

A servidão voluntária da juventude conectada às plataformas de redes sociais digitais

The voluntary servitude of youth connected to digital social media platforms

Rodrigo Otávio dos Santos ¹

Alvino Moser ²

¹ Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação e Novas Tecnologias do Centro Universitário Uninter, com temas de pesquisa focados em Educomunicação e formação docente e Plataformas de redes sociais digitais; pós-doutor em Tecnologia e Sociedade, doutor em História. <https://orcid.org/0000-0001-5050-1637>

² Decano e professor do Programa de Pós-Graduação em Educação e Novas Tecnologias do Centro Universitário Uninter; pós-doutor em Lógica Deontica e Jurídica, doutor em Ética. <https://orcid.org/0000-0001-7828-5067>

Recebido em 25 de outubro de 2024.
Aprovado em 13 de outubro de 2025.

Resumo

O artigo visa discorrer sobre o tema da servidão voluntária nos jovens que estão quase que permanentemente conectados às suas contas em plataformas de redes sociais digitais. Neste artigo bibliográfico, que se entende como pesquisa exploratória, discutimos questões como o espaço virtual e suas particularidades, capacidade de persuasão dos algoritmos, engajamento juvenil e as estratégias utilizadas pelas empresas para serem onipresentes na vida dos mais jovens, que veem seus *smartphones* como apêndices de seus corpos. O principal resultado é uma análise crítica em torno do tema, tentando apresentar novas possibilidades de entendimento. Uma das conclusões é que existe um comportamento de servidão voluntária nos mais jovens, que buscam responder aos anseios sociais por meio de plataformas frias que os prejudicam.

Palavras-chave: redes sociais; juventude; servidão voluntária.

Abstract

The article aims to discuss the theme of voluntary servitude among young people who are almost permanently connected to their accounts on digital social networking platforms. This bibliographical article, understood as exploratory research, addresses issues such as virtual space and its particularities, the persuasiveness of algorithms, youth engagement, and the strategies used by companies to become ubiquitous in the lives of younger individuals, who often see their smartphones as extensions of their bodies. The main result is a critical analysis of the theme, seeking to present new possibilities for understanding. The main conclusion is that a

pattern of voluntary servitude can be observed among young people, who attempt to respond to social anxieties through impersonal platforms that may ultimately be harmful to them.

Keywords: social media; youth; voluntary servitude.

Introdução

Discutir a relação entre as plataformas de redes sociais digitais e a juventude parece ser uma das maiores urgências em nosso tempo. Isso porque é fenômeno raro encontrar um jovem que não frequente esses espaços virtuais. Apenas em nosso país, estima-se que mais de 150 milhões de pessoas tenham uma conta em alguma dessas plataformas, assim como há mais de 205 milhões de aparelhos de telefonia móvel (*smartphones* e *tablets*) em nosso território, como aponta o relatório Digital 2021 (Kemp, 2021). De acordo com esse documento, mais de 70% dos brasileiros têm conta em alguma plataforma de rede social digital.

O presente artigo tem caráter bibliográfico, propondo uma pesquisa exploratória, como esclarecem Moreira e Caleffe (2008), e sua finalidade principal é discutir um tema fundamental: a relação entre as plataformas de redes sociais digitais e a juventude conectada por meio de uma servidão voluntária.

Sabemos que, no que diz respeito às redes sociais, existe diferença entre usos por pessoas mais jovens e mais velhas, de diferentes estratos sociais, e até com relação à dificuldade de acesso à internet em algumas regiões do país. Ainda assim, podemos afirmar que tais plataformas permeiam nosso cotidiano, criando um novo espaço de sociabilidade, uma nova forma de definir nossas relações sociais, na qual o que é real e o que é virtual se misturam, criando um amálgama de posições. O indivíduo está acompanhado, ao mesmo tempo, da pessoa que está ao seu lado e da pessoa que está a milhares de quilômetros. O que está à sua frente e o que está na tela brilhante em sua mão pertencem ao mesmo espaço e ao mesmo tempo (Bridle, 2019).

Essa hiperconexão é complexa e possui seus ônus e seus bônus em todas as faixas etárias, entretanto, neste artigo procuraremos nos focar na juventude brasileira. Jovens que estão neste momento nos bancos escolares e que são afetados diuturnamente pelos efeitos das plataformas de redes sociais digitais, para as quais voluntariamente se submetem, inserindo seus dados, interesses, angústias e glórias, que depois são transformados em matéria-prima para o marketing desses imensos conglomerados, gerando a atual etapa do capitalismo, o capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019).

Como veremos adiante, crianças e adolescentes são seduzidos pelas plataformas de redes sociais digitais de tal modo que simplesmente não conseguem abandonar essa forma de contato social. A própria camada social onde vivem não permite esse abandono. Um adolescente que decide deixar as redes sociais muito prova-

velmente será visto como um pária pelos colegas. As plataformas exigem uma retenção cada vez maior das pessoas em suas páginas, postagens e comentários. As empresas proprietárias dessas plataformas seduzem de tal forma a sociedade que, como diria Boétie (2018) em 1549, sua dominação não reside apenas em sua força e no medo que o povo pode ter delas, mas em cativar o afeto dos súditos que se submetem voluntariamente a serem subordinados ao seu poder e aos seus desmandos. Ainda que Boétie tenha se referido a um mundo do século XVI, sua ideia permanece viva nas telas brilhantes que adornam as mãos de meninas e meninos mundo afora, uma vez que, como informa Fogg (2003), os computadores já há algumas décadas operam como tecnologias de persuasão, com o fim determinado de mudar o comportamento das pessoas para o consumo, bem como suas crenças e ações (Lanier, 2018).

