

CONECTAR PARA DESCONECTAR: UMA ANÁLISE DOS COMPORTAMENTOS FOMO X JOMO¹

Cíntia Friedrich Müller²

Prof.^a Valéria da Veiga Dias³

RESUMO

A internet e as redes sociais são ferramentas tecnológicas utilizadas como meio de comunicação e interação entre os jovens. Todavia, o uso intenso dessas plataformas apresenta resultados que indicam a ocorrência de modificações nos hábitos e comportamentos dos jovens *Centennials*. Em virtude do uso exagerado o presente artigo tem como objetivo avaliar os comportamentos de “medo de ficar de fora” (*Fear of Missing Out*) e “prazer de ficar de fora” (*Joy of Missing of Out*) em jovens *centennials* nas redes sociais. A estratégia metodológica utilizada caracterizou-se como um estudo de campo descritivo e quantitativo. A coleta de dados incluiu um levantamento bibliográfico e uma coleta de dados primários por meio de uma *survey*. A amostra da pesquisa foi do tipo não probabilística e constituiu-se por 156 respondentes com idade entre 18 e 30 anos. Os dados foram coletados com uso de um questionário adaptado para a plataforma *Google Forms*. A análise de dados incluiu análise de média e desvio padrão, além de tabelas cruzadas. Os resultados evidenciam que o uso de tecnologias trouxe desafios, transtornos e crescente conscientização sobre os possíveis impactos da internet e das redes sociais no comportamento dos jovens *centennials*, e possuem aspectos positivos e também acarreta consequências negativas se for usado de forma abusiva. A principal conclusão do estudo é que existe a necessidade de aprofundamento nos estudos dos diferentes grupos, com baixos e altos níveis, pois é possível identificar ambos dentro da análise deste estudo.

PALAVRAS-CHAVE: redes sociais; *centennials*; *detox* digital, comportamento *online*.

¹ Trabalho Final de Graduação – Curso de Administração – Universidade Franciscana (2º/2020)

² Acadêmico do Curso de Administração – Universidade Franciscana

³ Professor (a) Orientador

1 INTRODUÇÃO

O ambiente virtual introduziu mudanças em praticamente todos os setores sociais e culturais, inaugurando uma nova linguagem, possibilitando diferentes modalidades de relação entre jovens e alterando as formas tradicionais de acesso e de transmissão do conhecimento (DIAS, 2019). Novos comportamentos e hábitos na relação entre as pessoas são consequências percebidas por todos em uma sociedade hiperconectada, o que pode ter impactos positivos e negativos no âmbito individual, coletivo e organizacional.

O “digital” tornou-se parte essencial da rotina diária, seja no atendimento aos clientes, na consulta de informações, armazenamento de dados ou no contato com os amigos. A maioria dos jovens nem se dá conta da dependência e não vê problemas em estar na internet o tempo todo, só percebendo o problema quando notam que deixaram de realizar suas atividades de estudo, trabalho ou compromissos pessoais, para ficar conectados (ARRUDA, 2016).

Todo este acesso à informação se disseminou para diversas gerações, e nos anos 90 surgiram os chamados “nativos digitais”, crianças que nasceram em meio ao uso desta tecnologia e que desde muito cedo aprenderam a utilizá-la (PHEULA; SOUZA, 2016). Essa geração é conhecida como *Centennials*, integrada com a tecnologia e mais eficiente que as gerações anteriores, cercada por *smartphones* e computadores portáteis, tendo, desta forma, seu comportamento motivado na velocidade com que chegam as informações na rede (PHEULA; SOUZA, 2016). No entanto, esses jovens tem dificuldade em separar a vida *online* da *offline*, trabalham com o conceito de *all-line* e querem tudo de maneira imediata, sentido uma espécie de medo de perder algo quando estão desconectados (DINIZ, 2018).

A tecnologia trouxe facilidades para o cotidiano dos jovens, que são indutores de novos comportamentos no mercado e nas organizações, entretanto, criou também uma necessidade frequente de estar conectado e esse comportamento pode gerar consequências e riscos, tais como ansiedade, dependência, estresse e até, o que foi nomeado como “medo de ficar de fora” ou *Fear Of Missing Out* (FOMO), que refere-se a uma preocupação em ficar de “fora” com o que ocorre na internet e nas redes sociais (MOREIRA, 2017).

A síndrome foi descrita pela primeira vez no início dos anos 2000 e pode ter efeitos significativos à saúde dos jovens que utilizam as redes sociais, causando de um leve mau humor a ansiedade e em situações mais severas até a depressão, esse tal medo de ficar de fora do que está acontecendo incentiva uma conexão frequente e que beira a interrupção (ARANHA, 2018).

Quanto menos os jovens perceberem o poder que as tecnologias passaram a ter em suas vidas, menos terão consciência do impacto negativo que seu uso descomedido pode trazer. A

capacidade de reconhecer seu possível impacto positivo e negativo é o que permitirá lidar com elas de maneira mais positiva e consciente (YOUNG; ABREU, 2011). Segundo Rosa, Monteiro e Brisola (2019) agrega-se a essa questão a nomofobia, que consiste no medo de ficar sem o celular ou o pacote de dados, e estas questões vem gerando não apenas aumento de problemas de saúde, mas consequências sociais como a dificuldade de estar concentrado em sala de aula, cumprir normas e se relacionar no trabalho ou conviver com outras pessoas.

A busca pelo equilíbrio vem gerado um movimento contrário ao uso excessivo e muitas vezes o abandono do mundo virtual, principalmente, das redes sociais, este comportamento foi nomeado como “prazer de ficar de fora” ou *Joy of Missing Out* (JOMO), é aquela vontade de se desconectar por algum momento e desfrutar de outras experiências do cotidiano, e viver a vida real (TURCHI, 2019). Desta forma, a presente pesquisa visa avaliar os comportamentos de “medo de ficar de fora” (*Fear of Missing Out*) e “prazer de ficar de fora” (*Joy of Missing of Out*) em jovens *centennials* nas redes sociais.

Com o intuito de atingir o objetivo geral e sua complementação os objetivos específicos buscam: Descrever o perfil dos *centennials* em relação ao uso de redes sociais; identificar os impactos do uso das redes sociais no comportamento dos *centennials*; analisar as consequências do uso das redes sociais e das medidas de FOMO e JOMO. Por conseguinte, identifica-se a relevância desse estudo no sentido de contribuir com a sociedade no melhor entendimento sobre como estão sendo utilizadas as redes sociais pelos jovens *centennials*, que além de já participarem da sociedade, tornam-se futuros entrantes no mercado de trabalho.

Além disso, é possível identificar como o uso das redes sociais impacta a vida desses jovens como indivíduos, indicando perfis e possibilidade de ação. A pesquisa espera trazer contribuições para melhorar a forma como os mesmos usam redes sociais, refletindo sobre o quão tênue é a linha entre os malefícios e benefícios. A difusão desse tipo de estudo faz-se relevante também para uma reflexão sobre a necessidade de se discutir o tema, ainda mais, no meio acadêmico, social e organizacional.

2 REDES SOCIAIS

A disseminação da internet na virada do século XX para o XXI, gerou grandes mudanças a uma velocidade vertiginosa, originando uma série de novas possibilidades de convívio interpessoal. No início desse período, os jovens interagiam através de *e-mails* e *chats*, pouco tempo depois, foram surgindo outras ferramentas de interação *online*, como as redes sociais (FARIAS; CRESTANI, 2017).

As redes sociais são plataformas facilitadoras da busca de informações e das conexões sociais, por intermédio delas é possível se relacionar com outros indivíduos baseado em nossos interesses, visões de mundo, localização e outros aspectos (SULZ, 2019).

De acordo com Almeida (2016), os jovens tem a necessidade de interagir e sentem-se mais confortáveis ao se comunicarem de forma *online* do que pessoalmente, muitos já nasceram nesta geração de redes sociais e aplicativos, como *Facebook, Instagram, Skype, WhatsApp*, e não imaginam a sua vida sem estes meios de comunicação. Aliás, pode-se observar uma rápida alteração de humor no jovem quando a internet falha em casa, quando não conseguem acessar ao *Wifi* num local público ou quando esgotam os dados móveis. É notória a decepção e o sentimento de angústia em tentar resolver a situação o mais breve possível (ALMEIDA, 2016).

