

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

Luiza de Oliveira Paiva

**A COMERCIALIZAÇÃO E FETICHIZAÇÃO DE ESTIGMAS NAS REDES
SOCIAIS: UMA ANÁLISE CRÍTICA DA SUPEREXPOSIÇÃO DE DIAGNÓSTICOS
PSICOPATOLÓGICOS**

Taubaté

2023

Luiza de Oliveira Paiva

**A COMERCIALIZAÇÃO E FETICHIZAÇÃO DE ESTIGMAS NAS REDES
SOCIAIS: UMA ANÁLISE CRÍTICA DA SUPEREXPOSIÇÃO DE DIAGNÓSTICOS
PSICOPATOLÓGICOS**

Trabalho de Graduação apresentado para
obtenção de diploma de Graduação pelo
curso de Psicologia do Departamento de
Psicologia da Universidade de Taubaté.
Área de concentração de ciências biológicas.
Orientações Prof^ª Dr^ª Débora Inácia Ribeiro.

Taubaté

2023

Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBi
Grupo Especial de Tratamento da Informação – GETI
Universidade de Taubaté – UNITAU

P149c	<p>Paiva, Luiza de Oliveira</p> <p>A comercialização e fetichização de estigmas nas redes sociais : uma análise crítica da superexposição de diagnósticos psicopatológicos / Luiza de Oliveira Paiva. -- 2023. 45 f. : il.</p> <p>Monografia (graduação) – Universidade de Taubaté, Departamento de Psicologia, 2023. Orientação: Profa. Dra. Débora Inácia Ribeiro, Departamento de Psicologia.</p> <p>1. Psicopatologia. 2. Feminismo. 3. Feminismo marxista. 4. Psicologia social. 5. Redes sociais. I. Universidade de Taubaté. Departamento de Psicologia. Curso de Psicologia. II. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD – 302</p>
-------	--

LUIZA DE OLIVEIRA PAIVA
A COMERCIALIZAÇÃO E FETICHIZAÇÃO DE ESTIGMAS NAS REDES
SOCIAIS: UMA ANÁLISE CRÍTICA DA SUPEREXPOSIÇÃO DE DIAGNÓSTICOS
PSICOPATOLÓGICOS

Trabalho de Graduação apresentado para obtenção de diploma de Graduação pelo curso de Psicologia do Departamento de Psicologia da Universidade de Taubaté.
Área de concentração de ciências biológicas.
Orientações Prof^a Dr^a Débora Inácia Ribeiro.

Data: _____

Resultado: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. _____

Universidade de Taubaté

Assinatura _____

Prof. _____

Assinatura _____

Prof. _____

Assinatura _____

Prof. _____

Assinatura _____

Dedico meu trabalho àquelas cuja luta constante é lembrar que não precisam se adequar a padrões ou expectativas. Que a luta pela liberdade para abraçar sua individualidade e para reivindicar o espaço que lhes pertence por direito não lhes entristeça, mas te radicalize.

AGRADECIMENTOS

Agradeço antes de tudo à minha psicóloga, Gabriela Sayemi, não só por ser uma das profissionais da saúde mental que mais admiro, pela prática ética e empática, sempre, mas também por acreditar que, sem ela, eu teria desacreditado de mim (ou enlouquecido).

Agradeço imensamente à minha professora orientadora, Débora Inácio Ribeiro, que não só me orientou de forma excepcional, com muita paciência, encorajamento e críticas construtivas, como me orientou, sem saber, ao caminho da Psicologia Fenomenológica-Existencial, coisa que só ela mesma poderia fazer.

Agradeço aos meus pais e familiares, por custear meus estudos e me indicar a jornada do Ensino Superior. Agradeço também aos meus amigos, que não desistiram de mim pelas faltas ou atrasos em encontros.

Agradeço aos meus professores Tiago, de História, e Thiago, de Física que, respectivamente, me mostraram a relevância de sabermos quem somos e de onde viemos, e o quão importante é o incentivo àquilo que gostamos em meio à falta de estímulo.

Agradeço muito à Juliana dos Anjos, minha supervisora de estágio do Conselho Regional de Psicologia, e à Ana Beatriz Sanches, minha companheira de estágio. Obrigada por serem mais que colegas de trabalho, mas ombro amigo, crítica, risadas, afeto e muito mais quando precisei.

Por fim, mas jamais menos importante, agradeço ao meu companheiro Gustavo Monteiro, que não se contentou em me apoiar nas crises existenciais que preencheram minha escrita, mas também em ler, discutir, mostrar interesse e fazer as críticas construtivas mais afetuosas possíveis durante o processo. Jamais serei suficientemente grata ao seu tempo.

RESUMO

A pesquisa analisou teoricamente, em forma de pesquisa bibliográfica – i.e., baseando-se em materiais já desenvolvidos – a difusão dos transtornos psicológicos nas redes sociais (como TikTok, Twitter e Instagram), a fim de compreender a visão construída por *influencers* e por “pessoas comuns”, usuários de mídias sociais, acerca das psicopatologias sob uma ótica feminista marxista, verificando a glamourização comercial dos transtornos mentais em mídias sociais. Inicialmente, faz-se uma contextualização da emergente glamourização comercial dos estilos de vida como um todo dentro do realismo capitalista, de Fisher, e da superexposição de Deslandes e Coutinho para, posteriormente, compreender a história da luta feminina e, sobretudo, da luta feminista marxista para que, então, seja feita uma elaboração congruente de ambas leituras sociais. Dessa forma, relaciona-se o contexto socioeconômico ao histórico para apresentar a glamourização das psicopatologias na atualidade, apresentando as consequências psicológicas negativas dessa comercialização de corpos, estilos de vida e subjetividades, abordando especialmente estes efeitos em corpos e mentes femininas. Os resultados evidenciaram visível desinformação de massa e ou banalização, ou exagero das informações disseminadas *online*, além de comentários violentos e fetichizados para com corpos de mulheres com psicopatologias – o que colabora com a dificuldade de ocupação de espaços e respeito para com mulheres com psicopatologias – a fim de não somente estigmatizar o “diferente”, como mera monetização – ou seja, ganho comercial sobre exposição do que é, infelizmente, considerado “exótico”.

Palavras-chave: psicopatologia; feminismo; feminismo marxista; psicologia social; redes sociais.

ABSTRACT

The research theoretically analyzed, in a bibliographical research form – i.e., based on materials already developed – the diffusion of psychological disorders in social media (as TikTok, Twitter and Instagram), in order to comprehend the view built by influencers and “ordinary people”, social media users, of psychopathologies, all from a marxist feminist perspective, verifying the commercial glamorization of psychological disorders in social media. Initially, a contextualization is made of the emerging commercial glamorization of lifestyles as a whole, using Fisher’s concept of capitalist realism and Deslandes’ and Coutinho’s concept of overexposure to, posteriorly, comprehend the history of the female fight and, above all, the marxist feminist challenges, so that a congruent elaboration of both social readings can be made. This way, the socioeconomic and the historical contexts are related to present the glamorization of the psychopathologies presently, showing the negative psychological consequences provoked by these body, lifestyle and subjectivities commercialization, addressing especially these effects on female bodies and minds. The results evinced a visible mass disinformation and either a trivialization, or an exaggeration of informations spread online, as well as violent and fetishized comments towards the bodies of women with psychopathologies – wich collaborates with the struggle that women with psychopathologies have in occupying spaces and being respected – in order to not only stigmatize whats is “different” (PwD), as mere monetization – in other words, commercial gain over exposure of what is, unfortunately, considered “exotic”.

Keywords: psychopathology; feminism; marxist feminism; social psychology; social media.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Postagem da conta oficial do serviço de streaming Netflix	29
FIGURA 2 – Resposta de uma usuária da rede social à postagem da Netflix	29
FIGURA 3 – Postagem de Gabriela Cattuzzo no Twitter	30
FIGURA 4 – <i>Thread</i> de mensagens de Gabriela Cattuzzo no Twitter	30
FIGURA 5 – Postagem de Gabriela Cattuzzo no Twitter	32
FIGURA 6 – Postagem do portal de notícias POPTime no Twitter	33
FIGURA 7 – Postagem de DJ no Instagram	33
FIGURA 8 – Postagem de Davi Lucas no Instagram	33
FIGURA 9 – Publicidade da loja Snarky Co.	34
FIGURA 10 – Postagem de Lara Santana no Instagram	35
FIGURA 11 – Postagem de Lara Santana no Instagram	35
FIGURA 12 – Comentário de internauta em vídeo do YouTube	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Problema de Pesquisa.....	10
1.2 Objetivos.....	10
1.2.1 Objetivo Geral.....	10
1.2.2 Objetivos Específicos.....	10
1.3 Justificativa e Relevância.....	11
2 MÉTODO.....	13
2.1 Tipo de Pesquisa.....	13
2.2 Procedimento de coleta de dados.....	13
2.3 Procedimento de Análise.....	14
3 DESENVOLVIMENTO.....	15
3.1 Mídia, psicopatologias e realismo capitalista.....	15
3.1.1 Consequências do realismo capitalista nas redes sociais.....	15
3.1.2 Consequências psicológicas do uso das redes sociais.....	16
3.2 A luta feminista.....	19
3.2.1 O que é o feminismo?.....	19
3.2.2 O feminismo marxista.....	21
3.3 A glamourização comercial de psicopatologias e o feminismo marxista.....	25
3.3.1 O sujeito realista capitalista.....	25
3.3.2 A massa, a comercialização de estilos de vida e as psicopatologias.....	26
3.3.3 Reprodução do sofrimento de minorias, comercialização, fetichismo e patologização.....	29
4 RESULTADOS.....	32
4.1 Perspectiva objetiva: como são retratadas as psicopatologias nas redes sociais.....	32
4.2 Perspectiva subjetiva: a experiência das mulheres que possuem psicopatologias na internet.....	35
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS.....	40

1 INTRODUÇÃO

É comum que sujeitos com transtornos mentais sejam vistos como atípicos ou, até, a depender do transtorno, incapazes ou agressivos. Essa visão pode perpetuar um estigma irreal, vitimando aqueles que possuem transtornos psicológicos. Nos últimos três anos, entretanto, de acordo com Carvalho e Izel (2022), essa visão foi se apaziguando devido à correlação do crescente uso de redes sociais com a difusão dos transtornos psicológicos dentro destas.

Paralelamente, houve também uma crescente análise focalizada não mais no sujeito, mas sim em seu engajamento *online*, propagando uma cultura que medicaliza angústias e ainda, anos depois, expõe psicopatologias na internet como um fenômeno comum a todos, de “fácil autodiagnóstico”, que não se submergiu por um motivo que ressalta aos demais: comercialização sobre a cultura medicamentosa (RABELLO; MARCELOS, 2022).