As plataformas de redes sociais digitais

Antes de definirmos o que são as plataformas de redes sociais digitais, parece-nos importante definir o que são as redes sociais. Seres humanos sentem a necessidade imperativa de se conectarem com outros da mesma espécie. Então uma rede é um emaranhado de conexões que ocorrem de modo mais ou menos recorrente, de maneira que liga diversos indivíduos e forma vínculos sociais. Nesse sentido, todo agrupamento recorrente de seres humanos pode ser chamado de rede social. Em uma rede social padrão há diversas dimensões, das quais podemos citar: tamanho, dispersão geográfica, densidade e integração dos contatos, homogeneidade entre os membros, simetria e enraizamento social, como afirma Martino (2014). Além disso, as redes sociais são pautadas pelas dinâmicas entre seus componentes e a flexibilidade de sua estrutura, onde vínculos são mais facilmente criados e dissolvidos.

Uma plataforma de rede social digital é um mecanismo desenvolvido com fins determinados, normalmente capitalistas

O senso comum costuma atribuir o rótulo de “redes sociais” a coisas como Facebook ou Instagram, mas não o faremos aqui, justamente por entendermos que diversas outras atividades humanas podem ser encaradas como redes sociais. Dessa forma, utilizaremos o termo “plataformas de redes sociais digitais” por entendermos que há uma diferenciação entre os dois termos. Uma plataforma de rede social digital, portanto, é um mecanismo desenvolvido com fins determinados, normalmente capitalistas, e que são gerenciados por empresas que são ou se tornaram bilionárias em poucos anos. Entendemos que tais instrumentos são plataformas, ou seja, cumprem mais de uma função, possuindo dentro de seu mecanismo uma série de ferramentas, com inúmeros recursos, de diferentes modelos e ordens, com distintas funções e objetivos.

Outra característica das plataformas é que elas são digitais, ou seja, são programações de complexas operações matemáticas, conhecidas como algoritmos. Os

matemáticos Alonzo Church e Alan Turing, em 1936, definiram algoritmos como conjuntos de regras e procedimentos lógicos perfeitamente definidos que levam à solução de um problema em um número finito de etapas (Santos, 2021).

Algoritmos, então, são regras para que determinado programa de informática funcione. Devemos lembrar aqui, como o faz Vieira Pinto (2005), que tais regras não são neutras. Elas atuam motivadas por interesses bem específicos de seus criadores e, na maior parte dos casos, com interesses financeiros muito definidos. As estruturas algorítmicas que fazem com que as plataformas de redes sociais digitais funcionem têm como principal função capturar dados dos indivíduos para posteriormente vendê-los para publicidade. Assim, quanto mais o sujeito interage com a plataforma, mais ela absorve dados, e quanto mais dados, mais específicos podem ser as publicidades, que são individuais (Zuboff, 2019).

Diferentemente do modelo da televisão ou do rádio, com inserções comerciais entre seus programas para atrair o maior número de compradores possível em uma gama gigantesca de pessoas, os algoritmos das plataformas de redes sociais digitais conseguem filtrar os anúncios de forma que a publicidade é direcionada apenas àqueles que possam ter algum interesse em adquirir o bem ou serviço oferecido. Portanto, fica fácil entender por que as empresas querem que as pessoas permaneçam o maior tempo possível nas plataformas. Quanto mais tempo, mais dados são coletados, e com isso os algoritmos sabem cada vez mais sobre cada utilizador. Essas complexas fórmulas matemáticas são tão densas e poderosas que podem traçar um perfil muito mais detalhado de cada pessoa do que um outro ser humano consegue. A plataforma Facebook, por exemplo, consegue avaliar cada ser humano em até 100 dimensões diferentes. Um ser humano consegue avaliar 10 ou 15 apenas. A plataforma possibilita uma infinidade de sutilezas, de modo que é possível que ela conheça o indivíduo melhor do que ele mesmo (Sumpter, 2018).

Como afirmou Francis Bacon no século XVII, conhecimento é poder, e uma infinidade de informações nas mãos de uma empresa concede a ela uma capacidade de influência em seus utilizadores que pode ser temida. Não à toa as fórmulas dos algoritmos são os segredos mais bem guardados do Ocidente, uma vez que nenhuma empresa informa de maneira transparente como são coletadas as informações e como são processadas. O que sabemos é que elas utilizam nossos dados como material gratuito para práticas de extração, predição e vendas (Zuboff, 2019).

