

Ser em Meio ao uso das Mídias Sociais: reflexões a partir da fenomenologia existencial

*Being in the midst of the use of Social Media: reflections
from existential phenomenology*

*Estar en medio del uso de Redes Sociales: reflexiones desde
la fenomenología existencial*

Nathália Santos Dutraⁱ
Maria Clara Silva Peixotoⁱⁱ

Resumo

Este estudo visa compreender, a partir da fenomenologia existencial, com base no pensamento de Heidegger, como as mídias sociais estão sendo utilizadas no contexto contemporâneo e como tal relação pode influenciar a existência de um Ser, acarretando ou não um adoecimento existencial. Foram realizadas entrevistas individuais, a partir do método fenomenológico hermenêutico de pesquisa. Tal método consiste em suspender julgamentos prévios, superando a dicotomia sujeito-objeto, bem como em valorizar a experiência como ela se apresenta. Encontrou-se, nas análises dos resultados, a existência de componentes existenciais que se enquadraram em três categorias: Sentido das mídias sociais, Influência das mídias no cotidiano e Modos de se afetar e se perceber ao utilizar as mídias. Posteriormente, elas foram articuladas com a perspectiva teórica de Heidegger. Foi possível demarcar que o acesso às mídias sociais pode se relacionar a um adoecimento existencial, caso o uso não reflexivo das mídias restrinja o ser da pessoa em seu mundo, não a mobilizando diante de seus limites e possibilidades de escolhas.

Palavras-chave: mídias sociais; Heidegger; tonalidades afetivas; Era da Técnica; adoecimento existencial.

ⁱ Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, MG, Brasil. <https://orcid.org/0000-0003-4274-9100>. E-mail: nathalia.dutra@unipac.br

ⁱⁱ Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, MG, Brasil. <https://orcid.org/0009-0007-6209-8794>. E-mail: mariaclarapeixoto97@hotmail.com

Abstract

The present study aims to understand, from the perspective of existential phenomenology, based on Heidegger's thought, how social media are being used in the contemporary context and how such a relationship can influence the existence of a subject, leading or not to an existential illness. Individual interviews were conducted with two women who regularly use social media, based on the phenomenological research method. This method consists of suspending previous judgments, overcoming the subject-object dichotomy as well as valuing the experience as it presents itself. In the analysis of the results, existential components were identified that fell into three categories: Meaning of social media, Influence of media in everyday life and Ways of affecting and perceiving oneself when using media, articulated later with the Heidegger's theoretical perspective. It was possible to demarcate that access to social media can be related to existential illness if this non-reflective use of media restricts the person's being in their world, not mobilizing them in the face of their limits and possibilities for choices.

Keywords: Social media; Heidegger; Affective Tones; Technician Era; Existential Illness.

Resúmen

El presente estudio tiene como objetivo comprender, desde la fenomenología existencial, basada en el pensamiento de Heidegger, cómo las redes sociales están siendo utilizadas en el contexto contemporáneo y cómo dicha relación puede influir en la existencia de un sujeto, conduciendo o no a una enfermedad existencial. Se realizaron entrevistas individuales a dos mujeres que utilizan constantemente las redes sociales, basadas en el método de investigación fenomenológica. Este método consiste en suspender juicios previos, superando la dicotomía sujeto-objeto así como en valorar la experiencia tal como se presenta. En el análisis de los resultados se encontró la existencia de componentes existenciales que se dividieron en tres categorías, a saber: Significado de las redes sociales, Influencia de los medios en la vida cotidiana y Modos de afectarse y percibirse a uno mismo al utilizar los medios, articulados posteriormente con la perspectiva teórica de Heidegger. Fue posible demarcar que el acceso a las redes sociales puede estar relacionado con una enfermedad existencial si ese uso no reflexivo de los medios restringe el estar de la persona en su mundo, sin movilizarla frente a sus límites y posibilidades de elección.

Palabras clave: Redes sociales; Heidegger; Tonos afectivos; Era de la técnica; Enfermedad existencial.

INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, a partir dos reflexos importantes da globalização, houve diversas implicações no modo de viver de cada ser humano (Cássia, 2016). O advento da internet foi um deles, modificando totalmente o dia a dia das pessoas, possibilitando a realização virtual da maioria das atividades comuns, como: trabalhar, fazer compras diversas, pagar contas, fazer terapia, estudar, entre diversas outras possibilidades (Boechat, Freitas & Souza, 2019). Hoje em dia, as informações são compartilhadas instantaneamente. Gallina e Venturi (2020) apontam que o advento das mídias sociais facilitou ainda mais o contato virtual entre as pessoas.

Segundo Ciribelli e Paiva (2011), mídias sociais são plataformas on-line que permitem diferentes formas de socialização entre diversas pessoas. As formas de comunicação entre os sujeitos nesses meios se dão por meio de mensagens curtas, textos, comentários, vídeos, fotos, conferências ao vivo, áudios, ou mesmo de um simples clique em um botão digital (demonstrando se a pessoa gostou ou não de determinado conteúdo). Com o crescimento das mídias sociais, surgiram espaços específicos para determinado conteúdo, as chamadas redes sociais, que possuem conteúdos caracterizados por compartilhamentos de momentos, opiniões e fotos pessoais com o intuito de gerar comunicação entre pessoas, facilidade no acesso, entretenimento e exposição de opiniões (Souza, Freitas & Biagi, 2017).

Entretanto, de acordo com Holanda e Décio (2020), da mesma forma que as redes sociais podem ser positivas para as pessoas, elas também podem ser negativas, ocasionando stress, angústia e ansiedades. As mídias sociais podem gerar facilidade na comunicação, no contato, com informações e notícias do mundo todo, na expansão das possibilidades de trabalho, nos estabelecimentos de vínculos e no acesso a informações e estudos sobre vários assuntos, ao passo que também podem ocasionar um afastamento do Ser consigo mesmo, trazendo muitas solicitações de padrões e maneiras do que consumir, pesquisar, usar, de como se relacionar, além do padrão de beleza, o que pode ou não ser falado, bem como as melhores formas de vida.

Considerando as ideias expostas, o tema desta pesquisa gira em torno do impacto das mídias sociais no adoecimento existencial. Tal ideia se fez

presente no cotidiano da pesquisadora, ao observar a existência de pessoas próximas sendo afetada por grandes sofrimentos e patologias juntamente a uma grande preocupação/afetação com as mídias sociais. Dessa forma, pretendeu-se problematizar o tema, tendo como objetivo compreender, a partir da abordagem fenomenológica existencial, pelo olhar de Heidegger, como as mídias sociais estão sendo utilizadas no contexto contemporâneo e como tal relação pode influenciar a existência de um ser, acarretando ou não um adoecimento existencial.