Embora a tecnologia tenha dado visibilidade à organização social em rede, é importante lembrar que as redes sociais não são fenômeno contemporâneo e não surgiram com a internet, elas sempre existiram na sociedade, rede de amigos e outras instituições, motivadas pela busca dos jovens para sentirem-se parte de um grupo, pela necessidade de compartilhar informações, conhecimentos e preferências com outros indivíduos (ZENHA, 2018).

No entanto, como afirma Recuero (2009, p. 93), o que há de mais importante nas redes sociais *online* é que elas:

Permitiram sua emergência como uma forma dominante de organização social” que conecta mais do que máquinas, “conecta pessoas”, resgata o contato com pessoas a distância, com pessoas que há algum tempo não se encontram, entre outras possibilidades, como uma maneira de fazer novos contatos e amizades.

O número de internautas é de 60% dos 7,7 bilhões de seres humanos espalhados pelo planeta, o acesso à internet alcança 150,4 milhões de brasileiros, uma inserção de 71%, enquanto os usuários de redes sociais chegam a 140 milhões de pessoas, 66% do total de habitantes (VISIA, 2020).

A comunicação digital possui aspectos positivos como a agilidade, a maior aceitação pelos grupos ou a criação de uma maior rede de contatos. No entanto, também acarretam consequências negativas se forem usados de forma descontrolada, o que pode levar ao isolamento social, diminuição do rendimento escolar, dificuldades em estabelecer relações e em casos mais graves, quando está instalada a dependência da internet, poderá surgir sintomas de ansiedade, estresse e depressão (ALMEIDA, 2016).

Os jovens estão diante de um novo modelo de comunicação que a cada dia passa por transformações, a dependência do celular, do computador, da internet é crescente e, apesar de serem vícios socialmente aceitos, são igualmente nocivos, pois alteram o comportamento desses

jovens e alguns especialistas acreditam que o uso excessivo das novas tecnologias torna essa geração mais desatenta, impulsiva e esquecida (MOREIRA, 2017).

2.1 *Centennials* e o uso da internet e redes sociais

A geração Z ou *Centennials* compreende os nascidos entre 1990 a 2010 em um mundo envolvido pelas novas tecnologias e que usam as mídias digitais como parte integrante de suas vidas, são caracterizados como, particularmente, familiarizados com as novas tecnologias de informação e comunicação (GUERIN; PRIOTTO; MOURA, 2018).

Os *Centennials* são conhecidos por serem “nativos digitais”, aquele que nasceram e cresceram ambientados com a internet e todas as suas possibilidades, computadores, *tablets* e *smartphones*, e principalmente, estando sempre atentos ao que acontece em tempo real nas redes sociais (GUERIN; PRIOTTO; MOURA, 2018). Outro atributo importante de destacar é que a Geração Z é “apaixonada” pelas redes sociais, tecnologias e plataformas capazes de transmitir informações. Em suma, ela utiliza a televisão, acessa a internet e usa o celular de forma simultânea e sem qualquer dificuldade (CRUZ et al, 2018).

As redes sociais, inclusive, tornaram-se a principal fonte de entretenimento desses jovens e, por isso, merece uma atenção especial. A Geração Z nasceu em um ambiente digital, por isso, está acostumada a respostas instantâneas, bate-papo em tempo real e a uma comunicação mais rápida (CERETTA; FROEMMING, 2011).

Mesmo sendo nativos digitais, acostumados ao uso da tecnologia, segundo Guerin, Priotto e Moura (2018), as redes sociais e a internet podem ser uma influência nociva na capacidade dos jovens da Geração Z, o que incluir problemas de concentração, leitura ou escrita, pois, podem ser facilmente distraídos, e isso pode resultar na falha de sua capacidade de pensar profundamente, especialmente, ao ler livros ou artigos.

De acordo com Rosa (2018), no Brasil, 35% dos jovens dessa geração alegam já ter sofrido depressão em alguma fase da vida, um número preocupante e 57% dizem conhecer alguém da sua idade que sofre dessa patologia. Segundo uma pesquisa da consultoria Consumoteca, ao todo, 55% dos participantes se definem como "ansiosos" ou "muito ansiosos", e para muitos especialistas, o motivo disso são as postagens que se multiplicam nas redes sociais, nas quais os jovens se mostram em situações de “vida perfeita”, sentindo-se obrigados a serem felizes o tempo todo, mesmo sabendo que isso não representa a realidade (ROSA, 2018).

A partir dessas reflexões, a seção a seguir aborda a síndrome *Fear of Missing Out* (FOMO), ilustrando as características do uso excessivo e na outra ponta, de maneira antagônica, um movimento que surge visando restaurar o contato com a “vida *offline*”, nomeado *como Joy of Missing Out* (JOMO).

2.2 Extremos no uso da internet e redes sociais: do *Fear of Missing Out* (FOMO) ao *Joy of Missing Out* (JOMO)

O excesso de estímulos e informação vem se multiplicando em escala mundial, e os jovens no mundo todo denotam o constante estresse e dificuldades para tomar decisões devido à quantidade de informação recebida ao longo do dia, os dados soltos mais confundem do que tornam melhor o tempo de resposta (RIBEIRO, 2017).

De acordo com Corcino (2019), o hábito de se manter constantemente *online* é proporcional ao medo que os jovens tem de perder algo. Essa sensação gera ansiedade, exatamente por não sentirem ou viverem a realidade idealizada, e o consumo exagerado de informações nas redes sociais afeta de forma severa essa percepção (CORCINO, 2019).

O *Fear of Missing Out*, ou FOMO, segundo Marchi (2012), é um comportamento que identifica a aflição ocasionada pela insegurança de se viver *offline*, e a expressão foi utilizada pela primeira vez em uma matéria no jornal *The New York Times* (NYT) e alertou as pessoas sobre aquele que poderia ser o primeiro sintoma do uso excessivo da tecnologia pelas gerações contemporâneas. O FOMO se tornou uma espécie de ansiedade social, a qual qualquer coisa que passar despercebida pode ser vista como uma oportunidade perdida de interagir ou simplesmente receber “curtidas” (TOLEDO, 2018).

Embora a dependência das redes sociais ainda não seja uma patologia oficialmente reconhecida, o uso excessivo já desperta muita preocupação (MAKHLOUF, 2019). Conforme Corcino (2019), não é que os jovens devam parar de se informar, ou interagir nas redes, pelo contrário, se sua forma de comunicação é essa, que possam usá-la da forma mais adequada. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil é o país mais ansioso do mundo, e essa estatística também resulta em problemas de saúde, criatividade, produtividade, raciocínio e bem estar (CORCINO, 2019).

De acordo com Makhoulf (2019), a “dependência digital” ocorre porque receber uma curtida em uma rede social ou uma notificação de alguém que enviou uma mensagem é um estímulo que libera no organismo, neurotransmissores, como serotonina e dopamina, que estão ligados a satisfação e bem estar. Diversos estudos ao redor do mundo revelam que os jovens que usam muito *smartphones* têm níveis aumentados dessas substâncias (MAKHLOUF, 2019).

Apesar do crescente número de “viciados na conectividade”, alguns jovens vêm tentando modificar seu comportamento em relação ao uso da internet e equilibrar a vida digital e analógica, para reduzir a permanência *always on* (WSI SINGULARITY, 2019). A nova tendência foi chamada de Desintoxicação Eletrônica ou *Detox* Digital, segundo Ugur e Koc (2015, p. 1022):

“O *detox* digital ou desintoxicação digital consiste em tomar ar em relação ao mundo digital. Trata-se de se desconectar das redes sociais, da internet e das novas tecnologias, de romper o vínculo digital que criamos e que consome cada vez mais o nosso tempo, para nos ocuparmos com outros assuntos; como relacionamentos como entender como estamos ou realizar uma lista de tarefas pendentes que se torna cada vez maior”.

A Karpersky Lab e a Mintel afirmam, a partir de pesquisa realizada sobre atitudes e hábitos em redes sociais, que muitos usuários estão repensando o tempo que gastam *online* e optando em afastar-se de algumas delas praticando um abandono ou “*detox* digital”. Os resultados indicam um aumento de 22% dos brasileiros (dados comparados a abril de 2018) que dizem ter deletado alguma conta de rede social (MINTEL BRASIL, 2018).