Corpos psicopatologizados, sobretudo femininos, tornaram-se “virais” ao expor vulnerabilidades. Artistas como Billie Eilish, Selena Gomez, Jada Smith, entre outras foram alvo de inúmeras reportagens falando sobre suas situações psicológicas com teor fetichista, de inferioridade, ou ambos. Reportagens como “Os tiques e a condição neurológica que infernizam a vida de Billie Eilish” (Portal NIT, 2022), devido seu diagnóstico de Transtorno de Tourette, ou “Selena Gomez rebate críticas ao seu peso: 'Sou perfeita'” (Folha de São Paulo, 2022; após diagnóstico depressivo da cantora) se tornam cada vez mais comuns e atrativas ao público que é majoritariamente adolescente e jovem-adulto – portanto, vulneráveis aos efeitos psicológicos que tal fenômeno traz (PAPALIA; FELDMAN, 2013) –, de modo que muitas mulheres, principalmente, se tornaram influentes devido aos seus transtornos psicológicos. Um exemplo é a agora influencer norte-americana Evie Meg (@thistrippyhippie), que conta com quase 16 milhões de seguidores na rede social TikTok e quase 1 bilhão de comentários em seus vídeos sobre sua rotina com Transtorno de Tourette, presente no DSM-V (APA, 2014), em sua maioria sexualizando ou infantilizando seus tiques.

Na premissa capitalista de que “o que é mais próprio de cada um é o que mais se tira de cada um” (MACKINNON, 1982, p. 515), expropria-se a sexualidade, cataloga-a e organiza-a como o que deve ou não ter cunho capital e sexual, criando assim a relação da divulgação de psicopatologias, que iniciou-se como uma quebra de estigmas e desmistificação do sujeito com transtorno psicológico, ao fenômeno de que, quando influenciado pela mercantilização capitalista (sobretudo online), o corpo sofre uma monetização que reforça estereótipos, influencia autodiagnósticos e, de forma adjunta, impulsiona a sexualização feminina.

1.1 Problema de Pesquisa

A Psicologia, infelizmente, tem consigo muitos estigmas e estereótipos quanto às psicopatologias, justamente por ser um ramo de pesquisa mais recente que as demais áreas da saúde – estas que, felizmente, cada vez mais ganham um espaço acessível e desmistificado. Entretanto, com a difusão social dos transtornos psicológicos, estes podem ganhar uma leitura equivocada, de pensamento faccioso e, muitas vezes, glamourizada, de como pessoas com psicopatologias são de fato, sem estigmas. Como todo fenômeno de difusão social, questiona-se, portanto, de qual modo as redes sociais (Twitter, TikTok e Instagram) abordam o fenômeno das psicopatologias sobre a autoimagem, e qual sua repercussão no público feminino?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O intuito dessa pesquisa é a analisar, de forma teórica, a difusão dos transtornos psicológicos nas redes sociais como Twitter, TikTok e Instagram, a fim de compreender a visão construída acerca das psicopatologias e sua glamourização comercial – sob uma ótica feminista marxista.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Contextualizar a emergente glamourização comercial das psicopatologias no realismo capitalista;
- Conhecer a história e o fenômeno da luta feminista;
- Compreender a luta feminista dentro do pensamento feminista marxista;
- Correlacionar a glamourização comercial das psicopatologias à luta feminista;
- Discutir sobre as consequências psicológicas e sociais da glamourização comercial das psicopatologias dentro do público feminino.

1.3 Justificativa e Relevância

Psicopatologias são referentes a uma variedade de transtornos psíquicos que afetam o pensamento, as emoções e comportamento de indivíduos, que são comumente estigmatizados socialmente, o que pode gerar consequências negativas àqueles que os possuem (SILVA; MARCOLAN, 2018). Entretanto, recentemente, há uma tendência na *internet* em glamourizar essas psicopatologias, sobretudo no público feminino. Cantoras, atrizes e, principalmente, anônimas que, de certa forma, expõem suas psicopatologias na internet – que já é relevante a outra demanda sobre a espetacularização do eu e superexposição de subjetividades (DESLANDES; COUTINHO, 2020) – têm diariamente comentários em seus *posts* na *internet* trazendo uma visão de que os transtornos são um “charme pessoal” das mulheres que os têm, trazendo a vulnerabilidade advinda do transtorno como algo atrativo e encantador.

De forma sucinta, a glamourização – ou, melhor, o glamour –, nesta pesquisa, é interpretado como a crença de que o sucesso está intrinsecamente ligado ao alto status, à fama e ao reconhecimento no mundo virtual, mesmo que estes sejam produto de uma superexposição de psicopatologias (sejam elas falseadas, tornadas como algo cômico ou exageradas). Essa promoção midiática de um ideal a ser alcançado, a ideologia do glamour, pode ser vista como uma forma de falseamento da consciência, onde as pessoas são levadas a acreditar em valores que servem aos interesses de uma classe específica. Sobretudo, há a leitura de como essa classe, essa massa de pessoas que consome o que é produzido por essas pessoas na *internet*, também dita que essas identidades glamourizadas sejam atrativas – e, conseqüentemente, monetizadas.

Ao mesmo passo que essa glamourização e romantização podem ser interpretadas como uma forma de resistência às estruturas opressivas que incidem o público feminino ao, assim, compreender as psicopatologias como parte da subjetividade e perpassar os padrões normativos sobre o que é considerado um “comportamento normal” (MACKINNON, 1982), uma perspectiva feminista marxista pode trazer um panorama diferente. Sob a visão supracitada, é importante examinar a razão dessa glamourização e o que ela significa para a sociedade como um todo, visto que o momento histórico, político e econômico é um ponto importante a ser explorado ao ter ciência de que nenhum fenômeno social acontece no vácuo: o momento do fenômeno trazido nesta pesquisa é de largo acesso às informações concernentes às psicopatologias via *internet*, ao mesmo tempo que há breve compreensão do que elas são, de fato, o que corrobora com o estigma (SILVA; MARCOLAN, 2018) e conseqüente glamourização.

A falta de acesso às informações científicas sobre psicopatologias é resultante de uma estrutura social desigual – incluindo pautas capitalistas, patriarcais e raciais (DAVIS, 1981) – que pode perpetuar estereótipos nocivos e contribuir para com a marginalização das pessoas que sofrem com estes transtornos, além de viabilizar uma cultura fetichista em que psicopatologias são vistas como atraentes ou, até, sensuais (MACKINNON, 1982).

Finalmente, é crucial que a abordagem do glamour sobre as psicopatologias seja feita sob uma ótica crítica. O reconhecimento de que as desigualdades estruturais são contribuintes à falta de acesso científico e conseqüente má interpretação do que são, genuinamente, transtornos psicológicos não pode ser obducto pela possível interpretação supracitada do fenômeno como forma de resistência.

2 MÉTODO

2.1 Tipo de Pesquisa

O presente estudo tem por método estudo teórico, sendo uma revisão bibliográfica com intuito de investigar como determinados processos afetam uma população a partir de dados secundários e, assim, organizá-los para apresentação de considerações teóricas (GIL, 2002) sobre o fenômeno psicológico das psicopatologias e sua glamourização comercial a partir de uma perspectiva feminista marxista. Desse modo, optou-se pela pesquisa de caráter exploratório, devido à finalidade de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias; e descritiva, pelo fator de descrição de características de determinada população ou fenômeno, a investigação da existência de relações entre variáveis e a natureza dessas relações. (GIL, 2017).

Servirão como base teórica artigos publicados sobre a área psicopatológica para descrição das psicopatologias que serão citadas; artigos majoritariamente publicados por psicólogas femininas, como Catherine MacKinnon e, para a contextualização histórica do fenômeno, sobretudo as filósofas Angela Davis e Judith Butler, dissertando sobre o feminismo e feminismo marxista, e Mark Fisher, sobre contemporaneidade.

2.2 Procedimento de coleta de dados

Como traz Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído por impressos diversos e periódicos, mas principalmente de livros e artigos científicos. Por ser uma pesquisa que se propõe à análise das diversas perspectivas acerca de um fenômeno, será feita uma cobertura de uma gama de fenômenos ampla, seguindo as etapas propostas por Antonio Carlos Gil em sua obra *Como Elaborar Projetos de Pesquisa* (2002, p. 59-60):

- a) escolha do tema;
- b) levantamento bibliográfico preliminar;
- c) formulação do problema, sendo esta a parte mais importante da pesquisa bibliográfica.

A partir do levantamento bibliográfico preliminar do tema “A comercialização e fetichização de estigmas nas redes sociais: uma análise crítica da superexposição de diagnósticos psicopatológicos”, definiu-se o problema de pesquisa, sendo resumido em: de qual modo as redes sociais abordam o fenômeno das psicopatologias e qual sua repercussão no público feminino?;

- d) elaboração do plano provisório de assunto;
- e) busca das fontes (livros, artigos científicos, postagens nas redes sociais Twitter, Instagram e TikTok de *influencers* digitais);
- f) leitura do material;
- g) fichamento;
- h) organização lógica do assunto; e
- i) redação do texto.

2.3 Procedimento de Análise

Os dados serão analisados de maneira qualitativa, correspondente à análise subjetiva, através de todos os materiais e dados coletados na revisão bibliográfica (GIL, 2002). A descrição será de natureza qualitativa por não haver termos numéricos, mas sim uma base de linguagem e imagens (COZBY, 2003). Sendo assim, a análise será realizada a partir dos dados levantados.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 Mídia, psicopatologias e realismo capitalista

3.1.1 Consequências do realismo capitalista nas redes sociais

Seguindo como referência o que escreve Karin Strobel, professora da Universidade Federal de Santa Catarina (2013), é comum que historiadores decomponham a História em cinco grandes períodos: Pré-História, Idade Antiga ou Antiguidade, Idade Média, Idade Moderna e Idade Contemporânea. Desde o final da Idade Média, com a crise do sistema feudal, o sistema capitalista ascendeu, modificando o setor produtivo e as relações de trabalho. Esse sistema econômico de rápida adesão mundial culminou em diversas transformações históricas (como no maior dos exemplos, as Revoluções Industriais) e, conseqüentemente, sociais (BOCK; GONÇALVES; FURTADO, 2007).

Mas, afinal, o que é o capitalismo? É possível resumi-lo em um sistema socioeconômico em que ambos capital e meios de produção estão na mão de um grupo restrito (empresas privadas e indivíduos contratantes) com irrestrita liberdade de comércio e objetivo de gerar lucro advindo da riqueza produzida pela força de trabalho humana (FISHER, 2020). Elucidada a conceituação do sistema capitalista, é importante trazer à luz a escolha do termo “realismo capitalista” ao tratar da ótica dessa pesquisa sobre o sistema socioeconômico atual, ao invés de “pós-modernidade” ou, simplesmente, capitalismo. O teórico cultural, filósofo marxista e professor britânico Mark Fisher coloca em sua obra *Realismo Capitalista: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?* (2020) que o capitalismo em si, “apenas” como compreensão sócio-cultural, não traz a interpretação limitante do realismo capitalista, que é “o sentimento disseminado de que o capitalismo é o único sistema político e econômico viável, sendo impossível imaginar uma alternativa a ele” (FISHER, 2020, p. 10).

Deleuze e Guattari, em sua obra *O Anti-Édipo* (2010), interpretam o capitalismo como uma abominação a qual as sociedades primitiva e feudal tentaram fugir e que, quando chega ao modelo social, tira o caráter impreterível da cultura, enquanto que o próprio capital é uma “coisa inominável”, um estranho híbrido do ultra-moderno com o arcaico. Debruçando-se sobre a obra supracitada de Deleuze e Guattari, Mark Fisher (2020, p.14-15), diz que

[...] o capitalismo traz consigo uma dessacralização massiva da cultura. É um sistema que não mais governa por meio de uma lei transcendente. Ao contrário: desmantela todos os códigos desse tipo, apenas para reinstalá-los *ad hoc*¹. Os limites do capitalismo não são fixados de uma vez por todas, mas definidos (e redefinidos) de maneira pragmática e improvisada. Isso faz do capitalismo [...] uma entidade monstruosa e infinitamente plástica, capaz de metabolizar e absorver qualquer coisa com a qual entre em contato.

