

Adolescência: o Perigo Invisível das Redes Sociais para os Jovens

Por Flávia Luz

Fonte: Diversos artigos da Internet

Adolescência é uma minissérie muito popular da Netflix que conta a história do assassinato brutal de uma garota de 14 anos por um colega de escola de apenas 13 anos.

O motivo do crime seria as críticas maldosas feitas pela garota através das Redes Sociais às quais ambos eram membros.

De fato, nos últimos anos, as redes sociais — a face mais onipresente e insidiosa da tecnologia no cotidiano dos jovens — passaram de entretenimento inofensivo a influenciadoras silenciosas do comportamento adolescente.

A série “Adolescência”, da Netflix, acende um alerta importante sobre esse impacto: a cultura digital está reconfigurando a formação emocional e psicológica de uma geração inteira. Os pais se desesperam. Como evitar que seus filhos tenham acesso a conteúdos tóxicos que normalizam a violência, diminuem a autoestima, promovem atitudes de risco?

As plataformas sabem exatamente como manter um adolescente rolando a tela: sugerem conteúdos cada vez mais extremos, reforçam padrões inalcançáveis de sucesso, beleza e performance e promovem a comparação constante. O resultado? Uma explosão de crises de identidade, ansiedade, raiva e solidão.

E escancara um problema que governos e *big techs* preferem ignorar: o ambiente *online*, sem mediação ou regulação, pode ser profundamente nocivo para crianças e adolescentes.

Mas seria apenas para os adolescentes?

Vou citar agora alguns exemplos que comprovam que os adultos também são vítimas das plataformas digitais:

F... tem 91 anos.. Foi muito rica em sua juventude e sua beleza era comentada pelos jornalistas sociais da década de 60. Hoje em dia já não possui nem a beleza nem a fortuna de 60 anos atrás, mas tem o Facebook. Sua vida se resume a colocar, naquela mídia social, ano após ano as mesmas fotos que ainda guarda de quando era linda, jovem e rica.

F... vive no e do passado, respira, se anima com os *likes* que recebe, com os elogios que consegue após a milésima colocação das mesmas fotos. Um *deslike* ou um comentário irônico terá o poder de destruí-la emocionalmente e fisicamente.

Para F... os *likes* são sua razão de viver, a comprovação de que sua existência valeu a pena, que os milhões de reais gastos em vestidos e com jornalistas - que cobram em dólares por cada elogio que publicam em suas colunas sociais - valeram a pena.

S... tem cerca de 75 anos...Foi pobre quando menina, sua família passava dificuldades e só começou a se sentir financeiramente segura quando o rapaz com quem se casou mostrou ser um profissional qualificado.

S... utiliza o Facebook para reafirmar sua independência econômica e garantir a inclusão de sua família entre os membros da classe média alta da cidade onde mora.

Recentemente seu marido atravessou sérias dificuldades financeiras que repercutiram negativamente no estilo de vida da família, mas S... escondeu o impacto dessas dificuldades nas fotos do Facebook.

Multiplicou as fotos de idas a restaurantes caros, de férias tiradas nas praias, de carros último tipo. Embora poucas dessas fotos sejam atuais S... depende dos *likes* que recebe para continuar se sentindo segura financeiramente, sentir que ainda faz parte do grupo de mulheres da alta classe média da cidade onde mora.

S... tenta a todo custo esconder o fato de que atualmente voltou a ser pobre e que as fotos são falsas pois retratam uma realidade que não existe mais. Manter a aparência nas mídias sociais é sua razão de viver.

J... tem cerca de 50 anos e é uma “influenciadora digital”. Aproveitando a oportunidade das redes sociais terem deixado de ser apenas espaços de conexão entre amigos e familiares para se tornarem canais centrais nas estratégias de vendas de marcas, J... se lançou como vendedora de artigos de beleza...Tal ideia surgiu após seu divórcio e a constatação de que precisaria de uma fonte de renda segura.

J... sabe que para ser uma boa influenciadora as marcas que comercializa devem proporcionar uma jornada de compra simples e fluida nas redes sociais que também gere uma conexão real com sua audiência. Conseguir audiência, aumentar o interesse do público pelos produtos que comercializa se tornou então seu principal objetivo. J... conta diariamente o número de pessoas que assistem ao seu programa, analisa os comentários que recebe, os *likes* e os *deslikes*...

Ser popular, simpática, aceita e querida pelo público é seu principal objetivo. Neste cenário qualquer erro pode ser fatal, qualquer *deslik* pode ser o precursor de uma debandada de seguidores....

B... é casado, tem mais de 50 anos, filhos e netos. É viciado em jogos *online* do tipo *bets*. Esse tipo de vício tem se tornado uma preocupação crescente na sociedade moderna, afetando pessoas de todas as idades e classes sociais.

Recente levantamento realizado pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) indica que a dependência já é uma das maiores causas de endividamento no país. O jovem não é o único a usar parte do orçamento familiar para essa finalidade. Um estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), em parceria com a AGP Pesquisas, mostrou que 63% de quem aposta no país teve parte da renda comprometida com as *bets*.

Esses dados refletem uma tendência preocupante, evidenciada ainda mais por um relatório divulgado pelo Banco Central em 2024 revelou que beneficiários do Bolsa Família gastaram R\$ 3 bilhões em sites de apostas esportivas, somente no mês de agosto. O valor equivale a 21,2% dos recursos distribuídos pelo programa Bolsa Família gastaram R\$ 3 bilhões em sites de apostas esportivas, somente no mês de agosto. O valor equivale a 21,2% dos recursos distribuídos pelo programa no mesmo mês.

Ainda segundo o banco, 24 milhões de brasileiros fizeram ao menos uma transferência deste tipo no país desde janeiro. A maioria dos apostadores tem entre 20 e 30 anos e gasta cerca de R\$ 100 por aposta. Este valor sobe de acordo com a idade. Brasileiros acima de 60 anos gastam uma média de R\$ 3 mil reais em bets...

Pelos exemplos acima pode-se perceber que as mídias sociais não representam um perigo apenas para os jovens. Os adultos também estão à mercê dos *likes* e *deslikes* das mídias sociais que afetam sua autoestima, causam depressão e os levam a cometer imprudências além de adquirir um quadro de ansiedade generalizada, devido à exposição nas redes sociais.

Criado em um ambiente que supervaloriza a opinião de estranhos sobre nosso comportamento social, o garoto da minissérie *Adolescência* não suportou as críticas e os *deslikes* da colega de classe, sobretudo porque tais críticas foram propagandeadas entre todos os alunos do colégio, e preferiu “calar a fonte” de tais *deslikes*.

Se tivesse sido criado em uma sociedade que não valorizasse tanto a opinião das mídias sociais a nosso respeito, talvez o garoto tivesse tido outro comportamento.