mais verde. Então, essa comparação é muito ruim, de tipo, você vê uma pessoa, *influencer*, algo do tipo e você tenta de alguma forma comparar com qualquer coisa da sua realidade que está ruim e aí fica naquilo. Você nunca vai ser aquilo, você nunca... Às vezes, até, por exemplo, uma viagem, né? Uma *influencer* ou alguém está fazendo uma viagem, e você fica: "poxa, essa pessoa está lá e eu aqui em Sorocaba passando calor", entendeu?

Me traz até uma certa negatividade para mim, assim, um pensamento meio de inveja. Eu não gosto de desse sentimento de inveja de uma forma de tipo, de ruim, de raiva, sabe? Eu acho que existe uma inveja natural, de admiração, algo do tipo mais normal. Só que me traz sentimento, tipo de raiva, sabe? Puta que pariu... Eu tô aqui e aquela pessoa, sei lá. Tá divulgando o jogo do tigrinho, tem uma vida perfeita.

A. S. - O ue que é inveja para você?

E.10 - A a inveja pra mim ela é assim: é quando você ver algo de outra pessoa, ou outra pessoa, ou uma ação, um resultado, alguma coisa que aquela pessoa ganhou, tem ou é e você fica "poxa, eu queria isso pra mim". Sabe aquele sentimento de, às vezes, até "que raiva que essa pessoa tem isso e eu não". Não falo de um objeto físico, falo de qualquer coisa no geral, assim, sabe? Essa inveja de "poderia ser eu", sabe? Para mim é esse sentimento, mais ou menos.

A. S. - E você consegue nomear alguma coisa, alguma postagem que você viu no Instagram e fez com que você se sentisse assim?

E.10 - Foi de uma, que eu me lembre, acho que eu vou associar muito com o que eu tô passando no momento, mas foi uma menina que ela estuda psicologia. E aí, ela postou assim no Instagram dela, uma mesa linda, vários livros. E ela "ai, hoje eu vou estudar, não sei o que por diversão e tal". Puta que pariu, filha da puta, ela pode fazer o que ela quiser o dia inteiro. Ela pode estudar o dia inteiro e falar que ela estuda por hobby. E eu não, eu tenho que... Eu gosto da profissão que eu escolhi, me nutre. É muito interessante. Eu gosto muito, realmente. Só que porra, seria muito melhor se eu pudesse fazer isso só por fazer, só porque eu gosto de fazer.

Então, acho que esse foi um dos momentos assim também. E fora a questão do corpo também. Esses dias eu descobri que tem uma teve uma querida que eu admirava. Olha, coisa boba. Para uma comparação assim também. É uma menina do meu círculo, que Ela Foi emagrecendo muito pela rede social, eu percebi esse emagrecimento. E eu indo ao contrário, porque estou nesse processo. Mas não tô, né? Nas melhores condições. Ela emagreceu super e aí, eu achei tão feio isso da minha parte. Aí eu fiquei, "nossa, mas como é que ela emagreceu? Ela não posta que ela está se alimentando bem, ela fica saindo". Esses dias essa menina postou

uma receita de remédio. Porque ela está tomando remédio pré-diabético? Aí eu falei “sabia! Filha da puta”, sabe? Olha que coisa ruim, sabe? Você querer achar o defeito no outro. Nossa, muito ruim. Me senti bem mal. Eu falei: “Nossa, eu sabia que que não era tudo isso”, sabe? Meio feio da minha parte.

A. S. - Nesses momentos que você sente essa, vamos chamar de “pontada de inveja” com as coisas que você vê no Instagram, que outras emoções assim você acha que vem ?

E.10 - Junto com a inveja, às vezes, vem a motivação. Aquela motivação de se ela fez isso e emagreceu, então, eu vou fazer também e vou emagrecer também.

Tem uma motivação pela raiva ali, mas também ela é um pouco culposa de olha, era só você fazer isso que estava tudo resolvido. E então vem essa, essa motivação junto com uma culpabilização. E uma vontade de resolver, sabe? Por exemplo, o caso da planilha financeira. Eu sou muito bagunçada com essas coisas de finança e tudo o mais.

E aí, um dia, estava com muita raiva porque tinha que sentar e arrumar isso. E, coincidentemente, apareceu uma menina postando um vídeo no Instagram de “ai, porque eu estava toda endividada e com a minha planilha financeira, eu arrumei meus gastos, não sei o quê”. E eu falei: “Nossa, se ela fez isso, é só eu fazer também. Aí, e fui lá e comprei. Então, vem uma falsa motivação, por assim dizer.

A. S. - Você usou essa planilha?

E.10 - Uma vez. Tudo bem, foi só R$10,00.

A. S. – E você já postou alguma coisa no Instagram no intuito de provocar inveja nas pessoas?

E.10 - Sim, sim, principalmente na época que eu emagreci. Nossa, essa época foi muito assim. Nossa, eu fui cuspir no prato que estou comendo agora, né? Eu emagreci na pandemia 20 kg, treinando em casa e tudo mais.

E aí, né? Minha barriga ficou sarada. Então eu postava super as fotos e falava, postava assim: “Foco e determinação”. Eu estava vendo umas fotos minhas de quando eu treinava e estava mais seca, eu escrevi assim, ó: “ai, um fim de semana de álcool não estraga um ano de constância”. Olha que coisa, né? Mas eu postava bastante, principalmente relacionada ao corpo, então eu queria gerar aquela inveja, eu postava foto bonita minha na academia, treinando. Nossa, vergonhoso, mas, sim.

A. S. - É normal, faz parte.

A. S. – Você falou basta do corpo, dessa relação com a sua imagem. Outras coisas que você vê também causam inveja?

E.10 - A questão de carreira. Eu tenho algumas colegas de época de escola e, agora, não falando muito de *influencer*, mas mais do círculo pessoal dali, do Instagram. Eu vejo colegas de do ensino médio e tudo mais. E hoje elas trabalham em multinacionais, têm uma carreira com a minha idade, 25 anos, elas são formadas. Tem uma carreira super estruturada. Tem uma colega que trabalha na Rising e outra que trabalha não sei onde... Outra faz projeto de pesquisa e isso me gera muita comparação, sabe? Aí eu fico "caramba, se eu tivesse feito o que ela fez, talvez chegaria aonde ela está hoje". Aí, tinha aquele momento de essa mesma pessoa que tinha sucesso profissional, por assim dizer, postar uma foto viajando, sei lá, no Rio de Janeiro, com o celular novo e eu ficava "puta que pariu, ela ainda tem um emprego bom, pode aproveitar as coisas da vida". Me gerava muita, muita comparação. E de novo, inveja. Inveja muito forte mesmo, de querer ser aquela pessoa. Tem uma menina que chegou no ponto que eu parei de seguir ela, porque ela é uma conhecida minha. Tinha uma carreira perfeita no Instagram.

Linda, maravilhosa, cheia de tatuagem, toda bonita, o corpo perfeito. Ela treinava, fazia yoga e, não contente, ela começou a correr e postar que ganhar batia várias metas de corrida e tudo mais. E tinha treinador. Aí eu falei, "ah, não". Juro, eu silenciei. Eu parei de seguir ela porque eu estava tendo um sentimento tão negativo que as conquistas dela pra mim eram "nossa, ela tá ganhando e eu estou perdendo", entendeu?

Eu fiquei um tempo off dela, restringi, agora voltei. Mas, juro para você. Acho que eu fiquei uns bons meses assim sem seguir ela porque eu estava nutrindo um sentimento muito ruim de comparação com ela. As conquistas dela, o que que quer que fosse, me gerava raiva.

A. S. - Qual que era o nível de contato que você teve ou tem com ela?

E.10 – É uma pessoa querida. Ela Foi minha vizinha por anos, ela morava na frente da minha casa, então era uma pessoa muito querida. Sentir isso por uma pessoa querida me dava mais raiva ainda, por eu estar sentindo isso.

Hoje não tenho contato. Até porque a gente mora em cidades diferentes e tal, mas durante a minha adolescência, ela todo dia eu dava bom dia pra ela. Era uma pessoa que estava no meu círculo por muitos anos. Foi uma situação que eu fiquei bem assim, bem agoniada comigo mesma.

A. S. - E você acha que você sente mais inveja de pessoas mais distantes, como influenciadoras, por exemplo, ou pessoas que são mais próximas, como essa colega, sua vizinha?

E.10 - E assim eu? Eu se na questão, por exemplo, dos influenciadores, você tem uma inveja, porque, tipo, poxa, aquela pessoa encontrou algo que ela fez dinheiro e ela vive uma vida ideal. Ela tem tudo que ela pode ter, querer ter, então ela não tem problema de nada. E, ao

mesmo tempo, eu tenho inveja das pessoas que eram do meu círculo social, mas principalmente na questão de carreira. Eu acho isso muito engraçado porque, por exemplo, se a pessoa tem filhos ou não tem filho, se está casada ou não, não me importa. Mas a carreira é uma coisa que me causa muita inveja. Nossa, teve uma colega esses dias, eu vi ela entrando no banco como auxiliar, foi construindo uma carreira, e ela postando certificações. Olha como as coisas são, né? Ela uma vez postou uma certificação, que ela tirou um CPA 10 e, nessa época, eu tava meio perdida na carreira, não tinha começado a faculdade. Ainda não sabia muito para onde ir. E aí, a minha família, parte da minha família é bancária. Então, quando eu vi ela postando isso tal e todo dia estudando. Eu pensei assim: "nossa, se ela conseguiu, eu consigo". Aí eu fiz a prova, e não consegui. E agora entrou gestora de um banco muito grande. Então, a questão carreira me gera uma certa inveja. A questão corporal também. Então se eu vejo uma colega minha que nossa, está ficando bonita, está ficando "shapeada", eu fico meio invejinha assim, sabe? E das pessoas influenciadoras eu só tenho inveja porque elas são ricas mesmo e elas podem ter as coisas elas querem.

A. S. - Quando você me fala da inveja, ela está associada a mulheres, né? De homens você não sente inveja?

E.10 – Não. Eu cago total, tanto que, igual aquela moça que falei que eu comecei a seguir o marido dela, que era nutricionista. Eu seguia ela primeiro. Era ela que eu estava ali admirando, vendo e tudo mais. Acho que eu não tenho comparação com homem, que eu, sinceramente, infelizmente é um problema meu. Eu tenho que melhorar um pouco isso. Mas eu tenho um negócio que, tipo assim, eu não dou muita... Como é que eu posso dizer isso sem parecer uma feminazi, sabe? Homem para mim é tipo, foda-se. Ah, ele tem uma carreira? Bom pra ele, é tudo mais fácil.

SAcho que por eu reconhecer, me reconhecer como mulher e tudo mais, quando eu vejo uma mulher alcançando coisas ideais que, tecnicamente, eu quero, aí me gera uma comparação. Eu não vou me comparar com homem. Homem é meio foda-se assim, sabe? Não sei por que, mas eu não consigo. Não consigo muito admirar homens. Figuras de admiração, para mim, não são homens. São mulheres. Aí é uma questão mais minha, tem uma questão paterna e tudo o mais. Então, é outra história, mas não sigo homens assim. Realmente não. Normalmente, quando sigo, são gays, são homens gays e é e a mais por conteúdo de humor. É outra pegada.

A. S. – Sobre o uso do *smartphone*: em que momentos você pega para dar uma olhada em alguma coisa. Que momento são esses? Quando que isso acontece? O que te leva a isso?

E.10 - Momentos de uma pauzinha assim, de tédio, por exemplo. Quando eu estou na faculdade, eu não tenho muito isso. É muito engraçado, eu sei exatamente os horários: quando

eu vou entrar na van de manhã. Então, no período que eu estou na van, indo pra faculdade, que é um momento meio de tédio, eu fico um pouquinho, mas é só. Até esperar a van chegar, porque quando ela chega, eu entro e vou fazer outra coisa dentro dela, eu leio e tal. No finzinho da aula, quando é umas 11h10, 11h20, minha cabeça também já está mais cansada. Eu quero um momentinho de tédio. Aí, nesse momento, eu vou mexer. Quando eu estou na academia, no horário da academia eu normalmente fico fuçando bastante entre uma série e outra. No trabalho, não mexo muito, nem dá tempo. É que eu fui tanto saco cheio mentalmente, que eu não mexo muito nem no horário de almoço.

Normalmente, perto do almoço, assisto uma série, faço outra coisa. Aí quando eu chego em casa, no caminho para casa, é em torno de uns 10 minutinhos o meu trajeto. É errado, mas eu vou andando na rua, mexendo no *Feed* do Instagram. Então, são pequenos 10, 15 minutinhos ali que eu vou ficando. Mas hoje, por exemplo. Estava jogada no sofá sem fazer nada. Quer dizer, tinha coisa para fazer, mas preferia não fazer. Aí, eu fiquei nos umas boas horinhas ali rolando o *Feed* do Instagram e mandando coisinha pra minha sogra. Até que eu vi que estava demais, porque eu saía e queria entrar de novo. Quando está assim, eu desinstalo do celular. Eu me dou esses choques de abstinência.

A. S. – E qual redes social você está usando mais hoje?

E.10 - O *YouTube* eu uso todos os dias, é meio que a minha TV, eu não uso também muito para a informação. Eu gosto bem de ficar alienada mesmo. O Instagram eu uso bastante e é meio sazonal. Tipo, parece que quando eu encho o saco do Instagram eu vou para o Tik Tok vice e versa. Então, estou sempre nesses dois aplicativos.

A. S. - De maneira geral, como você vê as redes sociais hoje?

E.10 - A eu vejo que tem os dois lados da moeda, sabe? Tem um lado que realmente, elas são interessantes porque podem trazer informações, podem te ajudar. Falando sobre uma forma mais ligada ao meu curso de psicologia. A rede social, na época da pandemia, até hoje se desenvolveu muito isso, a questão da saúde mental, então, isso eu acho muito interessante que você vê as pessoas, você vê médicos, você vê as pessoas falando sobre saúde mental, sobre cansaço. Sobre isso, esse cuidado. Isso é um lado bom e também você ter acesso a informações, então eu acho muito legal quando tem profissionais éticos que compartilham seus conhecimentos. Esses dias eu estava vendo um vídeo de um médico que eu acho muito bom. Ele é um psiquiatra, eu acho muito bom, e ele tem uma clínica de psiquiatria e psicologia. E ele faz umas ceninhas de algumas situações de exemplo, se a pessoa se sentiu de tal forma, talvez, pode ser que você tem que cuidar um pouquinho disso aqui. Sabe aquele manejo de uma terapia meio cognitiva?

Eu acho isso muito legal, muito interessante, porque passa o conhecimento para pessoa de uma forma muito simples, que ela vai assimilar aqui, mas também tem um lado muito ruim, né? Por exemplo, acho que nem preciso falar, mas essa questão desses grandes influenciadores de nada, porque existem influenciadores de nada. Uma Dra. Deolane da vida. Eu vejo que a senhora, a faxineira do lugar de trabalho, ela acessa esse tipo de conteúdo. Eu não. Então, eu vejo que pega numa questão muito também educacional mesmo, de desenvolvimento educacional. Não estou falando que uma pessoa inteligente não vá ver coisas questionáveis, como esses Pablos Marçais da vida e tudo mais, mas eu acho que essas pessoas, elas geram conteúdo muito ruim. Parece que ajuda essas pessoas a terem menos cognição. Carlinhos Maia fica gerando entretenimento com coisas que não nutrem, não tem nada. Essas pessoas não tem nada, aí elas ganham rios de dinheiro.

Então é essa questão de desses influenciadores meio que de nada dão uma certa raivinha, porque eles estão ali compartilhando informações que são inverdades. Então, quantas vezes eu já vi, por exemplo, o extremo. Tem uma moça que ela sempre aparece no meu Instagram, que ela é uma nutricionista crudívora, então, tipo, ela leva uma legião de pessoas a comer comidas que nem no forno esquenta, sabe?

É num ideal de uma alimentação saudável, sendo que essa pessoa nem tem essa formação. Então é um limbo muito grande. Tem os dois lados. Eu acho que o lado ruim é predominante porque é onde as pessoas mais acessam é vão mover pessoas, grandes massas, porque você não vai se importar em estar no Instagram e querer ver um conteúdo que te edifique em algo. Não! Você querer ver bobagens, dar risada. Você quer ver alguém postando para você jogar um joguinho do tigrinho e você vai lá e você vai jogar. Porque essas pessoas, elas vão entrando assim e parece que elas fazem parte da sua família, porque é tanto de conteúdo que elas postam, por exemplo, nos S*tories*. Eu vejo essa moça do meu trabalho, ela faz o trabalho dela e tal, e ela tem uma liberdade muito grande assim, está tudo bem também. E aí ela fica sentada mexendo no Instagram e eu juro para você ela fica horas e horas vendo os *Stories* da Virgínia.

Não são cinco S*tories*. Sei lá, é um milhão! É muita coisa. Então, essas pessoas, elas estão ali vivendo a vida de outras pessoas. É muito bizarro, uma desconexão de realidade muito forte assim pra mim. Isso eu não vou mentir, eu já tive uma época também assim de Tik Tok e tudo mais. E saí disso, sabe?