Segundo Heidegger (1927/2005), na obra *Ser e Tempo*, adoecimento existencial diz sobre uma forma de adoecer que perpassa questões físicas, biológicas ou mentais. É um adoecimento no qual o Ser limita as possibilidades do seu existir e, portanto a sua liberdade.

Para compreender a ontologia fundamental de Heidegger e sua tarefa de investigação, Evangelista (2016) esclarece a importância de tecer a diferença entre Ente e Ser. Heidegger (1927/2005) aponta que ente é tudo aquilo que é, que já possui um significado ou caracterização. Já o ser não é passível de definição, no entanto, ao ser é indispensável uma interrogação sobre seu sentido (Evangelista, 2016).

Diante desses estudos, ele indagou sobre a percepção de um ente entre todos privilegiados: o homem, manifestação do ser, o qual foi denominado de ser-aí (*Dasein*). O *ser-aí* é o único ente, entre todos os outros, que possui abertura a possibilidades, conseguindo compreender a si mesmo, a outros *seres-aí* e, também, a todos os outros entes presentes no mundo. Para Heidegger, *Dasein* é indeterminado ontologicamente e, por isso, ao longo da sua existência finita, precisa realizar escolhas por meio de familiarizações e ocupações, formando, assim, seus *modos-de-ser*. Ele é o único ente autoconsciente e responsável por si mesmo (Feijoo, 2012).

Para Casanova (2015), a própria dinâmica existencial do *Dasein* já o concretiza como o seu *poder-ser* mais próprio a partir das possibilidades abertas pelo mundo. Nessa dinâmica de existência, o ser-aí abarca várias estruturas básicas que Heidegger denomina de existenciais. Entre as formas de existências, de acordo com Evangelista (2016), o *Dasein* se desdobra em remissões, sendo elas: *ser-em-si*, que envolve a característica de pertencimento do ente privilegiado sobre seu ser; *ser – em*, no qual o

ser é aberto a escolhas e possibilidades durante sua existência; *ser – com*, que compartilha o mundo com outros entes, significando-o, ocupando-se e se relacionando; *ser-no-mundo*, relacionado com um mundo onde nosso ser está sempre em questão (Souza et al., 2017).

Heidegger (1927/2005) aponta que a relação estabelecida entre ser e mundo é uma radical e não espacial, ou seja, não se pode compreender como se o homem estivesse “dentro” do mundo, apropriando-se das coisas já dadas de forma estática, mas ambos estão se relacionando dialeticamente em uma totalidade aberta de significação. O mundo não se limita a acontecimentos determinados, mas, sim, inclui todas as possibilidades em um processo dinâmico no qual, desde o momento em que um ser existe nele, ele se constrói e projeta o mundo.

Pelo fato de o *Dasein* ser lançado ao mundo sem determinações sobre sua vida, ele precisa se ocupar das possibilidades existentes no mundo para, assim, determinar-se em *modos-de-ser* e atingir seus projetos. Ele se ocupa com afazeres, sentidos fornecidos pelo mundo, e faz suas escolhas a partir daquilo que lhe apresenta maior familiaridade e sentido (Heidegger, 1927/2005).

No entanto, desde que somos lançados, somos apresentados ao mundo a partir da visão dos outros entes, então, suas vozes nos dizem o que precisamos fazer, o que é certo e errado. Por isso, existem situações nas quais o *Dasein* vive de uma forma inautêntica, fazendo escolhas impróprias ao seu ser, gerando estranheza. Enquanto o *Dasein* escolhe viver da forma como o mundo dita, deixando de lado seu modo autêntico de existir, ele pode se perder na impessoalidade, na inautenticidade, podendo gerar um adoecimento existencial (Boechat, Freitas & Souza, 2019).

Heidegger aponta que esse tipo de adoecimento não pode ser diagnosticado e catalogado como uma patologia em si, pois diz de um modo-de-ser do *Dasein* que está fixado na inautenticidade, podendo gerar ansiedades, sofrimentos e outros sintomas (Evangelista, 2016).

Com o crescente aumento do acesso às mídias sociais por parte de seus usuários, modificou-se a forma com que os seres se relacionam consigo mesmos e com os outros. Perante tantas possibilidades e incertezas, os existentes começam a se apresentar a partir de seus perfis nas mídias

sociais, permitindo a construção de uma vida baseada em seus desejos e suas vontades, já que, por se tratar de um ambiente livre, pode ser editado com facilidade. Assim, não há como ter clareza do que é real ou não nesse contexto. Com isso, tem-se o risco de enganação e alienação por meio da manipulação sobre as formas de viver; muitas vezes, isso torna a vida virtual mais interessante que a real (Gallina & Venturi, 2020).

MÉTODO

Essa investigação se estruturou como uma pesquisa fenomenológica de natureza qualitativa, apresentando como objetivo o desenvolvimento de uma análise ampla da temática apresentada. O método de pesquisa fenomenológica se constitui em uma trajetória que busca compreender questões relacionadas a um fenômeno formulado com base em suas experiências. Tal método compõe-se em uma forma de pesquisa na qual o fenômeno é valorizado tal como ele se mostra imerso em um contexto de sentido (Holanda, 2006).

O método e a análise desta pesquisa se amparam na fenomenologia hermenêutica de Heidegger, uma vez que se pretende superar toda dicotomia sujeito-objeto, considerando a existência em meio à sua historicidade (Feijoo, 2012). Zuben (2011) esclarece que a análise existencial hermenêutica se torna um modo de explicitação ontológica, visto que desvela, por meio da interpretação, a compreensão implícita do ser:

Sempre já imerso na compreensão do ser pelo seu próprio existir fático, o homem somente poderá realizar a obra de tirar o ser do esquecimento, interpretando o que ele próprio já compreende de alguma forma. É por essa razão que, como vimos de início, a via de acesso adequada ao tratamento da questão do ser é, para Heidegger, a analítica existencial do ser-aí (Dasein). A ontologia fundamental será, portanto, uma fenomenologia hermenêutica, no sentido de interpretação e decifragem da compreensão contida na existência fática do homem. (Zuben, 2011, p. 13)

Contudo, é válido ressaltar que a fenomenologia hermenêutica se afasta da concepção de qualquer tentativa de interpretação, em um sentido psicologista ou antropológico, e, desse modo, o ver fenomenológico só é

alcançado mediante compreensão do interior da vida e facticidade humana, que só pode se anunciar no horizonte do tempo por intermédio da mostraçãõ do *Dasein* (Zuben, 2011). Melgar (2009) alerta que não basta só descrever o fenômeno, mas é necessário, também, interpretá-lo e compreendê-lo, inaugurando a fenomenologia da hermenêutica, que deverá decifrar o texto da existência. Pois a existência é o mundo do *Dasein*, ele é um ser-no-mundo.