Assim, podemos afirmar que a principal função do algoritmo é manter a pessoa na plataforma. Para isso, são necessários conteúdos atrativos, para que o usuário não despegue o olho da plataforma. É o processo conhecido como engajamento, que é o termo utilizado pelas plataformas de redes sociais digitais para definir a quantidade de tempo que cada usuário fica conectado, manipulando dados dentro da plataforma, esteja ele consumindo ou criando conteúdo. Assim, podemos dizer que técnicas de engajamento servem para que as pessoas passem o maior tempo possível na rede social em questão. Quanto mais engajada, mais a pessoa vai ceder

seus dados para os algoritmos da plataforma, que por sua vez os converterão em vendas publicitárias direcionadas (Santos, 2021).

O grande problema, porém, é que o algoritmo não vai necessariamente mostrar o que o indivíduo gosta. Vai mostrar o que a pessoa mais se engaja, e infelizmente a raça humana parece se engajar mais com o que odeia do que com o que ama (Bridle, 2019). Do ponto de vista do algoritmo, o botão “gostei” ou “não gostei” de uma plataforma de rede social tem o mesmo valor, que é o valor do engajamento. Se a pessoa clicou no botão indicando aprovação, mais conteúdos como aquele serão mostrados. Mas se ela clicou no botão de descontentamento, mais conteúdos como aquele também serão mostrados, ou seja, cada manifestação de afinidade ou repúdio é registrada para que mais conteúdo como aquele seja reproduzido. Do ponto de vista do engajamento, um comentário elogioso ou um detrator têm a mesma força. Só que em geral as pessoas discutem com as outras por conta de comentários ofensivos e, portanto, se engajam mais. Com o passar do tempo, a pessoa que costuma discutir na plataforma será apresentada apenas a conteúdos dignos de sua indignação, repúdio e discussão. Esse é o motivo pelo qual os conteúdos polêmicos têm tanta relevância na plataforma. Porque mais pessoas se engajam. E quanto mais maluca a teoria, ou quanto mais negacionista a fala, melhor. Pois engaja não apenas os que acreditam nos disparates, mas o seu detrator, que, sem querer, acaba lhe dando mais munção para crescer em relevância (Bartlett, 2018).

Assim, os algoritmos, motivados por aquilo que mais atrai as pessoas, têm uma tendência enorme de mostrar as coisas ruins ou que não fazem bem ao usuário

Diversos estudos comunicacionais e o próprio senso comum informam que as desgraças engajam muito mais do que as felicidades. Um mero zapear de canais na televisão brasileira atesta essa tendência. As notícias ruins, tristes ou violentas têm muito mais tempo de tela e destaque do que as boas notícias. A maior prova disso é a quantidade de programas jornalísticos que focam justamente as mazelas humanas; e não com a função de apontar o problema e exigir algum tipo de solução, mas sim de mostrar a degradação da humanidade com o intuito de obter telespectadores. A narrativa do noticiário, como dizem Vaz, Cardoso e Felix (2013), é uma narrativa da infelicidade.

Assim, os algoritmos, motivados por aquilo que mais atrai as pessoas, têm uma tendência enorme de mostrar as coisas ruins ou que não fazem bem ao usuário, de uma maneira tão individualizada que Lanier (2018) diz que nas plataformas de redes sociais digitais a infelicidade é feita sob medida.

Há também uma espécie de retroalimentação no engajamento, ou seja, quanto mais engajada a pessoa está, mais engajada ela ficará, pois o próprio algoritmo força uma espiral ascendente que nunca se esgota. Um indivíduo, principalmente aquele ainda em formação, como veremos, tem dificuldade de ler as coisas que pululam na sua frente de maneira crítica, portanto, acaba aceitando como verdade o que aparece na *timeline* da sua plataforma predileta. Somado a isso há a própria

estrutura do algoritmo e sua função primordial de engajamento. Talvez um exemplo ajude na compreensão: se uma pessoa gosta de automobilismo, aos poucos terá em sua linha do tempo apenas pessoas que têm o mesmo *hobby*. Sem a leitura crítica, a conclusão é de que todas as pessoas gostam de automobilismo. O que está muito longe da verdade, mas parece verdadeiro no mundo do engajamento algorítmico. Isso é o que chamam de bolha-filtro e caixa de ressonância (Sumpter, 2018).

A bolha-filtro é a forma como o funcionamento matemático do algoritmo força o indivíduo a frequentar apenas um espectro de determinado assunto. Aos poucos, por causa do interesse do engajamento, as notícias que menos interessam são postas de lado, e o indivíduo passa a consumir somente um lado de determinado campo de interesse. Assim, a plataforma acaba iludindo o usuário, que percebe o mundo por meio do filtro extremado da rede social. O que é bom é maravilhoso, o que é ruim é tétrico. Não há tons de cinza. Apenas o preto e o branco.

Já a caixa de ressonância, que atua em conjunto com a bolha-filtro, amplifica o que o usuário fala, pois ao falar o algoritmo promove o encontro com pessoas e entidades que pensam da mesma maneira, aumentando a aparente força das palavras ali proferidas.

Com o tempo, as chances de refutação vão diminuindo consideravelmente, e os indivíduos começam a achar que o outro lado está errado, afinal, “todo mundo pensa como eu”. O diálogo começa a diminuir e os conflitos começam a aumentar, produzindo efeitos nefastos na sociedade, como aqueles apontados por Bartlett (2018), que diz que ao redor do globo as democracias estão sofrendo grave abalo, uma vez que esse engajamento algorítmico tem levado à polarização política. Pela falta de percepção crítica e pelo excesso de algoritmos, as pessoas pensam que todas as demais pensam como ela e que quem não pensa é inimigo. O espaço para o diálogo está diminuindo, no compasso da divisão promovida pelo engajamento das plataformas de redes sociais digitais.