Dentro desse prisma de influência de, não só o capitalismo, mas a ótica realista capitalista na cultura, se regressa ao contexto social em que se explora o tema de pesquisa: contemporaneidade. Atualmente, tornou-se habitual que, ao acordar, as pessoas olhem o horário em seu aparelho celular e se dirijam para aplicativos de redes sociais como WhatsApp, Instagram, TikTok e Twitter. Paralelamente ao uso de mídias sociais, está a exposição – que, quando há o vício no uso de redes sociais, se torna o que é atualmente chamado de *superexposição* (Shirley Cramer in Royal Society for Public Health, 2017) – e consumo de estilos de vida.

Colocando tal conjunto de fenômenos sob uma ótica capitalista, é de pressuposto, de acordo com Silva e Marcolan (2018), que esse sistema econômico e político tente fazer tolerar uma tentativa de leitura do “mundo como algo simples”, em que tudo tem uma compreensão e acesso fáceis, de modo que o indivíduo realista capitalista – aquele sujeito impreciso e individualista que se encontra em um mundo especialmente plural – se canse à tanta exposição e capitalização de informações pelo engajamento (RABELLO, 2015). Cada visualização, cada *like* e cada compartilhamento de leituras rasas, afastam pessoas de uma busca real sobre sua expressão subjetiva (SILVA; MARCOLAN, 2018), e não surpreendentemente o sistema capitalista reprime subjetividades – ou, neste caso, as comercializa –, e tais violências sobre o que tange a autenticidade individual sendo tão expostas, traz suas consequências, que serão abordadas a seguir.

3.1.2 Consequências psicológicas do uso das redes sociais

De acordo com o especialista em marketing de conteúdo Rodrigues (2022), em sua publicação na empresa RD *Station*, 31,1% dos usuários do Instagram estão na faixa etária de 18 a 24 anos, sendo a mais representativa, seguida pelo público de 25 a 34 anos, com 30%. Tendo em mente esse público alvo, será exemplificado com maior enfoque as consequências

negativas para com este público de faixa etária, mesmo que as consequências psicológicas quanto ao uso de redes sociais seja de ampla leitura e abrangência.

Como explicam Souza e Cunha (2019, p.205),

O uso da tecnologia pode tornar-se uma dependência, pois é onde os pré-julgamentos são realizados, onde os relacionamentos são declarados e exibidos em “público”, diante de pessoas muitas vezes desconhecidas. E sempre com o objetivo de alcançar o maior número de “amigos” com status manipulados por outros indivíduos, buscando incansavelmente obter o maior número de *likes* (curtidas) e comentários em suas postagens nas redes sociais.

A mente, como explicita Papalia e Feldman (2013), passa por um desenvolvimento e por processos de mudança constantes até cerca de 25 anos, sendo um processo diferente para cada indivíduo. Assim, com constantes reconstruções de valores, as redes sociais, por se fazerem tão presentes no século XXI, têm grande papel nessa reconstrução de visões de mundo, de modo que detêm meios de comunicação e transmissão de informações sendo, conseqüentemente, quase que ditadoras de padrões e estilos de vida. Essa dependência citada por Souza e Cunha (2019) é relativa a um “ambiente” que diariamente expõe padrões de vida inalcançáveis, utópicos e que são postos como padrão em uma sociedade que visa o consumo – seja de bens materiais ou do que é vendido com eles, como a ilusão de que um produto que tem muitos *likes* te fará feliz. Reitera-se, aqui, a problemática da alta e da auto exposição quando em conjunto na saúde mental, sobretudo dos jovens.

Deslandes e Coutinho (2020) levantam a reflexão de que as mídias sociais trazem consigo a “espetacularização do ‘eu’” na busca de um reconhecimento dentro das mídias de sua persona, quando esta poderia ser usada para fins mais benéficos. Entretanto, infelizmente, fenômenos como a comparação constante de estilos de vida, além da glamourização e exposição explícita de transtornos psicológicos, por exemplo, trazem consigo uma carga grande de especificidades que aumentam a vulnerabilidade do psicológico do jovem, como supracitado – sem contar a possível deturpação de imagem e de objetivos, fazendo com que este ser social seja exposto a conteúdos que “bombam” nas redes sociais, mas que não são benéficos, como o bullying virtual, agressões verbais e mensagens mal interpretadas que podem influenciar em mudanças de hábito, discórdias e até desestruturação de famílias, que são alguns dos fatores que aumentaram as taxas de quadros de depressão, como destacam Souza e Cunha (2019).

De acordo com Sibilía (2010, p.278),

A constante reafirmação do eu em suas complexas relações com o outro, a narrativa, a privacidade, a visibilidade, a instantaneidade, o culto à personalidade, a ficção, a solidão e o espetáculo, permite entender a transformação da intimidade em espetáculo como uma complexa relação entre o eu, os outros e nós no interior da cibercultura.

O crédito dado ao que é presente nas mídias sociais, que muitas vezes pode sim ser interpretado como algo positivo, deve ter seus lados negativos pontuados para que jovens que se sentem dependentes desse ambiente de constante reafirmação do eu (SIBILIA, 2010) estejam conscientes das proporções negativas que suas consecutivas psiques individuais podem sofrer. Com dados divulgados pelo Estadão em 2019, um em cada quatro jovens brasileiros é dependente de internet, enquanto que, desse quarto de jovens, 34% apresentam sintomas de ansiedade; e, não obstante, as maiores razões para essa dependência e consequente ansiedade são, de acordo com Sheila Niskier, citada na reportagem de divulgação dos dados, solidão, baixa autoestima e grande importar-se com a autoimagem – logo que acham na internet e redes sociais a popularidade e aprovação que não conseguiam na “vida real”.

O sociólogo estadunidense Robert Weiss (1970 apud SCHELP, 2009) dissertou sobre os dois tipos existentes de solidão: a emocional e a social. Segundo Weiss (1970 apud SCHELP, 2009), a solidão emocional é o sentimento de vazio e inquietação causado pela falta de relacionamentos profundos, enquanto solidão social é o sentimento de tédio e marginalidade causado pela falta de amizades ou de um sentimento de pertencer a uma comunidade. No artigo *Nos laços (fracos) da internet* publicado por Diego Schelp (2009), o jornalista reforça o fato de que ambas solidões são preenchidas de maneira inautêntica pela internet, visto que sua causa de vício mais comum é por jovens que tentam nutrir faltas reais com “excessividades” midiáticas. Para todo caso, o autor reforça que isso é, sobretudo, uma prática que gera um sofrimento psicológico cada vez mais denso.

3.2 A luta feminista

3.2.1 O que é o feminismo?

Bell Hooks em seu livro *O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras*, define o feminismo como “um movimento para acabar com sexismo, exploração sexista e opressão” (2018, p.17). Para Judith Butler, em sua obra *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (2018), é possível inferir que sua visão é de que, dentre os muitos objetivos e pontos de discussão sociopolítica, o feminismo também é sobre quebrar normas binárias de gênero e criar novas formas para expressão de gênero e identidade. Entretanto, o que é, exatamente, sexismo? Quais explorações, opressões e normas de gênero já foram superadas; e quais ainda remanescem?

O movimento feminista ou feminismo, infelizmente, tem sua relevância reconhecida de forma tardia. Até o século XIX, a mulher era reconhecidamente inferior ao homem, com papel subalterno, de modo que a disparidade de formas de tratamento e reconhecimento público e privado é, referenciando Caldas-Coulthard (2022), o próprio sexismo. Pierre Bourdieu exemplificou em sua obra *A Dominação Masculina* (2002) que a ordem social do patriarcado funciona como uma máquina simbólica que reforça a dominação masculina sobre trabalho, divisão de trabalho entre gêneros – homens no mercado de trabalho e mulheres, em casa, por exemplo – e demais outros âmbitos sociais, políticos, culturais e econômicos.

A figura feminina construída na sociedade patriarcal da época era extremamente tolhida e sem direitos: ao voto, ao trabalho, ao acesso à política ou economia... O estopim para a mudança, de acordo com a historiadora Juliana Bezerra (2015), pode ser datado dois anos após a “Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão” ao fim da Revolução Francesa, em que a feminista francesa Olympe de Gouges escreve “Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã” ao notar que, no primeiro documento, não eram contemplados os direitos sociais, políticos e econômicos das mulheres. Bezerra (2015) ainda mostra que, aos poucos, movimentos feministas tomaram forma mundialmente, sobretudo após a mudança substancial produzida pela Revolução Industrial no mercado de trabalho, em que mulheres se tornaram “uma escolha necessária” no campo de trabalho e, de citação obrigatória, o movimento sufragista, sendo o movimento de luta das mulheres norte-americanas em prol de sua participação política e, conseqüentemente, direito ao voto feminino. Essas mudanças e fases do movimento feminista foram chamadas de “ondas”, que ocorreram em períodos diferentes na história devido à necessidade sociopolítica e às possibilidades de discurso feminino à época.

A primeira onda do feminismo ocorreu nos séculos XIX e início do século XX, focando principalmente na luta pelo direito das mulheres ao voto (sufrágio) e em questões legais e políticas. As feministas dessa época buscavam igualdade de direitos civis, incluindo a participação política e o direito à propriedade. Este movimento feminino pós-Revolução Francesa em que mulheres brancas de classe média norte-americanas e britânicas lutaram para a inserção feminina na política e para o reconhecimento social da mulher durou até cerca dos anos 1950 (NARVAZ; KOLLER, 2006).

Posteriormente, a segunda onda do feminismo emergiu nos anos 1960 e 1970, focando em questões mais amplas, como a igualdade social, econômica e cultural. As feministas dessa época lutaram contra a discriminação no local de trabalho, abordaram questões de saúde sexual e reprodutiva e questionaram as normas de gênero e a divisão tradicional de papéis – e também buscavam maior autonomia das mulheres em suas vidas pessoais e sexuais. Durante essa onda, houve importantes movimentos, como a promoção do acesso à contracepção e questionamentos sobre o que é ser mulher e sobre sua subordinação social, agora buscando novas compreensões sobre liberdade e igualdade (NARVAZ; KOLLER, 2006).

Finalmente, a terceira onda do feminismo surgiu na década de 1990 e continua até os dias atuais. Essa onda é mais diversa e abraça uma ampla gama de questões, incluindo a interseccionalidade – que reconhece que as experiências das mulheres são moldadas não apenas pelo gênero, mas também por outros fatores, como raça, classe social, orientação sexual e identidade de gênero. A terceira onda busca enfrentar as críticas da segunda onda, abraçando a diversidade e a inclusão em suas lutas feministas e trazendo a luta das mulheres sobre o que a literatura feminista contemporânea aborda com mais afinco: ruptura da visão da mulher como um único arquétipo que luta sobre as mesmas únicas injustiças, sem contemplar raça e classe (NARVAZ; KOLLER, 2006).

Na literatura feminista contemporânea, Simone de Beauvoir traz seu livro *O segundo sexo*, publicado em 1949, como uma das referências feministas mais conhecidas e amplas, paralelamente ao pós-estruturalismo francês que trouxe sua literatura para o continente americano (BEZERRA, 2015). A recepção de sua obra foi excepcionalmente controversa por sugerir em seu livro que “ninguém nasce mulher: torna-se mulher” (1967, p.9), o que alçava a interpretação de que ser mulher é um movimento social e, sobretudo, de identidade enquanto produto elaborado pela civilização.