A. S. - Alguma coisa mais que você queira contar a sobre a sua experiência com as redes sociais, com o Instagram?

E.10 - Acho que eu já consegui falar tudo. Eu falei, até demais, né? Mas eu acho que eu consegui passar assim de uma forma de como é, como eu vejo, como foi, como está sendo agora para mim, sabe?

E perceber isso. É uma coisa até engraçada porque é uma questão de percepção mesmo. Eu e minha mãe conversamos sobre essas coisas, e aí, a minha mãe mesmo falando, ela "nossa, é verdade, né? Eu tenho um curso que está lá parado que eu comprei faz meses que eu não faço porque eu fico em bosta de Instagram, vendo vida de não sei quem". Então, é uma coisa que é em todo o mundo que isso acontece.

A. S. - Sim, sim, é algo que é da nossa época, né? Da sociedade.

E.10 - Exatamente isso mesmo.

A. S. - Muito bem. Para mim está ótimo. Você já me contou bastante coisa mesmo, foi muito legal. Eu vou parar de gravar até agora, tá bom?

E.10 - Tá bom.

Antonio Souza - Estamos gravando agora. Você estuda em qual curso? E está em qual módulo/semestre?

Entrevistada 11 - Eu sou estudante de engenharia ambiental, estou no segundo módulo.

A. S. -. Quantos anos você tem?

E.11. - Tenho 19.

A. S. - Você se lembra com qual idade teve contato com redes sociais?

E.11. - Eu acho que foi a partir de uns 12 anos. Não, 10 anos.

A. S. - E com quais redes sociais você teve contato com essa idade?

E.11. - Snapchat.

A. S. - E você acessava em um celular que era seu mesmo?

E.11. - Sim.

A. S. - Então você teve um *smartphone* a partir de que idade?

E.11. - Sim, com uns 11 anos. Mas comecei a usar redes sociais com 12 anos. Eu via da minha irmã, mas não era meu. É que eu sou irmã do meio. Aí, sempre o celular da mais velha vinha para mim. Primeiro celular que eu tive foi com 10 anos, mas foi aquele de botão, de jogar jogo da cobrinha. Aí, com 12 anos, eu tive um Motorola quadradinho, aí eu tive um Snapchat, WhatsApp.

A. S. - Então, desde muito cedo você acabou tendo contato com as redes digitais, né?

E.11. - Sim.

A. S. - E o que que você gostava de fazer nessa época?

E.11. – Eu gostava de tirar foto e gravar vídeo.

A. S. - Legal. E o Instagram, desde quando você começou a usar?

E.11. - Eu comecei a usar com14 anos.

A. S. - E como foi esse começo? O que te chamou atenção pra você entrar nessa rede?

E.11. - Eu era louca para ter Instagram, mas minha irmã não deixava eu ter Instagram, nem Facebook antes dos 14 anos. A minha mãe nunca sabia lidar direito com o que é são redes sociais acabando, passava muito tempo fora, na rotina. Hoje ela sabe. Quem sabia era minha irmã e ela me deixava ter. Eu era doida pra ter, mas pra ficar vendo o Instagram dos outros, pra falar a verdade. Espírito de fofoca.

A. S. - Você gostava de ver esses vídeos mais de besteira assim, de fofoca, essas coisas?

E.11. - É. Instagram que eu me lembro, era mais para isso, para poder conversar com meus amiguinhos, postar fotos, ver as coisas que eles postavam. Era coisa da época, da moda. Todo mundo tinha e eu não tinha?

A. S. – E hoje você ainda usa bastante o Instagram?

E.11. - Uso bem mais do que usava antes.

A. S. - Ah é? Quantas horas por dia você acha que fica no Instagram, mais ou menos?

E.11. - Eu tento me controlar, mas eu fico em média uma hora, uma hora e meia, só no Instagram, por causa dos *Reels*. São veneno.

É porque ele prende atenção da gente, né? O Instagram tem esse intuito. Quando chegou a pandemia teve Tik Tok, fez muito sucesso porque a gente, a minha geração, é uma geração que as coisas são cada vez mais rápidos, uma geração mais ansiosa. Aí, os vídeos, você não precisa pausar, só vai. É um vídeo rápido, você aprende as coisas, são curtas. É aquela questão de ser, é depressa. Não precisa ficar esperando, ter aquela paciência. Aí você vai vendo um, vai vendo outro e vai passando, vai passando e vicia. Quando você vê, já passou um tempo, você meio que perdeu o tempo da sua vida, não foi algo tão produtivo. Às vezes, você vê coisas até que deixa triste, algo que foi feito para entretenimento. Você acaba perdendo tempo, por isso que acaba sendo um veneno para a cabeça. Você não aprende nada muito útil.

A. S. - E, no geral, o que que você vê hoje no Instagram? O que que você gosta de ver? Que tipo de conteúdo?

E.11. - É de casal. Porque eu namoro.

A. S. - Como assim?

E.11. – O Instagram se adapta a minha rotina. Quando eu estava fazendo academia aparecia muito vídeo de academia. Eu vejo também sobre o pessoal da minha cidade para saber das fofocas da cidade. E ele se adapta. Agora, por exemplo, estou mexendo muito com crochê, com artesanato. Aparece muito artesanato para mim e coisas de casal: memes de casal, vídeos engraçados de casal que eu me identifico. É porque eu namoro.

Isso estava prendendo minha atenção. Às vezes, também, curiosidades. Vídeos satisfatórios, que você olha essa tá apertando alguma coisa, encaixando alguma coisa. Vários tipos de vídeos satisfatórios. E também coisas absurdas que acabam prendendo a atenção porque a gente é curioso, o ser humano é curioso. Se aparecer um post para mim, hoje apareceu da escala 6 por um 1. Veja o que era aquilo. Algum meme homofóbico, por exemplo, e tudo colorido, aí tem um detalhe pequenininho. Você clica, vê grande porque você é curioso.

É mais isso que eu acesso no Instagram. Aí, vejo alguns *Stories*. Às vezes, participo dos sorteios. Chegou uma época que eu consumia muito o Instagram, porque eu eu tinha uma loja de joias de prata. Hoje eu fechei a loja. Na época, eu fazia técnico em administrativo e eu queria pôr em prática o que eu aprendi. Eu criei uma loja on-line para poder aprender. Aí, aparecia muto conteúdo de joias.

A. S. - Legal.

E.11. – Antes eu usava muito Instagram. Como a minha geração pegou um pouco daquela época sem celular, sem tanta internet, eu conseguia parar e pensar "poxa, eu estou muito no celular, vou sair um pouco ou fazer algo útil com isso aqui que eu tenho, porque eu estou fazendo coisa inútil". Aí criei uma loja.

A. S. - E você segue mais contas de amigos, pessoas conhecidas, influenciadores, marcas. Como é isso?

E.11. - Eu sigo mais pessoas conhecidas que eu tenho de lembrar assim, de saber o perfil, de seguir mesmo e coisas que eu tenho interesse, como marcas, só que não para comprar, para me inspirar no que a pessoa está fazendo, ou perfil de afiliação também, agora que eu estou estudando bastante sobre isso, sobre investimento. Que eu vejo não necessariamente para ser uma seguidora fiel, mas eu vejo o conteúdo, eu gosto, pego uma coisa ou outra. O que eu acompanho mesmo é família. Pessoas que são próximas a mim, eu vejo bastante.

Famoso eu acho perda de tempo, porque muitas vezes é.... na ETEC, quando eu estudava, os meus colegas gostavam muito de fofocar sobre BBB, sobre pessoa famosa que fez o deixou de fazer. Para mim isso não muda nada na minha vida. Perda de tempo, muita perda de tempo. Eu só estou dando dinheiro para a pessoa deixando de viver a minha vida para ficar vendo a pessoa viver dela, então não faz muito sentido. Não é nem uma pessoa que vai interferir na minha vida, então, não gosto.

A. S. – Que formatos de postagem do Instagram você vê além do *Reels*?

E.11. - O que eu mais vejo é o *Reels*. O que eu menos vejo é o *Feed*. Depois do *Reels*, as mensagens são o que eu mais vejo, porque eu estudava muito isso quando eu tinha loja, que é o funil de vendas e realmente funciona. Você vai ali no *Reels* e manda mensagem pra pessoa. Então, eu vejo um *Reels*, acho legal, mando para o meu namorado, minha irmã. Segundo lugar que eu mais uso são as mensagens. Em terceiro lugar são os *Stories*, que às vezes eu estou entediada, e ali está muito fácil de ver. O *Reels* você ainda tem que ir na barra de pesquisa. Agora, os *Stories,* abriu o Instagram, ele tá ali. Então eu vejo *Reels*, mensagens, S*tories* e, por último, o *Feed* que eu não vejo quase nada. Postar, não posto muito também.

A. S. - Você não posta?

E.11. - Não. Postava muito quando era mais nova.

A. S. - Ah, entendi. E por que você deixou de postar?

E.11. – Ah, porque hoje em dia não tiro mais tanta foto. Antigamente, eu gostava de tirar foto, mostrar pra turma, de fazer coisa bonita, editada. Hoje em dia, não, porque foi bem que eu comecei a namorar, pra falar a verdade. Não gosto muito dessa ideia, mas tem que aceitar que é um pouco verdade. Depois eu comecei a namorar, a gente acaba saindo de uma certa

competição, então a gente de se preocupar tanto com o postar as coisas para outras pessoas verem e começa a viver mais. Depois que eu fiquei mais velha também amadurecendo, eu fui dando mais prioridade para minha família. Então, pra mim eu não tiro mais tanta foto. Essa é verdade. Eu tirava muita foto porque eu fazia maquiagem, ficava ali no meu quarto tirando foto maquiada. Hoje eu prefiro viver o momento, tanto que tem hora que eu falo "nossa, fiz nada esse ano, não, espera. Você esqueceu que você fez". Aí eu vou caçar, acho uma fotinho ou outra, nem lembrava que tinha.. Nem é tudo arrumado, é de qualquer jeito. Tem coisa que eu acho que não faz muito sentido você ficar postando principalmente coisa de família, de namoro. Uma coisa ou outra é legal, mas se você ficar postando, tem muita energia negativa das pessoas.

A. S. - Você comentou uma coisa que me chamou atenção, você falou que antes de estar namorando tinha uma certa competitividade. Como que essa competitividade? Você me conta um pouco melhor sobre isso?

E.11. – Meu namorado tá aqui do lado... Rs. Quando você é solteiro, você quer agradar outras pessoas com a sua aparência, porque a primeira coisa que a pessoa vê para a pessoa ter interesse em você pra você ficar com a pessoa, ter seu namorado. Quando você está no relacionamento, você não tem mais essa necessidade constante. É uma coisa que você se arruma mais para você, com mais prioridade para você. Antes você se arrumava para você e para as pessoas. Agora você se arruma mais para você. E não com tanta prioridade para as pessoas. Ainda para algumas pessoas, mas não com tanta prioridade de agradar muita gente. Não, tem que agradar quem tá ali com você. É isso. Teve uma época que eu ligava muito para o que os outros pensam, só que você vai ligando para o que pessoas pensam, acaba perdendo a sua essência. Já fui muito criticada por isso que eu já fiz muita coisa também, de pensar diferente das pessoas. Eles não querem fazer, mas eu não vou na onda deles. Igual aconteceu da trilha. Ninguém da minha turma quis ir, eu fui sozinha. Não conhecia ninguém. Cheguei lá e disse: "Gente tô sem grupo, posso entrar no de vocês?". É isso.

A. S. - A coisa do estar bonita na foto aparecendo no Instagram tem a ver com conhecer homens?

E.11. - Sim. É bem isso.

A. S. - Não sei se você fazia isso antes e se você faz isso agora, mas você tirava muita *selfies*?

E.11. - Antes eu tirava muitas selfies lá pelos meus 14,15 anos. Hoje em dia, não. Tanto que eu não acho mais foto para colocar no perfil. Quando eu vou colocar uma foto de perfil, não tem.

E.11. - Eu tinha mais tempo livre. Agora eu não tenho mais seu tempo livre, estudo, trabalho.

A. S. - E há quanto tempo está namorando?

E.11. - Três anos.

A. S. - Acaba também mudando um pouco os interesses. Você já viu algum conteúdo no Instagram que causou algum desconforto, que trouxe alguma sensação não muito legal?

E.11. – Já. Tanto que quando eu vejo isso, é o que me dá um toque do limite. O Instagram colocou uma nova opção que ele notifica você quando você está há muito tempo vendo *Reels*. Eu ignoro isso, mas quando aparece uma coisa assim, eu falo "chega por hoje". São conteúdos sobre vazio existencial, hoje é isso que me pega. Eu vejo que as pessoas postam conteúdos criticando o que não está no nosso controle, sabe? Tipo, aquelas coisas de depois que você morrer, vai morrer seu filho, ninguém vai se lembrar nem da cor da sua pele. Então, esses conteúdos mais aprofundados e que é uma coisa que não vale a pena você ficar pensando... Deixa você mais depressivo, essa é a verdade. Eu não gosto disso aí, não. Quando eu vejo, eu já denuncio. Qualquer coisa de abuso também. Abuso de animal, principalmente, que mexe muito com a gente. Abuso de ser humano. E também a questão que, hoje nem tanto, mas eu já tive muito problema com autoestima, então tinha muita comparação também. Tinha muita comparação com outras pessoas.

E eu tinha um problema com a minha barriga. Eu tenho um buchinho, sabe? Não é aquela barriga sarada. Hoje em dia, eu entendo que isso é normal da mulher, é estranho você não ter. Se você não tem, você teve que fazer muita coisa. Uma melhor normal, saudável, tem buchinho. Mas quando eu era pequena, era bem barrigudinha. Conforme cresci, eu emagreci.

E minha irmã olhava para mim, falava que eu era barrigudinha. Daí, eu fiquei com isso na cabeça e toda pessoa que olhava era a barriga. Toda pessoa. Hoje em dia não tenho nenhum problema com isso, mas eu tinha, nossa, odiava. Hoje em dias as mulheres até falam mais abertamente no Instagram sobre isso, né? Não é bem assim, é foto, é ângulo. Mas antes eu não entendia isso. Parece que todo mundo é bonita e eu não! Eu era bonita, mas minha barriga era de buchinho e a delas era reta. Eu não entendia isso como normal.

A. S. - E isso não te incomoda mais?

E.11. - Nem um pouco.

A. S. - E pensando um pouco nisso que foi, que aconteceu, você consegue apontar assim, alguma pessoa que você via no Instagram com quem você se comparava? Você consegue falar de alguma mulher, ou alguma foto ou vídeo?

E.11. - De ver, mulher no Instagram, não. Que eu vi, era coisa que passava. Mas na vida real já teve sim.

A. S. - Como foi isso?

E.11. - Eu tinha um amigo que ele é um irmão para mim, sabe? A gente é muito amigo. Ele é namorado de uma amiga. E ele achava muito linda a minha prima. Por que que ele achava muito linda a minha prima? Porque ela não tinha barriga nenhuma.

Tinha a barriga bem lisinha. Aí, ele ficava falando disso na minha orelha. Isso me irritava muito, porque eu ficava comparando, não podia ver ela, que eu ficava mal tinha hora.

A. S. - E essa emoção, isso que você sentia em relação a sua prima. Como que se chamaria isso que você sentiu? Que nome você daria para isso?

E.11. - Nossa Senhora. Acho que é desejo. Injustiça, um pouquinho também. O que ela fazia? Por que ela tinha um e eu? Essa era a questão. Pensava que um físico fazia nascer uma pessoa melhor do que eu.

A. S. – Essa "injustiça", você também sentia em relação a pessoas ou a alguém que você via no Instagram?

E.11. – Hoje em dia, não. Se a pessoa tem mais, é porque ela se esforçou para isso. Sei lá, casou com um velho rico e ele colocou silicone nela ou nele ou faz academia que nem louco, não tem a mesma realidade que eu, sabe? A pessoa tem uma condição financeira melhor, tem uma condição de transporte melhor. Tem incentivo também, então tem vários fatores que influenciaram aquilo. Às vezes, eu acho injusto olhar pessoa na rua e ser por genética, a pessoa não ter barriga ou a pessoa ter um bundão, sei lá. E eu acho injustiça. Mas é uma coisa que passa muito rápido, porque eu entendo que eu sou um ser humano normal, eu nasci assim e não tem nada de errado com isso. Errado é você nascer com alguma doença, sem braço. Isso foi uma coisa que que me fez mudar. Eu sou feminista. Tem gente que não gosta, só que eu não sou extrema, não sou femista. Porque tem gente que confunde muito feminismo com femismo que é o contrário do machismo, é você achar que mulher é superior ao homem.

E o feminismo é você querer igualdade. Igualdade em questão de força, por exemplo. Tem aquele papo de homem que "quer igualdade, carrega um saco de cimento". Mas a mulher teria que carregar um saco de cimento compatível com a massa corporal dela igual homem carrega. Então tem toda essa questão aqui que eu observei. Muita coisa eu fui pesquisar, né? Eu fiz muita terapia por uns dois anos.