Os humanos têm dificuldade de lidar com a contradição, e os programadores dos algoritmos das plataformas de redes sociais digitais sabem disso. Assim, preparam um sistema de engajamento cuja principal função é dissolver a contradição, eliminar o conflito e apresentar apenas certezas. Ao se engajar cada vez mais, o sujeito se convence cada vez mais de suas certezas, até chegar o momento de simplesmente não aceitar o contraditório. Além disso, as plataformas, aos olhos de seus utilizadores, são entendidas como um meio autônomo, ou seja, o suporte (*smartphone*, computador, *tablet*) parece desaparecer na frente dos olhos da pessoa. O que ela consegue enxergar é apenas a plataforma de rede social digital, e muitas vezes sequer enxerga a plataforma, limitando-se a ver somente as interações ali existentes, como *timelines*, conversas ou fotografias. Tais efeitos são comuns a toda a população que utiliza as plataformas de redes sociais digitais, mas parece ser mais exacerbado na atual geração de jovens.

Centennials

Toda geração possui características determinantes que a diferem tanto da antecessora como da posterior. Foi o que aconteceu com a geração *baby boomer*, a geração X e a *millennial*, por exemplo. A geração atual atende por diversos nomes, entre eles *centennials*, geração Z, geração i ou *iGen*, e nós utilizaremos todas essas nomenclaturas como sinônimos. Definiremos as pessoas dessa geração como aquelas que nasceram já com internet em seus lares e, mais importante, tinham um *smartphone* desde muito cedo. São pessoas que nasceram a partir de 1995 e que não viveram um mundo desconectado (Twenge, 2018).

O *smartphone* é praticamente um apêndice do corpo de um adolescente ou jovem adulto, que passa, em geral, mais de nove horas por dia conectado

É importante destacar que o conceito por trás dessa geração permeia o uso de tecnologia, então podemos afirmar que em locais mais remotos talvez essa nomenclatura não se aplique. Em comunidades muito afastadas ou muito carentes, que não possuem equipamentos eletrônicos ou internet, essa nomenclatura pode não significar o mesmo do que em um grande centro urbano. Pare o presente artigo estamos considerando a maior parte da população do Brasil, que tem internet desde muito cedo permeando sua vida, e que possui atualmente pelo menos um *smartphone*. De acordo com Kemp (2021), 160 milhões de brasileiros têm acesso à internet, aproximadamente 75% da população do país, sendo que desses, 96,1% utilizam seu telefone celular para o acesso.

Com base nesses números, podemos afirmar que a maior parte dos jovens brasileiros pode ser encaixada na falha, porém útil, nomenclatura de geração Z. Uma das primeiras características que pode ser mapeada nessa nova massa de jovens é a necessidade da internet. O *smartphone* hoje é praticamente um apêndice do corpo de um adolescente ou jovem adulto, que passa, em geral, mais de nove horas por dia conectado à internet (Kemp, 2021), ou seja, mais da metade do tempo desperto do indivíduo é filtrado por uma tela, e isso promove uma série de alterações na percepção do mundo, uma vez que a tela é, ao mesmo tempo, uma janela que se abre para o mundo longínquo e um biombo que esconde o mundo próximo.

Outra característica importante dessa geração é a extensão de sua infância. Grande parte das pessoas da geração Z age como criança mesmo com a idade já um pouco avançada. Poucos saíram da casa de seus pais, assumiram compromissos como casamento e filhos e empregos estáveis (Twenge, 2018). Isso provavelmente é fruto de uma série de mudanças na própria sociedade, que reverbera nos indivíduos em formação. Os pais, atualmente com menos filhos, estão cada vez mais umbilicalmente ligados a eles. Se na geração nascida nos anos 1980 era normal vermos uma criança de classe média aos 11 ou 12 anos pegar um ônibus para passear, ou brincar na rua, isso praticamente inexistia. Pais e responsáveis se desdobram para

levar seus filhos de carro aos seus compromissos, e as únicas ruas possíveis de serem exploradas são as do condomínio onde moram.

Praticamente todas as atividades de uma criança nascida no século XXI são monitoradas. Em grande parte das metrópoles brasileiras, até mesmo as crianças mais velhas, com 14 ou 15 anos, não possuem as chaves de suas casas, tampouco têm permissão para lá ficarem sozinhas, sem supervisão dos pais. É uma geração altamente supervisionada. O que os *centennials* têm de segurança é contrabalançado com a falta de liberdade. Mas o bônus da segurança acaba criando o ônus da falta de confiança e de um amadurecimento tardio. Afinal, normalmente quem mais precisa de cuidados são as crianças. Se um jovem de, digamos, 20 anos, precisa ser cuidado, vigiado, supervisionado pelos pais, provavelmente ele vai se sentir uma criança. É uma geração que parece ser muito medrosa. Que tem medo do mundo que a circunda. Desenvolveu-se uma espécie de mentalidade de casulo, na qual nem pais nem filhos desejam romper a casca que os abriga para o mundo externo.