Uma de suas maiores estudiosas é a filósofa norte-americana já supracitada Judith Butler que, como Beauvoir – ou, até, sob uma vista mais crítica (CYFER, 2015) –, acreditava que gênero não é uma categoria natural ou biológica, mas sim um construto social que é

constantemente reinventado e reforçado por meio de performances repetitivas de gênero e práticas culturais que, não só criam desigualdade de gênero, como também limitam as possibilidades de expressões individuais de gênero (BUTLER, 1988). Em seu trabalho *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (2018, p.17), expõe sua interpretação do trabalho de Beauvoir:

Para Beauvoir, o gênero é “construído”, mas há um agente implicado em sua formulação, um cogito que de algum modo assume ou se apropria desse gênero, podendo, em princípio, assumir algum outro. É o gênero tão variável e volitivo quanto parece sugerir a explicação de Beauvoir? Pode, nesse caso, a noção de “construção” reduzir-se a uma forma de escolha? Beauvoir diz claramente que alguém “se torna” mulher, mas sempre sob uma compulsão cultural a fazê-lo. E tal compulsão claramente não vem do “sexo”. Não há nada em sua explicação que garanta que o “ser” que se torna mulher seja necessariamente fêmea. Se, como afirma ela, “o corpo é uma situação”, não há como recorrer a um corpo que já não tenha sido sempre interpretado por meio de significados culturais; conseqüentemente, o sexo não poderia qualificar-se como uma facticidade anatômica pré-discursiva. Sem dúvida, será sempre apresentado, por definição, como tendo sido gênero desde o começo.

Sumariamente, é possível compreender que o movimento sociopolítico feminista que luta contra formas de opressão de gênero obteve conquistas históricas sobre a participação social, política e econômica feminina, o que deve ser celebrado, mas o debate e a luta feminina contemporânea concerne majoritariamente sobre a expressão do gênero e das múltiplas feminilidades, além da manutenção das leis e direitos que contemplam a mulher e as mulheridades, como exposto por Butler (1988, 2018). Dessa forma, ao abordar diferentes formas de luta contra a opressão de gênero, o movimento feminista foi se desdobrando em vertentes distintas de compreensão do fenômeno, cada qual, representando elementos fundamentais do momento histórico do seu surgimento e desenvolvimento.

3.2.2 O feminismo marxista

Como citado no tópico “O que é feminismo?” desta pesquisa, existem diversas vertentes da luta feminista atualmente; isso porque mulheres em diferentes momentos e contextos socio-históricos enfrentam desigualdades referentes a estes, abarcando os mais diversos aspectos. Cada conjunto feminino possui uma realidade distinta, diferenciando-se entre si, por exemplo, em questões financeiras (de classe), raciais e territoriais: cada movimento feminista tem uma luta condizente à sua existência.

A redatora Júlia Botelho em sua publicação *Vertentes do feminismo: as principais ondas e correntes* (2022) elenca as principais vertentes/correntes do movimento feminista, sendo elas: feminismo radical, feminismo liberal, ecofeminismo, feminismo marxista, feminismo negro e feminismo interseccional. Anterior ao aprofundamento da corrente do feminismo marxista, será contemplado, de forma breve, os principais entendimentos das vertentes do feminismo negro e do feminismo interseccional, a fim de explicitar o porquê da escolha da vertente delimitada na pesquisa.

Diferentemente do feminismo radical, que acredita que a conquista dos propósitos femininos só ocorrerá na eliminação da dominância masculina e na eliminação de gênero (CYRINO, 2023); do ecofeminismo, que entende que deve haver uma manutenção do modelo patriarcal via igualdade entre homens, mulheres e meio ambiente, lutando contra a exploração via associação de que a dominação das mulheres e a dominação da natureza é intrínseca às culturas patriarcais (particularmente, a cultura ocidental) e a favor da consagração de todas as mais diversas formas de vida (CANDIOTTO, 2012); e, sobretudo, do feminismo liberal, que tem como objetivo uma modificação política integralmente pautada na igualdade (e não equidade) por meio da legislação (JORGE, 2021) e que é muito criticada atualmente por não apresentar uma leitura social em sua luta de gênero – vide a literatura de Taylisi Leite, escritora brasileira, *Crítica ao Feminismo Liberal: Valor-clivagem e marxismo feminista* (2020).

Ainda sobre o feminismo liberal, que se considera oposto ao feminismo marxista (e não necessariamente ao radical devido à relação do feminismo liberal ao sistema socioeconômico do liberalismo e capitalismo), assim como o liberalismo político, o feminismo liberal preza pela independência individual e o direito de uma mulher “viver conforme suas próprias escolhas”, mesmo que outras mulheres possam ver essas opções como opressivas. O conceito central do feminismo liberal é a "escolha": uma mulher que opta por se subordinar ao marido e se dedicar aos filhos pode estar exercendo um ato feminista, desde que essa decisão seja genuinamente sua, ou essa vertente feminista pode aceitar a prostituição e casamentos arranjados em troca de benefícios desde que essas decisões sejam tomadas livremente pela mulher (JORGE, 2021). Contudo, uma das questões problemáticas do feminismo liberal é que não se discute o contexto social, cultural e econômico em que essas "escolhas" são feitas.

Os feminismos marxista, negro e interseccional têm características marcantes que se aproximam demasiadamente, como a crença de que a luta pela igualdade de gênero não pode se desvincular às outras formas de justiça social, de que mulheres são afetadas de formas

distintas por suas respectivas classe e raça, e de que mulheres devem desafiar as estruturas sociais e econômicas que sustentam a desigualdade de gênero (DAVIS, 1981). Por mais que compartilhem um compromisso com a justiça social e a igualdade de gênero, as três vertentes feministas diferem sua ênfase de atuação em classe social, na raça e na interseccionalidade, respectivamente. A professora e filósofa socialista Angela Davis, em seu livro *Mulheres, raça e classe* (1981, p.63-64), escreve em exemplo de opressão sofrida pelo capitalismo:

[...] o casamento roubava delas seu direito à propriedade, tornando-as econômica e moralmente dependentes de seus maridos [...] como consequência da condição de inferioridade das mulheres no interior do casamento, elas também eram sujeitas a desigualdades nas instituições de ensino e na carreira. “Empregos lucrativos” e “todas as possibilidades de prosperidade e distinção eram absolutamente inacessíveis a elas. O documento concluía sua lista de injustiças evocando a dependência mental e psicológica das mulheres, o que reduzia sua “confiança e amor próprio”.

Assim, lutando contra essa ótica e análise parciais do feminismo liberal, em que não se discutem contextos socioeconômicos e culturais, outras vertentes do feminismo expõem a necessidade dessa leitura mais ampla e conjunta dos diversos fatores opressivos à mulher dentro de uma sociedade, compreendendo as contingências da “escolha” feminina. Baseada em Cadó (2020), para o feminismo marxista, é necessária a compreensão do patriarcado sob a ótica do desenvolvimento histórico, de modo que as feministas reivindicam o materialismo histórico dialético, de modo que ele deve ser entendido a partir da sua localização temporal.

Judith Butler, por exemplo, expõe em seu livro *Problemas de gênero feminismo e subversão da identidade* (2018) as mulheres como o “sujeito” de um sistema que supostamente deveria facilitar sua emancipação, mas que, ainda sim, propaga discrepâncias de gênero e reivindica sua legitimidade a tal nível político, social e econômico que faz a mulher refletir a si mesma a partir de uma perspectiva feminista sobre a exigência de se construir “um sujeito”. Ainda sobre Butler, em seu texto “*Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*” (1988), a filósofa põe em xeque a ideia tradicional de identidade de gênero como uma característica inata ou fixa de uma pessoa. Em vez disso, ela argumenta que o gênero é um processo performativo, ou seja, é algo que as pessoas realizam ou interpretam ativamente em suas vidas diárias.

Na premissa enraizada no sistema capitalista de que “o que é mais próprio de cada um é o que mais se tira de cada um” (MACKINNON, 1982, p. 515), há a leitura de que: como indivíduos, o capitalismo expropria-se da feminilidade e do lugar do sujeito feminino, organizando-a como o que deve ou não ter cunho capital e sexual. Coerentemente, tais violências sociopolíticas, econômicas e culturais recaem sobretudo aos corpos e mentes

femininos – visto que são os maiores alvos de uma cultura de sexualização e mercantilização feminina de séculos (DAVIS, 1981) – de modo a ter, assim como supracitado por Butler, uma “ideologia da feminilidade, um subproduto da industrialização [que] se popularizou e se disseminou por meio de novas revistas femininas e dos romances” (DAVIS, 1981, p.24), de modo que mulheres ocupem, assim, uma esfera aquém do mundo de trabalho produtivo.

A propaganda de mulher como inferior ao rótulo de “apenas dona de casa” atualmente se metamorfa em uma mulher objetificada, reduzida em sua potencialidade produtiva e criativa, por mais que sejam iguais aos homens em capacidade de relacionamento social.

Desse modo, tendo em vista o arcabouço teórico adjunto aos exemplos das escritoras, é possível concluir o feminismo marxista como a vertente do movimento feminista que procura elucidar que, por meio do capitalismo e da propriedade privada que se estende aos corpos e ao sujeito subjetivo social, há a opressão das mais diversas formas, que recaem sobretudo às mulheres. A filósofa Silvia Federici (2004) coloca o feminismo marxista como uma análise crítica das relações de classe e gênero no contexto do capitalismo, destacando como o trabalho reprodutivo das mulheres foi historicamente explorado e desvalorizado, compreendendo a história das mulheres e das lutas feministas como parte integrante da luta pela justiça social e pela transformação das estruturas econômicas e sociais

3.3 A glamourização comercial de psicopatologias e o feminismo marxista

3.3.1 O sujeito realista capitalista

Zygmunt Bauman (2001) traz o conceito de liquidez como definição do tempo presente, fazendo uma alusão à fluidez e volatilidade da sociedade realista capitalista. A instabilidade, fragmentação e descentralização advindas da necessidade de controle sobre tudo – que é impossível de conseguir – se estendem a uma análise subjetiva que não mais pertence ao sujeito, mas ao impessoal (HEIDEGGER, 2012), ao engajamento de um ser que tem, como consequência, formações reativas de ordem psicopatológica como uma tentativa de vencer a angústia e o medo de abandono. Na compreensão do fenômeno de glamourização das psicopatologias do sujeito inserido em uma organização realista capitalista, dentro do estudo supracitado das consequências psicológicas do uso das redes sociais, faz-se necessária a contextualização do público que mais é afetado pelo fenômeno de estudo: um sujeito dentro da cotidianidade que cai em um *modus operandi* que promove o “médio” – que Heidegger chama de impessoal (*Man*) (HEIDEGGER, 2012).

Em meio à fragilidade existencial que surge atualmente pela manifestação de uma angústia que não mais parece singular, apenas compartilhada, há o facilitador do engajamento do sujeito dentro da sociedade realista capitalista (RABELLO; MARCELOS, 2022), visto que a medicalização da angústia (fenômeno supracitado) toma lugar de uma nova interpretação, ao clássico mecanismo de fuga. Para não lidar com o fenômeno de angústia existencial, que é caracterizado por um “sentimento de estranheza e inquietude, sem que seja encontrada uma causa que o justifique [...] atravessado pela sensação de não usufruto da própria liberdade” (FEIJOO, 2000, p.123), o sujeito, sobretudo jovem, que é o mais afetado pela falsa sensação já conhecida de acolhimento, recorre a uma reafirmação de si de forma coletiva dentro de uma transformação de identidade (SIBILIA, 2010).