E e ale me ensinou a falar o porquê das coisas. Eu sempre fui de perguntar o porquê das coisas, mas ela me ensinou a olhar para mim e falar o porquê. Por que que eu me incomodo com ela que te a barriga mais sarada que eu? Tá, mas por que que isso é bonito? Quem falou

que isso é bonito? Daí, eu cheguei a conclusão que é por causa de homem. Se a gente for numa relação de heterossexual, né? Homem e mulher. A mulher quer agradar o homem. O homem falou que isso é bonito, só que você não tem que agradar homem nenhum. Por isso que a gente criou é, eu acabei criando esse tabu. Só que eu entendi que não tenho que agradar nenhum homem, isso é completamente normal, assim como eu tem várias mulheres assim. Não tem nada de errado nisso.

A. S. – Essa coisa da comparação. Pensando em redes sociais, ela acontecia mais em relação a essa questão física. Tinha outras coisas que também chamavam a sua atenção?

E.11. - Acho que é só questão física. Hoje em dia eu olho muito para a questão econômica. Às vezes, eu olho para questão econômica, só que não com esse olhar de "quero ter". Olhar de piada mesmo. Porque, hoje dia, o que mais tem na internet e no Instagram, é gente querendo vender curso, falando que você vai ficar rico comprando um curso dela, entendeu? Se fosse assim, todo mundo ia ser rico, isso não existe. Aí, a pessoa fica ali ostentando e eu penso: 'Meu Deus, que piada". Tem gente que eu sei que se compara. Eu não me comparo. Eu sei que tem gente se compara e pensa que aquilo ali é uma coisa, às vezes nem é real, é, a pessoa pensa que é real, né?

Essa cultura da ostentação. Eu não tenho isso em mim, pelo menos não nesse foco mais popular. Às vezes eu posso comprar alguma coisa mais cara, com coisa material de trabalho, mas nessa questão de roupa, casa ou carro, não. Porque estudando finanças eu não tem nem como aceitar que eu sou pobre. Então não dá. Não dá para você ficar ostentando, se você ficar tentando, sempre vai continuar pobre, sim. Então você tem que ter ali seus limites para você poder evoluir financeiramente.

A. S. – E você acha que viu no Instagram, em algum momento no passado ou atualmente, algo te provocou inveja?

E.11. – Ah, no passado já, hoje em dia, nem tanto.

A. S. – Lembra de algo específico, algum exemplo?

E.11. – Vou dar um exemplo bem tosco. Eu vi uma casa de uma mulher cheia de gatos. Eu morro de vontade de ter um monte de gatos, mas minha mãe não deixa, porque minha irmã tem alergia. Eu fiquei com inveja. A prioridade da minha vida é ter uma casa e ainda não tenho. Eu vi aquela casona assim, a pessoa é herdeira. Ela não precisou trabalhar para ter aquilo, já fiquei com inveja também.

E também no passado, na questão de físico. Eu via alguma mulher que era aquele padrão da sociedade. Aquilo me dava inveja também. Acho que são esses três fatores.

A. S. – E para você, o que que é inveja? Como você define com as suas palavras?

E.11. - É o querer ter o que o outro tem e eu não tenho. Agora, sabe? Instantâneo.

A. S. - Algo que viesse assim, bem rápido, né?

E.11. - Olhar e falar "a pessoa tem e eu quero também". Mas, o que a pessoa conquistou, não foi do dia para a noite. Pra ter um corpo sarado, tem que fazer academia, tem que ter alimentação, investimento, nada é assim. Essa é a minha definição para a inveja, pode ser que seja um pouco errada.

A. S. - Como foi essa experiência de sentir inveja?

E.11. – Ai, é ruim? Então, acho que, às vezes, a gente, mas nem sempre, que é mulher acaba falando mal porque tem aquela coisa do ego. Quando você está... Tem que ser humilde, tem que admitir, quando você está no nível mais baixo de certos aspectos, não estou falando que eu sou menos do que a pessoa, mas, por exemplo, no corpo. A pessoa tem um "corpão" e você não tem. A gente acaba diminuindo a pessoa porque ela tem um corpão, mas tem um rosto feio, entendeu? Você fala que aquela tem um corpão, mas a cara dela parece um urubu, a sobrancelha dela está grudada. Muitas vezes, o ser humano faz isso de querer passar por cima assim, sabe? Ao invés de aplaudir. No geral, o sentimento de inveja é um sentimento ruim, porém passageiro. Às vezes, acaba motivando a gente, sim. Em alguns casos, acaba motivando.

A. S. - Como assim?

E.11. - É, eu vi um corpo bonito na internet. Aí, eu queria tanto ter o que ela tem. Tá, então você vai ficar aí reclamando, só falando. Vai tentar conseguir. Aí, você começa a se culpar. "Olha aí, nossa, eu tô evoluindo. Eu estou mais que ela, estou menos que ela", aí começa a pegar fogo. Ficava motivando, sabe?

A. S. - Entendi. Uma coisa que eu fiquei pensando enquanto você falava.. E que outras coisas vêm junto com a inveja? O que mais você sentiu?

E.11. – Ah, dá um pouco de tristeza, né? Pela comparação de se achar menos que a pessoa. Motivação, dependendo do caso. "Ah, estou triste", o que eu vou fazer para mudar isso, né? Aí você acaba se comparando, então comparação, motivação e tristeza. Acho que esses são os sentimentos que dá para comentar.

A. S. - Sabe uma coisa que me chamou a atenção quando você falou da inveja? Sobre se algo que passa rápido. Como é esse que se passar rápido?

E.11. – É que no Instagram a gente é bombardeado por tanto conteúdo que você vê ali, fica triste, sente inveja, mas passa a tela, passa de novo, e de novo, esqueci!.

A. S. - Entendi.

E.11. – Não é igual pessoalmente, que você fica lembrando, fica vendo. Às vezes, sim, você vê outra mulher, mas acaba não se comparando tanto igual era a outra. Você acha a outra mais bonita do que essa.

A. S. - Na vida, fora das redes sociais, você já teve inveja de alguém?

E.11. - Já.

A. S. - E como foi essa experiência?

E.11. - Foi uma competição sem linha de chegada, sem sentido. Eu tentava alcançar o que a pessoa tinha e quando eu não conseguia, ficava muito frustrada. Em compensação, quando eu conseguia, ficava feliz, mas não tinha tanta importância.

A. S. - E era uma outra outra menina, talvez uma outra mulher?

E.11. - Sim, uma menina e um menino

A. S. - São dois casos distintos?

E.11. - Sim, a menina é a minha irmã mais velha. Sempre senti inveja dela e uma certa pressão. Hoje em dia, nem tanto, já parei com isso, mas eu tive isso na minha cabeça que eu olhava muito para ela e não olhava para mim, não entendia que eu era um ser humano diferente dela.

Como ela sabia tocar violão. Eu queria tocar alguma coisa também, aprender a tocar alguma coisa. Eu queria tocar teclado. Ela sabia cantar bem. Eu queria saber cantar bem, eu fui tentar aprender cantar bem. Ela passou numa faculdade, conseguiu bolsa. Eu também consegui bolsa. Ela se veste assim, com essa roupa, ela gosta, eu vou vestir assim, com essa roupa, eu gosto. Ela escuta tal música. Eu escutava a mesma música que ela porque eu queria ser igual a ela.

E o menino é o meu namorado. Teve uma época na minha vida que eu olhei essa parte de querer emagrecer e falei “eu vou fazer alguma coisa” e o meu namorado, ele é atleta, né? Então, sempre treinou muito e ele aguentava treinar três horas por dia e eu não. Eu ficava com inveja dele, tentava alcançar ele.

A. S. - Você queria ter o que ele tinha nesse caso?

E.11. – É, a disposição.

A. S. – Certo.

E.11. - Não entendia que era um processo. Ele treinava três eu dizia que queria também. Por que eu não aguento? Treinava uma hora e já ficava morrendo. Mas não, se ele consegue, eu também consigo.

A. S. - Não tinha essa noção do seu limite, né? Porque era diferente do dele, o corpo e tudo o mais como você falou antes, não é?

E.11. – Sim, para ele era rotineiro e ainda é, para mim, que estava começando a treinar, não. Eu fui comparar por essa questão física, de academia, que ele faz musculação dele, ele gosta. Ness época eu comecei a fazer em casa, inclusive. Não era nem na academia. Ele aguentava ficar lá um tempão treinando, mal sabia eu que ele nem ficava treinando esse tempo todo, mas, na minha cabeça ficava. E eu queria fazer igual, só que sem parar.

A. S. - Você acha que as redes sociais, em geral, influenciam na comparação com outras pessoas a ponto de até causar inveja?

E.11. - Eu acho que é uma proporção maior, porque inveja sempre teve. Só aumentou a proporção mesmo. Como eu disse, eu tinha muita inveja de pessoas a minha volta. Uma prima, minha irmã. Sempre teve, daí gera a questão de fofoca, né? Às vezes, duas pessoas até têm inveja da mesma pessoa e elas começam a falar mal, focar, né? Procurar as coisas negativas.

Acho que o Instagram só aumentou essa proporção. Agora eu consigo ver pessoas lá no Mato Grosso e ter inveja delas. Antes eu só tinha inveja de pessoas no no meu bairro.

A. S. - Você ainda acha que alguns momentos que sente algum desconforto que com algo que você vê no Instagram, quando vê alguma pessoa, pode ser chamaddo de inveja?

E.11. – Não. Eu tive inveja, sim, de uma pessoa só atualmente, mas foi um caso muito complexo. Teve um baile, desfile. Sabe esses bailes de rodeio do interior?

A. S. - Sim.

E.11. – Então, eu ganhei. Só que eu passei por um trauma, porque na festa a organizadora foi super irresponsável, eu era menor de idade na época. A gente entrou com um processo, eu e minha mãe e eu me comparava muito com a menina que ganhou esse ano, eu ganhei do ano passado. Por que só eu tive que passar por isso e ela não passou? Eu que fui a “premiada”. Tinha inveja da tranquilidade que ela teve e eu não tive.

Acho que hoje em dia, a inveja para mim é mais questão de vivência do que comparação de física. Como eu disse, isso já é assunto que não tem mais importância. Agora, a questão de vivência. De ver antes da pessoa ter, às vezes acaba sentindo inveja, sim.

A. S. - Como que é isso? Consegue me explicar melhor?

E.11. – Eu senti inveja de uma menina há um tempo atrás, porque ela sabe pilotar moto e eu não.

A. S. - Entendi.

E.11. - Eu tirei carta, ia na autoescola, mas lá, as motos são aceleradas. Eu não consigo dirigir moto sem ser acelerada. E eu dirijo super bem? Mas não consigo.

A. S. - E essa pessoa? Você conhece ela fora das redes, conhece ela na vida essa moça?

E.11. - Isso.

A. S. – E por que que você acha que o que você sente por ela é inveja, pela questão dela conseguir pilotar a moto?

E.11. - Porque eu queria ter algo que ela tem e eu não tenho. É uma habilidade, no caso.

A. S. - Que está mais associada a essas vivências, como você falou. E você já postou alguma coisa recente hoje em dia, ou talvez em algum momento da sua vida para provocar inveja nas pessoas?

E.11. - Não que eu me lembre. Eu já postei coisas que podem ser que tenha causado inveja em algumas pessoas, mas não foi pra isso que eu postei.

A. S. – Como o quê?

E.11. - Faixa, bolsista. Né? Para mim, como venho de uma família simples, ser bolsista, passar no Enem é algo a se comemorar. Tem gente que tem vergonha. Eu não, tô muito orgulhosa do que eu tenho. E eu postei, né? Às vezes, a pessoa ficou com inveja porque ela não passou.

Mas não foi com esse intuito. Eu postei só para compartilhar um momento, para deixar registrado ali caso eu perdesse minhas fotos, minhas coisas. Eu tenho alguma coisa guardada por rede social, as fotos ficam guardados na conta.

Também para compartilhar com quem é próximo, amigos, parentes, quem quer a minha felicidade. Pode ser que tenha causado inveja em alguém. A questão do baile mesmo, pode ser que tenha causado inveja em alguém, não postei com essa intenção.

A. S. – Além do Instagram, quais são as redes sociais que você mais usa hoje?

E.11. - Hoje o que eu mais uso é WhatsApp.

A. S. - Entre o WhatsApp e o Instagram, qual deles que você usa mais?

E.11. – WhatsApp. E o *YouTube*.

A. S. - Por que você usa bastante o *YouTube*?

E.11. - Para estudar. O *YouTube*, é uma porta para quem não tem condição, que é uma porta enorme, que abriu na vida das pessoas e ali eu tenho acesso à educação. Estudo inglês pelo *YouTube*. Estudei para o ENEM pelo *YouTube*. Vejo meus adicionados, que eu amo adicionar pelo *YouTube*, estudo super finanças, que algo que eu nunca tive acesso, que minha família tem uma base, mas não é uma base tão grande assim. Sabem o básico de saber guardar um pouquinho. Estou vendo sobre investimento pelo *YouTube*. O Instagram é uma coisa mais que distrai. Antes, dava a desculpa da loja, só que agora eu fechei a loja para tirar isso e não ficar no Instagram bobeando. Ver só de vez em quando mesmo. E o WhatsApp, tudo: família, promoção na Shoppe... Ela não é uma rede social, né?

A. S. - Não é bem uma rede social. É mais uma plataforma de venda.

E.11. - E eu vejo bastante grupo de promoção, grupo da faculdade. Grupo de curso que eu faço. Conversar com a minha mãe, meu namorado, que atualmente a gente está tendo um namoro à distância. Hoje ele está aqui porque ele hoje ele vai ter a formatura do pai dele, como eu disse para você.

Mas até então, a gente agora está namorando à distância. Ele vem aqui uma vez por semana, uma vez a cada 15 dias. Faz pouco tempo isso, ele teve que se mudar para evoluir na carreira profissional dele. Aí eu acabo usando bem mais o WhatsApp para comunicação com quem é mais próximo.

A. S. - Que momentos hoje você para dar uma olhada no Instagram? O que te leva a fazer isso?

E.11. - Quando alguém me manda uma mensagem, vem a notificação de *Direc,* ai vou responder a pessoa. Às vezes é um *Reels* que a pessoa me mandou, aí eu já fico ali. Quando eu vi, já passou horas. Antes eu ia para ver a loja. Ninguém mandou mensagem via amanheci isso e vai postando stories. Antes eu ia pra ver a loja, se alguém mandou mensagem. Hoje em dia é mais isso. E pra postar no Stories. Eu faço engenharia ambiental, não que tenha muito a ver, engenharia ambiental é mais questão de ambiente, mas eu gosto muito de planta. Às vezes eu vejo alguma diquinha no *YouTube*, funciona pra mim, eu vou lá e posto no Instagram algo que vai ser o útil. Algum aviso, algum alerta, esse da escala 6 por um, por exemplo, eu já compartilhei no *Stories*.

A. S. – Essa questão da escala escala 6 por um chamou sua atenção, né?

E.11. – Ah, sim, com certeza. Eu não trabalho na escala 6 por um, mas eu entendo super quem trabalha, é muitas vezes desumano. A pessoa não tem tempo livre para fazer nada, para evoluir, para estudar. Pra ficar sem fazer nada também, às vezes. Tem que ter essa questão de saúde mental.

A. S. – E você não têm nenhum diagnóstico, não tem nenhuma dificuldade emocional hoje?

E.11. – Fui diagnosticada com depressão e ansiedade que eu desenvolvi durante a pandemia. Sempre fui ansiosa? Isso é genético mesmo, a minha mãe tem, a minha avó tem, né? E passou para mim. Só que aí veio a pandemia, cagou na saúde mental de todo mundo, cagou na minha também, fiquei depressiva. Quase tive um treco. Aí eu comecei a passar no psicólogo, hoje em dia eu faço uso da sertralina. Aí não tem mais problema, não. Tive alta do psicólogo. Eu voltei a passar na psicóloga por causa desse negócio do baile aí. Mexeu muito com a minha cabeça, mas também já passou.

A. S. - Pra gente já encerrar: pensando nas redes sociais de forma geral e no Instagram também, qual é a sua visão a respeito delas?

E.11. – Redes sociais, no geral, são algo bem complexo na cabeça da gente, né? Porque é entretenimento. A gente vai lá, a gente fica preso, porque está liberando serotonina na cabeça. Está feliz de ver os vídeos. Só que quando você sai daquilo como qualquer vício, você fica triste por não fazer, fica sem saber o que fazer. Eu estou me deparando muito com isso, hoje em dia. Fico o dia inteiro no celular, seja estudando, seja ouvindo música e. quando eu saio do celular, fico desnorteada, não sei o que fazer. Aí eu tenho que parar, pensar "péra, o que eu preciso fazer hoje?". Aí, já fico com aquela abstinência de querer pegar o celular e tento me controlar pra ficar um pouquinho sem, porque tá demais. Eu consigo reconhecer isso. É por causa da minha geração, né? Eu não sou tão nova, a minha irmã mais nova tem 14 anos.