Em uma pesquisa fenomenológica, de acordo com Holanda (2006), o investigador deve, por meio da elaboração de um roteiro, direcionar assuntos que possibilitem a exploração do sentido da experiência mediante a descrição daqueles que vivenciaram o fenômeno, por intermédio do procedimento de entrevista. De acordo com Siani, Correa e Las Casas (2016), uma entrevista, para ser utilizada nesse método de pesquisa, deverá ser conduzida na direção de temas que tratem da experiência vivida pelas pessoas. Tais temas devem ser conduzidos por perguntas que possibilitem uma visão ampla do fenômeno.

Assim, para a coleta dos dados, realizaram-se entrevistas individuais com as duas pessoas interessadas na pesquisa, de modo a aprofundar o tema e compreender a experiência de cada uma com as redes sociais. Considerou-se como critério de inclusão a necessidade de o participante fazer uso das mídias sociais cotidianamente, estar inserido na faixa etária correspondente à fase adulta e ter interesse em discutir o assunto. Buscaram-se pessoas entre 18 anos e 30 anos, visto que esse público possui maior frequência de utilização de mídias sociais (Kemp, 2021). A escolha e o contato com os participantes foram realizados pelo próprio investigador por meio de um convite feito por ligação, na qual se explicou previamente o objetivo da pesquisa. Tais encontros de compreensão aconteceram de forma on-line devido ao contexto da pandemia de Covid-19.

As questões das entrevistas foram: fale um pouco sobre a sua relação com as mídias sociais; conte como você se percebe diante delas e conte de que modo você faz uso delas. Essas questões colocavam em jogo o modo como os existentes se relacionam, compreendem e como se sentem afetados pelas mídias sociais.

Para Paula, Padoin, Terra, Souza e Cabral (2014), a entrevista fenomenológica deve partir aberta de preconceitos para obter o desvelar

rigoroso do fenômeno pela narrativa do entrevistado. Trata-se de um método qualitativo de pesquisa que busca expor a experiência narrada. Para isso, é necessário, no viés heideggeriano, relatar suas proporções ônticas e ontológicas. Assim descreve Paula et al. (2014, p. 469):

A ôntica busca a descrição, remete aos fatos, um quê conhecido. Configura-se como algo dado, estático. Diz respeito ao fenomênico, àquilo que aparece pelos significados e é captado na entrevista. Fundamenta-se tanto no senso comum quanto no científico, sendo passível de mensuração e classificação. Na condução da entrevista, esta dimensão se refere aos fatos presentes no pesquisador, no sujeito pesquisado e no ambiente, contempla o planejamento e o desenvolvimento da produção de dados. A ontológica busca a compreensão, remete ao ser, um quem desconhecido. Desenvolve-se em um horizonte amplo de possibilidades e configura-se como movimento. Está para além do fenomênico, porque expressa a interpretação do fenomenal e revela sentidos. Ou seja, para além daquilo do que aparece e evidencia aquilo que é, transpõe o comum, àquilo que nem todos veem. Na condução da entrevista, esta dimensão está fundada na empatia e na intersubjetividade, mediante a redução de pressupostos.

Segundo Heidegger (1929/2001), a fenomenologia é um instrumento da hermenêutica, um modo de acesso ao primado ontológico que possui a capacidade metodológica de desvelar o que está obscuro ao ente em relação aos fenômenos; por meio da narrativa, ela colabora para revelar o fenômeno através da descrição, compreensão e interpretação (Zuben, 2011). Para essa trajetória, é necessário três suspensões filosóficas, isto é, suspender prejulgamentos, pressupostos e preconceitos relacionados ao fenômeno que está sendo desvelado (Paula et al., 2012).

Observaram-se os diversos sentidos que perpassaram as narrativas dos entrevistados, fazendo, assim, uma subdivisão em componentes existenciais referentes aos aspectos das experiências de cada participante, excluindo os que se repetiram. Com todas as informações encontradas, analisaram-se os temas centrais voltados para a existência dos participantes e relacionados ao tema da pesquisa, evitando que os sentidos descritos fossem relacionados à vida pessoal dos participantes, mas sim ao tema da pesquisa e à forma como são vivenciados e narrados. Diante da vivência dos participantes na intencionalidade de compreender essa práxis, surgiram

componentes existenciais atravessados pela fenomenologia por intermédio da perspectiva de Martin Heidegger. Tais temas foram agrupados em três categorias : sentido das mídias sociais; influência das mídias no cotidiano; modos de se afetar e se perceber ao utilizar as mídias. Posteriormente, foi realizada uma articulação dos resultados a partir da perspectiva teórica de Heidegger.

Por se tratar de uma investigação que envolve seres humanos, foi aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CEP) institucional (nº 51420321.9.0000.5156).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Participaram deste estudo duas mulheres residentes no interior do Estado de Minas Gerais. Devido às condições de sigilo, a fim de promover o cuidado com a identidade das entrevistadas, foram utilizados nomes fictícios para a apresentação e articulação das falas percebidas no processo. A participante Maria tem 23 anos de idade e possui formação em Medicina Veterinária; a participante Joana possui 28 anos, é graduada e atuante na área da Arquitetura. Ambas fazem uso das mídias sociais cotidianamente, considerando-se ativas nelas.

As entrevistadas realizaram as descrições espontaneamente, relatando o que julgavam pertinente, de acordo com suas vivências com as mídias sociais. Ambas tiveram acesso, anteriormente, ao tema base da pesquisa e sua finalidade, mas não tiveram informações sobre as perguntas abarcadas durante o processo para evitar a formulação de respostas antecipadas. Assim, preservou-se a espontaneidade.

A partir da análise das entrevistas aplicando o Método Fenomenológico de Investigação, a discussão dos resultados tomou como base as essências finais identificadas nas descrições das entrevistadas. Os sentidos percebidos circunscreveram as seguintes categorias: sentido das mídias sociais; influência das mídias no cotidiano; modos de se afetar e se perceber ao utilizar as mídias. Em cada categoria, serão apresentados os componentes

existenciais comumente vivenciados e dispostos pelas participantes; posteriormente, serão apresentadas algumas descrições vivenciadas de forma individual pelas entrevistadas.

Sentido das mídias sociais

Foi possível analisar, a partir do discurso das entrevistadas, que ambas percebem a importância das mídias sociais na atualidade por sua larga utilização em diferentes contextos, como profissional, educacional e social. Além do consumo de conteúdos diversificados sobre a vida dos outros e informações, as mídias sociais, dependendo da sua utilização, também oferecem espaços para crescimento profissional e pessoal. É possível apontar esses aspectos nas falas de Maria:

[...] hoje em dia, não tem como, já que tudo o que você vai fazer acaba voltando, de alguma forma, para o uso das mídias sociais como estudos, informações profissionais e possibilidade de contato com outras pessoas. [...] em minha formação, eu precisei utilizar as mídias sociais para várias situações e ainda preciso, mesmo depois de formada.