Existem, entretanto, algumas benesses no comportamento da geração em questão. Como são mais monitorados, bebem menos álcool em idades mais jovens, o que ajudou a diminuir o vício em bebida na atual geração (CISA, 2019). Outro número que se pode comemorar nessa geração mais cercada é o número de gestações na adolescência, que caiu consideravelmente (Junqueira, 2020).

Outra característica parece ser o desinteresse pelos estudos e uma grande desilusão com relação ao futuro que os aguarda. Isso porque não é incomum encontramos na sociedade pessoas falando que aquilo que se aprende no dia de hoje será inútil amanhã. Há uma forma incoerente de entender a escola, presumindo que o conhecimento precisa ser aplicado. Se não for aplicado (e rapidamente), não deveria ter sido sequer ensinado. Esse tipo de pensamento leva a um imediatismo generalizado e a uma incapacidade de compreensão global. Esse tipo de pensamento gera apenas consumidores, sedentos por novidades e objetos de consumo. Mas não gera indivíduos plenos ou cidadãos. Há também uma confusão entre conhecimento e informação. A plataforma de busca Google pode dar ao indivíduo informações. Mas o conhecimento só pode ser obtido individualmente, por meio de um processo reflexivo. Quando as pessoas confundem informação e conhecimento, obtém-se uma sociedade planificada e ignorante.

Juventude conectada e servidão voluntária

Mas o que realmente difere essa geração de suas predecessoras é a alta permanência dos indivíduos na internet. Mais presente do que pais, amigos ou qualquer outra mídia, o *smartphone* é o companheiro de todas as horas de um jovem na segunda década de século XXI. E nesse dispositivo o que é mais acessado são as plataformas de redes sociais digitais. Os telefones celulares inteligentes são

praticamente onipresentes na vida dos indivíduos, e as plataformas sociais estão junto. Atualmente, mais de 70% da população brasileira tem pelo menos uma conta nessas plataformas (Kemp, 2021) e mais de 148 milhões de pessoas acessam essas redes via *smartphone*, em sua maioria jovens que, como já dissemos, passam cerca de nove horas por dia nas plataformas.

A primeira coisa que uma menina ou um menino de 16 anos faz ao acordar, antes mesmo de se levantar da cama, é checar em seu *smartphone* as plataformas de redes sociais digitais. Os jovens pensam que comandam os aplicativos e dispositivos, mas é o oposto que acontece. Adolescentes acabam virando funcionários, como expõe Flusser (2011), da máquina. Há uma decisão consciente das crianças, dos adolescentes e, principalmente, de seus pais de consentir com tal servidão, de fazer com que a máquina seja onipresente e domine a vida do indivíduo. Se nas gerações anteriores uma chupeta era utilizada para acalmar um neném em um restaurante, hoje coloca-se um *smartphone* com uma tela brilhante na frente dele.

O conceito de servidão voluntária acaba se adaptando a essa realidade. Tal qual exposto no texto de Boétie (2018), hoje as pessoas decidem conscientemente escravizar-se para um tirano. O pensador francês afirma em seu texto que um tirano, qualquer um, pode ser deposto simplesmente se a população decidir não mais seguir suas ideias. Não precisa pegar em armas ou violência. Basta a mobilização social completa para nada fazer. Mas Boétie vai além e afirma que ser governado por um déspota é como um vício do qual a sociedade não consegue se livrar. As plataformas de redes sociais digitais são como esse tirano. Boa parte das pessoas têm consciência de sua periculosidade e da força destrutiva que representam, seja do ponto de vista psicológico, social ou político, como afirmam Bartlett (2018), Lanier (2018) e Zuboff (2019).

**Se as gerações
passadas tinham
medo de tomar
umas palmadas ou
ficar sem poder jogar
bola com os amigos,
a atual morre de
medo de ficar sem
seu *smartphone***

Ignorando os riscos, o jovem acaba tornando-se dependente desses aparatos digitais, sobretudo das plataformas de redes sociais digitais. Essas plataformas onipresentes são tão incisivas que é praticamente inviável ficar longe delas por algumas horas. Se as gerações passadas tinham medo de tomar umas palmadas ou ficar sem poder jogar bola com os amigos, a atual morre de medo de ficar sem seu *smartphone*, já que sem ele há uma ausência de relacionamentos.

A sociabilidade juvenil no século XXI se modifica por conta das plataformas de redes sociais digitais e de aparelhos como *tablets*, *smartphones* e até *smart TVs*. O encontro das pessoas é modificado por suportes que permitem que as pessoas estejam – literalmente – em dois lugares ao mesmo tempo. Um lugar físico e um virtual (Santaella, 2013). Com isso, as fronteiras entre os mundos real e eletrônico se apagam, e a sociabilidade virtual é tão efetiva quanto a presencial. Para um representante da geração Z, uma conversa em uma rede

social ou uma conversa ao vivo têm o mesmo peso, representam a mesma coisa do ponto de vista psicológico e social, bem como os relacionamentos constituídos, que parecem em muitos momentos ter a mesma força. E isso acontece porque, assim como as pessoas que já nasceram sob o jugo de um déspota, os *centennials* não conhecem o mundo sem tais amarras.