Ela é de 2010, é essa geração mais atual. Para ela, ela não tem essa noção de estar demais nas redes sociais. Eu já tenho essa noção. A minha irmã que é mais velha que eu, temos cinco anos de diferença, né? São sete anos para a mais nova, cinco para a mais velha. Ela já tem bastante dessa noção já. Eu, mais ou menos e a minha irmãzinha não tem.

A. S. – Certo. Tem alguma coisa mais que você gostaria de falar sobre a sua experiência como uma usuária ativa do Instagram?

E.11. - Não. No geral, redes sociais, celular, tudo pode ser uma oportunidade ou pode ser um veneno. Agora, depende de você, do seu autocontrole, da sua disciplina, da sua. É acho que se eu. Como que fala mais ação de você tomar 11 ação, você ações, da ação de fazer algo com isso e não ficar só na plateia aplaudindo.

A. S. - Legal, interessante, Vou parar por aqui e encerrar a a gravação.

Antonio Souza - Já estamos gravando.

Entrevistada 12 – Tenho 20 anos e estou no sexto semestre do curso de Publicidade e Propaganda. Moro em Sorocaba.

A. S. - Desde que idade você teve acesso às redes sociais?

E.12 – Eu demorei para ganhar um celular dos meus pais. Tive o meu primeiro celular quando eu tinha 15 anos. E, hoje em dia, se você olhar para as crianças, muitas já estão com o celular na mão. Eu acho que o meu primeiro contato começou quando eu tinha uns 12,13 anos, mas era muito pouco. E como eu não tinha celular, eu usava o da minha mãe. Eu não tinha o Instagram, eu tinha o Facebook. Mas eu nem mexia quase. Aí começou quando eu tinha 14, 15 anos, quando ganhei meu primeiro celular. Aí eu criei um perfil no Instagram, comecei a usar mais o Facebook.

A. S. – Então foi com esse celular que você começou a acessar o Instagram com 15 anos?

E.12 - Sim, porque eu tinha um perfil, mas eu não ficava ali o dia inteiro. Porque eu não tinha acesso a celular, era só de vez em quando. Eu usava, meia hora por dia, tienha dia que nem mexia. Só quando tive um celular que passei a ver o perfil das pessoas, a postar coisas.

A. S. - Então, foi a partir dos 15 anos que você começou realmente a ter os seus perfis no Instagram, Tik Tok?

E.12 – Isso, o Tik Tok veio na pandemia, na verdade, em 2020, então eu tinha 16. Mas primeiro eu comecei com o Instagram, aí um ano depois, o Tik Tok. O Instagram foi em 2019. Se eu estiver muito errada, em 2018.

A. S. - E por que que você criou um perfil no Instagram no começo?

E.12 - Antes, o Facebook era muito famoso, né? Quando eu tinha meus 13, 14 anos, era o Facebook que dominava. Só que é o Instagram começou a ficar mais popular. E aí a maioria das pessoas tinha. Eu gostava também, porque eu sempre gostei muito de foto e eu sempre gostei muito de redes sociais, por isso que eu trabalho em publicidade também. É e aí eu resolvi criar um perfil, porque eu tinha ganhado meu celular também e eu quis criar mesmo pra postar. Era uma coisa que eu sempre gostei. Eu tinha, na época, a gente chamava de *daily*, que eu tinha com uma outra amiga minha, que além do meu perfil, tinha um outro junto com a minha amiga e a gente postava foto, postava vídeo, eu sempre gostei, entendeu?

E eu postava, tipo, para mim mesmo, para mim, guardar as fotos que eu tinha. Eu já tive perfis meus que eram fechados só para mim. Onde eu não deixava ninguém seguir, porque eu olho pro Instagram e eu não sei uma palavra que eu poderia definir, mas, me traz memórias, me traz lembranças boas, entendeu? Por isso que eu gostava de postar muitas fotos. Hoje em dia eu

não posto tanto. É muito difícil postar alguma coisa, mas quando eu criei era mais comum. Eu gostava muito.

A. S. - Você falou dessa coisa, das memórias. Por que que você gostava assim de usar o Instagram como um lugar para guardar memórias? Que tipo de memória você gostava de registrar e guardar?

E.12 - Por exemplo. No Instagram meu que era só para mim, eu postava coisas que eu não postaria para no Instagram normal, por exemplo, pra outras pessoas verem. Eu sempre fui tímida, então, eu gostava muito de postar foto, mas eu também sou muito tímida. E eu sou muito perfeccionista, então eu tinha que escolher a foto que fosse a mais bonita. Isso desde que eu era nova. Só que esse Instagram que era privado, só meu, eu postava sem filtro, eu diria. Mas hoje em dia eu não uso mais, mas eu tenho logado, então se eu entrar no meu celular aqui eu tenho vídeos meus que eu gravava falando e aí eu para mim é uma lembrança, porque quando eu assisto eu lembro do momento que eu estava e para mim é muito gostoso assistir isso, sabe? Ver que está ali, que não vai se perder.

A. S. – Antes desse *smartphone* com o qual você passou a acessar mais as redes sociais, você teve outro?

E.12 - Eu já tive quando criança, aqueles de tecla mesmo, sabe? E aí, esse que eu ganhei dos meus pais já era digital. Não tinha tecla, era da um da Samsung e eu fiquei um bom tempo pedindo para os meus pais, mas eles não queriam me dar. Então, demorou bastante, pra eu ter, mas já tive, sim. Só que não tinha redes sociais. É mais porque acho que tinha joguinho no meu celular.

A. S. - Quanto tempo você acha que você gasta por dia no Instagram?

E.12 - Mais do que eu gostaria de gastar Além de eu trabalhar com o Instagram, eu trabalho em uma agência de publicidade, então eu tenho os clientes que eu preciso fazer a postagem. Tirando eles, eu acho que agora, assim, de férias, eu acho que estou gostando umas duas horas do dia, duas horas e meia no Instagram.

Assim, à toa mesmo. E se não for isso, eu gasto tempo no Tik Tok, então fico intercalando entre um e outro. Isso foi até pauta de uma conversa que eu tive com uma amiga minha esses dias, que nas férias é muito fácil ficar ali rolando vídeo do Instagram, então pensei duas vezes, “nossa, eu queria fazer alguma coisa legal”, mas é mais fácil pegar meu celular de ficar rolando Instagram do que eu fazer essa coisa que eu queria estar fazendo.

Então eu percebo que, nesses últimos dias, eu estou passando bastante tempo no Instagram e eu fico vendo *Reels*, então é vídeo. É mais vídeo do que foto, assim comono Tik Tok, que é mais vídeo também.

A. S. - E sobre o que são esses *Reels* que você tem visto ultimamente?

E.12 - Olha, a maioria é. Não sei explicar, mas são frases, por exemplo. Tem vídeos que aparece uma praia e aí uma frase, por exemplo, tinha uma que ficou guardada para mim que foi sobre que aproveitar a vida, às vezes não é sobre viajar, sobre conhecer lugares novos, mas sim, estar presente no momento de agora, sem pensar no futuro, sem sofrer com ansiedade. Então, envolve muita coisa motivacional, eu diria. E vejo muitos vídeos de blogueira, de comprinhas, de maquiagem, de "arrume-se comigo", bem coisa de mulher mesmo.

A. S. - Certo. E assim, além do *Reels*, o que mais que você costuma ver no Instagram, que partes dele você acessa?

E.12 - Vejo os *Stories*, eu vejo bastante porque eu sigo muitas blogueiras que eu gosto mas de acompanhar mesmo e ver como é o dia a dia delas, estou sempre de olho para ver o que que elas postaram. E quando eu entro no Instagram, se eu pego meu celular e abro o Instagram, a primeira coisa que eu faço é ver o *Stories*. Eu não vou pro *Reels* direto, já vou para os *Stories*. Depois, quando eu canso de *Stories*, aí eu vou ver os *Reels*.

Mas, além dos vídeos, eu vejo as fotos que as pessoas que eu sigo postam. Então eu gosto muito de ver, tipo carrossel, dizem que é quando tem várias fotos, né? Eu gosto bastante e até mesmo coisas, diria educacionais até, porque sigo alguns perfis de publicidade que postam sobre criação de conteúdo. Eu gosto de acompanhar também. Então, além dos vídeos, tem essas outras coisas também.

A. S. - Certo. Você comentou que vê bastante blogueiras, né? Quem mais que você segue assim no Instagram, quem são essas pessoas?

E.12 - Pessoas da minha vida, que fazem parte da minha vida, como familiares e amigos. E eu gosto também da área de odontologia, então eu sigo muitas, dentistas. E até diria que algumas delas são blogueiras, porque postam bastante a vida no consultório e dicas, postam até a roupa que estão usando. E eu gosto muito de acompanhar. A maioria são as pessoas, são blogueiras as doutoras dentistas, meus familiares e amigos.

A. S. - Uma curiosidade: por que esse interesse pelas doutoras dentistas aí?

E.12 - Eu já quis fazer odontologia.

A. S. - Aaaah.

E.12 - Eu gosto muito dessa área. Até hoje em dia eu já cheguei a pessoa "nossa, vou trancar a faculdade de mudar de curso", mas não tive coragem de trancar porque acho que publicidade é muito amplo. Dá pra usar pra tudo. Era uma vontade minha, só que na época, eu fiquei muito em dúvida entre odonto e publicidade. Eu acabei fazendo publicidade, que é mais barato também.

A. S. - Com certeza.

E.12 - E aí, até eu já estava na faculdade. Eu cheguei a passar em odonto, numa estadual ainda por cima, mas eu não quis porque eu já tinha começado publicidade, já tinha feito quase dois meses de aula eu estava gostando.

Aí, eu não quis mudar naquele momento, mas se fosse hoje em dia, acho que talvez eu mudaria. Dependendo. Eu gosto de acompanhar a rotina delas porque eu já quis estar nesse lugar. Eu já quis ter essa vida, vamos dizer assim.

A. S. - Isso me adianta um pouco que eu ia perguntar, mas por que que você gosta de ver essas pessoas no Instagram?

E.12 - Porque eu gosto de acompanhar a rotina delas. Às vezes me motiva, ver uma pessoa, eu executo alguma coisa que a pessoa falou e me sinto motivada para começar o meu dia também. Às vezes, ela posta alguma coisa legal. E eu falo "nossa, eu quero fazer também". Eu gosto de acompanhar porque eu acho que me dá ânimo para fazer as coisas, sabe? E eu gosto de acompanhar pessoas que mostram rotinas reais, então, pessoas que mostram que, assim como tem dias muito bons, também tem dias ruins. Também tem fases ruins. E eu não gosto de acompanhar pessoas que postam só as coisas bonitas, só coisas perfeitas, entendeu?

Eu sou bem seletiva assim com as pessoas que eu sigo, até diria que, quando eu entro eu vejo muitos Stories, como eu disse, eu entro primeiro nos *Stories*, os que aparecem para mim são sempre os mesmos, das mesmas pessoas que eu acompanho. Muito difícil eu ver aqui alguém diferente assim, e eu acho que eu sigo umas 900 e poucas pessoas. É bastante, né? Mas que eu sei da vida mesmo, são umas 10,15.

A. S. - E você consegue mencionar alguns exemplos d quem são essas pessoas?

E.12 – Consigo. De dentista, tem uma aqui de Sorocaba, o nome dela é Carolina. Eu já fui no consultório dela, já tive contato com ela.

É um amor de pessoa, então eu gosto muito de acompanhar a rotina dela. Eu acho muito legal o jeito que ela trabalha, o jeito que ela posta nos S*tories* e tudo. Eu acho muito legal a estética dela, vamos dizer assim. Eu gosto muito de acompanhar, as coisas que ela faz no consultório, as pacientes. Tem uma outra blogueira que acho que ela mora em Belo Horizonte, se eu não me engano, que é a Júlia. Eu gosto muito de acompanhar ela também, porque ela mostra a rotina dela de treino na academia. Eu gosto bastante de acompanhar. Ela fala muito de religião, então, eu gosto de ver também. Deixa eu pensar em uma outra. Tem uma prima minha que está sempre postando as coisas também. Eu gosto de acompanhar, tenho duas amigas que tem loja de roupa que eu gosto de acompanhar também. Tem uma outra amiga minha também, que posta bastante da rotina dela. Eu também gosto de acompanhar, mas no geral são essas

pessoas, são pessoas que eu me sinto mais próxima. Tem, claro, essa blogueira que eu nunca vi pessoalmente, mas eu me sinto próxima dela de tanto que eu já vi os *Stories* dela. Que eu consigo citar de cabeça, são essas. Mas, se lembrar de outras, eu falo.

A. S. - Claro, claro. E me fala uma coisa nessa, nessa rotina de ver um pouco do que é a vida das pessoas, o dia a dia, você já viu alguma coisa que te trouxe alguma sensação desconfortável?

E.12 – Provavelmente, já. Só não consigo lembrar se foi... Por exemplo, eu já vi uma pessoa postando coisas que pareciam golpe, sabe? Isso me trouxe um desconforto, mas eu sabia que era porque o Instagram da pessoa tinha sido hackeado.

Só que me sentia tão próxima da pessoa que, quando eu vi, eu falei "meu Deus, eu preciso denunciar" e isso gerou um desconforto, né?

E eu não lembro se já teve alguma situação de tipo que eu vi e não gostei. Assim, que a própria blogueira foi lá e postou ou uma pessoa conhecida foi lá e postou, agora, eu não me lembro se teve alguma. Mas provavelmente já, quando eu era mais nova, provavelmente deve ter tido.

A. S. - Certo. E você acha que assim, quando você vê as pessoas assim, essas pessoas que você mais acompanha no Instagram hoje, você se compara com elas, com suas vidas?

E.12 - Sim, é um pouco inevitável até não comparar às vezes, porque a gente é bombardeado por milhões de fotos e vídeos, enfim. E porque, apesar dessa saber que muitas blogueiras postam as coisas reais, eu sei que elas, eu tenho consciência de que elas também escolhem o melhor ângulo, a melhor foto o melhor lugar, a melhor luz, a melhor maquiagem, a melhor roupa. É por isso que tudo parece tão bonito, tão perfeito. Isso já foi falado também em uma sessão com a com a minha psicóloga. Eu acho que uma das coisas que mais me fazem comparar com essas blogueiras, enfim, as pessoas que eu sigo é que elas viajam muito. E eu estou num período da minha vida que eu não estou conseguindo viajar, porque são muitas demandas. E tem a faculdade ,mesmo nas férias agora eu não vou conseguir viajar. E quando eu vejo alguma foto de uma pessoa viajando, é um pouco inevitável não olhar e pensar: "Nossa, eu queria muito que fosse eu. Eu queria muito que fosse comigo. E também já aconteceu de, por exemplo, a pessoa postar um *life style*. Por exemplo: ai, ela vai muito na academia, ela é muito saudável, ela faz isso, ela tem disposição. E ela acorda cedo. Já aconteceu de eu me comparar e ficar "nossa, mas eu não consigo acordar esse horário. Eu não consigo focar na academia dessa forma, não consigo comer saudável desse jeito". Porém, como eu sempre fiz terapia, eu sempre trouxe isso para minha psicóloga e antes eu me culpava muito pelo fato de, nossa, não estou tendo tempo de ir na academia porque eu faço faculdade e trabalho ao mesmo

tempo, né? Então, eu não consegui encaixar academia e aí eu fiquei um bom, umas boas, semanas falando sobre isso. Foi no ano passado isso. E aí, a gente chegou à conclusão que nem todo mundo precisa fazer igual elas fazem. Então, é um assunto que hoje, para mim, é super tranquilo de falar, mas o que eu percebo que eu mais me comparo em relação a viagens e ao *life style* que a pessoa vive.

A. S. - Nesses momentos de comparação, você conseguiria descrever assim ou talvez lembrando de alguma situação de algo que você viu, o que que você sentiu naquele momento?

E.12 - Consigo. Tem uma blogueira que eu acho ela, ela tem um *lifestyle* de vida que eu queria ter, um que é um sonho meu, que eu sei que agora não é possível porque tem muita coisa ainda para conquistar, mas que eu queria muito ter. Sempre que eu vejo uma foto dela, eu falo "nossa, queria muito viver isso". E ela tem uma filha pequenininha, ela tira muitas fotos com a filha dela, que é linda, uma princesa. Quando eu vejo a foto, eu falo "nossa, eu queria muito viver isso". Eu sei que não é o momento, Deus me livre, está muito longe ainda, mas eu olho e me traz uma sensação de "não é possível que eu não vá ver isso também. Que eu não vá ter uma filha bonita assim, que eu não vá tirar uma foto bonita assim, que eu não vá conhecer um lugar assim. Só que nunca foi uma sensação de, tipo, uma sensação ruim de "nossa, eu não vivo isso, meu mundo acabou".