Segundo Cássia (2016), o mundo contemporâneo está se adaptando cada vez mais para que atividades do cotidiano do ser humano possam ser realizadas on-line. Em decorrência disso, é percebida maior facilidade e rapidez na realização de tarefas, já que podem ser feitas em qualquer lugar, sem a necessidade de um deslocamento. É possível fazer compras, trabalhar, receber, participar de reuniões, marcar consultas médicas, conhecer novas pessoas, comunicar-se com alguém distante, entre diversas outras situações. Devido a essa expansão da internet e das mídias sociais, as pessoas estão cada vez mais ligadas em tais tecnologias, a partir do computador, da televisão ou dos aparelhos celulares, que podem ser levados para qualquer lugar (Cássia, 2016).

As participantes dizem compreender que tais mídias estão crescendo muito atualmente, algo que tende a continuar devido à sua praticidade,

porém, as formas como são pensadas e desenvolvidas pelos seus criadores acarretam reflexos possivelmente prejudiciais na sociedade. Essas questões são ditas por Joana e Maria, respectivamente apresentadas a seguir:

[...] A mídia em si não é totalmente prejudicial. A forma como a sociedade faz o uso das mídias é prejudicial por ser rápido demais. A forma como a gente utiliza e como elas estão sendo trabalhadas pelos desenvolvedores que têm atrapalhado um pouco na forma de utilização. Têm cegado as pessoas. Porém, por mais que a gente tente parar de usar as mídias sociais, não acho que esse seja o ponto mais interessante, pois elas vieram para ficar [...] percebo que as mídias sociais são planejadas totalmente para incentivarem o consumo rotineiro.

Por conta desse crescimento constante de pessoas utilizando e se relacionando com a internet, as mídias sociais estão sendo desenvolvidas e atualizadas constantemente, buscando sempre aperfeiçoar as possibilidades de interação de seus usuários. De acordo com Boechat et al. (2019), a partir de escritos de Greenfield e seu entendimento de como as mídias sociais manipulam a sociedade contemporânea, é entendido que as mídias sociais são projetadas para que seus usuários passem muito tempo consumindo seus conteúdos a partir da ideia de que existe um imediatismo muito grande na apresentação das informações e de seus feedbacks. As opções de conteúdos são ilimitadas, fazendo com que os sujeitos sempre tenham o interesse em se utilizar de tais meios para ver algo novo. Além disso, devido à facilidade na comunicação e à velocidade com que as notícias sobre diversos contextos e pessoas aparecem também fazem com que os usuários busquem uma atualização constante sobre as novidades do mundo (Gallina & Venturi, 2020).

Na obra *Os conceitos fundamentais da metafísica: mundo, finitude e solidão*, Heidegger (1929/2011) aborda que todo e qualquer tipo de comportamento humano aparece permeado por condições históricas. Sendo assim, para compreender a questão da relação da sociedade com as mídias sociais, é necessário relacioná-la com o contexto histórico no qual aparece. Existe uma correlação entre mundo e homem que faz com que ambos sejam analisados em conjunto— *Dasein é ser-aí*, ou seja, homem no mundo interligado com ele.

Para Heidegger (1929/2011), a contemporaneidade vivencia um contexto denominado de “Era da Técnica”. Nessa condição, apresenta-se um mundo repleto de informações e orientações que nos solicita ações. O tempo no qual os fenômenos acontecem é muito acelerado e repleto de possibilidades, fazendo com que o *Dasein* possa se perder no emaranhado de escolhas. Por ser indeterminado desde o início de sua existência, o *Dasein*, em um processo de escolha e construção, busca familiaridade com as referências do mundo em que se encontra, entretanto, tais familiaridades podem ser influenciadas pelas possibilidades já apresentadas no contexto histórico. Se tais escolhas não forem realizadas de maneira responsável, podem, em vez de situar o contexto, aprisioná-lo em modos de ser inautênticos; estes, por sua vez, caso não sejam questionados e reconsiderados, podem acarretar sofrimento existencial (Heidegger, 1927/2005).

Foi referido pelas entrevistadas que a maneira como as mídias sociais são projetadas pelos seus desenvolvedores e a forma como a sociedade contemporânea as utiliza são prejudiciais. Além disso, elas dizem sobre um acesso imperceptível a tais mídias, relacionando-o a uma possibilidade de vício. De acordo com Boechat et al. (2019) e Rosa e Santos (2015), o algoritmo planejado pelas mídias sociais decide o que será mostrado para seus usuários por meio do que é mais pesquisado por eles; assim tende à otimização e a um acesso constante. Por ser um acesso sem percepção, é muito mais fácil que os usuários percam o controle da utilização e se tornem cada vez mais submersos nesse contexto.

Tal assunto será mais aprofundado no tópico a seguir, que discorre, a partir da percepção das entrevistadas, sobre o uso das mídias sociais correlacionando-o ao pensamento de Heidegger.

Influência das mídias no cotidiano

Essa categoria aponta a percepção das participantes de que as publicações realizadas nas mídias sociais tendem a passar a falsa ideia de uma vida perfeita a todo momento, em que as pessoas procuram mostrar apenas o que é bom em seu dia a dia, deixando de lado os acontecimentos difíceis. Observa-se tal pensamento no discurso da participante Joana:

[...] tenho reparado como um ponto negativo, pois as pessoas publicam o que elas querem publicar o que elas têm de melhor, os momentos melhores e poucas vezes elas publicam algo relacionado a algo de ruim da vida ou experiência ruim. Na minha percepção, quando você observa a vida das outras pessoas só com momentos bons, você tende a pensar que na sua vida também deveria ser dessa forma, em momentos bons, em lugares que chamam atenção, que demonstram que a pessoa tem uma boa qualidade de vida e na verdade a vida não é só esses momentos.

Essa influência midiática de vida perfeita pode criar uma ilusão de que as pessoas que vivenciam aqueles momentos felizes postados não passam por dificuldades e, se passam, conseguem superá-las de maneira simples e fácil. Essa questão é muito prejudicial, pois pode chegar a um ponto no qual o sujeito busca apenas realizar o considerado correto nas mídias naquele momento, solicitando às pessoas uma adequação a certos padrões que mudam com muita frequência:

num[...] já me influenciéi muito, já me sujeitei, já me forcei a fazer algo para ir no fluxo de que todo mundo estava fazendo, então eu também preciso fazer, apenas por futilidade, por fazer e estar igual a todo mundo, coisa por boabeira só por ser influenciada (Participante Maria).

Nas mídias sociais, é possível modificar realidades com postagens que passam informações contraditórias à vida do sujeito fora do mundo virtual. Por conter informações pessoais, tem-se a impressão de que aquilo que está sendo mostrado é como o ser realmente vive, entretanto, podem existir questões não apresentadas nos perfis e que dizem muito sobre o sujeito (Souza et al., 2017).