Como reação a essa atitude, o JOMO (*Joy of Missing Out*), trata-se de uma decisão consciente de se afastar do mundo *online*, e se desapegar da vida alheia. A ideia não é simplesmente abandonar todas as redes sociais, e sim encontrar seu próprio equilíbrio dentro delas (TOLEDO, 2018). Conforme Prates (2019), o JOMO, antagoniza com o FOMO, e expressa o “prazer em ficar de fora”, um conceito que significa sentir alegria em não compartilhar todas as vivências na internet. Dessa forma é possível torna-se mais seletivos em relação às informações acessadas, consumidas e compartilhadas (PRATES, 2019).

De acordo com Sudré (2019), para participar do mundo *offline*, não é preciso se excluir do mundo digital ou nunca mais utilizar as redes sociais, algumas atitudes podem introduzir as pessoas para dentro desse universo como, por exemplo, estar em um ambiente, colocar o celular no silencioso e não mexer, desativar notificações e estar de corpo e mente em suas atividades do cotidiano. Publicar um ou outro acontecimento é normal e faz parte, mas a ideia é não viver em função disso, porque existem pessoas que são um pouco mais radicais e decidem que, durante um tempo, não vão se conectar (SUDRÉ, 2019). Ambos os comportamentos carregam aspectos preocupantes, no FOMO, uma espécie de dependência e, no JOMO, é necessária a atenção ao processo de isolamento intolerante (ORIOLO, 2019).

3 METODOLOGIA

O presente estudo é classificado quanto a natureza como quantitativa. A pesquisa quantitativa traz em forma de números a resposta para a problemática levantada na pesquisa, pois parte do princípio que tudo pode ser quantificado, desde quantificação nas modalidades de coleta de informações, como também no tratamento desses dados através de diversas técnicas estatísticas que vão das mais simples as mais complexas (MICHEL, 2009). A pesquisa quantitativa busca uma evidência conclusiva, que é baseada em amostras representativas, que, de alguma forma, aplica análises quantitativas e estatística (MALHOTRA et. al, 2005).

Quanto aos objetivos, o estudo vigente classifica-se como descritivo, as pesquisas descritivas possuem como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. Por exemplo, quais as características de um determinado grupo em relação a sexo, faixa etária, renda familiar, nível de escolaridade (GIL, 2008).

Para Lakatos e Marconi (2017) pesquisa descritiva objetiva descrever as características de uma população, ou identificar as relações entre variáveis, onde investiga características de um grupo.

Quanto aos procedimentos técnicos, este trabalho caracteriza-se como um estudo de campo. Segundo Gil (2010), a pesquisa de campo busca o aprofundamento das questões propostas e apresenta muito mais flexibilidade, podendo ocorrer mesmo que seus objetivos sejam reformulados ao longo do processo.

A coleta de dados incluiu, além da revisão bibliográfica para a elaboração do referencial teórico, uma coleta de dados primários por meio de um levantamento do tipo *survey*. Esse é um método que utiliza escalas de medidas, com o propósito de mensurar e quantificar opiniões e atitudes, contemplando apenas uma amostra da população (MICHEL, 2009). Os dados primários são coletados para solucionar um problema que seja característico da pesquisa, a análise dos mesmos pode ocorrer através de seis etapas: a definição do problema, a abordagem da pesquisa, o modelo da pesquisa, trabalho de campo, elaboração e análise de dados e preparação e apresentação do relatório final (MALHOTRA et. al., 2005).

A amostra escolhida para a pesquisa é do tipo não probabilística e por conveniência. De acordo com Gil (2008), neste caso, o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, a partir de preceitos previamente definidos, demonstrando que estes possam, de alguma forma, representar o universo. A amostra são os jovens que fazem parte da Geração Z, também conhecida como *Centennials*, incluiu, portanto, os nascidos a partir de 1990 até 2010. Foram incluídas faixas etárias no questionário de pesquisa que contemplam este intervalo e uma faixa etária foi incluída como ponto de corte para pessoas que não atendem esse grupo, como um filtro. Posteriormente pessoas abaixo de 17 anos e acima de 30 anos foram excluídas da amostra.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado com questões fechadas. Para a construção do questionário foram utilizadas escalas validadas na literatura, entre elas: i) Escala sobre o uso de redes sociais foi escolhido o *Cuestionario de adicción a redes sociales-CARS* dos autores Sousa e Rojjanasrirat (2010 apud FONSÊCA, Patrícia Nunes da et al., 2018); ii) Escala FOMO, do artigo *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out* dos autores Przybylski, A. K. et al. (2013); iii) Escala JOMO⁴, construída pelas autoras com base no artigo *Toward “JOMO”: The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting* dos autores Aranda e Baig (2018); e iv) Características Sociodemográficas (2016), dos autores Dias; Talamini e Révillion (2016).

Apesar das temáticas contemporâneas envolvidas neste estudo, foi difícil identificação de instrumentos válidos na literatura, considerando as bases Periódicos Capes, *Google* acadêmico e Scopus. O questionário dividiu-se em quatro blocos com trinta e uma questões no total. O primeiro bloco com sete questões referentes ao uso da internet e redes sociais. O segundo bloco com oito questões relativas à Escala FOMO e o terceiro bloco com onze questões sobre a Escala JOMO. Os três primeiros blocos apresentaram uma escala do tipo *likert*, com grau de concordância em cinco níveis, no qual 1 representa discordo e o 5 concordo plenamente. No quarto e último bloco, apresenta-se os dados sociodemográficos dos respondentes.

Antes da aplicação do questionário, foi realizado um pré teste com 10 usuários que possuíam o perfil semelhante a amostra da pesquisa. A coleta de dados iniciou no dia 08 de outubro e finalizou no dia 30 de outubro. Durante os 22 dias que o questionário ficou disponível na plataforma. Foram respondidos 255 questionários via formulário no *Google Forms*, onde mostraram-se válidas 156 respostas, devido à faixa etária estabelecida (18 a 30 anos) como filtro para a pesquisa. via internet, na plataforma *Google Forms*, que possibilitou um maior alcance pelos usuários das redes sociais.

A análise de dados foi realizada após a tabulação dos resultados em *Microsoft Excel* e foram usados: frequência, média, desvio padrão para a verificação da questão de pesquisa, e serão construídos, gráficos e tabelas para apresentação. Os resultados foram analisados a luz do referencial teórico apresentado anteriormente.

⁴ Não foi encontrada nenhuma escala nacional ou internacional para essa mensuração, portanto, optou-se em construí-la com base em um estudo exploratório

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos resultados foi dividida, conforme os quatro eixos da coleta de dados: Perfil do Respondente; *Centennials* e o uso da internet e redes sociais; Escala Fomo; e Escala Jomo.

4.1 Perfil do Respondente

Segundo Coelho (2018) os intitulados “Z” ou *Centennials* são os indivíduos nascidos a partir de 1990 até 2010, uma geração totalmente integrada e interessada na era digital e com grande facilidade de utilização da mesma, focada na inovação, consequência da sua habilidade no que compete à tecnologia.

Diante disso, com relação a faixa etária estudada, em ambos os gêneros, situa-se no intervalo de 18 à 30 anos e alcançou 156 respondentes, dentre eles a maioria do sexo feminino com 98 respondentes que totalizaram (63%) e 58 respondentes do sexo masculino que totalizaram (37%), como observa-se no Gráfico 01:

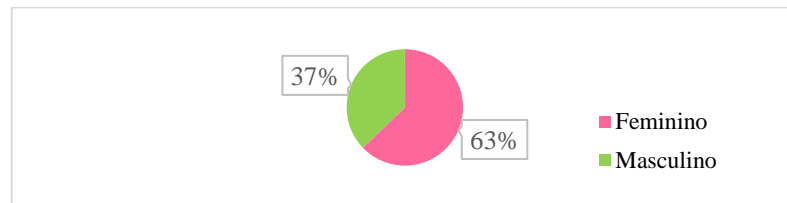


Gráfico 01 – Gênero dos respondentes

Fonte: Dados da pesquisa

No que tange a formação, percebeu-se que a maioria dos respondentes são estudantes e estão cursando graduação, essa pode ser uma característica em função do ambiente onde a pesquisa começou a ser aplicada e replicada. Do total de respondentes, 39% possui ensino superior incompleto. Com graduação completa, 32% e 19%, possuem pós graduação. Ensino médio completo e incompleto com 7% e 3% respectivamente, demonstrado no Gráfico 02:

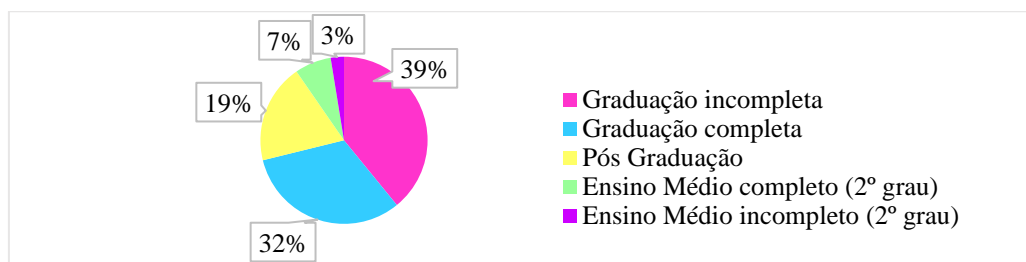


Gráfico 02 – Escolaridade dos respondentes

Fonte: Dados da pesquisa

No que tange ao uso das redes sociais, a mais utilizada pelos respondentes é o *Instagram* com (51%), demonstrado no Gráfico 03, este dado vai ao encontro dos resultados da pesquisa feita pela *We Are Social* em parceria com o *Hootsuite*, onde constatou-se que a plataforma *Instagram*, em 2019, mostrou forte desempenho com usuários ativos, crescendo mais de 4% nos últimos meses e totalizando 895 milhões de usuários em todo o mundo (WE ARE SOCIAL, 2019). A segunda rede social mais utilizada pelos respondentes é *WhatsApp* com (34%) e a terceira é o *Facebook* com (8,3%).

Conforme Costa (2019), as redes sociais mais utilizadas no Brasil são *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* e *WhatsApp*, apesar de o *Facebook* aparecer na 3ª posição entre os respondentes, no mundo, esta plataforma de interação ainda conquista as primeiras posições com mais de 2 bilhões de usuários. O *WhatsApp* também aparece como uma das mais populares redes sociais no país, conta com 1,5 bilhões de usuários globalmente (COSTA, 2019). As preferências pelas redes sociais podem variar, de acordo com o grupo, a idade e as atividades das pessoas que a utilizam (COELHO, 2018).

A geração Z prefere utilizar a internet, as redes sociais e sites para as suas interações, ao contrário das gerações anteriores. Conforme Coelho (2018), existem diferenças na preferência das redes, mas a grande maioria dos *Centennials* são mais propensos a utilizar o *Instagram* e as redes sociais de partilha de vídeos e para conteúdo visual do que as gerações mais velhas.

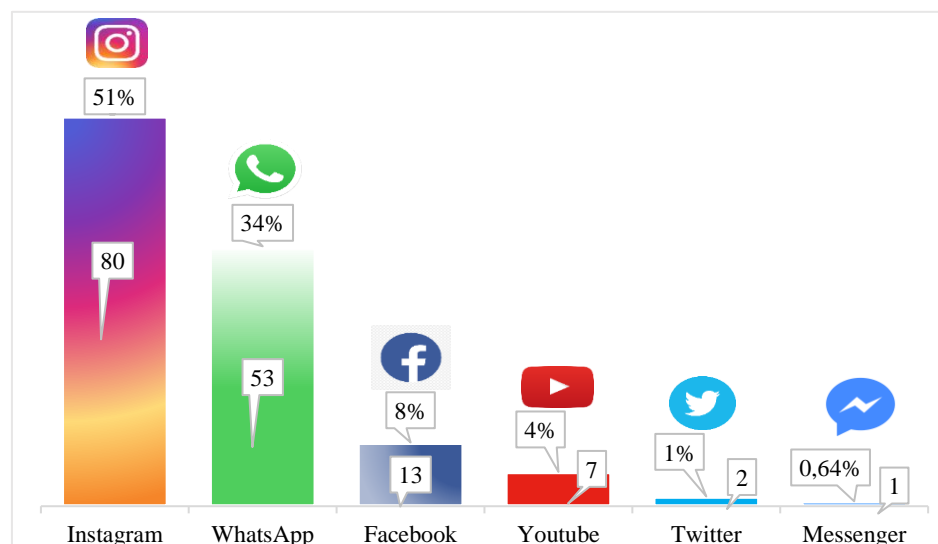


Gráfico 03 – Redes Sociais mais utilizadas pelos respondentes

Fonte: Dados da pesquisa

Na pesquisa, buscou-se também identificar quanto tempo as pessoas ficam conectadas nas redes sociais, constatou-se que os respondentes ficam em média 4 horas e 35 minutos.

Segundo dados da pesquisa *Global Digital Overview 2020*, feita pela *We Are Social*, o Brasil ocupa o 3º lugar no ranking de populações que passam mais tempo conectados nas redes sociais, com uma média de 3h39min por dia. Mais de 4,5 bilhões de pessoas em todo o mundo já usam a internet, das quais 3,8 bilhões estão nas redes sociais (WE ARE SOCIAL, 2019).

Ainda conforme informações do principal relatório sobre o tema do mundo, a consultoria *App Annie*, os integrantes da chamada geração Z passam em média 3h46min por dia nas redes sociais (NAKAGAWA, 2020). Nota-se que os resultados da pesquisa em questão vão ao encontro dos dados sobre o tempo de uso das redes sociais pelos jovens e neste caso a média de uso da internet (4h35min) ainda se mostrou maior do que os dados de pesquisas anteriores.

Não existe um “tempo ideal” que as pessoas devam passar *online*, um estudo feito pela universidade da Pensilvânia, nos Estados Unidos, descobriu que limitar o uso das redes sociais a 30 minutos por dia mostrou reduções significativas na solidão e ansiedade. No entanto, o especialista Andy Przybylski, psicólogo do Instituto de Internet da Universidade de Oxford, acredita que a questão é mais complexa e que as redes sociais são incrivelmente diversas, os sites oferecem uma variedade de recursos, isso torna difícil generalizar sobre os efeitos (DUARTE, 2019).

4.2 *Centennials* e o uso da internet e redes sociais

Esta seção descreve os resultados a partir do uso da internet e redes sociais pela geração *Centennials*. A Tabela 01 foi apresentada a seguir a seguir a representa o uso das redes sociais.

Internet e Redes Sociais	Média	Desvio Padrão
Quando entro nas redes sociais perco a noção do tempo	3,61	1,21
Quando estou em aula/curso sem me conectar às redes sociais, sinto-me aborrecido(a)	2,46	1,26
Estou atento às notificações (mensagens, fotos etc.) que são enviadas para mim nas redes sociais ao meu celular/computador mesmo quando estou em outra atividade	3,72	1,18
Descuido das minhas amizades ou familiares por estar conectado(a) às redes sociais	1,99	1,07
Estou sempre atento ao surgimento de novas redes sociais	2,35	1,21
Meu (minha) parceiro, amigos, ou familiares, tem me chamado a atenção por minha dedicação e o tempo que eu destino às coisas das redes sociais	1,82	1,09
Creio que fico tempo demais nas redes sociais	3,14	1,40

Tabela 01: Uso da Internet e Redes Sociais

Fonte: Dados da pesquisa

Ao avaliar os resultados da Tabela 01 referente ao uso da internet e das redes sociais, pode-se perceber que os respondentes julgam que as questões “Quando entro nas redes sociais

perco a noção do tempo” e que “Estou atento às notificações (mensagens, fotos etc.) que são enviadas para mim nas redes sociais ao meu celular/computador mesmo quando estou em outra atividade” mais representam sua realidade, e por isso são as maiores médias, 3,61 e 3,72 com desvios padrão de 1,21 e 1,18 respectivamente. Apesar de serem considerados valores pouco acima do ponto central de análise, nota-se que os desvio padrão estão acima de 1, o que indica uma possível amplitude nas respostas, para mais ou para menos, que devem ser consideradas.

De acordo com um estudo coordenado pela Microsoft e divulgado pela revista Times, as pessoas perdem a concentração após oito segundos, em média, a internet está criando uma geração que se dispersa com facilidade (FREY, 2016). Os usuários da internet são continuamente estimulados a se distrair, páginas *online* são projetadas de modo a atrair o maior número de cliques possível, com anúncios, *links* e vídeos, proporcionando uma navegação sem fim por abas e mais abas (FREY, 2016).