É sempre uma sensação de "eu quero viver isso". Mas não como algo ruim, sabe? Mas, no geral, assim é dessa forma de "nossa, eu quero viver isso. Quero conhecer esse lugar. Já aconteceu de eu ver um restaurante, a foto da comida, e eu "nossa, eu quero ir nesse lugar, quero conhecer esse lugar também". No geral, são essas sensações que eu tenho.

A. S. – Certo. E você acha que muitas dessas coisas que você às vezes vê e tem vontade, você acha que se não fosse pelas redes sociais, você desejaria essas coisas?

E.12 - Eu acho que as redes sociais intensificam aquilo que eu sinto. Elas, como que eu posso dizer? Tipo, eu queria alcançar mais rápido por conta do tanto de vezes que eu vejo isso. Mas o que eu quero, como eu falei dessa blogueira, dessa vida que eu quero.? Eu sempre quis. É algo que sempre esteve comigo, mas agora eu sinto que é mais intensificado porque eu estou sempre vendo uma publicação dela. E, por exemplo, em relação às viagens que eu falei, que é uma coisa que pega muito para mim nesse momento da minha vida, eu tenho muita vontade de conhecer outros lugares.

Eu tenho muita vontade de viajar para fora, de conhecer vários países, mas eu sei que isso vai demorar porque eu ainda não "cheguei lá". E aí, quando eu vejo o perfil dela, que parece que a cada mês ela está em um lugar diferente, é um pouco frustrante, porque não tem como não se comparar. Então eu olho e parece que se intensifica esse sentimento. Só que se não

tivesse o perfil dela, eu sinto que eu iria querer do mesmo jeito, porque é um estilo de vida que eu queria para mim, que com o Instagram dessa pessoa, por exemplo, só se intensifica isso. Parece que acelera, sabe?

A. S. - Certo. É tá ali o tempo inteiro mostrando, né?

E.12 - É o tempo inteiro mostrando. Todo dia praticamente, não é?

A. S. – Sim. Me diga uma coisa: você acha que em algum momento vendo a vida dessas pessoas, as conquistas delas, você acha que em algum momento sentiu inveja?

E.12 - Uma inveja ruim, não. Eu até, no TikTok tem, eu sempre leio os comentários e tem um comentário novo que as pessoas falam que é bem assim, é "hoje eu conheci um sentimento novo, a inveja", mas quando eu falo, quando eu penso em inveja, no sentido de ver alguém postando algum lugar, alguma comida, uma viagem, é uma inveja boa.

Eu acho que eu nunca tive uma inveja ruim de "nossa, era para ser eu e não essa pessoa. Meu Deus, eu quero desejar o pior para ela, porque ela não pode. Tem que ser eu. Eu vou conquistar, eu vou fazer". Nunca foi isso. Eu sempre levei para o lado mais motivacional. Então, eu vejo essa mulher com a filha, por exemplo. Eu falo, eu quero viver isso. E eu vou. E não como algo ruim, como algo bom mesmo, que me dá motivação para querer trabalhar, para querer conquistar minhas coisas, para chegar e um dia serei eu também. Então, eu diria que eu já tive inveja, sim. Mas uma inveja branca, uma inveja boa. E não uma inveja ruim.

A. S. - O que que seria uma inveja ruim?

E.12 - Pra mim, inveja ruim é você desejar o mal da outra pessoa. Então, se você vê que ela está viajando, aí é você desejar "nossa, tomara que aconteça alguma coisa com ela nessa viagem. Tomara que dê tudo errado na viagem dela" ou se você ver, por exemplo, a pessoa na praia: "Ai, tomara que chova porque ela está lá na praia e eu queria estar lá. Tomara que seja horrível pra ela". Ma eu nunca pensei isso. Nunca fui dessa forma, sabe? Eu acho que eu não conseguiria olhar e desejar o mal de outra pessoa assim, de graça. E, para mim, inveja é isso. Não sei se eu estou certa ou não.

A. S. – Você Falou também de uma inveja boa,, inveja branca, né? Oque que seria isso?

E.12 - Para mim, é quando me motiva, que é o que acontece comigo na maioria das vezes. Então, como eu disse, eu vejo e eu penso "algum dia eu vou estar lá, tenho certeza que algum dia eu também vou estar lá" e me motiva, porque, aí, eu diria que eu fico sonhando com aquilo. E me dá vontade de trabalhar, por exemplo, para conquistar, me dá vontade de guardar o dinheiro para ir. Dá vontade de querer crescer mesmo para chegar nesse nível, por exemplo, agora estou fazendo aula de inglês também. Eu estou bem no comecinho ainda, mas, às vezes, eu estou vendo algum vídeo de uma pessoa falando inglês assim, lindamente. Nossa inglês é

perfeito, fala super bem. Aí, eu olho e falo “nossa, eu quero muito que comigo seja assim também, que algum dia eu consigo chegar nesse nível de inglês, falar tão bem quanto essa pessoa”. Mas isso não é como algo ruim. Isso me motiva a continuar estudando, a continuar aprendendo, porque eu sei que algum dia eu vou chegar nesse nível também. Eu uso como exemplo mesmo, sabe?

A. S. - Em alguma situação, vendo a vida das pessoas, o *life styl*e, as viagens. Você quis estar no lugar de alguém?

E.12 – Já, já quis, sim. Então, por exemplo, antes, eu trabalhava todo dia no presencial e eu via muitas vezes no TikTok algum vídeo de rotina de uma pessoa que só fazia faculdade, não precisava trabalhar. Eu já cheguei a pensar “nossa, eu queria ser essa pessoa, queria ser a pessoa que só vai para faculdade, que não precisa trabalhar, que fica em casa”. Mas nunca como algo ruim. Tipo, eu não enxergo isso como algo ruim, sempre foi, tipo, “queria ser essa pessoa”. Ok, não sou e tudo bem também”, que cada um tem a sua vida. Mas, já quis, sim. E acho que eu mentiria muito se eu falasse que não.

Acho que todos os dias eu queria ser alguém diferente, porque, muitos vídeos, né? Muitas pessoas.

A. S. - Nesses momentos, pensando especificamente no que você chamou de inveja, dessa inveja mais motivacional, essa inveja branca. Que outras coisas você acha que sentiu junto com ela?

E.12 - Quando eu vejo a foto da dessa blogueira que eu citei com a filha dela, mexe comigo no sentido emocional, de tipo, eu quero ser mãe. E aí, quando eu vejo, eu fico “ai, é tão lindo. Nossa, que lindo a maternidade, que lindo as duas juntas”. Eu acho uma coisa bonita, sabe? E, por exemplo, quando eu vejo uma foto que a pessoa está com uma roupa, uma mulher está com uma roupa muito bonita, eu falo “nossa, que roupa linda. Quero me vestir dessa forma” ou “nossa, eu acho que isso combina muito com as roupas que eu já tenho. Combina com meu estilo”, então eu queria usar também que acho que vai ficar bonito. E muitas das vezes, as mulheres fazem isso. A gente entra no Pinterest, que é uma outra rede também, eu não uso tanto, uso mais nesse caso específico. Que aí, eu fico procurando inspiração de roupa para usar e é realmente pra copiar a roupa mesmo, mas como algo bom também, não como algo ruim, porque ajuda, é mais prático, sabe? Você olhar, ver que ficou bonito e reproduzir.

A. S. - E você já reproduziu algum *look*, alguma coisa que você viu no Pinterest, por exemplo?

E.12 – Já, roupa assim, total certeza. Cabelo, maquiagem. Já olhei uma blogueira que tinha um cabelo de tal corte. Já fui no salão e falei: “Quero igual ao dela”, porque ficou bonito nela eu achava que combinaria comigo também.

A. S. - Legal, interessante. Você comentou dessas coisas boas, dessa coisa mais motivacional, né? Você já chegou a sentir algo “ruim”? Não é a melhor palavra, mas me refiro a alguma emoção mais “pesada”, mais difícil de digerir, a partir de algo, alguma imagem que você viu no Instagram?

E.12 - Eu acho que já... Teve uma fase minha que, por exemplo, estava infeliz com meu corpo. E aí quando você olha uma foto de uma mulher magra, aí você pensa... Eu já cheguei a pensar “nossa, eu queria muito ter um corpo parecido, queria ter um corpo assim”. Já aconteceu de eu não estar feliz com a minha aparência e eu olhar e falar “nossa, eu queria que meu rosto fosse de tal formato, que meu nariz fosse de tal formato”.

E não que isso seja uma inveja ruim, mas isso traz uma sensação ruim, porque eu acho que é uma comparação ruim, né? Você querer comparar o jeito que você é com outra pessoa que é totalmente diferente. Então, já aconteceu de eu ver mulheres muito bonitas e falar “nossa, queria ter tal coisa dessa mulher”, “queria ter o cabelo dessa”, “o olho de tal jeito, a sobrancelha de tal jeito”.

Então, eu acho que isso trouxe uma sensação ruim. Porque é uma comparação que se você não toma cuidado, isso vai consumindo. Eu sempre fiz terapia, então eu sempre conversei muito sobre isso com minha psicóloga. Eu acho que se eu não fizesse terapia, teria me consumido muito mais na época.

A. S. - E você falou dessa questão da sua da imagem, né? Como que é pra você a sua autoimagem?

E.12 - Hoje em dia tá tudo bem, já foi melhor. Já tive fases ruins. Mas hoje em dia está mais ou menos. Só que é porque eu estou muito cansada. É, tive um sno muito difícil, estou trabalhando em dois empregos ao mesmo tempo e fazendo faculdade. Então, agora que eu estou respirando. Acho que não deu nem uma semana direito de férias ainda, né? Mas agora que eu estou respirando e eu acho que eu estou muito cansada, e quando eu estou cansada – acho que a maioria das pessoas, quando está cansada, é muito difícil enxergar coisas boas – parece que está tudo ruim, então eu estou nessa fase que é mais complicado, entendeu?

A. S. - E esse “estar tudo ruim” também implica a sua imagem?

E.12 – Implica com total certeza. Porque o cansaço desanima muito, então acaba desanimando de tudo mesmo, de todas as áreas da minha vida.

A. S. - Me fala uma coisa, por que você está hoje trabalhando em dois empregos?

E.12 – Dinheiro. Eu moro sozinha. Eu divido o apartamento, mas eu não moro com os meus pais. Os meus pais pagam aluguel e pagam a faculdade, mas eles não me mantém, tipo, então eu preciso me manter aqui em Sorocaba, eu preciso fazer mercado, eu preciso pagar meu transporte. Eu diria que sou um pouquinho consumista, então eu gosto muito de roupa, de maquiagem, de perfume, de tudo isso. E aí eu estava tendo muitos gastos, eu precisei encontrar outro emprego porque não estava dando, não estava suprindo.

A. S. – Você é de onde?

E.12 - Eu sou Sorocabana, nasci em Sorocaba, morei aqui até meus 11 anos e depois eu fui embora pra Itapeva. Minha família inteira é de lá. Aí, eu voltei, mas sou mais sorocabana do que itapevense.

A. S. - É, realmente fica mais puxado, né? Esse custo de você morar, se manter, realmente pesa mais, né?

E.12 - É, tem as responsabilidades financeiras para lidar. Então eu tenho muitas contas fixas para pagar que um emprego só não estava dando. Na verdade, cheguei a trabalhar em três, eu diria, porque eu tinha trabalhado em duas agências e tinha um cliente por fora ainda, de *social media*, que eu fazia. Agora não está mais, mas eu considero três porque eram três coisas. Por isso que eu falei que eu me surpreendi com as notas do semestre, porque foi um semestre muito difícil para mim.

Eu não tinha tempo pra fazer as coisas da faculdade. Mas, assim, tudo certo. Mas é por isso que eu estou cansada hoje em dia. Porque eu passei um semestre muito difícil, muitas demandas e uma sobrecarga assim, muito foda.

A. S. - E esses dois empregos, você consegue trabalhar de casa, pelo jeito?

E.12 - Consigo. Eu trabalho em um que é totalmente *home office* e um que é híbrido, que eu tenho que ir duas vezes na semana.

Não é fácil conciliar, principalmente quando você tem a faculdade junto que eu tenho que ir de noite pra aula. Mas agora, nas férias, é tranquilo que eu não tenho hora para terminar, tipo se eu quiser fazer de noite eu posso fazer. E tem dias que eu tiro só para fazer de um. Tem dias que eu tiro só para fazer de outro. Fácil, não é? Mas é pelo dinheiro, é por precisar desse dinheiro, porque, senão, eu não estaria fazendo isso.

A. S. - E pensando nessa questão financeira, quando a gente tá nas redes sociais e vê as vezes ali, um *life style*, bem consumista de blogueiras. Como você se sente quando você vê isso?

E.12 - Eu queria ser muito consumista também, de querer comprar coisas que eu não preciso e já me trouxe sensação ruim no sentido de, tipo, eu queria muito ter esse dinheiro também.

Queria ter essas oportunidades também e eu estou aqui tendo que trabalhar em dois empregos. Já foi um pensamento meu do tipo, "nossa, só queria estar viajando, gastando sem nem pensar nas consequências de um valor final, mas não, eu estou aqui e tenho que trabalhar em dois empregos ainda para conseguir me manter". Então, eu diria que essa comparação, ela vem mais forte nos momentos em que eu estou sobrecarregada, que eu estou cansada, que eu estou com uma fragilidade emocional. Mas isso aconteceu durante o semestre inteiro, porque durante o semestre inteiro eu não estava com a minha saúde mental 100% pela sobrecarga. E quando a gente está cansado, é mais fácil achar defeito em tudo, então eu senti que isso aconteceu muito nos últimos meses.

E acho que a parte financeira pega muito, porque é um estilo de vida que quem não queria ter, né? Quem não queria ter um estilo de vida daquele? Então, eu diria que só não ocupa mais da minha cabeça, não me consome, por conta da terapia, porque converso muito com a minha psicóloga, porque, senão, acho que teria me consumido já.

A. S. - Você acha que chegaria a esse ponto?

E.12 – Talvez, porque eu estava com uma sobrecarga muito grande, poderia ter tido um *burn out*, por exemplo, de tanta coisa que eu estava fazendo. E por conta da terapia, de estar sempre ali conversando, a minha psicóloga fala que eu sou muito muito consciente das coisas que acontecem. Então, às vezes, eu estou mal, mas um minuto depois eu estou entendendo por que eu estou mal. Eu consigo identificar onde está o problema. E aí eu consigo ir saindo, eu consigo ir lidando com aquele de forma melhor. Mas eu faço terapia há dois anos. Acho que se eu não fizesse, eu já teria me afundado, sabe? Porque além dessa questão financeira, da questão de sobrecarga. Eu moro sozinha, estou longe dos meus pais. Isso é uma questão bem, bem grande que acho que talvez se eu não tivesse feito terapia, eu já teria voltado embora, talvez. Voltaria a morar com os meus pais, sabe? Então, acho que teria me consumido, porque o tempo todo ali vendo as postagens nas redes sociais e vendo a vida de outras pessoas que eram perfeitas, que era mais fácil, que tinham mais oportunidades, é muito fácil consumir. Eu não acho que me consumiu, mas, como eu disse, é porque eu tinha ajuda. Se não, talvez teria me consumido.

A. S. - Certo. E de forma geral, o que você pensa sobre o Instagram? O que você acha dessa rede? Qual é sua opinião sobre ela?

E.12 - Hoje em dia, eu acho que o Instagram é um bombardeio de informações. Eu acho que é uma indústria para mostrar só as coisas perfeitas, só as fotos perfeitas, só, como eu disse, as melhores roupas, as melhores viagens, melhores ângulos. É o melhor relacionamento, o melhor casamento, é tudo do melhor. Eu acho que o Instagram, ele tem muita perfeição. Só as melhores fotos. O TikTok, para mim, ele já é mais flexível. Eu sinto que as pessoas se abrem mais. Como uma consumista de TikTok e Instagram, eu consigo enxergar essa diferença hoje em dia. Mas, no geral, apesar de eu gostar das redes sociais, eu acho que é muito fácil a gente ser manipulado por elas. Porque o Instagram cria desejos que eu nem sabia que tinha. Eu vejo uma bolsa, eu nem preciso daquela bolsa, né? De tanto eu ver, às vezes eu vou querer comprar. Eu sinto que ele cria essa necessidade de sempre ter tudo, de sempre estar tudo muito bem, tudo muito perfeito, e isso não é legal, né? Não é uma coisa legal. Por isso que tem que saber muito bem o que a gente consome.

E estar com a saúde mental muito boa também para não se deixar levar pelas coisas que você vê.

A. S. - Além do acompanhamento psicológico, você faz algum acompanhamento psiquiátrico?

E.12 – Não, só terapia mesmo com a minha psicóloga.

A. S. - E nunca teve nenhuma necessidade de procurar um psiquiatra?

E.12 – Não. Neste semestre, como eu disse, foi muito difícil, né? Eu já cheguei a perguntar pra ela, se tinha tem algum calmante que poderia me dar, algum remédio para ansiedade, algum floral, alguma coisa. Ela disse: “Não. Eu não posso receitar e eu não sinto que você tenha necessidade. Eu acho que você está buscando uma coisa mais fácil, mas você não precisa disso”. Então, ela nunca me passou encaminhamento com psiquiatra e nunca passei também.