De acordo com Heidegger (1927/2005), *Dasein* possui características em comum com outros existentes, na medida em que é nas relações sociais que se dá o desenvolvimento dos *modos-de-ser* de cada um. É por meio da relação com o outro e das familiaridades que os sujeitos apresentam, ao longo da sua existência, que a percepção sobre o seu ser e suas singularidades são constituídas.

A exposição exagerada por parte das pessoas nas mídias sociais pode ser negativa, de acordo com as entrevistadas, pois esse tipo de comportamento está sujeito a julgamentos de outras pessoas, influenciando na

percepção que temos sobre nós mesmos. Além disso, a grande quantidade de informações consumida pode gerar uma confusão de ideias sobre si próprio. O discurso da entrevistada Maria aponta essas percepções:

[...] ao mesmo tempo, esse acesso a muita coisa também é um ponto negativo. Às vezes, a gente se expõe demais e essa exposição pode gerar divergências entre opiniões que nos machucam dependendo da forma como são colocadas. Temos acesso a tanta coisa que, às vezes, dá uma bagunçada, ficando confuso sobre o que realmente gostamos. Acaba que a gente fica meio amorfo, a gente não pensa nada, só consome.

De acordo com os escritos de May (2000), nesse contexto de escolhas e possibilidades, o sujeito compartilha o mundo se relacionando e se constituindo com outros seres. Por isso, é por meio das relações com os outros que o *Dasein* percebe a si mesmo, construindo uma imagem sobre si; ele necessita do olhar do outro para se conhecer e se constituir como ser a partir dele.

Entretanto, pelo fato de o *Dasein* se importar com o reconhecimento do outro, pode acontecer que, em meio a tantas possibilidades, ele se aproxime mais dos *modos-de-ser* dos outros do que do seu próprio (Gallina & Venturi, 2020). Seguir publicações do outro nas mídias sociais pode ser uma forma de o sujeito conseguir aprovação das outras pessoas e se sentir constituído de alguma forma. Porém, essa tentativa de se assumir e se estabelecer a partir das orientações mundanas leva o *Dasein* a se distanciar do seu ser mais próprio, fazendo com que a experiência consigo mesmo seja imprópria. Nesse sentido, o ser, assumindo-se apenas na impessoalidade, faz com que, aos poucos, ele se sinta confuso sobre quem ele é (Gallina & Venturi, 2020).

Também foi possível perceber que ambas as entrevistadas trouxeram a ideia de que o consumo exagerado, com muita frequência, vem influenciando na produtividade e no cotidiano, acarretando um cansaço pós-uso. Elas apontaram que, pelo fato de se acostumarem a consumir o que já está pronto e dado pelas mídias, conseguem perceber, em seus cotidianos, uma dificuldade em produzir atividades que precisam de uma atenção maior. Apontam ter uma diminuição do foco depois de acessarem as mídias sociais

por longos períodos e uma dificuldade na realização de atividades que necessitam de atenção e de produção criativa maior por parte do sujeito. As falas de ambas as participantes apresentadas a seguir apontam isso:

[...] às vezes, é difícil para desassociar, porque é muito mais fácil você estar ali rolando o feed vendo coisas boas, divertidas, engraçadas, fotos bonitas do que pensar em um trabalho que eu preciso desenvolver, que é muito difícil. Percebo que a frequência de utilização do aplicativo acaba me atrapalhando de focar em outras tarefas do meu dia (Participante Joana) [...] percebi que estava indo para uma direção de consumo que estava me prejudicando, tirando o foco e a minha atenção (Participante Maria).

De acordo com Feijoo (2012), a técnica, na contemporaneidade, vem como um modo de desvelar a realidade que traz determinações nas possibilidades de escolhas e nos modos de ser. Na “Era da Técnica”, a produção, os resultados seguidos de uma causalidade, de um imediatismo e de uma intolerância a erros são os elementos mais levados em consideração. Ou seja, é demandada uma necessidade de produção a todo momento, em busca de resultados, tratando o erro como algo anormal a ser suprimido o mais rápido possível. O mundo acaba se apresentando em uma obrigatoriedade de positividade, acreditando ser possível controlar tudo que nos cerca. Para Heidegger (1929/2011), o maior dos perigos dessa era é a possibilidade de o *Dasein* se aprisionar em meio às solicitações e produções, tendo um obscurimento do seu ser, de sua indeterminação original e de sua historicidade.

As mídias sociais apresentam diversos conteúdos e *modos-de-ser* já prontos. Quando um Ser se acostuma a ficar grande parte dos seus dias apenas consumindo tais conteúdos, ele se limita em relação às suas possibilidades, direcionando essa limitação para as atividades do seu cotidiano. Isso o coloca em um processo de fixação do seu *modo-de-ser*, tornando mais difícil produzir coisas que demandam um exercício de criatividade e foco maior. Ao mesmo tempo, com a demanda de produção trazida pela contemporaneidade, cumprir com todas as atividades do dia a dia de forma perfeita se torna uma cobrança, fazendo com que as pessoas se sintam mal caso não consigam dar conta de realizarem tudo o que precisam (Evangelista, 2016).

Segundo Souza et al. (2017), um sujeito que se fixa nas atividades já dadas pelas mídias sociais se afasta de suas novas possibilidades de escolhas,

tendo, assim, uma dificuldade em produzir por si próprio o que lhe é solicitado pelo mundo. Com essa adversidade, ele pode buscar voltar-se para seu caráter de indeterminação original, movimentando-se e procurando novos *modos-de-ser* e de produzir, ou pode entrar em um movimento de procrastinação, fixando-se, cada vez mais, naquilo que já está pronto, o que torna toda essa situação em um ciclo.

Modos de se afetar e se perceber ao utilizar as mídias

Em face dos modos de serem afetados pela mídia, foi possível notar, por meio das falas das participantes, que existe uma sensação de confusão sobre a própria identidade, gostos e preferências. Tal confusão é percebida em relação ao consumo recorrente de conteúdos que demonstram um jeito de ser específico, difundido e defendido por grande número de pessoas nas mídias sociais. Devido a esse compartilhamento frequente de certo tipo de vivência, as participantes já se perceberam influenciadas a buscarem para si o mesmo estilo de vida, preocupando-se em “ser o que todos são”. Entretanto, esse tipo de comportamento, por mais que, em alguns aspectos, possa ser positivo, como em situações nas quais os pensamentos compartilhados fazem sentido para a pessoa, gerando bem-estar, as entrevistadas relataram ter passado por momentos em que se sentiram perdidas sobre quem elas realmente eram, a ponto de não conseguirem distinguir o que era de sua singularidade e o que pertencia aos outros. É possível exemplificar tais ideias a partir do discurso de Joana:

[...] me influencia de uma forma excessiva e negativa, porque eu já cheguei a um ponto de não conseguir discernir mais o que é influência da mídia social e o que não é (algo de mim mesma, da minha própria percepção). Vemos sobre a vida das pessoas, sobre a realidade que elas querem demonstrar e, por costume, acabamos levando para a nossa vida coisas que, às vezes, se for parar para pensar, nem faz tanto sentido assim para nós.