Um estudo liderado pelo acadêmico americano Philip Gable, professor do Departamento de Psicologia e Neurociência da Universidade de Delaware, a pandemia acarretou impactos diversos nas percepções das pessoas sobre o tempo. As redes sociais cresceram na pandemia, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Zoom* e *WhatsApp*, estão entre os aplicativos mais baixados no mundo e, segundo levantamento da consultoria americana *Sensor Tower*, o fluxo de dados movimentados por *download* nos 250 maiores aplicativos aumentou 52% na pandemia (SAYURI, 2019).

É desproporcional a quantidade de tempo que as pessoas gastam na internet e redes sociais, algo que pode agravar ainda mais são as notificações que ficam ativas. Cancelar as notificações evita distrações, as pessoas não devem sentir-se obrigadas a responder as mensagens instantaneamente (MAICCON, 2019). Lembrando que a média de tempo gasto por essa amostra foi 4h35min, tempo superior à média de outros estudos. Os jovens subestimam o tempo em que ficam conectados as redes sociais, estudos relatam que o cérebro humano simplesmente não consegue medir a passagem do tempo quando estão expostos as redes sociais (HIRATA, 2017).

As duas médias mais baixas na Tabela 1 foram 1,82 e 1,99 possuem uma característica em comum, referem-se as relações afetivas, família, amigos e o relacionamento com estes. Segundo os respondentes da pesquisa, o uso das redes sociais não afeta suas relações sociais de forma significativa. Fato este que pode ser observado em razão a pandemia, as redes sociais e a internet no isolamento social, viabilizou manter as interações com amigos, familiares e vizinhos. O acesso à internet possibilitou que muitas pessoas continuassem a manter atividades como estudo, trabalho e a participar de atividades culturais de casa (MALAVÉ, 2020).

4.3 Escala FOMO (*Fear of Missing Out*)

Esta seção descreve os resultados sobre o “medo de ficar por fora” nas redes sociais. A Tabela 02 representa os resultados para a escala de FOMO.

Escala FOMO	Média	Desvio Padrão
Tenho medo que outras pessoas tenham experiências mais gratificantes que eu	1,99	1,22
Tenho medo que meus amigos tenham experiências mais gratificantes que eu	2,01	1,20
Fico preocupado(a) quando descubro que meus amigos estão se divertindo sem minha presença	2,28	1,37
Fico ansioso(a) quando não sei o que meus amigos estão fazendo	1,65	0,98
Às vezes, me pergunto se passo muito tempo acompanhando o que está acontecendo na internet	2,92	1,35
Quando me divirto, é importante compartilhar os detalhes <i>online</i> (por exemplo, atualização do status)	2,16	1,23
Me incomoda quando falto a um encontro com amigos	3,26	1,39
Quando saio de férias, continuo acompanhando o que meus amigos estão fazendo	3,06	1,31

Tabela 02: Escala FOMO

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se que em relação à média geral da escala FOMO de 2,42, indica que os respondentes não possuem “medo de ficar por fora” das redes sociais, no entanto, o desvio padrão médio foi de 1,25, o que representa pessoas com altos e baixos níveis, que em média apresentaram este resultado. Da mesma forma que para escalas de Redes Sociais, na escala de FOMO, notou-se que na avaliação individual por questão, que cerca de 64% das questões indicam que a maioria das respostas se concentram nos itens 4 e 5 da escala (acima de 50% das respostas) o que aponta uma maioria de pessoas com grande uso de internet e com indicativos de FOMO. Mesmo assim, a média dos construtos se manteve intermediária porque as demais respostas (de 1 a 3) fazem com que a média se reduza, dando uma falsa impressão de que a amostra possui baixíssimos índices.

Em relação a Escala FOMO, as questões com maiores médias foram, “Me incomoda quando falto a um encontro com amigos” de 3,26 e “Quando saio de férias, continuo acompanhando o que meus amigos estão fazendo” teve média de 3,06 e desvio padrão de 1,39 e 1,31 respectivamente. Uma pesquisa realizada pelo grupo de comunicação *Walter Thompson* revelou que o FOMO varia de acordo com a idade, sexo e com a região (MARCHI, 2012). De acordo com a pesquisa, 49% dos homens que responderam ao questionário alegaram que se sentem “excluídos” quando percebem por meio das redes sociais, que não estão em algum momento compartilhado por seus amigos, já a população feminina, chega aos 29%.

Ainda conforme Marchi (2012) se comparado o impacto desse fato em distintas faixas etárias, observa-se que as variações são ainda maiores, perto de 75% dos norte-americanos e ingleses entre 18 e 33 anos de idade, declaram que se sentem completamente ou, pelo menos, um pouco identificados com o comportamento FOMO, sendo que desses, 40% diz experimentar “as vezes” ou frequentemente.

Diversos estudos apontam que o aumento do uso de redes sociais está associado a altos índices de “medo de ficar de fora” (SCHÜTZ, 2018). Ainda conforme a autora, pessoas com altos índices de FOMO, ou seja, que acreditam que seus amigos possam estar tendo experiências mais recompensadoras, tendem a apresentar maior necessidade de conexão social.

Em relação a afirmação “Quando saio de férias, continuo acompanhando o que meus amigos estão fazendo”, segundo Rossi e Ramos (2019), os dispositivos móveis são um meio de suporte as pessoas mesmo durante as férias, o que acarreta dedicar considerável período de tempo na interação com os mesmos com o intuito de aperfeiçoar a sua experiência. Comumente durante as férias, as pessoas procuram por momentos de descontração, mas, no entanto, a conectividade ao *mobile* altera a ideia de escape.

Souza (2017), defende que a experiência turística é alterada pelo uso de dispositivos móveis, que propicia uma experiência com escassa interação com aqueles fisicamente presentes. Em um estudo realizado por *Barbara Neuhofer* para *International Journal of Tourism Research*, verifica-se que as novas tecnologias retiram valor da experiência, uma vez que o envolvimento com a tecnologia controla as atividades associadas a viagem. Exemplo disso, é o enfoque que se dá às fotografias e *stories* deixando de se viver o “agora”, assim, existe um exagerado compartilhamento de conteúdo nas redes sociais, mais do que aproveitar e viver o momento presente (SOUZA, 2017).

Conforme Garcez (2019), mais do que um simples apego ao mundo digital, o FOMO, é considerado um medo de se ter menos experiências e informações do que outras pessoas, mas, nem sempre o que se expõe nas redes sociais condiz com a realidade. Diante disso, nem sempre é fácil, mas é possível usufruir das redes sociais sem exageros, desconectar-se por algumas horas e determinar uma quantidade diária de tempo para as redes sociais, desabilitar notificações, viver o momento e não se preocupar em registrá-los a todo instante, hábitos como estes podem aliviar as sensações de dependência e angustia que é agravado pelo uso de redes sociais (GARCEZ, 2019).

Quando avaliamos as menores médias identificou-se as questões “Fico ansioso(a) quando não sei o que meus amigos estão fazendo”, com média de 1,65, e com média 1,99, “Tenho medo que outras pessoas tenham experiências mais gratificantes que eu”, de certa forma

pode parecer contraditório com o anteriormente mencionado em relação ao acompanhamento das férias dos amigos, no entanto, essa questão refere-se a rotina do dia-a-dia, enquanto a questão das férias remete a um período quando todos buscam desfrutar de experiências diferentes. No que tange as médias baixas, percebe-se que mesmo quando os respondentes demonstram sentirem-se incomodados quando faltam a um encontro com amigos, mas não tem a necessidade de saber o que eles estão realizando o tempo todo. Da mesma forma não se importam se outras pessoas estão realizando algo mais gratificante, porque o que geralmente acontece nas redes sociais de alguma forma está separado do real e autêntico.

4.4 Escala JOMO (*Joy of Missing Out*)

Esta seção descreve os resultados a partir da análise do “prazer em ficar de fora” nas redes sociais. A Tabela 03 representa os resultados referentes ao JOMO.