Em um ideal, a terapêutica seria a socialização. Porém, em uma realidade cujo contato terceirizado e indireto com a frustração está muito mais palpável, a necessidade de alívio em meio às formações reativas supracitadas se encontra na superexposição (DESLANDES; COUTINHO, 2020) e na medicalização da angústia (RABELLO; MARCELOS, 2022), fenômenos que são especialmente recorrentes na *internet*. Para a definição desse ser impessoal dentro dessa liquidez contemporânea, Heidegger explicita um ser-no-mundo de todos serem o outro, e ninguém ser a si mesmo (HEIDEGGER, 2012). Ribeiro (2019, p.33), por sua vez, expõe em sua articulação entre o impessoal e o público que

Quando o sujeito é absorvido pelo modo de ser da cotidianidade, ele é empurrado para o impessoal. Estar imerso no mundo cotidiano ao modo da impropriedade significa compartilhar esse mundo com os outros de tal maneira que já não se consegue diferenciar o si-mesmo dos outros. Como se todos fossem o mesmo, indistintamente. O modo de ser impessoal pode ser bem compreendido pelo uso, na língua portuguesa, do termo “a gente”. Ao referir-se a si mesmo como “a gente”, o sujeito abre mão de se posicionar propriamente como si mesmo; fala como sendo “os outros” e como sendo “todos”, afastando-se de si-mesmo. [...] O arbítrio dos outros determina seu modo de ser. Porém esses “outros” também não podem ser identificados como especificamente alguém. Paira a indagação: quem? O “quem” não é este ou aquele, tampouco é si-mesmo. O quem é o neutro, o impessoal.

Nessa despersonalização desse sujeito – já supracitado no tópico 2.1.2, mas melhor esmiuçado nos parágrafos anteriores – há, então, uma generalização quanto às manifestações de ser, gerando um afastamento de sua individualidade. A partir desse momento, cria-se uma massa identitária, subgrupos que, já muito familiares à cultura – como os *punks* dos anos 70 e *grunges* dos anos 80 – são agora, na contemporaneidade, fortemente voltados à produção de conteúdo e, conseqüentemente no realismo capitalista, voltados à exposição de modos de vida na internet para consumo. O filósofo marxista Mark Fisher (2020) traz essa fragmentação identitária como subproduto da saturação midiática e do hiperconsumo, de modo que, em vez de identidades fixas e estáveis, as pessoas podem adotar múltiplas identidades que podem ser construídas e desconstruídas em diferentes contextos sociais – principalmente, se forem atrativas e potencialmente monetizadas.

3.3.2 A massa, a comercialização de estilos de vida e as psicopatologias

A massa cultural é um termo proposto por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985) que se refere à produção e disseminação de formas culturais em larga escala, produto da indústria cultural, que são amplamente consumidas pela sociedade. Ela engloba uma ampla variedade de manifestações culturais, como música, filmes, programas de televisão, livros, revistas, moda, arte, entre outros. A massa cultural é caracterizada por ser produzida em grande quantidade e com o objetivo de atingir um público amplo. O capitalismo, por sua vez, promove a livre concorrência e a acumulação de capital como motores principais da economia. No contexto do capitalismo, a cultura também se tornou uma forma de mercadoria.

A indústria cultural, composta por empresas privadas, utiliza técnicas de marketing e estratégias de venda para promover e comercializar produtos culturais para o público em

geral. A relação entre a massa cultural e o capitalismo é complexa e multifacetada, em que a massa cultural pode ser uma forma de conformidade às normas e padrões dominantes, podendo desempenhar um papel na reprodução das desigualdades sociais (LIPOVETSKY, 1983). A comercialização da cultura muitas vezes privilegia produtos culturais voltados para as massas, que atendem aos gostos e demandas da maioria, e isso pode levar à marginalização e sub-representação de grupos culturais minoritários ou alternativos, que não encontram espaço nas formas dominantes de produção e consumo cultural (LIPOVETSKY, 1983).

O capitalismo impulsionou o desenvolvimento e a expansão da indústria cultural. As empresas capitalistas perceberam o potencial lucrativo da cultura e investiram na produção em massa de bens culturais para atender às demandas do público consumidor (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Esse processo levou ao surgimento de grandes conglomerados de mídia e entretenimento, que controlam uma parcela significativa da produção cultural e exercem influência sobre os padrões culturais dominantes. O capitalismo sobre a cultura adjunto ao modo de ser inautêntico e impessoal faz, atualmente, a transformação de todos os objetos culturais – seja religião, o sexo e, neste caso especificamente, a existência – em iconográficas conveniências monetárias. Marx e Engels, no Manifesto Comunista (2011, p.46-7), colocam que

[O capital] Dissolveu a dignidade pessoal em valor de troca e substituiu as inúmeras liberdades conquistadas e garantidas por uma única: a inescrupulosa liberdade de comércio. Em resumo, a burguesia trocou a exploração envolta em ilusões religiosas e políticas pela exploração pura e simples, aberta, desavergonhada e direta.

Essa guinada da crença para a estética, do engajamento para o voyeurismo, é tida como uma das virtudes do que é o realismo capitalista (FISHER, 2020): uma cotidianidade torna-se produto, uma inconveniência torna-se ícone e o que poderia ser uma experiência individual, torna-se pública, coletiva e, por vezes, identitária. Essas cotidianidades, então, se tornaram o novo “ganha pão” das pessoas que “trabalham com internet”, como *streamers*¹, *youtubers*², *instagrammers*³ ou *influencers*⁴, num geral (HEATH, 2015).

¹ Criador de conteúdo digital que faz gravações/transmissões ao vivo de qualquer tipo de conteúdo e publica na internet, geralmente em plataformas próprias para esse formato (Oxford Languages, 2017, n.p.).

² Pessoa que carrega vídeos, os produz ou aparece em vídeos, no geral, no site de compartilhamento de vídeos YouTube (idem).

³ Alguém que compartilha regularmente imagens, vídeos ou textos, no serviço de mídia social Instagram, podendo ser remunerado (Cambridge Dictionary, 2023, n.p.).

⁴ Pessoa que influencia a opinião e o comportamento de um número muito grande de seguidores por meio de criação e compartilhamento de conteúdo pelas redes sociais (Oxford Languages, 2017, n.p.).

Essa superexposição de cotidianidades traz, também, a pauta de divisão da produção de conteúdo como trabalho *versus* como lazer. Tradicionalmente, o trabalho e o lazer eram muito bem separados, mas a internet trouxe novas formas de interação, criação e consumo de conteúdo que desafiam essa dicotomia. Muitos são os desafios na divisão *trabalho versus lazer* (SILVA, 2022), mas sobressaem-se a fronteira difusa entre trabalho e lazer na *internet*; a capacidade de estar sempre conectado à *internet*, que pode levar a pressões relacionadas ao trabalho (e.g., como responder a *e-mails* fora do horário de expediente); problemas com privacidade e segurança de dados e, principalmente, a monetização de conteúdo na *internet* – que leva à exploração, com influenciadores e criadores de conteúdo enfrentando pressões para produzir conteúdo a qualquer custo.

O sistema capitalista reprime subjetividades e, neste caso, as comercializa. Entretanto, o que talvez o algoritmo não esperava, é de que condições de sofrimento psicológico viralizariam e, pior: se tornaram um estilo de vida (SILVA; MARCOLAN, 2018). Em 2017, a Netflix lançou a série “Os treze porquês”, baseado na obra literária de mesmo nome. A série gira em torno de Hannah Baker, uma estudante do ensino médio que comete suicídio e deixa para trás uma série de fitas cassete explicando as razões por trás de sua decisão. Através das fitas, a série aborda temas sensíveis como bullying, abuso sexual, depressão, isolamento social e pressões emocionais enfrentadas pelos adolescentes. No entanto, a série também recebeu críticas por sua representação gráfica de temas delicados, levantando preocupações sobre a glamorização do suicídio e a falta de abordagem adequada sobre saúde mental.

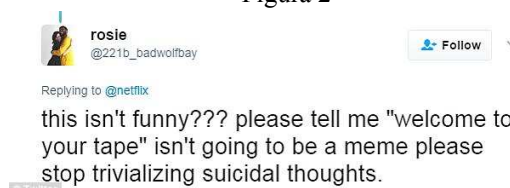
Zimmerman et al. (2018) trazem que jovens que assistiram à série e que já apresentavam histórico de depressão e/ou ideações suicidas, relataram piora nas ideações e potenciais taxas de suicídio após a exposição às cenas de estupro, automutilação e *bullying* explícitas na série. O estudo de Jacobson (2017) explicita a romantização da série sobre o suicídio, o que se confirmou em posts das redes sociais que, via essa romantização e glamourização das cenas explícitas, se sentiram à vontade para fazer memes e piadas. O exemplo a seguir são de duas postagens de duas pessoas diferentes na rede social Twitter, em que a conta oficial da Netflix usa a expressão “bem-vindo à sua fita” como uma piada sobre algo que a chateou (uma propaganda de um outro serviço de streaming) e que veio a ser um motivo de seu suicídio (Fig.2); ao que segue a resposta de um outro usuário, que diz “isso não é engraçado; por favor me diga que “bem-vindo à sua fita” não se tornará um meme, por favor parem de trivializar pensamentos suicidas” (Fig.2, tradução livre).

Figura 1



Fonte: Twitter

Figura 2



Fonte: Twitter

Dessa forma, desde o ano de lançamento da série, tornaram-se mais visíveis aos usuários da internet as exposições e “trivializações” de psicopatologias e quadros de sofrimento (JACOBSON, 2017).

Assim, sob a elucidação dos pontos principais da problemática acerca do modo de divulgação de transtornos de natureza psicológica dentro da internet, contemplando o início histórico da massificação e capitalização cultural até a divulgação de estilos de vida como forma de trabalho e estigmatização e trivialidade de transtornos mentais dentro dos jovens, desloca-se a leitura para, enfim, o enfoque feminino dentro dessa situação, sobressaltando e retomando os pontos já anteriormente trazidos no tópico *A luta feminista* desta pesquisa.

3.3.3 Reprodução do sofrimento de minorias, comercialização, fetichismo e patologização.

A discussão referente à massificação de costumes e a conseguinte comercialização de modos de vida não se faz alarmante somente à minoria social daqueles que têm impedimentos de longo prazo, de natureza física, mental, intelectual e/ou sensorial que podem obstaculizar sua participação plena e efetiva na sociedade – pessoas com psicopatologias (MORAGAS, 2022) –, mas também à minoria de gênero. Em uma visão interseccional promovida por Angela Davis (1981), sobretudo defendendo a não-hierarquização das opressões, é necessária a observação da convergência das pautas de discriminação de minorias, glamourização destes grupos e fetichização destes mesmos corpos para compreensão dos comportamentos endossados digitalmente devido à necessidade de capitalização humana.

