Você já observou que, cada vez que você curte um post em uma rede social, imediatamente uma enxurrada de outros posts do mesmo tipo invade sua tela?

E as postagens dos seus amigos, você também sente que estão diminuindo e dando espaço para conteúdos mais profissionais — basicamente comércio eletrônico?

A princípio, diante do enorme barulho que o surgimento das redes sociais provocou, especialistas em marketing, neurociência e psicologia afirmaram tratar-se de uma ferramenta estratégica para o engajamento social em massa, um movimento projetado para ser viciante, fazendo com que o consumidor ficasse preso pelo maior tempo possível a essa dependência digital. Eu mesma, como pesquisadora da área da neurociência, já publiquei alguns textos sobre essa temática e continuo a fazê-lo; porém, percebo que algo mudou: aquilo que no início parecia um meio de socialização, após a conquista dos usuários, os conduziu deliberadamente para outro mundo — o e-commerce.

Uma mudança estrutural está ocorrendo neste mundo digital.

Fonte: https://www.blogger.com/profile/06597297278239553272

Na ânsia de conquistar mais e mais “adictos digitais” os algoritmos estão ficando muito previsíveis e por essa razão, talvez, desinteressantes. Quem nunca abandonou o celular

quando se cansou de ver mais do mesmo por muito tempo?

Mas antes de aprofundar nossa reflexão, será preciso definir o conceito de algoritmo aqui utilizado. Ele é entendido como um conjunto finito de instruções passo a passo para resolver um problema. Como exemplo simples, podemos citar um código que calcula o troco em um caixa de mercado ou ordena uma lista por data: são algoritmos tradicionais (determinísticos) que apenas executam exatamente o que foi programado. Mas nem tudo é tão simples assim, em época de Inteligência Artificial (IA) este conceito ganha toques mais sofisticados, evolui, e passa a combinar algoritmos avançados (como os de *Machine Learning* e *Deep Learning*) para processar grandes volumes de dados, identificar padrões e tomar decisões com base neles.

O quadro abaixo exemplifica essa nova lógica algorítmica:

Quadro 1 — Principais Pontos de Conexão

Conceito	Papel do Algoritmo na IA	Exemplo Prático
Aprendizado de Máquina (*Machine Learning*)	Algoritmos estatísticos ajustam seus parâmetros ao analisar dados repetidamente.	O algoritmo de recomendação da Netflix aprende o que você gosta com base no seu histórico.
Redes Neurais / *Deep Learning*	Camadas interconectadas de algoritmos matemáticos simulam o processamento do cérebro.	Modelos de linguagem (LLMs) prevendo a próxima palavra em um texto.
Tomada de Decisão	Algoritmos ponderam probabilidades para escolher a melhor resposta ou ação.	Carros autônomos decidindo quando frear ou mudar de faixa.

Fonte: Elaborado pela autora, 2026

Um olhar atento consegue perceber que com a chegada da IA os algoritmos ampliaram sua ação, transformando-se em engrenagens capazes de simular o raciocínio humano, adaptar-se a ele e aprender cada vez mais sobre o comportamento da sociedade.

Onde foi parar a vida privada?

Em um artigo publicado na Revista The New Yorker, o escritor Kyle Chayka[1] “sugeriu que a sociedade pode estar se encaminhando para o que ele chama de postagens zero — um ponto em que as pessoas comuns percebem que não vale a pena compartilhar suas vidas online”[2].

Segundo Kyle, há uma percepção de que cada vez menos as pessoas comuns postam suas imagens nas redes sociais e que cada vez mais as postagens de marcas e influenciadores, promovendo um novo produto ou discutindo as últimas tendências, invadem as Redes. Esse movimento acaba igualando essas ferramentas digitais ao que acompanhamos pela TV, apenas entretenimento passivo.

> Acho que as redes sociais passaram a ser menos sociais. Elas se tornaram mais questão de consumir esse tipo de conteúdo que, hoje, é basicamente commodity. É mais questão de aspiração de estilo de vida, não simplesmente sobre o que está acontecendo à sua volta e como você se relaciona com seus amigos e sua família. Para mim, isso meio que elimina o propósito das redes sociais. (Entrevista de Kyle Chayka — BBC — Brasil — 26 julho 2025)[3]

Parece que o modelo das plataformas digitais agora é guiado por uma palavra nova: a monetização[4].