Escala JOMO	Média	Desvio Padrão
É fácil me desconectar por várias horas (celular, computador, outro)	3,29	1,38
Me sinto mais feliz quando não utilizo internet ou redes sociais por vários dias	2,74	1,28
Me sinto menos ansioso quando estou desconectado (celular, computador, outro)	2,96	1,26
Acredito que os smartphones são dispensáveis em minha rotina	2,11	1,30
Estar desconectado facilita o gerenciamento da minha rotina	3,08	1,4
Gosto de estar desconectado, assim tenho mais tempo livre	2,84	1,3
Sem usar meu celular me sinto mais produtivo	3,66	1,26
Sinto que estou perdendo tempo quando fico na internet e nas mídias sociais	3,58	1,26
Sinto que não preciso responder instantaneamente as mensagens das outras pessoas	3,69	1,31
Me relaciono melhor com as pessoas quando fico desconectado	3,37	1,21
Não sinto necessidade de verificar mensagens ou atualizações	2,67	1,20

Tabela 03: Escala JOMO

Fonte: Dados da pesquisa

No que tange a média geral da escala JOMO, 3,10, essa foi a mais alta das escalas analisadas no estudo, mas o desvio tem média de 1,28, que também é o mais alto. Nota-se que a média ainda é intermediária e que os respondentes podem estar em busca de seu próprio equilíbrio entre o *on* e *off* e sentem-se a vontade de não compartilhar todas as suas vivências nas redes sociais.

Ao analisar a Escala JOMO observa-se que nas afirmativas “Sem usar meu celular me sinto mais produtivo” e “Sinto que não preciso responder instantaneamente as mensagens das outras pessoas”, foram as com maiores médias 3,66 e 3,69 e desvio padrão de 1,26 e 1,31 respectivamente. A geração dos *Centennials* quer interagir nas redes sociais, eles publicam à espera de um retorno, tal como os comentários dos seus seguidores. Viver através destas plataformas pode ocasionar complicações, o desejo de notoriedade faz com que os jovens dessa

geração percam mais tempo *online* e reduz a sua colaboração no “mundo real” (COELHO, 2018).

Parte dos respondentes sente estar perdendo tempo quando ficam nas redes sociais, já que uma das maiores médias da escala foi essa, 3,58, e conseguem se desconectar por várias horas com média de 3,29. Nos últimos anos, o número de jovens que consideram as redes sociais importantes caiu de 66%, em 2016, para 57%, em 2018. Outro estudo publicado em março de 2019 pela Infobase Interativa, reuniu pesquisas de consultorias especializadas em hábitos de consumo digital para mostrar que o *detox* digital está em alta e 64% dos jovens estão dando uma pausa nas redes sociais (MARASCIULO, 2019).

A conectividade disponível na internet, conquistou espaço no ambiente corporativo, permitindo com que todos os que possuam uma conta em redes sociais possam acessá-las a qualquer momento, seja pelo computador ou celular (CHAVES; LUFT, 2016).

A utilização desses meios é uma realidade entre os indivíduos e representa um desafio para as organizações, no qual os funcionários podem dividir a sua atenção do trabalho com tempo gasto no uso das redes sociais sem limites. Muitas pessoas não são capazes de estipular um limite de uso das redes sociais no trabalho, com isso atrapalha seu desempenho e produtividade diária (CHAVES; LUFT, 2016).

Em um estudo realizado por Aranda e Baig (2018), chamado “*Toward "JOMO": the Joy of missing out and the Freedom of Disconnecting*”, as autoras discutem a dificuldade que os usuários de *smartphones* e redes sociais enfrentam diariamente em meio a quantidade de notificações recebidas. Elas descrevem que os entrevistados declararam sentir-se estressados quando o telefone fica sem bateria, mas logo, sentiram também uma sensação de bem estar como se estivessem “livres” por um momento. As autoras, constataram que as interrupções têm o custo do desempenho em tarefas que exigem atenção, mesmo quando a notificação não é atendida, o que elas acreditam ser devido à divagação da mente que as notificações podem provocar (ARANDA; BAIG, 2018).

Os participantes da pesquisa descreveram sentir uma tensão entre enviar e receber mensagens e após encaminhar uma mensagem, experimentam uma ansiedade crescente enquanto espera por uma resposta. Ao receber uma mensagem, os participantes sentiram pressão para responder imediatamente ou dentro de um período de tempo razoável, para evitar quebrar a etiqueta e ofender o remetente. Segundo Aranda e Baig (2018), atender a essa expectativa muitas vezes apresenta conflitos e distração do que estavam fazendo, tirando a atenção das outras pessoas com quem estavam passando, ou interrompendo-as no tempo livre.

Muitas vezes, essas tecnologias passam a ser distrações digitais que afastam a pessoa do esforço real de se relacionar, manter a intimidade e a comunicação. Ter a portabilidade e acessibilidade pode ser prático, envolvente e divertido, mas também pode ser altamente distrativo (YOUNG; ABREU, 2011). No final das contas, é preciso aprender a viver a vida usando as redes sociais de forma consciente, e integrar todas essas tecnologias de mídia digital de forma mais equilibrada.

A menor média da escala foi 2,11, para a questão “Acredito que os smartphones são dispensáveis em minha rotina”, o que demonstra que a maioria não concorda com essa afirmação, e remete a necessidade do uso do celular em sua rotina. De acordo com uma pesquisa encomendada pela Deloitte (2019), cerca de 70% das pessoas utilizam os smartphones para acionar outros dispositivos, seja em casa, no carro ou no trabalho. A conectividade entre smartphone e outros dispositivos vai além do uso para entretenimento, a pesquisa também aponta que muitas pessoas utilizam o aparelho para monitorar a alimentação, atividades físicas, saúde e segurança. Ainda segundo a pesquisa houve um aumento no uso do smartphone para “compras *online*”, por meio do uso de aplicativos para entrega de comida e outros serviços (NEORADAR, 2019).

Segundo dados da pesquisa realizada em conjunto pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas, pelo SPC Brasil e Sebrae, aponta que o uso de *smartphones* é necessário e que virou um “companheiro inseparável” dos jovens, seja para conferir as redes sociais, tirar fotos, ouvir música, trabalhar e estudar. Não é à toa que 77% dos jovens reconhece que suas vidas seriam prejudicadas caso não tivessem o dispositivo (BRASIL ECONÔMICO, 2019).

5 CONCLUSÃO E APRECIÇÃO CRÍTICA

O presente estudo buscou avaliar os comportamentos de “medo de ficar de fora” (*Fear of Missing Out*) e “prazer de ficar de fora” (*Joy of Missing of Out*) em jovens *centennials* nas redes sociais. À medida que o ritmo de vida *online* e *offline* se torna cada vez mais interligado, as pessoas se beneficiam, e às vezes lutam com oportunidades cada vez mais ricas de interação.

Algumas pessoas se sentem inadequadas ao verem atualizações de outras pessoas nas redes sociais, nesse momento, fazem comparações sobre sua vida, uma leitura alterada do mundo do outro, levando a uma grande frustração e desencontro pessoal. A avalanche de informações sobre o que os amigos estão fazendo, levam algumas pessoas a se questionar se suas vidas são tão interessantes assim, esse comportamento se configura como o “medo de ficar de fora” das redes sociais. Por outro lado, a satisfação, o “prazer de ficar de fora” se desconectar

desse vício por alguns momentos e não compartilhar todas as vivências na internet. Não é preciso excluir-se do mundo digital ou nunca mais entrar na internet, a ideia é se desligar um por alguns momentos das redes sociais, encontrar um equilíbrio entre trabalho, corpo e mente, para visualizar quais são seus limites e se faz sentido ficar *offline*.

Os resultados evidenciam que o uso das redes sociais e internet pelos *Centennials* impacta na forma como os jovens se conectam e passam a se relacionar com o mundo e com as pessoas. Por conta do isolamento social causado pelo coronavírus, as redes sociais se tornaram uma das principais fontes de entretenimento. Com a intensidade do uso das redes sociais, as pessoas acabaram perdendo a capacidade de se comunicar fisicamente.

As médias mais altas em relação as redes sociais e internet, demonstram que os jovens sentem que quando estão nas redes sociais perdem a noção do tempo, eles abrem os aplicativos para dar uma espiadinha rápida e quando se dão conta, passaram-se horas. Existe uma ansiedade que veio com a multiplicidade de recursos e a facilidade de acesso, o mundo está acelerado demais para a mente suportar, sem que haja efeitos colaterais. Os jovens podem enfrentar alguns problemas, como, incapacidade de se concentrar, sentem-se mais distraídos, isso ainda aumenta quando os jovens deixam suas notificações ativas. Os respondentes apontam que permanecem atentos as notificações que são enviadas mesmo quando estão em outra atividade. As interrupções têm o custo do desempenho em tarefas que exigem atenção, mesmo quando a notificação não é atendida, acredita-se que pode ser devido à divagação da mente que as notificações podem provocar. Em relação as médias mais baixas nota-se que por mais que os jovens reconhecem que despendem muito tempo nas redes sociais, os mesmos não deixam de dedicar atenção a seus amigos e familiares.