A partir do momento em que mulheres e pessoas com psicopatologias são inseridas na sociedade, se deparam com discriminações resultantes de uma violência sistemática que limita suas ações sociais. Diferença salarial discriminada em gênero, em que mulheres chegam a ganhar 22% a menos que homens para cargos iguais (IBGE, 2022), e falta de acessibilidade

básica para pessoas com as, agora regulamentadas, doenças ocultas (Lei 14.624, sancionada tardiamente no ano de 2023) são alguns dos inúmeros exemplos práticos das dificuldades quanto à participação social destes grupos.

Ao expor essas dificuldades singulares na *internet*, mulheres e pessoas com psicopatologias geram grandes discussões em redes sociais, não somente em um movimento positivo de conscientização, em que pessoas do mesmo grupo compartilham as informações já postadas e adicionam suas experiências individuais, mas como em ter que lidar com pessoas de fora destes grupos minoritários que atacam virtualmente estes sujeitos ao não compreenderem as dificuldades e o estresse das minorias. A influenciadora digital Larissa Rosa, quando buscava vaga no estacionamento de um shopping, gravou um vídeo inferiorizando as vagas destinadas a pessoas autistas, ao dizer que “são tão coloridas que achei que eram para *viados*” [*sic.*] (áudio disponível na matéria “*Influencer* de Goiás publica série de *stories* capacitistas e *internet* reage”, publicada pelo canal de notícias Mídia Ninja em 2022) – neste caso, além do crime de capacitismo, Larissa também foi homofóbica.

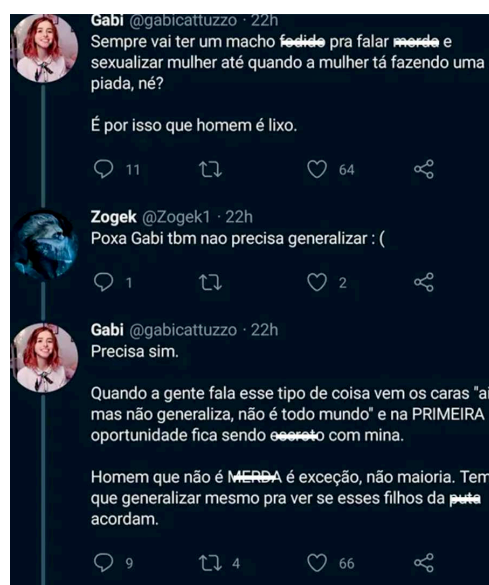
Outro exemplo é a influenciadora digital Gabriela Cattuzzo que, ao postar no Twitter uma foto em cima de um touro mecânico, a fim de fazer publicidade para uma marca expondo uma atração disponível em evento desta marca, fora assediada por um seguidor. Ao denunciar o assédio, perdeu o patrocínio da empresa.

Figura 3



Fonte: Twitter

Figura 4



Fonte: Twitter

Dentro desse consequente burbúrio que é causado na *internet* ao tratar de pautas referentes à minoria de gênero ou de pessoas com psicopatologias, algumas pessoas que buscam engajamento por vezes instigam estes debates para que seus vídeos sejam mais reproduzidos e seus *posts*, mais republicados, o que culmina na monetização de seu conteúdo *online* – isto é, no pagamento proporcional da plataforma/rede social ao usuário, referente ao número de vezes que seu conteúdo foi reproduzido (Oxford Languages, 2017, n.p.). No atual sistema socioeconômico, *glamour* e dinheiro andam juntos, devido ao poder e ao capital cultural e social que advém do capital econômico, como dizem Nogueira e Nogueira (2022), referenciando Pierre Bourdieu.

Consequentemente, alguns homens mas, majoritariamente, mulheres forçadamente apropriam-se da pauta das pessoas com psicopatologias por compreenderem que estas pessoas são vistas como “diferentes”, que seus conteúdos que buscam a conscientização, por vezes, “estouram” nas redes e geram engajamento *online*, trazendo o *glamour* do dinheiro e da atenção da massa. Essa apropriação, glamourização e até, por vezes, fetichização do sofrimento da comunidade é de grande violência e não é reconhecido pela comunidade, como retratado na matéria internacional *American Sign Language videos keep going viral on TikTok — but you might not be learning the right signs* (2023), em que Reena Koh explicita que pessoas de fora da comunidade de deficientes auditivos dos EUA falam livremente sobre o tema na *internet* e se propõem a ensinar os sinais da linguagem sem, efetivamente, aprendê-la em seu contexto social.

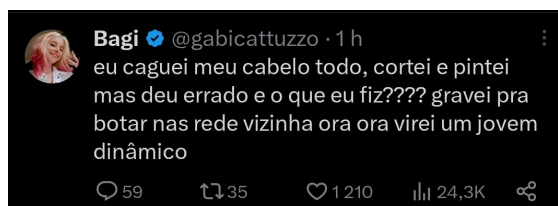
Dessa forma, a interconexão entre a reprodução do sofrimento das minorias, a comercialização de experiências, o fetichismo em torno de identidades e a patologização de vidas não somente se faz de forma espetacularizada (DESLANDES; COUTINHO, 2020) como, por vezes, banalizada (CALDAS-COULTHARD, 2022). Destaca-se como a sociedade contemporânea é palco de uma complexa teia de opressões interseccionais, e como as comunidades femininas e de pessoas com psicopatologias são intimamente atingidas por estas representações muitas vezes incoerentes e exageradas, gerando reações violentas.

4 RESULTADOS

4.1 Perspectiva objetiva: como são retratadas as psicopatologias nas redes sociais

Para melhor ilustração da relação do capitalismo com a massa cultural que implica uma tendência à impessoalidade dentro dessa superexposição e capitalização de cultura e existência, confere-se o *post* de uma *influencer* no mês de março de 2023:

Figura 5 – Postagem de Gabriela Cattuzzo



Fonte: Twitter

O *post* no Twitter, que já contava com 24 mil e trezentas visualizações até o momento de uma hora posterior à postagem, é um bom exemplo de como uma cotidianidade torna-se produto, uma inconveniência torna-se ícone e o que poderia ser uma experiência individual, torna-se pública, coletiva e, neste caso, identitária ao que a *influencer* chama de “jovem dinâmico” – que seriam, aqui, os jovens contemporâneos, inseridos na ótica do realismo capitalista, consumidores da cultura de massa.

Sob o debate acerca da massa cultural e exposição de psicopatologias nas redes sociais de forma trivial, expõe-se o fenômeno de maior ênfase dessa pesquisa, que é a combinação da massificação de estilos de vida, comercialização da sua própria figura (impessoalidade e despersonalização) e superexposição de pessoas em sofrimento psicológico: glamourização comercial das psicopatologias. Inicia-se o debate com três postagens: uma feita por um portal de notícias no Twitter, outra feita por um DJ e, outra, feita pelo ator e psicólogo clínico Davi Lucas, ambas em seus respectivos perfis do Instagram.

Essas postagens são, respectivamente, o vídeo de uma mulher filmando seu marido com TDAH no shopping, divulgada por um portal de notícias em seu perfil no Twitter, mostrando características do tipo desatento; um DJ em seu Instagram, fazendo uma sátira em forma de música à não medicalização da esquizofrenia; e o ator e psicólogo Davi Lucas, fazendo uma sátira ao glamour que o TDAH recebe atualmente, em que muitas pessoas, ao ver vídeos na internet falando sobre o transtorno, recorrem a psicólogos unicamente para um diagnóstico pré-estabelecido por eles (produto da trivialização supracitada). Na legenda de sua publicação, o ator ainda ressalta que “*engraçado que ninguém quer ter o Transtorno de Personalidade Narcisista... ninguém quer o Antissocial...*”.

Figura 6



Fonte: POPTIME no Twitter

Figura 7



Fonte: Instagram

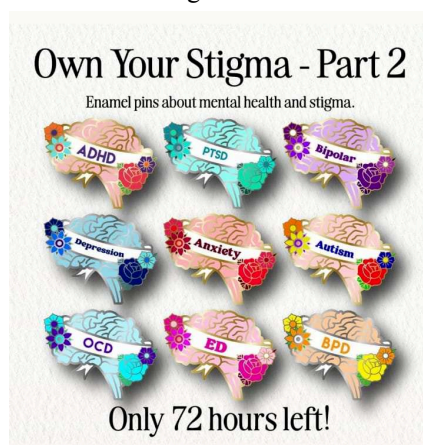
Figura 8



Fonte: Davi Lucas no Instagram

Segundo estudo de Yeung, Ng e Abi-Jaoude (2022), apenas 21% dos vídeos sobre TDAH no Tiktok apresentam informações corretas sobre sintomas, diagnóstico e tratamentos, 52% dos vídeos induzem ao erro e 27% são apenas experiências pessoais ou anedóticas. Se tão descomprometidos com a divulgação de informações de forma correta, tão caricatos e tão impessoais, a razão pela qual essas postagens contam com milhões de visualizações é reforçada pelos pontos já trazidos de massificação cultural e identitária, numa necessidade de, sob uma angústia existencial, nomear o sentimento dentro de algo “já mastigado” (RABELLO, 2015) e que, pelo facilitador socioeconômico, é um ícone comercial. Outro exemplo é a seguinte propaganda de broches com o slogan “*possua seu estigma*” (tradução livre), em que é importante trazer “estigma” sob sua definição figurada – aquilo que é considerado indigno, desonroso – e médica – prova clara e característica de doença (Oxford Languages, 2017, n.p.). Dentre os “estigmas” comercializados, encontram-se TDAH, estresse pós-traumático, ansiedade, depressão, transtorno de personalidade bipolar, TOC, autismo, transtornos alimentares, entre outros. A patologização das diferenças e a fetichização das experiências das minorias são formas de violência simbólica que devem ser combatidas e desafiadas. É fundamental reconhecer que as pessoas pertencentes a essas minorias não são definidas por suas identidades ou condições, mas sim por sua humanidade e dignidade. A exploração dessas experiências em busca de lucro ou atenção é profundamente prejudicial e desrespeitoso.

Figura 9



Fonte: Publicidade da loja Snarky Co.
Disponível em <<https://acesse.one/s5Tyg>>

A comercialização da luta por direitos e igualdade por meio das redes sociais e da internet, embora possa aumentar a conscientização sobre questões relacionadas à inclusão de pessoas com psicopatologias, também cria um ambiente propício para a exploração das experiências desses grupos. Algumas pessoas buscam lucrar e ganhar reconhecimento pessoal ao se apropriarem das pautas de minorias, muitas vezes glamourizando suas lutas e até fetichizando suas identidades. Isso não apenas perpetua estereótipos prejudiciais, mas também desvia a atenção do foco real das lutas por igualdade. Desse modo, se faz crucial o destaque à preocupante tendência de glamourização comercial dessas condições, sobretudo à medida em que as redes sociais se tornam cada vez mais influentes em nossas vidas – também se transformando em plataformas onde o sofrimento psicológico é, muitas vezes, explorado de maneira insensível e prejudicial.

A disseminação de informações incorretas e estereotipadas sobre psicopatologias nas redes sociais é alarmante, como revelado pelo estudo de Yeung, Ng e Abi-Jaoude (2022). Além disso, a trivialização e comercialização de produtos relacionados a essas psicopatologias, como os broches que promovem o "possuir seu estigma", são um exemplo flagrante de como a sociedade contemporânea pode capitalizar sobre o sofrimento alheio. Ao transformar essas condições em produtos da moda, consequência quase que inevitável ao realismo capitalista descrito por Fisher (2020), corre-se o risco de desvalorizar a gravidade das experiências das pessoas que vivem com elas e de promover a ideia errônea de que essas condições são algo a serem desejadas, incorporadas e, principalmente, romantizadas ou fetichizadas.