O texto de Boétie (2018) esclarece que a dominação nem sempre é feita pela força ou pela coerção. Em boa parte das vezes, há não apenas um consentimento, mas um desejo de ser submetido pelo opressor. Principalmente se toda a sociedade reafirma constantemente que tal déspota é a melhor solução para seus problemas. É necessário ter em mente que, no alvorecer da segunda década do século XXI, a adolescência é conduzida *online*. Como já dissemos, boa parte das interações sociais são mediadas pelas plataformas. Assim, as relações de amizade, afeto, poder etc. passam obrigatoriamente pelos tiranos na palma das mãos dos jovens. E, pior do que isso, não é possível para um adolescente simplesmente sair das plataformas de redes sociais digitais. Se o fizer, será um pária em meio aos colegas. Se em 2008 ter uma conta em uma rede social era opção para um adolescente, em 2021 é uma obrigação social.

Em uma época da vida em que estar em grupo é tão importante, ter a rejeição escancarada em escala potencialmente mundial não é nem um pouco interessante

Esse déspota digital exige que seus súditos lhe paguem alguns tributos. Fotografias, textos, bate-papos inócuos e perpétuos. E essas manifestações nas plataformas são inevitáveis e inclementes para os mais jovens. Se nas gerações anteriores a popularidade era medida pela quantidade de manifestações no pátio da escola, agora ela é contada por números de curtidas e comentários. Algoritmos poderosíssimos e inescrutáveis dominam a vida social da *iGen*. A menina que tem mais *likes* na rede social é mais feliz, a que tem menos é uma coitada. O menino que fazia imitações do professor durante os intervalos para sua turma agora a faz em vídeo não apenas para a escola inteira, mas para o resto do mundo.

Como todas as relações sociais extrapolam, e como as pessoas preferem as notícias ruins, diversos pontos danosos da sociedade se proliferam por meio da rede. O mais evidente deles é o *cyberbullying*. Se o *bullying* é a prática de violência dentro de uma escola, o *cyberbullying* apenas começa no interior dos muros escolares. Esse tipo de violência é um comportamento agressivo praticado repetidas vezes contra uma vítima que não consegue se defender, seja na sala de aula, no pátio da escola ou na internet. O problema, porém, é que na internet o rastreo é mais covarde e mais insidioso. Além disso, os *bullies*, ou seja, os perpetradores da violência, dificilmente são culpabilizados por suas atitudes. Há várias razões para isso, mas a principal parece ser o fato de que os jovens não conseguem ficar sem suas plataformas de redes sociais digitais, e sabem que, se contarem aos pais, essa será a primeira providência a ser

tomada (Rondina, Moura e Carvalho, 2016). Para um servidor voluntário, poucas coisas podem ser piores do que ficar sem seu tirano.

A autoafirmação inerente à juventude é, atualmente, permeada pelas plataformas sociais. Por meio delas os adolescentes sabem quem é amigo de quem e quem foi excluído de determinada festa, por exemplo. A rejeição fica evidente, aos olhos de toda a comunidade. Em uma época da vida em que estar em grupo é tão importante, ter a rejeição escancarada em escala potencialmente mundial não é nem um pouco interessante. Diferentemente de um tempo em que essas rejeições ficavam restritas à sala de aula ou no máximo ao pátio da escola, com as plataformas de redes sociais digitais ocorrem dois fenômenos: o primeiro, já discutido, é a escala potencialmente global, e o segundo é a falta de esquecimento. Em uma sociedade analógica, a ofensa e o desprezo seriam doloridos, mas, em alguns anos, passariam. Atualmente, as plataformas guardam esses momentos de dor ou constrangimento virtualmente para sempre, o suficiente para as pessoas brigarem pelo direito ao esquecimento (Zuboff, 2019).

Ainda assim, a geração Z parece ter perdido o interesse de socializar pessoalmente (Twenge, 2018). Não parece mais ser necessário socializar face a face, já que isso pode ser feito por meio da despota plataforma de rede social digital. A interação sem dúvida é grande e muitos jovens passam dias e dias conversando e se relacionando. Entretanto, a falta do encontro cara a cara, como se percebe cada vez mais a partir da pandemia de covid-19, traz ônus muito pesados para os seres humanos. Com menos encontros presenciais, pessoas em idades formativas podem ter prejuízos em suas habilidades sociais que serão necessárias no futuro, seja no âmbito profissional ou no âmbito dos relacionamentos, uma vez que um relacionamento feito e mantido apenas em uma rede social digital tem como principal característica a fragilidade. Não estamos aqui dizendo que inexistem possibilidades de relacionamentos duradouros serem criados e mantidos por meio de *smartphones* e redes sociais, mas a maior probabilidade é a formação de um laço fugaz, como já pontuava Bauman (2011).