Segundo Sodelli e Sodelli-Teodoro (2011), apresentando os Seminários de Zollikon, Heidegger estabeleceu que o *Dasein* pode viver de forma autêntica ou inautêntica. Quando ele exerce sua liberdade de forma

responsável, fazendo escolhas a partir de seu sentido de existência, responsabilizando-se por elas e se abrindo a possibilidades de mudanças, ele tende a viver de forma autêntica, singularizando-se. Já a vida inautêntica se expressa quando ele se perde nas suas ocupações cotidianas, restringindo suas possibilidades e vivendo a partir da impessoalidade.

De acordo com Souza et al. (2017), nas mídias sociais, existe uma imensurável quantidade de conteúdos, produzida por diversas pessoas, com postagens que passam informações com infinitas possibilidades de escolhas e modos de ser. Ao mesmo tempo, tais conteúdos produzidos são, na maioria das vezes, caracterizados por uma positividade e produtividade que solicitam dos usuários uma adequação de sua maneira de existir. É possível perceber, nas mídias sociais, padrões de vida compartilhados que mostram um estilo de vida repleto de comportamentos nos quais um sujeito consegue realizar várias atividades em um período de tempo, colocando essa produção em massa como o ideal. Tais padrões de vida podem estar relacionados com questões que envolvem bem-estar físico, mental, sucesso no trabalho, adequação a padrões estéticos, entre outras (Souza et al., 2017).

Em relação à percepção de cada entrevistada, as mídias sociais propõem mudanças a todo momento; da mesma forma que algo é considerado positivo em um dia, depois de uma semana, pode não ser mais e vice-versa. Por conta dessas mudanças repentinas, juntamente à apresentação de grande quantidade de conteúdos, quando a pessoa não consegue dar conta de acompanhar tudo, é possível falar sobre um sentimento de angústia, apontado pela participante Maria:

[...] é ruim, pois, às vezes, no fundo, você nem liga para aquilo, mas se sente influenciado a fazer o mesmo, só que, se for parar para tentar acompanhar tudo, você não consegue dar conta, é uma explosão de conteúdos que você não sabe lidar, ficando angustiado frente a tanta informação.

Sobre a percepção do uso das mídias sociais, as duas participantes relataram fazer uso frequente e automático, sem algum fim específico. Em seus relatos, elas consideram que utilizam as mídias apenas para o consumo

de um conteúdo diversificado em vários aspectos da vida, como em casa, no trabalho, na hora de acordar, pela manhã e antes de dormir. Esse contexto é possível de ser percebido nas falas de Joana e Maria:

[...] eu percebo de uma forma muito frequente porque tudo o que eu faço hoje em dia eu recorro a algum tipo de mídia social, trabalho, em casa, quando levanto, quando vou dormir (Participante Joana), [...] hoje eu utilizo com mais frequência e se tornou um pouco no costume de manter o acesso todo dia. É algo automático, involuntário, acesso sem perceber. Quando vejo, já estou com o celular na mão (Participante Maria).

Além disso, realçaram que esse tempo utilizado para o acesso às mídias sociais poderia ser utilizado para outros fins, mais produtivos, em suas rotinas, já que os conteúdos consumidos, na maioria das vezes, são variados e relacionados ao que as outras pessoas publicam. Tal ideia pode ser representada pela fala de Maria: “[...] têm dias que são proveitosos e dias que não, têm dias que são só ociosos, onde eu passo a maior parte do tempo só rolando o feed, observando as publicações de outras pessoas”.

Segundo elas, o tempo que utilizam consumindo tais conteúdos passa despercebido, além de ser classificado como um acesso além da própria vontade, como um hábito, mania ou vício. É possível notar essas formas de perceber a relação com as mídias nas falas de Joana:

[...] é uma relação de frequência, onde eu passei a deixar de percebê-la como algo que eu tinha que fazer; passou a ser uma coisa rotineira, de tanto que eu uso, passou a ser automático. [...] gasto um tempo naquilo que eu poderia estar aproveitando para fazer outras coisas produtivas e, por questões de vício ou mania, enfim, virou rotina e eu fico ali e o tempo passa e nem vemos.

Pelo fato de o *Dasein* ser indeterminado ontologicamente, ele tende a assumir orientações do mundo na tentativa de escapar de sua indeterminação originária, entretanto, nessa tentativa de se determinar, pode acabar renunciando a suas possibilidades e restringindo seu *poder-ser* (Evangelista, 2016).

Segundo Casanova (2015), em seu livro *Compreender Heidegger*, toda a indeterminação e impessoalidade assumida pelo *ser-aí* tende a ser pronunciada mediante tonalidades afetivas fundamentais que dão voz às

impessoalidades. Elas tendem a mobilizar o caráter de indeterminação do sujeito, seu *poder-ser* e suas possibilidades de escolhas, muitas vezes obscurecidas pela cotidianidade do mundo. Entre as tonalidades afetivas principais, temos o tédio e a angústia.

Heidegger (1927/2005) retrata que o tédio diz sobre um modo de o *Dasein* se colocar diante do tempo em que ele se vê aprisionado em um mundo no qual não existe tempo para realizar novas escolhas; assim, o *ser-aí* vive uma experiência de se tornar desinteressante para si mesmo. O tédio profundo não é algo que vem de fora para dentro do sujeito, mas, sim, de um confronto pelo seu caráter de indeterminação, fazendo com que o sujeito se sinta perdido de si próprio.

De acordo com Casanova (2015), na cotidianidade, os acontecimentos rotineiros e repetidos apresentam uma ausência de sentido e uma supressão da possibilidade de encontrar um ritmo existencial próprio, devido a uma vivência na impessoalidade. O tédio vem para mobilizar o *Dasein* sobre sua indeterminação original, que, ao final, é finita e transitória, alertando sobre o ter que escolher e se abrir às possibilidades.

A ideia da tecnologia é possibilitar mais tempo livre e facilitar a realização de atividades que demandariam mais tempo (Rosa & Santos, 2015). Entretanto, com as mídias sociais, isso tende a não acontecer, não necessariamente por estarmos sempre ocupados, mas porque, automaticamente, já temos o nosso tempo preenchido pela utilização dessas mídias de forma constante. O sujeito possui dificuldade em viver um outro tempo que não esse, visto que, por meio das tecnologias, criam-se mecanismos de defesa perante o tédio que, ao mesmo tempo, traz reflexões sobre as possibilidades que são privadas diante de tal enrijecimento (Casanova, 2015). É possível perceber, na fala de Joana, a ocupação constante do tempo nas mídias:

[...] esse acesso automático das mídias me incomoda um pouco, pois sempre que tenho dificuldade em realizar alguma tarefa, ou quando não tenho nada para fazer, eu já entro automaticamente nas mídias, sem perceber, [...] são tantas informações de tantas pessoas que eu já me peguei perguntando sobre o que eu realmente gosto ou o que é apenas uma influência das mídias.