E.12 - Eu já cheguei a tomar remédio, mas foi porque eu precisei ir no neuro, porque eu tenho muita dor de cabeça, porque sobrecarregada, muito trabalho, muito tudo. Consequentemente, enxaqueca fortíssima.

E aí eu precisei ir. O neuro ficou me analisando, fez várias perguntas sobre ansiedade e sobre tudo, mas nunca me falaram que eu precisava ir ao psiquiatra eu também não fui atrás.

A. S. – E, de maneira geral, você acha que as redes sociais trazem mais benefícios ou malefícios?

E.12 - Eu acho que depende da pessoa que está consumindo. Porque se for uma pessoa que não está muito bem emocionalmente e que está sempre se comparando. Aí, eu acho que traz malefícios, mas se olhar no geral, onde as pessoas só entram ali para se distrair, pra ver

alguma coisa legal, eu diria que traz benefícios. Porque tem muita troca. Eu acho que hoje em dia a gente está vivendo uma fase, onde as pessoas querem se conectar com pessoas. Então, tem muito isso de comunidade, de, como eu disse, eu me sinto próxima de pessoas que moram super longe daqui, mas é pelo conteúdo que essa pessoa posta. É pelo nicho que ela fala, então, por exemplo: eu sigo uma pessoa que fala sobre relacionamento. Isso me ajuda muito porque eu vejo as dicas dessa pessoa, vejo como ela aborda o assunto e eu concordo com a opinião dela, aí, isso vai entrando, eu sinto que eu vou aprendendo coisas novas com essa pessoa. Então, eu acho que que é bom no geral por trazer essa, essa troca com outras pessoas, por... Eu diria que eu aprendo com o Instagram, com TikTok, porém, depende.

Eu não sei se faz sentido a minha resposta... Depende muito do momento que está vivendo, da vida, porque se você tiver tudo ruim, você vai pegar as partes ruins, mas se você tiver tudo bem, você vai querer aprender alguma coisa. E, ao mesmo tempo que vem muita perfeição, também vem muitos conselhos, dicas, às vezes oportunidade mesmo de trabalho. Por exemplo, essa agência que eu estou, a segunda que é totalmente *home office* aconteceu pela pelo TikTok e foi uma super oportunidade para mim. Eu nem imaginava... Eu conhecia a chefe pelo TikTok e fiquei viciada nos vídeos. Comecei a acompanhar, comecei a seguir. Ela postou uma vaga. E eu fui chamada. Achei muito legal, entendeu?

Então, acho que se você souber usar da forma certa, tem benefícios.

A. S. - Sim. Você falou sobre essa questão de comunidade nas redes sociais. Você interage com essas pessoas que, muitas vezes, são pessoas que você não conhece e estão longe? Você chega a interagir com essas pessoas além da curtida?

E.12 - Não muito, tem gente que é muito mais. Eu não chego a comentar em foto, nem nada, mas, às vezes eu interajo, por exemplo, "nossa, da onde é essa roupa que você tá usando?". Às vezes, a pessoa cita um livro que ela leu, mas eu não escutei o nome direito pelo áudio que ela gravou no *Story*. Já aconteceu, de eu mandar mensagem "nossa, qual é o livro que você falou? Não entendi direito". Já aconteceu de eu ver uma blogueira com colar bonito e perguntar de onde era o colar. Esse tipo de coisa, sabe?

Tem muita blogueira que é que coloca nos *Stories*: "Será que eu posto vídeo tal? Vocês iriam gostar?" Aí, eu respondo "sim". Coisa desse tipo, sabe? Mas eu não sou de interagir muito. É só quando eu gosto de alguma coisa ou quando vale muito a pena responder. Pouquíssimas pessoas eu respondo.

A. S. - Você falou uma coisa que me chama atenção e que me veio uma pergunta. Que momentos são esses em que você pega o celular para dar uma olhada?

E.12 - Agora eu estou vendo à noite, porque estou aula na faculdade, então à noite eu tenho o tempo livre pra fazer isso. Mas eu tenho hábitos que eu não gosto. Eu acordo e pego o celular. Antes de dormir eu mexo no celular. E, às vezes, quando eu estou cansada de trabalhar, não aguento mais escrever lá, tô cansada. Pego o celular pra dar uma olhada e distrair a cabeça.

E percebi ontem que eu tenho uma mania que não é muito legal. Às vezes, eu estou no telefone com a minha mãe conversando e eu estou lá mexendo no Instagram. Parece que eu não consigo só parar e ficar ouvindo ela falando. Estou mexendo no Instagram ao mesmo tempo, e eu acho isso errado, não acho legal, mas não é sempre também.

Mas eu percebi que, na maioria das vezes, eu faço isso.

A. S. - E por que será que você faz isso?

E.12 - Acho que eu sou viciada na dopamina do Instagram, na dopamina barata que chama? Acho que porque é mais fácil, tá ali, rolando e tem hora que, por exemplo, antes de dormir. É uma mania mesmo. Tipo, ao invés de eu ler um livro, eu fico com meu celular. Eu às vezes nem estou nem enxergando mais. Está acontecendo não sei nem o que no vídeo, mais que eu continuo olhando.

E.12 - Parece que é um vício mesmo. Eu diria que eu tenho esse vício principalmente antes de dormir e na hora que eu acordo. Eu estou sempre ali olhando. É muito difícil o dia que eu acordo e vou fazer outra coisa primeiro, tipo, eu acordei, vou abrir a janela e vou fazer e já vou começar meu dia. E pego o celular antes.

A. S. -E qual que é o ganho desses momentos de ver o celular assim, o que traz para você?

E.12 - Nenhum. Eu acho que que talvez motivação. Eu toquei muito nessa tecla hoje, né? Mas, por exemplo, o que que passa na minha cabeça quando eu acordo: eu pego o celular, eu penso "nossa, eu quero ver o que tal pessoa tá fazendo pra me dar ânimo de eu começar o meu dia também". Então, às vezes tem essa blogueira de Belo Horizonte que eu falei para você. Todo dia ela posta um *Stories* lá, tomando o cafezinho dela, fazendo o cafezinho dela, aí, dá vontade de fazer o meu também quando eu vejo. Se eu não ver o dela, eu vou levantar e fazer o meu do mesmo jeito, só que me dá motivação para fazer tipo, eu quero fazer daí. Me dá uma animada. E antes de dormir eu procuro alguma motivação para querer fazer as coisas no dia seguinte. Eu, tipo assim, "aí, não queria trabalhar amanhã, mas deixa eu ver aqui se eu acho alguma coisa, algum vlog de uma pessoa que foi trabalhar e foi super legal o dia dela para ver se eu me motivo também" e como distração também. Eu uso muito antes de dormir. Hoje, por exemplo. Eu tive um dia difícil, como uma cliente difícil da agência. Aí eu queria mexer no TikTok para me distrair, para esquecer que eu tive esse dia difícil, entendeu?

A. S. - Muito bem, tem alguma coisa mais que você gostaria de comentar sobre essa sua experiência com o Instagram, com as redes sociais, no geral?

E.12 - Acho que não. Acho que, no geral, é isso mesmo. Eu uso muito mais do que eu gostaria de usar no meu dia. Tem uma inveja “branca” de algumas pessoas. Já cheguei a me comparar com muitas, mas eu tenho consciência desse consumo que eu tenho com o Instagram e com o TikTok. É, eu sei o limite, até onde faz bem, até onde não faz.

A. S. - Certo. Muito bem, então. Eu vou parar a gravação agora, tá?

E.12 – Tá bom.

Antonio Souza - Pronto, já estamos gravando. Quantos anos você tem?

Entrevistada 13 - 19

A. S. - E você está em qual módulo/semestre do curso de Administração?

E.13 – Eu estou no EAD.

A. S. - Você começou recentemente?

E.13 - Sim, recente. Acho que tem duas semanas.

A. S. - Nossa, super recente, então, que legal. E desde que idade você teve acesso? Às redes sociais?

E.13 - Com uns 13, 14 anos.

A. S. - E com que idade você teve acesso a um *smartphone*?

E.13 – Smartphone, acho que com uns 10 ou 11.

A. S. - E antes disso, você tinha algum celular que não era considerado *smartphone*? Aqueles mais simples, de tecladinho, você usava algum desses?

E.13 - Sim.

A. S. - E me fala mais uma coisa: nesse seu primeiro acesso às redes sociais, na adolescência, quais redes ou qual rede você acessava na época?

E.13 - *YouTube*.

A. S. - Seus pais acompanhavam o que você fazia na internet? Tinha alguma espécie monitoramento nesse sentido?

E.13 - Tinha.

A. S. - E depois, que outras redes que você foi usando assim na adolescência, que você foi conhecendo e usando?

E.13 - O Instagram, no caso. Tinha saído o Snapchat também. Acho que foi quando eu tinha uns 13 anos já.

A. S. - Aí você chegou a criar a sua conta neles, né?

E.13 - Isso depois do Snapchat, foi no Instagram.

A. S. - A tá? E você tinha, mais ou menos, que idade mesmo?

E.13 – Uns 14...

A. S. – Como é hoje usar o Instagram? Você passa quantas horas mais ou menos nele, diariamente?

E.13 - Acho que umas três horas, no máximo.

A. S. - É assim espalhado ao longo do dia?

E.13 – Isso, geralmente no horário de almoço, né? Enquanto eu estou no trabalho, então acho que tem uns 30 minutos mais ou menos. E depois, quando chego em casa, umas duas horinhas, duas horas e meia.

A. S. - No trabalho, em casa, que como é que são essas situações?O que te leva a pegar ali o celular para olhar o Instagram, por exemplo?

E.13 - Eu acho que seria algo relacionado a passatempo... Eu gosto de ver bastante coisa de receita também, então eu acabo entrando para ver receita.

A. S. - Legal, a interessante isso já me leva a outra questão: o que você vê geralmente no Instagram? Que tipo de conteúdo que você vê?

E.13 - Gosto te ver relacionado a livros, moda vintage, um pouco mais antiga, tipo os anos 80, anos 70. É mais isso mesmo.

A. S. - Tá, e dentro do Instagram, o que você vê mais? *Stories, Reels*...? Qual parte você mais vê?

E.13 - É mais o *Reels*. E até porque o *Reels* ele já, meio que o algoritmo, já vai te mandando coisas que você frequentemente já vê, né?

A. S. - Sim, é verdade. E as pessoas que você segue, como que são essas pessoas? Você segue mais marcas, mais influenciadores ou artistas, cantores, atores?

E.13 - São mais pessoas, principalmente mulheres de cabelo cacheado.

A. S. - Entendi. E essas mulheres são influenciadoras? Se sim, você lembra de alguma assim que você possa citar?

E.13 – Sim, Carol Martins.

A. S. - O que que ela faz que te interessa no conteúdo dela?

E.13 - Ela geralmente publica coisas relacionado a publicidade, né? Publicidade de marcas de produtos de cabelo cacheado mesmo.

A. S. – E o que chama sua atenção nela?

E.13 -. Acho que a questão do cabelo mesmo. Até porque ela já pintou o cabelo várias vezes de rosa, de azul, de todas as cores, então, acho isso bem radical.

A. S. - E você já pintou o cabelo assim também?

E.13 – Ah, não. De outras cores assim, não.

A. S. - E tem vontade?

E.13 - Tenho.

A. S. - E me conta mais uma coisa assim: sobre o que você posta no Instagram?

E.13 - Paisagens. Livros também, às vezes, eu acho interessante uma frase de um livro, uma citação, uma fala de algum personagem que seja legal também. Então, às vezes eu fotografo e acabo postando nos *stories* principalmente.

A. S. - Legal, você posta mais nos *Stories*, então?

E.13 - É raro eu postar nos *stories*, mas geralmente é o que mais posto.

A. S. - E onde você mais posta no Instagram? *Timeline, Stories*?

E.13 – *Stories*.

A. S. – E fotos suas? Você posta *selfies*, por exemplo?

E.13 – Raramente. Acho que não é o costume meu postar foto.

A. S. – E você gosta de tirar *selfies*, não que seja necessariamente seja para postar?

E.13 - Gosto. Eu tiro bastante. Só que eu guardo no meu celular.

A. S. - Aham, entendi. E por que que você tira *selfies*?

E.13 - Não sei. Acho que a questão... é porque vai de dia para dia também. Tem dias que eu não acho legal para mim tirar. Não me sinto bem. Agora, tem outros diaa que eu acho que, às vezes, o meu cabelo está destacando um pouco mais. Aí eu gosto de tirar foto. É, até porque antes eu tinha bastante receio de usar meu cabelo desse jeito.

A. S. -. E por que você tinha receio?

E.13 - Por ele ser cacheado.

A. S. – Isso, de alguma forma, te incomodava?

E.13 - Sim.

A. S. - E desde quando você usa o cabelo mais cacheado assim, mais ao natural?

E.13 – Desde os 14 anos.

A. S. - Interessante. Me fala uma coisa assim, um pouco mais sobre essas pessoas que você vê no Instagram. E familiares, amigos. Você também acompanha ver conteúdos deles no Instagram. Como que é isso?

E.13 - Sim. De familiares que eu geralmente sou um pouco mais próxima.

A. S. - E amigos e amigas também?

E.13 – Sim.

A. S. – Eu quais outras redes que você vê?

E.13 – TikTok.

A. S. - Para ver receita também? E você faz essas receitas ou só gosta de ver?

E.13 - Pra ver receita. Faço algumas.

A. S. – Você já viu algum conteúdo no Instagram é que te trouxe algum desconforto emocional? Algo que não foi legal de ver?

E.13 – Ah, teve sim. Geralmente quando eu vejo questão de tragédia ou algo assim. Principalmente com cachorro, animais.

A. S. – E esse tipo de conteúdo aparece bastante para você?

E.13 – Não, porque eu deixo com... Acho que restrição, não sei como fala. Ele meio que bloqueia já direto, como conteúdo delicado, alguma coisa assim.

A. S. - Você já sentiu alguma emoção desconfortável a partir de alguma coisa que você viu, algo que uma pessoa postou?

E.13 - Não que eu me recorde. Uma pessoa... Tentando lembrar. Acho que... indiretas.

A. S. - Como assim? Você pode me explicar melhor?

E.13 - Às vezes, frases que alguém tenha apostado e eu tenha passado por aquilo antes e que tenha me feito lembrar sobre o ocorrido.

A. S. – Você consegue falar um exemplo?

E.13 - Sim, é a questão da exclusão. Em escola, por exemplo. Assédio moral, né? No caso.

A. S. - Você já passou por esse tipo de situação em uma escola?

E.13 - Já.

A. S. - E como foi essa experiência na época? Como foi lidar com isso?

E.13 - Então foi, acho que questão de um ano que eu que eu passei por isso, no caso foi ano retrasado, então 2022 praticamente inteiro foi assim.

A. S. - Nossa.

E.13 – As pessoas que fingiam estr do meu lado, acabaram que se afastando, falando mal pelas costas ou, às vezes, jogavam indiretas assim e deixavam no ar, no meio da sala. E outras que foi até um grupo de TCC que eu fiz, que eu fiz o técnico, né? Elas me me apoiaram e realmente falaram “Stephanie, isso está acontecendo. E você não está observando”.

A. S. - Me diga uma coisa:, você já viu um alguma postagem de alguma pessoa assim, seja um influenciador, qualquer pessoa, que provocou algum tipo de desconforto? Por exemplo, a pessoa conseguiu alguma coisa muito legal ou postou uma foto em que ela estava muito bonita, por exemplo.

E.13 – Sim. Geralmente é quando alguma pessoa posta, no caso mulher, né? Quando posta, às vezes alguma foto com uma roupa que mostra um pouco do corpo dela, um corpo padrão, entre aspas, né? Porque a sociedade é meio difícil, né?

A. S. – Sim. E por que que isso te incomodou?

E.13 – Ah, por conta que, às vezes, a gente tem, quer chegar ao tipo de corpo que essa pessoa tem. Só que, às vezes, não tem como.

A. S. - E como que seria um corpo ideal para você?

E.13 - Seria um corpo com saúde. Um corpo que você olha e aparenta que está bem.

A. S. - Como que é esse corpo que aparenta estar bem? O que que é um corpo que aparenta estar bem?

E.13 - Na minha concepção, é um corpo que não esteja acima do peso e nem tão abaixo. Um meio termo.

A. S. - Agora, dentro disso que você me falou, você acha que o seu corpo está como?

E.13 - Um pouco abaixo e isso incomoda.

A. S. - Como você gostaria que seu corpo estivesse?

E.13 - Principalmente a questão do meu braço. Ele poderia estar um pouco mais... Com um pouco mais de músculos assim.

A. S. - Como a sua auto imagem? Como que você se vê?

E.13 - É que nem eu falei da questão da foto, da *selfie* que você falou... Às vezes, tem dias que eu acho que está bom, às vezes tem dias que eu acho que não. Então, vai de dia para dia.