4.2 Perspectiva subjetiva: a experiência das mulheres que possuem psicopatologias na internet

A análise da experiência das mulheres com psicopatologias na internet, a partir de uma perspectiva feminista marxista, traz ao debate as complexas interações entre gênero, classe e saúde mental em um contexto digital, como já descrito anteriormente, principalmente por Davis (1981), Deslandes e Coutinho (2020), Sibilía (2010) e Fisher (2020). É importante reconhecer que as mulheres, em geral, enfrentam desigualdades estruturais de gênero em uma sociedade capitalista (DAVIS, 1981), e essas desigualdades são exacerbadas quando se trata da vivência *online* de mulheres com psicopatologias, sobretudo em questões de estigma, acesso aos cuidados de saúde mental e exploração capitalista da vulnerabilidade.

Quanto à capitalização sobre mulheres e psicopatologias, retomando o ponto de transformar condições psicopatológicas em produtos de moda, têm-se o vídeo da atriz Lara Santana que traz, em tom cômico, o diagnóstico como um bem de consumo, algo que é fácil de comprar pela *internet*. O vídeo, intitulado de “DI Closet” (DI sendo “diagnóstico de internet”), tem falas como “experimenta esse diagnóstico, tá na promoção [...] eu levei semana passada de TDAH, que eu vi uma influenciadora fazendo provador dele, nossa, que eu amei! Tá usando muito, combina com tudo [*sic*]”. Ao longo do vídeo, outra personagem pergunta à personagem principal (Márcia), que está fazendo a propaganda da loja “[...] mas você tem TDAH?”, ao que a personagem Márcia diz “tenho, ué! Eu comprei! Mas tá lá em casa, hoje eu vim com ansiedade, porque achei que combinava mais”. O vídeo tem, também, teor crítico, pois a outra personagem da esquete traz críticas ao modo de pensamento da colega.

Figura 10



Fonte: Instagram

Figura 11

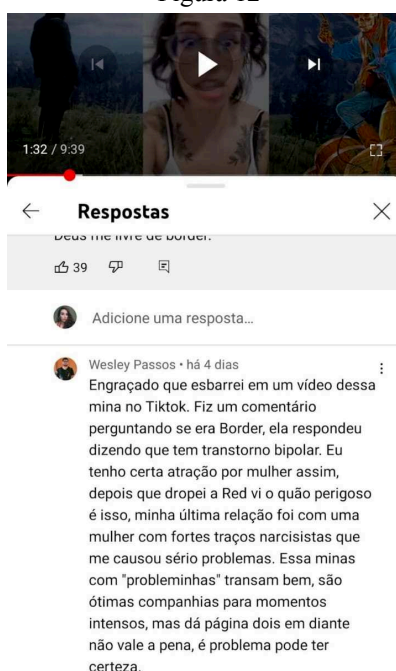


Fonte: Instagram

Já quanto aos estigmas, é importante partir da ótica de que mulheres com psicopatologias frequentemente enfrentam não somente uma visão deturpada de suas características – em que terceiros vejam-na de forma negativa –, como também discriminação online. O patriarcado, enraizado nas estruturas de poder do capitalismo, perpetua normas de gênero que marginalizam as mulheres que não se encaixam nos padrões tradicionais de comportamento (BUTLER, 1988).

Quando essas mulheres buscam apoio ou compartilham suas experiências em espaços *online*, frequentemente são alvo de ataques misóginos, comentários depreciativos e até mesmo ameaças de violência. Um exemplo é de um vídeo retirado da página do YouTube “*BPD (Borderline Personality Disorder) TikToks*”, em que se fazem compilados de vídeos de pessoas falando sobre o transtorno de personalidade borderline na rede social TikTok. Neste vídeo, há ênfase em uma única mulher – que não foi identificada –, falando sobre o transtorno, ao que um usuário da rede YouTube comenta: “*Engraçado que esbarrei em um vídeo dessa mina no Tiktok. Fiz um comentário perguntando se era Border, ela respondeu dizendo que tem transtorno bipolar. Eu tenho certa atração por mulher assim, [...] minha última relação foi com uma mulher com fortes traços narcisistas que me causou sérios problemas. Essas minas com “probleminhas” transam bem, são ótimas companhias para momentos intensos, mas da página dois em diante não vale a pena, é problema pode ter certeza [sic.]*”, como pode ser conferido na imagem a seguir:

Figura 12



Fonte: YouTube

A exploração capitalista da vulnerabilidade das mulheres com psicopatologias na internet é um problema subjacente, tendo em vista que este conteúdo foi produzido de forma monetizada no TikTok e, depois, repostado pelo YouTube. As plataformas digitais frequentemente coletam dados sobre os usuários e os vendem para anunciantes, incluindo informações sobre saúde mental, que podem ser usadas para segmentar anúncios direcionados (a monetização, como explicado anteriormente). Essa exploração capitalista da vulnerabilidade pode agravar ainda mais o sofrimento das mulheres, tornando-as alvos de anúncios relacionados à saúde mental que podem ser intrusivos e prejudiciais.

O estigma – por vezes até tabu – em relação à saúde mental é uma extensão desse processo, tornando ainda mais difícil para as mulheres com psicopatologias serem ouvidas e respeitadas em ambientes digitais, sobretudo devido ao ponderar do sistema de saúde mental que, muitas vezes, não leva em consideração as experiências específicas das mulheres, incluindo questões de gênero, violência de gênero e pressões sociais – que pode levar a um diagnóstico incorreto ou precipitado e conseqüente tratamento inadequado, o que piora a experiência das mulheres com psicopatologias na internet, já que enfrentam dificuldades adicionais para encontrar apoio e compreensão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta contingência de superexposição e consequente monetização de conteúdos individuais “diferentes” – que volta ao tópico de que pessoas com psicopatologias são, infelizmente, estigmatizadas e tratadas como “exóticas” na sociedade atual (JACOBSON, 2017; SILVA; MARCOLAN, 2018) – é trazida à tona a problemática já abordada pelos pensadores críticos Adorno e Horkheimer (1985) de forma mais contemporânea, em que o constante holofote e atenção digitais alienam as pessoas de suas verdadeiras necessidades e desejos, criando uma falsa consciência que mantém o *status quo* de influenciadores digitais. Sabendo da crescente comercialização de estilos de vida e massificação do que deveriam ser individualidades (LIPOVETSKY, 1983), o debate sobre a necessidade de constante capitalização presente no contexto socioeconômico atual inevitavelmente se alastra aos temas de estresse de minorias, contando com as minorias de gênero, de classe e pessoas com psicopatologias.

No contexto da glamourização das psicopatologias na internet, as mulheres enfrentam uma série de desafios significativos. Em primeiro lugar, o estigma social em torno das doenças mentais persiste, distorcendo as percepções sobre as características dessas mulheres e alimentando a discriminação *online*. O patriarcado, intrinsecamente ligado ao capitalismo, mantém normas de gênero que marginalizam aquelas que não se conformam aos padrões tradicionais (DAVIS, 1981; BUTLER, 1988), tornando-as alvos de ataques misóginos e comentários degradantes. O exemplo do vídeo compartilhado no YouTube presente na 10ª figura deste trabalho ilustra como as mulheres com psicopatologias podem ser sexualizadas e fetichizadas, perpetuando a objetificação delas como meros objetos de desejo e a glamourização de vulnerabilidades – neste caso, psicológicas.

Ainda sobre as vulnerabilidades, é crucial compreender a exploração capitalista destas sobre as mulheres. Diante da informação de que plataformas digitais coletam dados pessoais dos usuários, incluindo informações sobre sua saúde mental, que são posteriormente comercializadas para anunciantes (monetização e massificação de dados), há não somente a invasão da privacidade, mas também uma exposição de mulheres a conteúdos intrusivos e prejudiciais relacionados à saúde mental (em exemplo, os broches anteriormente apresentados neste trabalho), que corroboram com essa glamourização já tão disseminada virtualmente. A monetização desses conteúdos cria um ciclo vicioso que alimenta o sofrimento e a exploração dessas mulheres, ao mesmo tempo em que perpetua o estigma em relação à saúde mental.

Retornando mais especificamente à pauta de luta de gênero e classe, a análise deste fenômeno sob uma ótica feminista marxista se faz, antes de tudo, à perspectiva socio-histórica de que mulheres, anteriormente à “Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã” e os eventos da luta feminina que se seguiram, foram subjugadas e relegadas a papéis tradicionais na sociedade, o que as colocou em uma posição de conformidade forçada (DAVIS, 1981). A indústria cultural e a mídia de massa também desempenharam um papel na perpetuação dessas normas de gênero, promovendo estereótipos prejudiciais e idealizações do feminino, que limitam as oportunidades das mulheres e frequentemente exploram estereótipos de gênero para comercialização de corpos (MACKINNON, 1982). As mulheres são, muitas vezes, alvo de mensagens que promovem a busca por uma imagem "ideal" – só que, atualmente, este “ideal” se mescla com o glamouroso e fetichizado.

As expectativas sobre como as mulheres devem se encaixar nas normas de gênero, tanto *online* quanto *offline*, podem levar a uma sensação de desesperança e isolamento. Além disso, as mulheres podem enfrentar pressões adicionais para manter imagens caricatas de “sucesso” sobre suas vidas, mesmo que isso signifique negar ou ocultar os desafios que enfrentam devido ao sexismo sistêmico. É essencial que as análises e discussões sobre a glamourização das psicopatologias na internet sob a perspectiva feminista marxista sirvam como um chamado à ação.

É de suma importância a busca da desconstrução das estruturas de poder que perpetuam essas desigualdades e exploram a vulnerabilidade das mulheres. É fundamental criar espaços *online* mais seguros, inclusivos e respeitosos, onde as mulheres com psicopatologias possam compartilhar suas experiências sem medo de discriminação, exploração, glamourização ou fetichismo, e onde a saúde mental seja tratada com a seriedade e o respeito que merece, sem estigmatização. A luta por uma sociedade mais justa e igualitária deve incluir a busca pela transformação dos espaços digitais em ambientes que promovam o bem-estar e a dignidade de todas as pessoas, independentemente de sua condição de saúde mental ou gênero.

Por fim, identifica-se que o tema “a comercialização e fetichização de estigmas nas redes sociais: uma análise crítica da superexposição de diagnósticos psicopatológicos” pode ser abordado, também, sob outras perspectivas, que possam abrir caminho para, também, outras pesquisas.

REFERÊNCIAS

AD HOC. In: **Oxford English Dictionary**. [S.l.] 3ª ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <<http://www.oed.com>> Acesso em 12 abr. 2023.

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1985.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION et al. **DSM-V: Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2014.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo**. Tradução de Sérgio Milliet. 2ª ed. - São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BEZERRA, J. O que é Feminismo: origem, história e características. **Toda Matéria**, 2015. Disponível em:

<[https://www.todamateria.com.br/feminismo/#:~:text=O%20Feminismo%20\(do%20latim%20fem%C4%ADna,participa%C3%A7%C3%A3o%20da%20mulher%20na%20sociedade.](https://www.todamateria.com.br/feminismo/#:~:text=O%20Feminismo%20(do%20latim%20fem%C4%ADna,participa%C3%A7%C3%A3o%20da%20mulher%20na%20sociedade.)> Acesso em 20 abr. 2023

BOCK, A. M. B.; GONÇALVES, M. G. M.; FURTADO, O. **Psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia**. 3. ed. - São Paulo: Cortez, 2007.