As participantes deste estudo trouxeram sentimentos/incômodos em face da incapacidade de acompanhar as mudanças propostas pelas mídias, que mudam a todo momento, junto à grande quantidade de conteúdos apresentados. Apontaram uma sensação de estarem sendo solicitadas a se inventarem e reinventarem para “dar conta” de realizar todas as mudanças propostas pelas mídias; tais mudanças podem estar relacionadas a diversos aspectos da cotidianidade, como estilo de vida saudável, cuidado com aparência física, produtividade no trabalho, relacionamentos com os outros e formas de adquirir conhecimentos.

A angústia, segundo Heidegger (1927/2005), como tonalidade afetiva, provém da própria indeterminação da existência, apontando a necessidade de o *ser-aí* se formar por meio de escolhas e, ao mesmo tempo, saber que está jogado em um projeto finito. A angústia anuncia o caráter de o sujeito estar em fuga de si mesmo por meio de identificações mundanas, implicando em seu *poder-ser* mais próprio. Quando o *ser-aí* dá voz à angústia, ouvindo-a e buscando compreendê-la, é possível romper com esse modo-de-ser ligado totalmente a significações mundanas e, assim, voltar-se para seu *poder-ser* e para o seu caráter de abertura às possibilidades para escolher em favor da singularidade. Ela faz com que o sujeito estranhe o mundo e não consiga mais seguir apenas as orientações dadas por ele (Casanova, 2015).

A fala de Joana aponta que se deve realizar o uso das mídias sociais com atenção e cautela:

[...] se você não souber separar ue aquilo está acontecendo com certas pessoas e se você não conseguir filtrar tudo na sua vida, você acaba ficando doido, porque é muita informação chegando e você não consegue focar em outras coisas. Mas o uso excessivo deixa também meio sem produtividade, angustiado (pois observo que as mudanças vêm de uma forma muito rápida e não consigo acompanhar o ritmo).

Ao mesmo tempo, esse incômodo sentido com a influência exagerada do uso das mídias sociais fez com que elas procurassem escolhas mais reflexivas e conscientes, conforme relata Maria:

[...]. De um curto tempo para cá, eu tenho tentado lidar com as mídias sociais de forma diferente, sobre o que me diz respeito e o que não me diz respeito.

Por isso, eu acho que estou me relacionando mais saudável com a internet no geral, porque antes era algo mais adoecido que me consumia e que me prendia e fazia pensar a minha vida de forma errada. Eu estou conseguindo controlar bastante, pois foi algo que já me incomodou. Percebi que estava fugindo do meu controle e quis mudar isso. A gente vai fazendo um balanço, um comparativo com tudo o que eu vejo, principalmente naquilo que me mostra sobre o que eu não devo ser e fazer.

As participantes refletiram que o consumo de conteúdo nas mídias sociais pode ser útil para melhorar hábitos, gerar conhecimentos, conhecer novas pessoas e expandir possibilidades no campo profissional. Nota-se tais assuntos nas falas abaixo:

[...] gosto da facilidade que a gente tem em se envolver com várias coisas e pessoas. Temos contato com muitos tipos diferentes de pessoas e realidade e isso é bacana, pois mesmo estando longe a gente consegue conhecer e entender, pois temos acesso a muitos tipos de informações. (Participante Maria), [...] O que eu mais gosto é a capacidade de conexão de você estar em qualquer lugar em qualquer momento ou saber de uma informação a qualquer momento. Isso tem uma importância muito grande em saber o que acontece no mundo, com seus amigos, ainda mais agora na pandemia que o contato pessoal ficou muito restrito (Participante Joana).

A seguir, será realizada uma discussão sobre o sentido de adoecimento existencial, juntamente a uma reflexão sobre o uso das mídias sociais e suas possíveis ligações.

Adoecimento existencial X Mídias Sociais

A sociedade contemporânea é caracterizada por uma cultura que estigmatiza a relação entre homem e mundo, colocando-os como separados e estabelecendo orientações sobre como as pessoas podem agir. Nas mídias sociais, os usuários podem se voltar para uma sujeição não percebida, direcionada para a impessoalidade do mundo e restringindo-os a uma existência privada em uma tela que seleciona aquilo que verão. As mídias sociais são

projetadas para mostrar aos seus usuários cada vez mais conteúdos direcionados ao que eles mais tendem a pesquisar, o que gera uma limitação que facilita a perda de experiência de novas possibilidades (Souza et al., 2017).

O adoecimento existencial diz sobre a limitação das possibilidades do *Dasein*, fazendo com que ele se fixe em um *modo-de-ser* único, restringindo-o de novas escolhas. Assim, ele passa a se sentir incomodado com a forma como está se apresentando ao mundo e, caso não procure refletir e mudar seu *modo-de-ser*, pode apresentar um sofrimento existencial (Evangelista, 2016).

Na pesquisa realizada, foi possível perceber a forma como o crescimento constante das mídias sociais pode afetar a existência das pessoas que as utilizam frequentemente. As entrevistadas abordaram a forma como percebem as influências de tais mídias de acordo com sua experiência, abordando questões que envolvem a necessidade de reflexão e cautela para utilizá-las.

É importante demarcar que não se pode ligar diretamente o acesso às mídias sociais a um adoecimento existencial, como se fosse a única possibilidade para a construção de um *modo-de-ser* – mas a possibilidade de gerar um sofrimento, caso esse uso não reflexivo das mídias restrinja o ser da pessoa a seu mundo, não a mobilizando diante dos limites e das possibilidades de escolhas é algo a ser pensado. Nenhuma dessas restrições estabelecidas pelas mídias sociais são ontológicas, mas, sim, existenciais, ou seja, é sempre possível um convite à reestruturação. Apenas questionando algo e se movimentando para mudanças é possível se preparar para uma relação livre com aquilo que pode aprisionar (Evangelista, 2015).

De acordo com Casanova (2015), é muito difícil que os sujeitos possuam o reconhecimento de sua indeterminação, mas é esse caráter que permite pensar sobre as formas de viver e de se encontrar no mundo. As tonalidades afetivas são um meio para direcionar o *ser-aí* para a sua indeterminação sempre que ele a esquecer, voltando à consciência de como ele está se relacionando com as coisas e os outros. Somos abertura e possibilidades de ressignificação da existência. As tonalidades afetivas permitem o entendimento de que existem outros sentidos e possibilidades

para algo se apresentar. É uma oportunidade de singularização, pois permite o rompimento do mundo pré-formatado e dos horizontes já estabelecidos na nossa cotidianidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo de compreender, a partir da fenomenologia existencial e com base no pensamento de Heidegger, como as mídias sociais estão sendo utilizadas no contexto contemporâneo e como tal relação pode influenciar a existência de um ser, acarretando ou não um adoecimento existencial foi alcançado. A abordagem utilizada para a construção dos componentes existenciais direcionou a compreensão da relação entre o uso das mídias sociais na contemporaneidade e a possibilidade de um adoecimento existencial de acordo com o pensamento fenomenológico existencial de Heidegger.