A. S. - Em alguma situação, dessas que você viu uma moça com um corpo legal, mostrando um corpo mais ideal, por exemplo, você diria que você sentiu inveja dela?

E.13 - Sim.

A. S. - E como que foi sentir essa inveja?

E.13 - Eu acho que que a gente só percebe isso depois. No meu caso, tipo no momento que a gente vê... Eu acho que eu vi, senti aquilo, só que meio que deixei passar. Só depois eu pensei se aquilo foi realmente uma inveja.

A. S. - E como que foi perceber isso? Você ficou pensando a respeito?

E.13 – Sim.

A. S. - Nesse perceber depois a inveja, o que que você acha que você sentiu mais? Você acha que veio alguma outra emoção desconofortável?

E.13 - Acho que não, que não.

A. S. - É, foi mais a inveja. Isso aconteceu mais de uma vez, você acha?

E.13 - Sim. São poucas as vezes que eu acho que isso acontece, mas acaba acontecendo.

A. S. - E me diz uma coisa: Pra você, o que que é inveja? Como q você define inveja?

E.13 - É você ver alguma pessoa conseguir algo ou ter algo e você tentar ter aquilo também e não conseguir.

A. S. - E na vida fora da internet, na vida, nas relações pessoais, você acha que também sentiu inveja de algumas pessoas?

E.13 - Sim. Algumas amigas, por exemplo.

A. S. - E como que foi essa experiência? Por que você teve inveja de alguma ou algumas amigas?

E.13 – Ah, por conta do corpo. São corpos que estão no jeito que eu falei. Não estão acima, nem tão baixo. E com o braço, às vezes, um pouco definido.

A. S. - Certo. E você acha que uma rede social como o Instagram aumenta a probabilidade de você sentir inveja de outras mulheres, no caso?

E.13 - Sim, até porque o Instagram, eu acho que ele é muito... Ele não é limitado.

As pessoas, tudo o que que está passando, tiram fotos e públicam, então, é algo muito fácil, né? Até, por exemplo, criança, as crianças estão tendo um acesso muito fácil às coisas. Também tem hoje em dia influênciadores que são crianças, né?

A. S. - Sim.

E.13 - Então, eu acho que as outras crianças que estão vendo, pode ser que acabem tendo essa inveja também desde cedo, mas acho que elas não saberiam dizer o que é.

A. S. - Sim, pode ser mesmo. Essas situações para você que você fala em que não se sentiu bem, sentiu inveja de algumas mulheres. Essas mulheres eram *influencers*, ou pessoas que você conhecia? Como era isso?

E.13 - Eram mais *influencers*.

A. S. - É, tem alguma que você lembra pra exemplificar?

E.13 - Deixa eu ver... a Mari Maria.

A. S. - Por que você ficou com inveja?

E.13 – Além do corpo, acho que a questão da transparência dela, também da maquiagem, essas coisas assim.

A. S. - O que que você quer dizer com transparência? O que é essa transparência dela?

E.13 - A beleza assim dela. A beleza do rosto, além do corpo.

A. S. - Entendi. E você lembra se o que era isso que causou inveja a você, se ea vídeo ou foto?

E.13 – Vídeo, na maioria das vezes, são vídeos.

A. S. - E ela estava fazendo o que no vídeo, você lembra?

E.13 – Maquiagem .

A. S.- E você já quis postar alguma coisa para provocar inveja em outras pessoas?

E.13 – Nunca.

A. S. - Você acha que é possível sentir inveja de homens também? Já sentiu inveja de homens, por exemplo?

E.13 - Não nesse caso.

E.13 - Não é assim? Eu acho que é bonito. Às vezes, por exemplo, a questão do braço, por exemplo, que eu falei da mulher, eu acho o mesmo dos homens.

A. S. - Já teve alguma situação de ver alguma imagem no Instagram e pensar "eu queria ter isso também".

E.13 - Sim. Eu acho que é mais a questão do querer mesmo.

A. S. - Isso foi desconfortável.

E.13 - Por um lado, sim. Por outro lado, não.

A. S. - Por que não?

E.13 - Porque, por exemplo, não foi desconfortável por eu achar que eu tenho um corpo e tem pessoas e tem pessoas que estão mais abaixo desse corpo que eu tenho. E, às vezes, pode ser desconfortável também, porque eu acho que é que eu poderia estar no mesmo ponto em que a pessoa postou.

A. S. - Entendi. E assim, em algum momento você chegou a sentir assim, inveja de coisas que as pessoas têm, posses ou conquistas que elas tiveram?

E.13 - Sim.

A. S. - Consegue dar um exemplo?

E.13 - Casa, por exemplo. Tipo, é a pessoa sair de casa cedo.

A. S. – E quem era essa pessoa que conseguiu essa proeza?

E.13 – Minha prima. Fiquei sabendo conversando com ela mesmo. Acho que por ser da família também. No dia que estávamos todos juntos, ela contou. Além da inveja, senti admiração também ao mesmo tempo.

A. S. – Você gostaria que as pessoas invejassem alguma coisa em você?

E.13 - Não.

A. S. - E por que não?

E.13 - Porque eu acho que não é um sentimento legal. Tem muitas pessoas também que acabam levando isso para o lado um pouco pior. Às vezes, tem gente que acaba se suicidando, né? Por conta disso, de falar "nossa, eu queria tanto, mas não consigo. Não posso"... Então, acho que a pessoa leva por esse lado também. Não todas, mas...

A. S. - Como que você vê, no geral, as redes sociais hoje, o que você pensa sobre elas?

E.13 - Eu acho que tem um lado bom e um lado ruim. O lado ruim, eu acho que eu citaria nessa parte de que as pessoas, tanto adultos quanto as crianças, estão tendo acesso muito fácil às coisas. E o lado bom é que você consegue ver coisas que também te agradam.

A. S. - Você acha que, de alguma forma, o acesso às redes sociais ajudou você a enxergar de uma forma diferente seu cabelo?

E.13 - Acho que foi, na verdade, o que mais incentivou.

A. S. - E como que foi esse processo assim?

E.13 - O processo foi demorado, foi bem demorado. Mas foi aos poucos, né? Às vezes, aparecia dicas também de influenciadora.

A. S. - Entendi. Foi a partir então de ver essas influenciadoras, outras mulheres com os cabelos cacheados, que você foi se sentindo mais confiante para deixar os seus naturais também?

E.13 - Sim, uma delas também, que eu acho muito bonito e que me ajudou bastante a aceitar, foi a Thais.

A. S. - Nesse sentido, você acha que as redes sociais foram legais? Foram positivas assim para isso?

E.13 - Bastante.

A. S. - Como que era essa experiência de ver essas mulheres assim? Como foi essa experiência de ver essas mulheres e seus cabelos e como isso foi mexendo com você? Você consegue contar um pouco?

E.13 - Sim, eu gostava bastante de ver, de ver o cabelo da outra pessoa, mas não em mim. Então eu fui mudando, né? A chavinha no meu cérebro falando "nossa, mas por que será que eu não me sinto assim?". Então, aí eu fui tentando aceitar. E hoje eu não vivo sem.

A. S. - Legal, muito bom. E me diga mais uma coisa, você acha que é assim, né? Você falou que as redes sociais tem um lado bom e um lado ruim, né? Você explicou um pouco como são esses lados. Pensando no Instagram, você acha que ele causa ou promove que tipo de emoções?

E.13 -Coisas boas, eu diria sim. Porque você pode pesquisar... No meu caso. Eu geralmente pesquiso coisas que vão me fazer sentir bem. Por exemplo, como eu disse das receitas que eu gosto bastante de ver, eu acabo não pesquisando tanto as coisas que vão me fazer sentir mal.

A. S. - Você tem alguma questão psicológica? Faz algum tratamento psicológico, psiquiátrico?

E.13 - Não, não faço.

A. S. - E nunca teve nenhum problema assim?

E.13 - Mas eu acho que todo mundo deveria.

A. S. - Você já fez?

E.13 - Eu não.

A. S. - Você nunca teve nenhum problema, que levasse você é um sofrimento a buscar uma ajuda profissional?

E.13 – Quase. Foi a questão que eu falei antes da escola.

A. S. - Essa questão da escola era você como estudante?

E.13 - Sim.

A. S. - E você acha que se compara muito com outras pessoas, com outras mulheres, por exemplo.

E.13 - Hoje em dia, não. Não muito.

A. S. - Mas já se comparou mais, então? E essa comparação era muito em quais questões? E essa comparação, no Instagram, acontece bastante?

E.13 – Antes, era sobre o corpo. Hoje, no Instagram, não. Às vezes, eu vejo e como eu falei, eu posso achar que tenham pessoas que estão um pouco mais acima do peso e também estejam se sentindo mal, ou abaio do peso também, e que a pessoa também esteja se sentindo do mesmo jeito. Então, eu tento meio que entrar num consenso.

A. S. - Tem alguma coisa mais que você gostaria de comentar sobre a sua experiência no Instagram? Nas redes sociais, de forma geral.

E.13 – Sim. Eu acho que as pessoas não deveriam... Por mais que seja algo natural, eu acho que as pessoas não deveriam se preocupar tanto. Que, às vezes, a gente acaba deixando passar sem perceber, né? Nessa questão da inveja, como nós estamos comentando.

A. S. - Eu vou desligar a gravação aqui agora, tá? Vou parar aqui.

Antonio Souza - Vamos lá, já coloquei aqui para gravar, tá?

Entrevistada 14 - Certo.

A. S. – Qual é seu curso mesmo?

E.14 - Estou cursando pedagogia.

A. S. - Está, em qual semestre/módulo?

E.14 - No primeiro.

A. S. - Quantos anos você tem?

E.14 - 28.

A. S. - E qual foi a primeira vez que você teve contato com as redes sociais?

E.14 - Eu acho que foi na época do Orkut, foi minha primeira rede social, devia estar... Nossa, nem sei quanto tempo faz. Talvez eu estivesse no primeiro colegial, por aí... Oitava série, no máximo. Mas, antes disso, se existia redes sociais disso, eu não usava. Aqui em casa, meus pais não tinham o hábito. É, eu ganhei o primeiro celular, acho que quando eu estava na sétima série. Porque fazia excursão com a escola. Então foi nessa época que eu comecei a ter mais contato com tecnologia. Antes, aqui em casa, o computador ficava na sala. Então, se a gente queria jogar joguinhos no computador, alguma coisa assim, ficava na sala, perto dos meus pais. Mas não, não tinha rede social mesmo porque a gente nem mexia muito no computador. Então, acho que foi lá com o Orkut e MSN, mais ou menos, na época, talvez... 2010, mais ou menos.

A. S. - Você tinha quantos anos, mais ou menos?

E.14 – Acho que uns 14,15.

A. S. - Você comentou que a primeira rede que você teve contato foi o Orkut, né? Como que foi essa experiência para você?

E.14 - Na época, eu me lembro que eu gostava bastante de jogar o joguinho da fazenda. A Fazendinha que tinha lá. Era o que eu mais fazia no Orkut.

A. S. - Você não interagia tanto com as pessoas?

E.14 – Não, era mais assim com irmãos, primos, era mais família, mesmo.

A. S. - E você comentou sobre essa, sobre ganhar o celular quando você era adolescente. Quantos anos você tinha, mais ou menos, quando você teve seu primeiro celular?

E.14 - Eu acho que eu tinha uns 13.

A. S. - E como foi essa experiência? Já era celular com acesso à internet?

E.14 – Não tinha. Era a época que só fazia ligação e SMS.

A. S. - Entendi. E quando que você teve seu primeiro *smartphone*?

E.14 - Primeiro *smartphone*... Deixa eu pensar, eu acho, que eu já estava na faculdade. Pedagogia é minha terceira faculdade.

Eu acho que foi na primeira faculdade que eu fiz, que foi em 2014, se não me engano.

A. S. - E como é a sua relação com o Instagram?

E.14 - Hoje em dia, eu as redes sociais que eu tenho ativa, são Facebook e Instagram e acabo usando mais o Instagram. Acho é um pouco mais dinâmico, tem mais postagem, o pessoal usa mais. Então, acho que tem mais coisa pra gente ver.

Eu gosto bastante de acompanhar a vida de amigos família. Isso porque eu moro longe, em outra cidade do que vários familiares meus. Então, o Instagram é uma boa forma de eu acompanhar o que que estão fazendo, como eles estão, se estão passeando, se eles estão felizes. Eu gosto de acompanhar algumas celebridades específicas assim, mais algumas que tem uma postura um pouco mais cômica, um pouco mais humana assim, não tanto pessoas que mostram um estilo de vida muito específico. Eu acompanho pessoas que são mais assim, "gente como a gente" sabe? Que mostram o dia a dia delas.

Tem um rapaz que chama Teodoro. Eu gosto bastante, ele se mostra uma pessoa verdadeira assim, sabe? E é bem divertido de ver, eu dou risada com os *Stories* dele. E eu vejo bastante piadinha, meme. Eu gosto bastante de passar um tempinho mas... Há um tempo atrás, percebi que eu perdia bastante tempo no Instagram, mas vendo foto de cachorro, vendo vídeo de urso panda, essas coisas.

Então, o celular tem aquele recurso de você limitar o tempo de rede social. Eu coloquei, comecei com uma hora e meia para dar uma enxugada. E no começo ele atingia o limite e dava o alerta e normalmente eu parava, mas isso foi lá por junho, julho.

Agora eu nem vejo mais a notificação porque eu não uso a ponto de chegar em a uma hora e meia. Eu reduzi para uma hora e eu nem vejo mais a notificação, porque eu não uso tanto a ponto de de atingir essa uma hora.

A. S. – Essa uma hora você vê continumante ou espaçado ao longo do dia?

E.14 - Espaçado ao longo do dia.

A. S. - E que tipo de postagem você vê mais? *Stories*, *Reels*, *Feed*?

E.14 - Quando eu acesso o Instagram, eu dou uma olhada no *feed*. mas assim não acompanho muito o *feed*. Já nos *Stories*, vejo se tem algum parente meu ou alguma pessoa que eu gosto de acompanhar e postou alguma coisa nova. Se não, já procur um meme, algum vídeo engraçado para assistir e fico ali uns minutinhos, mas depois já saio também. Já cansa. Então, acaba sendo um bem equilibrado, mas acho que, no geral, acaba sendo um pouquinho mais de *Stories* do que de *Feed*.

A. S. - E por que que será? O que te interessa nos *stories*.

E.14 - Eu acho que é pela praticidade de você ver várias pessoas ao mesmo tempo sem precisar rolar muita página. Por exemplo, você só vai dando um clic para o lado ou espera acabar o tempo e ele já muda a pessoa, né? O *reels* também muda o conteúdo sem você precisar pesquisar o conteúdo, não é?

A. S. - Sim, sim. Essa praticidade desses formatos interessam, você acha que esse é um formato legais?

E.14 – É.

A. S. -De forma geral, me parece que você vê o Instagram pelo entretenimento, né?

E.14 – Isso, acaba sendo mais pelo entretenimento do que acompanhar alguma situação específica, alguma pessoa específica.

A. S. – E quanto as pessoas que você segue, você vê mais pessoas próximas ou influenciadores, pessoas famosas?

E.14 - Das pessoas que eu gosto de ver com mais frequência, acabam sendo mais influenciadores. Mesmo porque a família é pequena, apesar de morar em cidade pequena, o número de perfis disponíveis para acompanhar acaba sendo pequeno. Então, acaba sendo mais influenciador, sim.

A. S. - E esses influenciadores são mais homens ou mulheres?

E.14 - A maioria é mulher.

A. S. - E que tipo de conteúdo essas mulheres influenciadoras trazem?

E.14 - É, duas delas falam da rotina delas, tem o marketing que elas fazem, mas elas falam mais sobre a rotina delas. Tem alguns conteúdos um pouco mais cômicos. É sobre os trabalhos que elas estão fazendo, mas mostrando a vida delas mesmo, e uma delas é uma dona de casa. Eu não sei se ela trabalha fora de casa, mas ela tem três filhas pequenas e ela mostra o dia a dia com as filhas.

Tem uma filha que tem um aninho, então ela mostra a filha aprendendo andar. Ela mostra a filha fazendo bagunça na hora de comer. A vida dela mesmo com as três crianças. E eu gosto de ver, eu acho divertido ver a criançada fazendo bagunça. Então, nas mulheres, eu acho que são essas. É mais sobre a vida delas mesmo.

E uma fala sobre dica de maquiagem, dica de cabelo, esse tipo de coisa. São essas quatro que eu sigo.

A. S. -

A. S. - E, por curiosidade, quais são os nomes delas?

E.14 - É essa aqui, é a mãe de três meninas, é Fernanda Cintra. Aí tem as duas, que são mais cômicas, é a Jacira Doce e a Bia Napolitano. E a de maquiagem é a Juliana Leme. Acabo vendo quase que todo dia, alguma coisinha que elas postam.