Os adolescentes, então, parecem estar cada dia mais servidos às plataformas de redes sociais digitais, e concomitantemente mais tristes. Estudo norte-americano afirmou que quanto mais os jovens usavam determinada plataforma, mais tristes ficavam (Kross *et al.*, 2013). Outro estudo, dinamarquês, escolheu aleatoriamente 2.190 jovens adultos e os dividiu em dois grupos de mesmo tamanho, pedindo para que um dos grupos não usasse redes sociais por uma semana, enquanto o outro poderia usar indiscriminadamente. Ao fim dos sete dias, todos os participantes responderam a um questionário em que ficou evidente que os que se afastaram da plataforma de rede social em questão sentiam-se mais felizes, menos deprimidos e menos solitários (Tromholt, 2016).

O infeliz ápice da depressão é tirar a própria vida. E os índices de suicídio, principalmente na juventude, estão aumentando de maneira alarmante. Quanto mais o

jovem se torna servil às plataformas, mais chance existe de ele ficar com sua saúde mental comprometida. Anualmente, cerca de 800 mil pessoas acabam encerrando sua existência de modo deliberado, e essa é a segunda maior causa de mortes juvenis no planeta (World Health Organization, 2019). De acordo com o levantamento produzido pelo Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC) dos Estados Unidos, um adolescente que passa mais de três horas em plataformas de redes sociais digitais tem 35% mais chances de cometer suicídio (Twenge, 2018).

No Brasil os dados também não são auspiciosos. A taxa de morte autoinfligida aumentou mais de 250% em apenas 30 anos, com um agravamento da curva bastante acentuado a partir dos anos 2000, quando a internet já estava consolidada no país. No ano de 1987, 4.701 pessoas tiraram a própria vida. Trinta anos depois, em 2017, foram 12.495 mortes reportadas (Ipea, 2018). Segundo outro estudo, entre os anos 2000 e 2015, 11.947 adolescentes se mataram no Brasil (Cicogna; Hillesheim; Hallal, 2019).

O que parece ser necessário à atual juventude é uma tomada de consciência, uma forma de utilizar as plataformas de modo equilibrado

Podemos assumir então que a servidão voluntária pode ser muito perigosa para a saúde mental, sobretudo para os adolescentes, que ainda não têm sua capacidade cognitiva completamente formada. Este dado também revela que os dispositivos de socialização digital são menos eficazes no combate à solidão ou à inquietação juvenil do que encontros não virtuais com pessoas. Twenge (2019) chega a afirmar que a atividade *online*, por meio das plataformas de redes sociais digitais, pode até ser interessante, desde que seja complementar à atividade presencial. Infelizmente não é isso que parece estar acontecendo. As tiranas plataformas de redes sociais digitais parecem não deixar muita margem para a atividade presencial, e os laços criados por meio delas são, em sua maioria, frágeis. Com isso, a solidão

pode vir a se instalar na cabeça juvenil, e com ela, a ansiedade, a depressão e, nos casos mais extremos, o extermínio da própria vida.

Podemos dizer que as plataformas de redes sociais digitais promovem uma servidão voluntária que pode se aproximar de uma espécie de vício comportamental (Barlow; Durand, 2008), uma vez que o comportamento do sujeito em relação às plataformas pode lhe trazer prejuízo ou sofrimento significativos, como os que já mencionamos. Um vício comportamental é aquele em que não existe uma substância química necessária para a indução da adição, portanto a dependência é exclusivamente psicológica. Além disso, as plataformas são ainda mais difíceis de serem eliminadas da vida da pessoa do que outros vícios, como em álcool ou drogas ilícitas. Primeiro porque a própria aceitação de um vício comportamental já é mais complexa do que a de um vício químico. O segundo motivo é porque um jovem simplesmente não pode ficar sem as plataformas de redes sociais digitais, sob o risco de ficar sem sociabilidade. Se atualmente boa parte das interações são constituídas por intermédio dessas plataformas, ficar sem elas pode ser ainda pior do

que a servidão voluntária. Torna-se necessária então uma consciência do processo, o que é muito difícil de ser obtido pelo sujeito, uma vez que seu desenvolvimento cognitivo ainda não está completo.

É preciso destacar que durante a pandemia de covid-19 a humanidade teve que se voltar para os meios digitais como forma de proteção. Mas o problema com as crianças e adolescentes vinha de antes, e continuará persistindo por anos a fio, já que, como dissemos diversas vezes neste texto, existe uma servidão voluntária.

O que parece ser necessário à atual juventude é uma tomada de consciência, uma forma de utilizar as plataformas de modo equilibrado, que possam ser usadas como ambiente de troca saudável de ideias, aprendizado e relacionamentos, sem que sejam usadas como tiranos que escravizam e viciam seus usuários. Que o ser humano domine a máquina, e não que seja dominado por ela, que os algoritmos utilizados pelas empresas para capitalizar sejam contidos e subordinados à sociedade, e não o oposto, como parece estar acontecendo.

Considerações finais

Podemos destacar que os *smartphones* são praticamente onipresentes na mão dos jovens brasileiros, que fazem das plataformas de redes sociais digitais seus tiranos por meio da servidão voluntária. Entretanto, há pouca chance de que eles se livrem de tal fardo sem ajuda, principalmente se não houver a compreensão do fenômeno, que, como vimos, é social. Algoritmos, estratégias de engajamento e ubiquidade são fundamentais para a lógica capitalista dessas plataformas, cuja função é meramente gerar dividendos por meio de anúncios direcionados. Nessa busca desenfreada pelo capital, o alvo mais simples, portanto as vítimas mais sensíveis, são os mais jovens, que sequer podem abandonar as plataformas sob pena de não terem mais vida social.