No que tange a escala FOMO o resultado de 2,42 demonstra que os jovens não tem “medo de ficar por fora”, no entanto, salienta-se a avaliação individual por questão onde identificou-se que boa parte das respostas se concentram em valores 4 e 5 da escala, e que a média intermediária pode ocorrer em função de uma diferença de respostas, o que gera uma maior amplitude e uma impressão de média mais baixa.

Os da escala JOMO com média 3,10, denotam que os jovens em curto prazo, e de forma voluntária sentem “prazer de ficar por fora” e se desligar das redes sociais. Os respondentes expressam que sem usar o celular sentem-se mais produtivos, além de poderem desfrutar de outras atividades *offline*. O uso dos telefones e computadores se tornou quase que uma necessidade, seja para trabalhar, entretenimento ou momentos de lazer, ainda mais no cenário atual com a pandemia. Porém, nota-se que os jovens estão repensando sua relação com as tecnologias e o interessante é que existe essa disposição em desconectar-se, porque a cada dia

que passa esses jovens estão se dando conta dessa dependência e o quanto ela pode ser prejudicial.

O uso de tecnologias trouxe desafios, transtornos e crescente conscientização sobre os possíveis impactos da internet e das redes sociais no comportamento e desenvolvimento cognitivo, social e físico desses jovens e possuem aspetos positivos como a comunicação fácil, a maior aceitação pelo grupo de pares ou a criação de uma maior rede de contatos. No entanto, também acarreta consequências negativas se for usado de forma descontrolada ou abusiva. Em um mundo cada vez mais envolto pela tecnologia e a comunicação instantânea é preciso estar atentos quanto a escolha da forma mais adequada para conduzir essas interações. A principal conclusão do estudo é que existe a necessidade de aprofundamento nos estudos dos diferentes grupos, aqueles que estão com baixos e altos níveis, pois é possível identificar ambos dentro da análise deste estudo.

Para a realização do estudo houve algumas limitações, como a dificuldade de encontrar literatura que contemple indicadores, escalas ou questionários já aplicados no Brasil ou em realidades semelhantes sobre este tema. Para estudos futuros, sugere-se a busca por uma amostra maior de respondentes e com jovens de outras gerações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Natacha. **A influência das redes sociais e aplicações na vida dos jovens**. Instituto de Administração da Saúde e Assuntos Sociais, IP-RAM. Disponível em: <http://iasaude.pt/index.php/informacao-documentacao/recortes-de-imprensa/919-a-influencia-das-redes-sociais-e-aplicacoes-na-vida-dos-jovens>. Acesso em 13 de março de 2020.

ARANDA, Julie H; Baig, Safia. **Mobile HCI '18: Anais da 20ª Conferência Internacional sobre Interação Humano-Computador com Dispositivos e Serviços Móveis**. Barcelona, Espanha, Artigo nº, 19 p. 1–8. Set, 2018. Toward “JOMO”: The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3229434.3229468>. Acesso em 09 de junho de 2020.

ARANHA, MARINA. **Você tem medo de que?** Disponível em: <https://www.revide.com.br/blog/marina-aranha/voce-tem-medo-de-que/>. Acesso em 15 de março de 2020.

ARRUDA, Ana Carolina Medeiros. O uso excessivo da internet e sua relação com Sintomatologia Psicopatológica. **Tese de Mestrado** em Psicologia Clínica e da Saúde - Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal, jul. 2016 Disponível em: https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/5704/1/DM_Ana%20Carolina%20Arruda.pdf. Acesso em: 21 de maio de 2020.

BRASIL ECONÔMICO. Smartphone: o companheiro dos jovens do Brasil. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2019-08-31/smartphone-o-companheiro-dos-jovens-do-brasil.html>. Acesso em 30 de novembro de 2020.

CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. Geração Z: compreendendo hábitos de consumo da geração emergente. **Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar**, Natal, RAUnP, v.3, n.2, abr./set. 2011. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/issue/view/11>. Acesso em 25 de março de 2020.

CHAVES, Carla M. L. LUFT, Maria C. M. S. Uso das Redes Sociais no Ambiente Corporativo: a Visão de Usuários que Trabalham com Atendimento ao Público. **1º Congresso de Gestão de Negócios e Tecnologia da Informação – CONGENTI**, 2016. Disponível em: <https://eventos.set.edu.br/congenti/article/view/7986/2919>. Acesso em: 17 de novembro de 2020.

COELHO, Ana M. R. As diferenças de comportamento entre a geração X e a geração Z nas redes sociais no caso particular das marcas de moda. **Dissertação de Mestrado apresentada a Universidade da Beira Interior Ciências Sociais e Humanas de Portugal**. Covilhã, Portugal, 2018. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/9752/1/6282_13343.pdf. Acesso em: 13 de novembro de 2020.

CORCINO, Chris. **FOMO de quê?** Disponível em: <https://comunidadesebrae.com.br/blog/fomo-de-que>. Acesso em 15 de março de 2020.

COSTA, Thaís. **Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil em 2019?** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 11 de novembro de 2020.

CRUZ, Bruna. et al. “Não me ligue, mande mensagem”: Os novos hábitos da Geração Z ao telefone. **Intercom - XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, Juazeiro/BA, jun. 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-1025-1.pdf>. Acesso em 15 de maio de 2020.

DIAS, Valéria Da Veiga; TALAMINI, De Edson; RÉVILLION, Jean Phillippe. Lealdade e relações de proximidade: uma caracterização dos consumidores de alimentos orgânicos. **Lume-Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto alegre - RS, 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/164591>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

DIAS, Vanina Costa. et al. Adolescentes na Rede: Riscos ou Ritos de Passagem? **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 39, e1179048, 1-15, 2019. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932019000100109&lng=en&nrm=iso. Acesso em 07 de março de 2020.

DINIZ, Janguie. **O perfil da geração Centennials**. Disponível em: <https://www.leijaja.com/coluna/2018/07/22/o-perfil-da-geracao-centennials>. Acesso em 15 de maio de 2020.

DUARTE, Fernando. **Brasil é vice em tempo gasto em redes em ranking dominado por emergentes.** Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/nerdices/2019/09/brasil-e-2o-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.shtml>. Acesso em: 12 de novembro de 2020.

FARIAS, Cássia de Araújo; CRESTANI, Patrícia. A influência das redes sociais no comportamento social dos adolescentes. **Revista Ciência e Sociedade**, Amapá, v. 1, n. 2, jan/jul. 2017. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/cienciaesociedade/article/view/2646/1628>. Acesso em 13 de março de 2020.

FONSÊCA, P. N. da et al. Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. **Arquivos brasileiros de psicologia**, Rio de Janeiro, v. 70, n. 3, p. 198 - 212, set./dez.2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arp/v70n3/14.pdf>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

FREY, Luísa. A internet está criando uma geração de desatentos? Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/a-internet-est%C3%A1-criando-uma-gera%C3%A7%C3%A3o-de-desatentos/a-19100436>. Acesso em 24 de novembro de 2020.

GARCEZ, Thais. **Você tem FOMO? Saiba tudo sobre essa síndrome tecnológica.** Disponível em: <https://www.selecoes.com.br/saude/voce-tem-fomo-saiba-tudo-sobre-essa-sindrome-tecnologica/>. Acesso em: 17 de novembro de 2020.

GUERIN, Cíntia S.; PRIOTTO, Elis M. T. P.; MOURA, Fernanda C. Geração Z: A influência da tecnologia nos hábitos e características de adolescentes. **Revista Valore - Revista Científica da FASF**, Volta Redonda, v.3 (Edição Especial): 726-734, dez. 2018. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/187/187>. Acesso em 17 de maio de 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HIRATA, Gisele. Eis o motivo por que você perde tanto tempo no Facebook. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/eis-o-motivo-por-que-voce-perde-tanto-tempo-no-facebook/>. Acesso em 03 de dezembro de 2020.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2017

MAICCON, Alan. **Como parar de perder tempo na internet**. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/como-parar-de-perder-tempo-na-internet>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

MAKHLOUF, Alexandre. A vida pós revolução digital. **Revista Leve**, São Paulo, v. 11, p. 14-23, Jun/ago. 2019. Disponível em: <https://www.hospitaloswaldocruz.org.br/wp-content/uploads/2019/08/revista-leve-ed-11.pdf>. Acesso em 20 de março de 2020.