BORDIEU, P. **A dominação masculina**. Tradução Maria Helena Kühner. 2ª ed. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BOTELHO, J. Vertentes do feminismo: as principais ondas e correntes. **Politize**, 2022. Disponível em:

<https://www.politize.com.br/feminismo/?https://www.politize.com.br/&gclid=Cj0KCQjwi46iBhDyARIsAE3nVraejRhY1yodgHdDCV32XDOFeVr4OMUJV8LuTdB-sdKC6hj_-Hw7YQgaAqXtEALw_wcB> Acesso em 22 abr. 2023

BUTLER, J. P. Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. **Theatre Journal** [Maryland], v. 40, n. 4, pp. 519-531, 1988.

_____. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. 1. ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018

CALDAS-COULTHARD, C. R.. **SEXISMO COTIDIANO BANAL E PERSISTENTE NA POLÍTICA BRASILEIRA**. Ilha do Desterro, v. 75, n. 3, p. 55–73, set. 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.5007/2175-8026.2022.e86409>> Acesso em 20 abr. 2023

CAMBRICOLI, F. 1 em cada 4 adolescentes brasileiros é dependente de internet, aponta estudo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, out. 2019. Disponível em:

<<https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,1-em-cada-4-adolescentes-brasileiros-e-dependente-de-internet-aponta-estudo,70003047747>> Acesso em 14 abr. 2023.

CANDIOTTO, J. S. A teologia ecofeminista e sua perspectiva simbólico/cultural. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 10, n. 28, p. 1395-1413, out/dez. 2012

CAPITALISMO. In: **Oxford English Dictionary**. [S.l.] 3ª ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <<http://www.oed.com>> Acesso em 12 abr. 2023.

CARVALHO, G. P.; IZEL, D. F. Dependência de Internet, Ansiedade, Depressão, Estresse e Qualidade de Vida: Um Estudo Correlacional (Dependência de Internet: Um Estudo Correlacional). **Amazonica-Revista de Psicopedagogia, Psicologia escolar e Educação**, v. 15, n. 1, jan-jun, p. 265-294, 2022. Disponível em: <<https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/amazonica/article/download/10245/7527/28248>> Acesso em 24 mar 2023.

COZBY, P. C. **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. Tradução Paula Inez Cunha Gomide, Emma Otta; revisão técnica José de Oliveira Siqueira. São Paulo: Atlas, 2003.

CYFER, I. Afinal, o que é uma mulher? Simone de Beauvoir e “a questão do sujeito” na teoria crítica feminista. São Paulo: **Lua nova**, v. 94, pp. 41-77, 2015.

CYRINO, R. A deriva transfóbica do feminismo radical dos anos 1970. **Varia Historia**, v. 39, n. 79, p. e23107, jan. 2023.

DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. [1981] Tradução: Heci Regina Candiani. 1ª Ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia I (1925-1995)** Tradução de Luiz B. L. Orlandi. 1ª ed. - São Paulo: Editora 34, 2010.

DESLANDES, S. F.; COUTINHO, T. O uso intensivo da internet por crianças e adolescentes no contexto da Covid-19 e os riscos para violências autoinflingidas. **Ciência & Saúde Coletiva**: Rio de Janeiro, v. 25(Supl. 1), p. 2479-2486, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232020006702479&script=sci_arttext> Acesso em 14 abr 2023.

ESTIGMA. In: **Oxford English Dictionary**. [S.l.] 3ª ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <<http://www.oed.com>> Acesso em 25 mai. 2023.

FEDERICI, S. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. Coletivo Sycorax, 2004

FISHER, M. **Realismo Capitalista - é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?** Tradução de Rodrigo Gonçalves, Jorge Adeodato e Maikel da Silveira. 1ª ed - São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/web/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf> Acesso em 20 mar. 2023.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6 ed. - São Paulo: Atlas, 2017.

HEATH, A. What it's like to be a professional Instagrammer. **Business Insider International**: Nova Iorque, 2018. Disponível em <<https://www.businessinsider.com/what-its-like-to-be-a-professional-instagrammer-2015-7>> Acesso em 24 mai. 2023.

HEIDEGGER, M. **Ser e tempo**. Tradução de F. Castilho. Campinas: Editora da Unicamp, Petrópolis: Vozes, 2012 (Original publicado em 1927).

HOOKS, B. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Tradução de Ana Luiza Libânio. 1 ed. - Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de Indicadores Sociais: Indicadores de trabalho, educação e outros sob a perspectiva das desigualdades sociais**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021.

INFLUENCER. In: **CAMBRIDGE Dictionaries Online**. 3^a ed. Cambridge: Cambridge University Press & Assessment, 2023. Disponível em: <<http://dictionary.cambridge.org/>> Acesso em 25 mai. 2023.

INSTAGRAMMER. In: **Oxford English Dictionary**. [S.l.] 3^a ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <<http://www.oed.com>> Acesso em 25 mai. 2023.

JACOBSON, S. L. Thirteen reasons to be concerned about 13 Reasons Why. **The Brown University Child and Adolescent Behavior Letter**, 2017. 33(6), 8–8. Disponível em <[doi:10.1002/cbl.3022010.1002/cbl.30220](https://doi.org/10.1002/cbl.3022010.1002/cbl.30220)> Acesso em 25 mai. 2023.

JORGE, M. S.. Narcocultura visual e feminismo liberal: um estudo de caso. **Estudos Históricos** (Rio de Janeiro), v. 34, n. 72, p. 148–168, jan. 2021.

LIPOVETSKY, G. **A Era do Vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo**. Lisboa: Relógio D'Água, 1983.

MACKINNON, C. **Feminism, Marxism, Method and the State: an Agenda for Theory**. *Signs* 7 (3), 1982.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do partido comunista**. Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2011 (Original publicado em 1848).

MORAGAS, V. J. Qual é a definição de pessoa com deficiência? **TJDFT - Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios**: Distrito Federal, 2022. Disponível em: <<https://www.tjdft.jus.br/acessibilidade/publicacoes/sementes-da-inclusao/qual-e-a-definicao-de-pessoa-com-deficiencia#:~:text=Pessoa%20com%20defici%C3%Aancia%20%C3%A9%20aquela,condi%C3%A7%C3%B5es%20com%20as%20demais%20pessoas.>> Acesso em 15 ago. 2023.

NARVAZ, M. G.; KOLLER, S. H.. Metodologias feministas e estudos de gênero: articulando pesquisa, clínica e política. **Psicologia em Estudo**, v. 11, n. 3, p. 647–654, set. 2006.

NINJA. Influencer de Goiás publica série de stories capacitista e internet reage. **Mídia Ninja**: Goiás, 2022. Disponível em: <<https://midianinja.org/news/influencer-de-goias-publica-serie-de-stories-capacitista-e-internet-reage/>> Acesso em 18 ago. 2023.

NOGUEIRA, M., NOGUEIRA, M. A. A Sociologia da educação de Pierre Bordieu: Limites e contribuições. **Educação & Sociedade**, ano XXIII, n 78, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n78/a03v2378>> Acesso em 18 ago. 2023.

PAPALIA, D.; FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento Humano**. 12. ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2013.

RABELLO, A. A. **Analogias, metáforas e psicologia**. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. In: Congresso Internacional sobre Metáfora na Linguagem e no Pensamento, V, 2015. Minas Gerais, Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, 2015.

RABELLO, A. A.; MARCELOS, M. F. **Analogias e Metáforas na Psicologia Clínica**. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. In: Congresso Brasileiro de Psicologia, Ciência e Profissão, VI, 2022. Minas Gerais, PUC-MG, 2022.

RODRIGUES, J. Pesquisa indica recursos mais relevantes de mídias sociais: mais de 95 estatísticas de redes em 2022. **RD Station**: Florianópolis, 2022. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/estatisticas-redes-sociais/#>> Acesso em 14 abr. 2023.

ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH (RSPH). Social media and young people's mental health and wellbeing. **Vision, Voice and Practice**, 2017. Disponível em: <<https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>> - Acesso em 13 abr. 2023.

SCHELP, D. Nos laços (fracos) da internet. **Revista VEJA**, São Paulo, 2009. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/080709/nos-lacos-fracos-internet-p-94.shtml>> Acesso em 14 abr 2023.

SELENA GOMEZ REBATE CRÍTICAS AO SEU PESO: 'SOU PERFEITA'. **Folha de São Paulo**: São Paulo, 11 abr. 2022. Celebidades. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2022/04/selena-gomez-rebate-criticas-ao-seu-peso-sou-perfeita.shtml>>. Acesso em 24 mar. 2023.

SIBILIA, P. O show do eu: a intimidade como espetáculo. **Horizontes Antropológicos**: Porto Alegre, ano 16, n. 33, p. 277-280, jan./jun. 2010. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ha/v16n33/15.pdf>> Acesso em 14 abr 2023.

SILVA, A. B. **Lazer e trabalho no capitalismo de plataforma: fronteiras das diferentes relações sociais vividas por jogadores de free fire**. Curso de Graduação em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda, Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

SILVA, T. C. M. F.; MARCOLAN, J. F.. Preconceito aos Indivíduos com Transtorno Mental como Agravo do Sofrimento. Recife: **Revista de Enfermagem UFPE - REVOL**, ago. 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.5205/1981-8963-v12i8a234776p2089-2098-2018>> Acesso em 23 mar. 2023.

SOUZA, K.; CUNHA, M. X. C. Impactos Do Uso Das Redes Sociais Virtuais Na Saúde Mental Dos Adolescentes: Uma Revisão Sistemática Da Literatura. **Revista Educação, Psicologia e Interfaces**: Alagoas, v. 3, n. 3, p. 204-217, set./dez., 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>> Acesso em 14 abr. 2023.

STREAMER. In: **Oxford English Dictionary**. [S.l.] 3ª ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <<http://www.oed.com>> Acesso em 25 mai. 2023.

STROBEL, K. Tempo e História I: Eixo de Formação Específica.. Santa Catarina: **Universidade Federal de Santa Catarina**, ago. 2013. Disponível em: <<https://www.libras.ufsc.br/colecaoLetrasLibras/eixoFormacaoEspecificaf/historiaDaEducacaoDeSurdos/scos/cap8692/1.html>> Acesso em 06 abr. 2023.

VIDAL, D. Os tiques e a condição neurológica que infernizam a vida de Billie Eilish. **Portal NIT**, Porto Alegre, 05 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.nit.pt/cultura/musica/os-tiques-e-a-condicao-neurologica-que-inferniza-a-vida-d-e-billie-eilish>>. Acesso em 24 mar. 2023.

YEUNG, A.; NG, E.; ABI-JAOUDE, E. TikTok and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: A Cross-Sectional Study of Social Media Content Quality. **The Canadian Journal of Psychiatry**, 2022. Disponível em <[doi:10.1177/07067437221082854](https://doi.org/10.1177/07067437221082854)> Acesso em 26 mai. 2023.

YOUTUBER. In: **Oxford English Dictionary**. [S.l.] 3ª ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <<http://www.oed.com>> Acesso em 25 mai. 2023.

ZIMMERMAN, A., et al. Revisiting the werther effect in the 21st century: bullying and suicidality among adolescents who watched 13 reasons Why, 2018. **Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry**: 57 (8), p.547–549.