As redes sociais passaram a operar sob a lógica do capital, optando cada vez mais por manter conteúdos comerciais com potencial de gerar receita direta. O algoritmo agora é otimizado para entregar conteúdos que mantenham o usuário na plataforma e gerem conversão para cliques e compras. Como as empresas pagam para ter alcance, o espaço orgânico para fotos de amigos é cada vez menor.

Mesmo diante desse novo modelo digital, o movimento viciante do uso das redes sociais ainda está presente na vida humana e parece permanecer ainda por algum tempo, resta refletir sobre a forma e para que fim. Segundo Kyle, migraremos do modelo público para o privado, mais intimista. Será que já extrapolamos o apogeu das redes sociais?

Fato é que, a diminuição das postagens pessoais nas Redes e o surgimento de opções privadas de comunicação, como os diversos grupos criados por afinidade nas mais distintas

plataformas, fizeram surgir um isolamento das pessoas em ecossistemas de informação que apenas confirmam suas visões de mundo pré-existentes, escondendo opiniões contrárias ou divergentes, as chamadas bolhas digitais.

Criamos uma rede social que de social tem cada vez menos e uma rede privada trancada em bolhas comportamentais.

Ficar mais invisível traz algum alívio?

A resposta a esta pergunta parece encaminhar para o sim. Segundo relatos frequentes de jovens usuários das redes sociais, a exposição excessiva de um passado recente fez surgir muita angústia, comparações desnecessárias e confusões emocionais. Diante deste cenário, ficar mais invisível traz sim mais alívio e conforto emocional.

A geração Z cresceu em um ambiente digital já consolidado, onde os riscos da exposição são mais visíveis. Casos de viralização negativa, cancelamentos e invasões de privacidade fazem parte do repertório coletivo. Isso contribui para uma postura mais cautelosa. (Aline Veras — OOTIMISTA)[5]

É na esteira desse movimento de menor exposição pessoal que surgem mais postagens voltadas a conteúdos profissionais, organizando os usuários por padrões de consumo. É como se você estivesse caminhando sozinha por horas pelos corredores de um grande shopping center, apenas olhando vitrines semelhantes, com produtos do mesmo estilo; a exaustão seria certa, seu cérebro simplesmente optaria pelo desligamento para economizar recursos metabólicos.

Fonte: Vecteezy[6]

Sob a ótica da Neurociência, a exaustão provocada pela “caminhada solitária no shopping” não é mera coincidência. Os sistemas de recompensa do nosso cérebro, estruturados com base em picos imprevisíveis de dopamina, foram saturados. Quando o algoritmo se torna previsível ao entregar repetidamente a mesma commodity comportamental, a imprevisibilidade, que é a verdadeira faísca da resposta dopaminérgica, desaparece. A mente humana entra em estado de dessensibilização e fadiga cognitiva.

Para onde caminhamos então?

Diante dessa nova realidade digital, responder se já extrapolamos o apogeu das redes sociais exige redefinir o próprio conceito de Rede. Se entendemos rede social como a vitrine pública, saturada e algorítmica dominada por influenciadores e comércio, sim: o modelo atual caminha para o esgotamento. Mas se olharmos para a essência humana, a necessidade de pertencimento e troca genuína permanece intacta.

Talvez a grande ironia do nosso tempo seja que, para salvar a sociabilidade digital, precisamos torná-la novamente invisível ao grande público. A próxima revolução digital talvez não seja sobre quem grita mais alto para milhões, mas sobre quem consegue construir espaços seguros e silenciosos para poucos.

Aliás, por onde anda a sociabilidade real?

Você sabe responder?

---

[1] Kyle Chayka é um jornalista e crítico cultural americano, conhecido por seu trabalho na revista The New Yorker, onde escreve sobre tecnologia e cultura da internet.

[2] Disponível em: https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/are-you-experiencing-posting-ennui — Acesso em 14/09/2026.

[3] Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/articles/c93k3n891n9o — Acesso em 14/09/2026.

[4] Processo de transformar um conteúdo, produto, serviço ou espaço digital em uma fonte de receita ou dinheiro.

[5] Disponível em: https://www.ootimista.com.br/noticias/menos-posts-mais-silencio-por-que-jovens-estao-postando-menos-nas-redes-sociais?category=panorama — Acesso em 14/09/2026.

[6] Disponível em: https://pt.vecteezy.com/png/48270479-sobrecarregado-e-cansado-desenho-animado-cerebro — Acesso em 15/09/2026.