A. S. - Você sente alguma proximidade com essas pessoas, influenciadoras, de vê-las tanto assim todo dia?

E.14 – Sinto. Acabo até prestando atenção em algumas coisas que elas falam, porque eu vou ter filho um dia. Então, eu vejo muito das coisas que a moça fala, alguma dica de brincadeira. Alguma dica da forma de educar os filhos. Então, eu presto atenção nessas coisas. A de maquiagem eu não sinto assim como se fosse uma pessoa próxima, mas acaba sendo como se fosse uma amiga que sabe se maquiar e está te ensinando, sabe? Você acaba tendo essa visão sobre a pessoa. Essa moça, a Jacira, como ela fala de uma forma assim, muito... Aliás, até pouco trágica sobre a vida, mas não trágica no sentido ruim, trágica no sentido cômico. Fala assim, "nossa gente, é segunda-feira é um dia tão difícil", com as palavras dela. E muitas vezes a gente tem, a gente vê a segunda-feira como um dia muito difícil. Então, você fala, "poxa, eu me identifico com ela, porque segunda-feira é um dia cruel também pra mim", então acaba tendo essa proximidade com a pessoa. Ela também enxerga segunda-feira com o mesmo olhar que o meu. Olha, temos uma coisa em comum, então, tem uma relação assim, a gente acaba se enxergando um pouco próxima da pessoa.

A. S. - E a sua família que você falou que acompanha, né? Onde eles moram?

E.14 - É que os meus pais moram aqui em Tatuí também. Mas, por exemplo, a família do meu do meu marido é toda de Votorantim, ele que se mudou para cá quando a gente casou. Minha irmã mora na Inglaterra, então. Então, o Instagram acaba sendo fundamental para eu acompanhar a vida dela.

A. S. - Nesse sentido, você acha que as redes sociais, uma forma geral, elas aproximam?

E.14 - Eu acho. Especificamente é com a experiência de ter a minha irmã morando fora, que faz um e dez meses que ela mora fora, eu acho que se não fosseo Instagram e o WhatsApp, a gente não teria conseguido ficar tanto tempo longe. A internet, especificamente a rede social ajuda muito.

A. S. - Sim, você, pelo jeito, tem muita proximidade assim com ela, né?

E.14 - É, e o que faz ficar menos difícil assim a saudade, a distância é a rede social, ajuda muito.

A. S. – E me conta uma coisa. Em alguns desses conteúdos que você já viu, você sentiu algum desconforto emocional, alguma coisa ruim quando você viu alguma coisa no Instagram?

E.14 - Eu acho que não, não aconteceu.

A. S. - Nunca você viu nada que de alguma forma te incomodou?

E.14 - Já aconteceu de, ou elas ou alguma outra pessoa que eu tenha visto, sentir algo como "nossa, eu também queria isso. Seja uma viagem, "também queria conquistar uma viagem assim", alguma coisa que "nossa, também queria conquistar isso" uma inveja nesse sentido de eu também queria. Mas não é um sentimento ruim, é mais uma coisa de esperança, tipo, "eu vou chegar lá ainda". É mais nesse sentido que eu percebo, mas nunca algo assim, uma sensação ruim de ver, alguma sensação triste, ou forte, exagerada.

A. S. - E você se lembra assim, mais especificamente, alguma dessas coisas? Você citou viagem, mas consegue apontar algo mais específico?

E.14 - É, eu acho que é mais na questão da viagem. E eu acho que na questão da família também. Por exemplo, quando eu vejo essa moça que tem as três filhas, , postando coisas dos filhos assim, então ter filho pra mim é uma coisa que eu quero muito. E a gente está planejando, como a gente casou agora, a gente está se organizando, né?

A. S. - Sim.

E.14 - Mas essa, por exemplo, é uma coisa que eu já consigo enxergar num futuro, porque a gente está caminhando para construir nossa família. Já viagem é acabam sendo um pouquinho mais difícil do que construir uma família, porque muitas vezes, por exemplo, para visitar a minha irmã, a libra é uma fortuna, então demora um pouquinho mais para a gente conquistar, trabalhar, juntar o dinheiro necessário. Então, quando vejo alguém indo viajar para lá ou alguém que viaja com muita frequência, eu penso "putz., queria viajar assim sempre, sempre que desse vontade também queria viajar". Mas aí, a gente tem que pôr o pé no chão. E lembrar que tem que pagar o boleto depois. Mas acho que os casos mais comuns, assim de sentir uma sensação de "putz, também queria", eu acho que acaba sendo com viagem. Adoro viajar e é um negócio que está muito caro ultimamente.

A. S. - E essas viagens que chamaram sua atenção eram para onde?

E.14 – Normalmente, para fora do país, por exemplo. Itália, Suíça, Grécia, esses lugares mais famosos, digamos.

A. S. - E você falou sobre esse sentimento de "putz, também queria". Como que você nomearia esse sentimento?

E.14 - Eu acho que o termo correto seria inveja, mas eu não sei se existe uma inveja boa ou inveja ruim. Mas, eu entendo assim que a inveja boa é aquela de "poxa, que legal, também quero isso pra mim". E a inveja é ruim seria "nossa tal pessoa conquistou isso? Credo, ela não merece, eu deveria ter conseguido isso, não ela". Esse sentimento de "eu deveria ter conseguido

e não ela" eu, graças a Deus, nunca senti. Normalmente é no "olha que legal, também quero. Vou correr atrás para conseguir também", mas eu acho que seria uma inveja, sim.

A. S. - Pensando na no que você falou, então você entende que existem duas possibilidades de inveja, uma que é mais maldosa, e outra que olha para pessoas como um exemplo. E, fora das redes sociais, na vida, essa forma de inveja mais maldosa, você já sentiu?

E.14 - Eu acho que não. Também não me lembro de alguma situação nesse sentido.

A. S. – E você acha que se compara muito com as outras pessoas?

E.14 - Já me comparei muito, mas assim, mais no sentido de... Deixa eu ver como eu explico...

Algumas pessoas se vestem muito bem, então, a pessoa se veste muito bem e eu não me visto bem. Eu preciso aprender a me vestir melhor. É esse tipo de comparação assim, eu tenho que ser boa igual a fulana, tem que ser bonita igual a fulana. Mas de uns tempos pra cá, isso já não tem acontecido mais. Eu só estou muito ansiosa, então, eu fiz terapia por algum tempo e na terapia você não trabalha só aquilo que você acha que você precisa, né? Você trabalha outras coisas também, então, isso de ficar me comparando, de ficar me cobrando, eu já melhorei demais até. Às vezes, eu penso que eu sou até outra pessoa. Então, eu acho que eu estou bem melhor nesse quesito de me comparar, mas já aconteceu.

A. S. - E você acha que as redes sociais afetam essa questão de se comparar com as outras pessoas?

E.14 – Ah, eu acho que sim. As pessoas que eu costumo seguir, não despertam isso em mim, de querer me comparar. Mas eu acho que assim, se alguém segue uma pessoa, uma blogueira da moda, alguma blogueira fitness, talvez a pessoa acabe se comparando mais, e aí, eu acho que acontece com mais frequência.

A. S. - No caso dessas que você acompanha, você acha que não tem tanto essa comparação, então?

E.14 - Com os conteúdos que eu acompanho, acaba sendo um pouco mais... É a pessoa contando sobre a vida dela. E é diferente da minha, então eu acabo não comparando, eu não sinto necessidade de comparar.

Porque o estilo de vida é diferente, a pessoa mora em outro estado, então a realidade é diferente. Acaba nem sendo tão interessante comparar e nunca aconteceu de comparar com esse esse conteúdo que eu sigo agora.

A. S. – Entendi. Mas é, você comentou que na sua percepção, outros tipos de conteúdo talvez levem a algum tipo de comparação, né?

E.14 - É. No começo do ano, eu acompanhava algumas pessoas, uma moça no Instagram que ela era... ela postava bastante coisa assim, de academia, de exercício físico, de treino e tudo mais. Eu comecei acompanhando com o intuito de aprender dica de treino, de alongamento e tudo mais. Coisa de saúde assim Mas, ele começou a ficar não interessante para mim acompanhar o conteúdo dela porque eu percebia que é não estava agregando com o que eu queria de aprender exercício físico. E acontecia de eu me comparar com ela e pensar "nossa, eu não tenho um corpo igual ao dela. Nossa, eu não consigo treinar igual ela" e aí fui perdendo o interesse parei de seguir. E não faz falta.

Então, já aconteceu de me comparar e aqui lembrei de um exemplo. E acontece mesmo, então, imagino que quem segue muito deve sentir esse sentimento com bem mais frequência. Para mim, não estava sendo bom. Eu estava até me desmotivando de ir para academia, então parei de seguir. Com o conteúdo que estou agora, já não acontece mais. Já é um conteúdo que eu fico mais feliz acompanhando.

A. S. – Mas o que mesmo no que ela postava fez você deixar de segui-la?

E.14 - Porque ela postava dicas do treino dela, como é que ela fazia o treino. Vídeo da execução do de um exercício específico. E isso para mim começou a me causar um pouco de incômodo, porque eu assistia aos vídeos e pensava "nossa, não consigo evoluir tão rápido quanto ela evolui. Eu não consigo fazer execução do exercício com a precisão que ela está fazendo, eu não consigo desenvolver tão rápido e conseguir o corpo do jeito que eu quero, igual ela está conseguindo". Então, era um conteúdo que não estava me fazendo bem, porque eu acabava me comparando demais com ela e acabava sendo uma referência até meio negativa para mim, porque estava me desmotivando de ir pra academia, porque eu via que ela conseguiu um resultado rápido, tava ficando com um corpo lindo e o meu resultado estava vindo mais devagar. Mas cada um tem o seu tempo. E eu percebi que estava fazendo mal para mim, então, eu parei de acompanhar o conteúdo dela. E falei, "eu vou seguir o meu tempo na academia, que cada um é cada um". E aí melhorou bastante, porque aquele sentimento de querer me comparar e de me sentir inferior também, né?

Ela era uma moça, que ela era mais nova que eu. Ela tinha 22, eu tenho 28. Então, você pensa "nossa, a moça tão mais nova que eu já é blogueira, tem milhares de seguidores, tem um corpo maravilhoso, treina bem, tem tempo pra tudo e eu não consigo", então acaba sendo aquele sentimento de comparação, mas de uma forma negativa que não agrega em nada na vida. Acho que segui ela durante um mês e já foi o suficiente para eu cansar do Instagram.

A. S. - Para você, aquele desconforto que estava rolando não valia a pena?

E.14 - Não vale, e não tava nem servindo de inspiração, de referência. Acabava servindo como uma comparação negativa e não agrega nada. Eu percebi isso a tempo, antes que começasse a me fazer mal, então já parei de seguir.

A. S. - Você comentou sobre o seu período fazendo terapia, porque você é uma pessoa muito ansiosa, né? Há algum alguma outra questão emocional, existe algum diagnóstico, alguma coisa?

E.14 - Não.

A. S. - Você comentou que o Instagram é uma das redes que mais usa. Quais outras você acessa hoje?

E.14 - Só Instagram, Facebook?

A. S. - Você acredita que, no geral, pela sua experiência, redes sociais como Instagram promovem mais benefícios ou malefícios?

E.14 - Mas benefício. Eu acho que, pelo tipo de conteúdo que eu assisto, que tem ele é mais voltado pro cômico, pro bonito. Então, eu acho que acaba sendo positivo mesmo porque eu sigo também algumas páginas de viagem, de paisagem, então eles dão dica de viagem. Dica de lugares para você conhecer, então, tem assim a beleza dos lugares diferentes. Acaba sendo assim: "Nossa, eu vou por esse lugar na minha lista de viagem". E vídeos assim dessas pessoas que eu sigo, vídeo aleatório de pessoas mesmo que eu não sigo. Posta alguma coisa bonita, alguma coisa engraçada, de cachorro que eu amo também, então acaba sendo mais positivo, porque eu sempre procuro coisas que eles fazem bem, uma coisa que eu gosto de ver. E aí, como Instagram é esperto, vai mostrando mais do que a gente gosta de ver aí. Acho que, no geral, acaba sendo positivo por isso.

A. S. – Além das viagens, o que mais mexe com sua vontade de querer algo que você não tem?

E.14 - Atualmente não muito, mas tem essa questão da do físico, né? Que foi recente isso, n começo do ano que eu estava seguindo essa moça. Mas atualmente, nos últimos três, quatro meses, eu acho que acaba sendo mais viagem, mesmo.

A. S. - E essa questão da comparação física? Ao longo da vida, isso já aconteceu com você ou foi algo mais recente?

E.14 - Eu acho que, de certo modo, sim. Porque eu sempre fui muito alta, mais alta do que o normal, sempre era a última da fila de tamanho na escola. Então, tinha uma comparação, porque as minhas amizades eram todas mais baixas que eu. Pra gente conversar alguma coisa eu tinha que abaixar, ou tinha que sentar. Então, acabava tendo uma comparação, mas acho que era mais involuntária, de "nossa, será que se eu fosse baixinha seria mais fácil?".

Mas não tinha tanto como com a rede social, né? Que na época não tinha. Minha família, os meus pais são altos, e eles sempre se preocuparam em me ajudar a aceitar minha altura, aceitar o meu pé 39. É. Então, foi uma fase curta, quando eu comecei na adolescência, que eu comecei a ficar mais incomodada, eu tinha vergonha de falar que eu calçava 39 quando eu ia comprar sapato. É que eu tinha o tamanho que eu tenho agora, acho que desde os 14 anos.

Ao mesmo tempo em que em certas situações me incomodava ser alta, eu percebia que era muito bom em outras o tamanho que eu tinha. Então, acho que foi passando assim a comparação, mesmo que involuntária, que acontecia às vezes.

A. S. – É, de forma geral, qual é a sua opinião sobre as redes sociais, o Instagram, a partir da sua experiência?

E.14 - Eu acho que essa resposta vai ficar até um pouco afetada pela minha realidade, né? Para mim, acaba sendo mais positiva porque eu enxergo que aproxima bastante as pessoas. Pelo menos da forma que eu uso, que as pessoas as pessoas ao meu redor usam a rede social, eu percebo que o uso é mais assim para compartilhar uma novidade, uma foto de um passeio diferente. Acaba tendo mais coisa positiva do que negativa, então, ou no geral, assim próximo de mim, eu acho que a experiência com a rede social acaba sendo mais positiva.

Já conversei com pessoas assim que que comentaram que discutiram na rede social, que viram alguma coisa ruim, mas eu nunca presenciei. Então, para mim, acaba sendo mais positivo.

A. S. - Você falou sobre essa questão do que que você gosta de postar. Que tipo de conteúdo você posta nas redes sociais?

E.14 - Eu posto muito pouco, mas quando eu posto é realmente alguma foto do meu cachorro. Foto de passeio ou da família em algum passeio diferente ou numa data comemorativa. Eu acho que são essas situações. No geral, são essas categorias, digamos, de critério de postagem.

A. S. - E no Instagram, você posta mais coisas no Feed, o no Reels... Como é isso?

E.14 - É mais foto.

A. S. - Alguma coisa mais que você gostaria de comentar, que você gostaria de compartilhar com a gente sobre essa sua experiência de uso e de estar no Instagram?

E.14 - Não, eu acho que é isso. Eu acho que o psicológico de quem usa influencia bastante. Eu, por exemplo, tô numa fase que o que não me agrega, eu não quero pra mim. Não, não quero assistir.. Então, se eu vejo algum conteúdo que eu não acho interessante, ou que não faz parte daquilo que eu quero para minha vida, eu não assisto, eu passo para o próximo.

Imagino que tenham pessoas que assistam esse tipo de coisa porque talvez estejam, tristes ou se sentindo diminuídas por algum motivo. Taí um dos motivos que acho que todo

mundo deveria fazer terapia, que acho importante, porque ajuda demais as pessoas a fazerem essa seleção que eu aprendi a fazer, né? De assistir só o que faz bem. O que agrega para minha vida. O que é negativo, briga, discussão, que é coisa errada, ignora. Passa para o próximo, não dá audiência pra esse tipo de coisa, tanto que daí, o Instagram aprende, né? Para mim, só aparece coisa que eu gosto de assistir, então acaba sendo um tempo divertido passar ali no Instagram. Até por isso que eu precisei começar a colocar o controle de tempo no começo do ano, porque eu me divertia tanto assistindo o vídeo que, quando eu percebia, tinha passado uma no Instagram. Então, eu acho que criar consciência de assistir o que te faz bem, o que você gosta, o que agrega, é muito importante. Acho que mais pessoas deveriam prestar atenção no que elas acompanham para que todo mundo pudesse ter uma experiência positiva com rede social, para a rede social realmente ser útil para todo mundo, né?

A. S. - Que situações que você acaba pegando o celular para ver o Instagram?

E.14 - Normalmente, era quando eu estava em casa. Assim, por exemplo, arrumei a casa e fiz uma pausa para tomar um café ou para almoçar, aí, depois que eu comia, eu abria o Instagram para dar uma olhada no que tinha acontecido de novo e aí passava o tempo, me empolgava e, quando via, estava deitada no sofá vendo o Instagram.

A. S. – Legal.Vou parar de gravar aqui agora, tá?