Acreditamos que a única forma de a sociedade conseguir inverter tal quadro é o conhecimento. Para tanto, nos esforçamos para trazer uma visão crítica do tema, buscando lançar luz em pontos que normalmente são obscuros tanto para os jovens quanto para o restante da coletividade. Entendemos que pode ser muito difícil para um jovem, ainda em formação, decidir por conta própria diminuir o uso das plataformas de redes sociais digitais, da mesma maneira que sair dessas redes pode ser um suicídio social do ponto de vista juvenil, entretanto, se nada for feito, a chance de termos mais e mais problemas é bastante significativa.

O desafio maior proposto neste artigo é a discussão acadêmica sobre o tema, que pode ser motivadora de mais pesquisas, uma vez que, apesar da atualidade do assunto, ainda é pouco debatido. É importante que a comunidade acadêmica, em consonância com o restante da sociedade, faça uma reflexão sobre as questões aqui apresentadas e busque, se não soluções, pelo menos estratégias paliativas,

para que a dependência servil não seja tão acentuada e não comprometa de modo tão contundente o futuro dos jovens. Conhecer e debater esses processos é resistir à predominância da máquina, à servidão voluntária.

Referências

BARLOW, David H.; DURAND, V. Mark. **Psicopatologia: uma abordagem integrada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

BARTLETT, Jamie. **The people vs. tech**: how the internet is killing democracy (and how we save it). Londres: Ebury Publishing, 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BOÉTIE, Étienne de La. **Discurso sobre a servidão voluntária**. São Paulo: Martin Claret, 2018.

BRIDLE, James. **A nova Idade das Trevas**: a tecnologia e o fim do futuro. São Paulo: Todavia, 2019.

CICOGNA, Júlia Isabel Richter; HILLESHEIM, Danúbia; HALLAL, Ana Luiza de Lima Curi. Mortalidade por suicídio de adolescentes no Brasil: tendência temporal de crescimento entre 2000 e 2015. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 68, n. 1, 2019.

CENTRO DE INFORMAÇÕES SOBRE SAÚDE E ÁLCOOL (CISA). **Álcool e a saúde dos brasileiros**. 2019. Disponível em: <https://cisa.org.br/index.php/biblioteca/downloads/artigo/item/165-alcool-e-a-saude-dos-brasileiros-panorama-2019>. Acesso em: 9 jun. 2021.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Annablume, 2011.

FOGG, Brian Jeffrey. **Persuasive technology**: using computers to change what we think and do. Boston: Morgan Kaufmann Publishers, 2003.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Mapa da violência no Brasil**. 2018. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/dados-series/83>. Acesso em: 11 jun. 2021.

JUNQUEIRA, Vitória. **Prevenção da gravidez na adolescência no Brasil**: uma discussão necessária. 2020. Disponível em: <https://www.gove.digital/outras-tematicas/gravidez-na-adolescencia-no-brasil>. Acesso em: 10 jun. 2021.

KEMP, Simon. **Digital 2021**: Brazil. 2021. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>. Acesso em: 8 jun. 2021.

KROSS, Ethan et al. Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. **PLoS ONE**, v. 8, n. 8, p. 1–8, 2013.

LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LEAVITT, David. **O homem que sabia demais: Alan Turing e a invenção do computador**. São Paulo: Novo Conceito, 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**. São Paulo: Vozes, 2014.

MOREIRA, Herivelto; CALEFFE, Luiz Gonzaga. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2008.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia**. São Paulo: Contraponto, 2005. v. 1.

RONDINA, João Marcelo; MOURA, Julia Lucila; CARVALHO, Monica Domingues de. Cyberbullying: o complexo bullying da era digital. **Revista de Saúde Digital e Tecnologias Educacionais**, v. 1, n. 1, p. 20–41, 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **Desafios da ubiquidade para a educação**. 2013. Disponível em: <https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/desafios-da-ubiquidade-para-a-educacao>. Acesso em: 11 jun. 2021.

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. Algoritmos, engajamento, redes sociais e educação. **Acta Scientiarum Education**, v. 43, 2021.

SUMPTER, David. **Dominados pelos números: do Facebook e Google às fake news : os algoritmos que controlam nossas vidas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2018.

TROMHOLT, Morten. The Facebook experiment: quitting Facebook leads to higher levels of well-being. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 19, n. 11, 2016.

TWENGE, Jean M. **iGen: por que as crianças de hoje estão crescendo menos rebeldes, mais tolerantes, menos felizes e completamente despreparadas para a vida adulta**. São Paulo: nVersos, 2018.

VAZ, Paulo; CARDOSO, Janine Miranda; FELIX, Carla Baiense. Risco, sofrimento e vítima virtual: a política do medo nas narrativas jornalísticas contemporâneas. **Revista Contracampo**, p. 24–42, 2012.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Suicide**. 2019. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/suicide>. Acesso em: 11 jun. 2021.

ZUBOFF, Shoshana. **The age of surveillance capitalism**. EUA: Profile Books, 2019.