Evidenciou-se, a partir das entrevistas realizadas, que as participantes trouxeram como ideias compartilhadas o entendimento sobre a importância atual das mídias sociais, mas que a forma como são utilizadas deve ser analisada, pois pode tornar algo muito automático e constante na vida de cada um, afastando os sujeitos de quem eles realmente são, da própria singularidade. As participantes apontaram, também, uma sensação de cansaço mental e angústia após ficarem muito tempo utilizando tais mídias e expostas a diversos conteúdos sem conseguir acompanhar o ritmo de mudanças.

Foi possível ressaltar uma influência das mídias na produtividade e no foco de cada entrevistada que se relaciona à ideia de que o consumido nas mídias já está pronto, tornando-se mais fácil do que planejar algo que exige uma imersão de criatividade maior. Por fim, ambas relataram se sentirem incomodadas com a influência das mídias sociais em suas vidas, o que as tem levado a escolhas mais reflexivas e conscientes de conteúdos positivos para adquirir hábitos mais saudáveis, gerar conhecimentos, conhecer novas pessoas e expandir possibilidades no campo profissional. É importante que cada pessoa perceba a forma com que tal relação se estabelece, de modo reflexivo e crítico.

A partir desta pesquisa, percebe-se uma possibilidade de se expandir o tema, direcionando-o para as tonalidades afetivas e sua relação com as mídias sociais na contemporaneidade, já que são elas que denunciam o caráter da impessoalidade na existência do sujeito e a forma como ele se abre para novas possibilidades ou se fixa em modos-de-ser únicos. A partir desses apontamentos, tem-se a necessidade de realizar uma pesquisa envolvendo maior amostragem de participantes com o intuito de expandir as informações sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- Boechat, I. T., Freitas, P. R., & Souza, C. H. M. (2019). O uso das mídias digitais e o adoecimento existencial: escolha na perspectiva fenomenológica em psicologia. *Interdisciplinary Scientific Journal*, 6(5), 234-249.
- Casanova, M. A. (2015). *Compreender Heidegger* (5ª ed). Rio de Janeiro,RJ: Vozes.
- Cássia, M. A. (2016). Entre curtir e compartilhar: um olhar sobre a visibilidade, privacidade e subjetividade contemporânea nas redes sociais virtuais. *Pretextos*, 1(1), 176 – 198.
- Ciribelli, J. P., & Paiva, V. H.P. (2011). Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. *Mediação*, 13 (12), 57-74.
- Evangelista, P. E. R. A. (2016). *Psicologia Fenomenológica Existencial: a prática psicológica à luz de Heidegger* (22ª ed.) Curitiba,PR: Juruá.
- Feijoo, A. M. L. C. (2012). A clínica psicológica em uma inspiração fenomenológica – hermenêutica. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 12 (3) 973-986.
- Freitas, C. B. D., & Hossne, W. S. (2002). O papel dos Comitês de Ética em Pesquisa na proteção do ser humano. *Revista Bioética*, 10 (2), 129-146.

- Gallina, J. B., & Venturi, A. F. A. (2020). Redes sociais e existencialismo: uma perspectiva fenomenológica sobre o ser. *Interciência & Sociedade*, 5 (2), 37-50. Recuperado de: <https://revista.francomontoro.com.br/intercienciaesociedade/article/view/145>
- Heidegger, M. (2005). *Ser e tempo: parte I e parte II* (15ª ed.) (Márcia de Sá Cavalcante Shuback, trad.). Petrópolis, RJ: Vozes. (Trabalho original publicado em 1927).
- Heidegger, M. (2011). *Os conceitos fundamentais da metafísica: mundo, finitude, solidão* (2ª ed.) (Marco Antônio Casanova, trad.). Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1929).
- Holanda, A. (2006). Questões sobre pesquisa qualitativa e pesquisa fenomenológica. *Análise Psicológica*, 24 (3), 363-372,
- Holanda, R. S., & Décio, R. (2020). Um olhar fenomenológico sobre as crises existenciais na contemporaneidade. *Revista de Filosofia Moderna e Contemporânea*, 8 (1), 285-305, Recuperado de: <https://periodicos.unb.br/index.php/fmc/article/view/28914> .
- Kemp, S. Digital 2021: Global overview report. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>. Acesso em: 27 nov. 2024.
- May, R. (2020) *A descoberta do ser: estudos sobre a psicoterapia existencial*. (Claudio G. Somohyi, trad.). Rio de Janeiro, RJ: Rocco.
- Melgar, G. G. (2009). *O ser-para-a-morte: como elemento fundamental da existência autêntica em Martin Heidegger (1889-1976)*. Sarandi, Pr : Humanitas Vivens.
- Paula, C. C. D., Padoin, S. M. D. M., Terra, M. G., Souza, Í. E. D. O., & Cabral, I. E. (2014). Modos de condução da entrevista em pesquisa fenomenológica: relato de experiência. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 67(3), 468-472.
- Resolução n. 466, de 12 de dezembro de 2012. (2012). Aprova as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília, Diário Oficial da União, 13 jun. 2013.

- Rosa, G. A. M., & Santos, B. R. (2015). Repercussões das redes sociais na subjetividade de usuários: uma revisão crítica da literatura. *Temas em Psicologia*, 23 (4), 913-92.
- Siani, S. R., Correa, D. A., & Las Casas, A. L. (2016). Fenomenologia, método fenomenológico e pesquisa empírica: o instigante universo da construção de conhecimento esquadrihada na experiência de vida. *Revista de Administração da UNIMEP*, 14(1), 193-219.
- Sodelli, M., & Sodelli-Teodoro, A. (2011). Visitando os “Seminários de Zolli-kon”: novos fundamentos para a psicoterapia fenomenológica. *Psicologia Revista*, 20 (2), 245-272. Recuperado de: <https://revistas.pucsp.br/index.php/psicorevista/article/view/10343/7722>
- Souza, G.; Freitas, T. G., & Biagi, C. R. (2017). A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade. *Akrópolis*, 25 (2), 117-128, Recuperado de: <https://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/issue/view/449>
- Zuben, N. A. V. (2011). A fenomenologia como retorno à ontologia em Martin Heidegger. *Transformação*, 34, 85-102.

Recebido em 28/02/2023

Aceito em 18/09/2024



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional, que permite o uso irrestrito, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que a obra original seja devidamente citada.