MALAVÉ, Mayra. O papel das redes sociais durante a pandemia. Disponível em: <http://www.iff.fiocruz.br/index.php/8-noticias/675-papel-redes-sociais>. Acesso em 30 de novembro de 2020.

MALHOTRA, Naresh K. et al. **Introdução à pesquisa de marketing**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MARASCIULO, Marília. É tendência: millennials abandonam, e geração Z nem entra nas redes sociais. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2019/11/12/e-tendencia-millennials-abandonam-e-geracao-z-nem-entra-nas-redes-sociais.htm>. Acesso em: 24 de novembro de 2020.

MARCHI, Caio Favero. O Design da Página “Feed de Notícias” do Facebook e o Comportamento FOMO. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Ouro Preto/MG, jun, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/r33-0669-1.pdf>. Acesso em 15 de março de 2020.

MINTEL BRASIL. **Um em cada cinco brasileiros deletou recentemente um perfil em rede social**. Disponível em: <https://brasil.mintel.com/imprensa/estilos-de-vida/um-em-cada-cinco-brasileiros-deletou-recentemente-um-perfil-em-rede-social>. Acesso em 16 de maio de 2020.

MICHEL, Maria H. **Metodologia e pesquisa em ciências sociais**: Um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MOREIRA, Rodrigo. **Redes Sociais e seu impacto no comportamento humano**. Disponível em: <https://www.profissionaisiti.com.br/2017/06/redes-sociais-e-seu-impacto-no-comportamento-humano/>. Acesso em 09 de março de 2020.

NAKAGAWA, Liliane. **Brasileiros passam 3h40 por dia em aplicativos**. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/video/brasileiros-passam-3h40-por-dia-em-aplicativos/95499>. Acesso em: 12 de novembro de 2020.

NEORADAR. Cresce o uso de smartphones para controlar outros dispositivos. Disponível em: <https://neoradar.uai.com.br/uso-de-smartphones/>. Acesso em 30 de novembro de 2020.

ORIOLO, Edson. **FOMO ou JOMO? Eis a questão!** Disponível em: <http://www.infosbc.org.br/site/images/2019/Artigo-Fomo-e-Jomo.pdf>. Acesso em 26 de março de 2020.

PHEULA, Arieta de França; Souza Eduardo C. de. Estudo sobre comportamento dos jovens das gerações Y e Z quando conectados à internet. **Scientia Tec: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia do IFRS** – Campus Porto Alegre, Porto Alegre, v.3, n.1, p. 54-94, jan/jun 2016. Disponível em: <https://periodicos.ifrs.edu.br/index.php/ScientiaTec/article/view/1501>. Acesso em 15 de maio de 2020.

PRATES, Gabriel. **FOMO X JOMO – Os comportamentos típicos da era digital: Como equilibrar o medo de ficar por fora com o prazer de ficar por fora.** Disponível em: <https://gente.globosat.com.br/fomo-x-jomo/>. Acesso em 26 de março de 2020.

PRZYBYLSKI, Andrew K. et al. **Elsevier BV Science Direct - Computer in Human Behavior.** Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. v.29, Ed. 4, p. 1841 – 1848. ISSN: 0747-5632. Jul, 2013. Disponível em: https://selfdeterminationtheory.org/wp-content/uploads/2014/04/2013_PrzybylskiMurayamaDeHaanGladwell_CIHB.pdf. Acesso em 20 de maio de 2020.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. **Ciber Cultura**, Editora Sulina, 2009, Porto Alegre, (Coleção Cibercultura) p. 191 Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259328435_Redes_Sociais_na_Internet. Acesso em 09 de março de 2020.

RIBEIRO, Maria Augusta. **Infobesidade a era do excesso de informação.** Disponível em: <https://www.olhardireto.com.br/artigos/exibir.asp?id=8762&artigo=infobesidade-a-era-de-excesso-de-informacao>. Acesso em 16 de março de 2020.

ROSA, Aline Ribeiro; MONTEIRO, Cláudio Costa Lima; BRISOLA, Rinaldo Dilson. O uso diário e a dependência da internet: a nomofobia – mega desafio para professores, **Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo**, jan. 2019. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/01/dependencia-internet.html/hdl.handle.net/20.500.11763/atlante1901dependencia-internet>. Acesso em 29 de maio de 2020.

ROSA, João Luiz. **Ansiedade e Frustrações marcam geração Z.** Valor econômico. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/coluna/ansiedade-e-frustracao-marcam-geracao-z.ghtml>. Acesso em 13 de março de 2020.

ROSSI, Juliana. RAMOS, Célia M. Q. A relevância do uso de *Smartphones* durante a experiência turística. **Revista Turismo: Visão e Ação**, vol.21, nº.3, p265-290, Set/Dez, 2019 - Balneário Camboriú, Santa Catarina. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/tva/v21n3/1983-7151-tva-21-03-00265.pdf>. Acesso em: 14 de novembro de 2020.

SAYURI, Juliana. **Tempos pandêmicos.** Disponível em: <https://gamarevista.com.br/semana/a-internet-ta-funcionando/como-fica-a-nocao-do-tempo-na-pademia/>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

SUDRÉ, Luana. **Joy Of Missing Out (JOMO): entenda o novo estilo de vida.** Disponível em: <https://www.msn.com/pt-br/estilo-de-vida/cabelo/joy-of-missing-out-jomo-entenda-o-novo-estilo-de-vida/ar-AAEm60s>. Acesso em 26 de março de 2020.

SCHÜTZ, Fabiane F. Presença nas tecnologias ubíquas e suas relações com medo de ficar de fora, autoeficácia, apoio social e bem-estar. **Tese de Doutorado em Psicologia** apresentada Universidade do Rio Grande do Sul - Instituto de Psicologia Programa de Pós graduação em Psicologia. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/186088>. Acesso em: 11 de novembro de 2020.

SOUZA, Bruno M. D. de. *Digital Detox. Dissertação de Mestrado apresentado a Universidade Europeia.* Lisboa, Portugal, 2017. Disponível em: <http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/18574/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20de%20M-GTH%20-%20Bruno%20Sousa%2050028839.pdf>. Acesso em: 16 de novembro de 2020.

SULZ, Paulino. **O guia completo de Redes Sociais: saiba tudo sobre as plataformas de mídias sociais.** Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/tudo-sobre-redes-sociais/>. Acesso em 07 de março de 2020.

TOLEDO, Mariana. **Depois do FOMO, vem aí o JOMO (Joy Of Missing Out) - A escolha de perder, de propósito, tudo o que está acontecendo no mundo *online*.** Disponível em: <https://www.updateordie.com/2018/01/10/depois-do-fomo-vem-ai-o-jomo/>. Acesso em 19 de maio de 2020.

TURCHI, Sandra. **JOMO versus FOMO: desconectar para conectar.** Disponível em: <https://websummit.meioemensagem.com.br/2019/11/11/jomo-versus-fomo-desconectar-para-conectar/>. Acesso em 17 de maio de 2020.

UGUR, Naciye G.; KOC, Tugba. Time for Digital *Detox*: Misuse of Mobile Technology and Phubbing. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** – V. 195, 3 July 2015, p. 1022-1031. Available in: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877042815039701?token=A60F78E69C5D356AFDED53173E66317A9812602D7F15E69129F27D8598D13FDFB7738F40BF8B32487B62277D17A681B>. Acesso em 18 de maio de 2020.

VISIA. **Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais.** Disponível em: <https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 11 de novembro de 2020.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2019: o uso global da internet acelera.** Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>. Acesso em: 11 de novembro de 2020.

WSI Singularity. **O *Detox* Digital será o novo perfil do consumidor em 2020?** Disponível em: <https://wsisingularity.com.br/blog/o-detox-digital-sera-o-novo-perfil-do-consumidor-em-2020/>. Acesso em 17 de março de 2020.

YOUNG, K. S. ABREU, C. N. **Dependência de internet: manual e guia de avaliação e tratamento.** São Paulo: Artmed, 2011. Disponível em <https://www.dependenciadeinternet.com.br/nabucocap08.pdf>. Acesso em 07 de março de 2020.

ZENHA, Luciana. Redes sociais *online*: o que são as redes sociais e como se organizam? **Caderno de Educação**, ano 20, Minas Gerais, v.1, n. 49, p.19 a 42 - 2017/2018. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/09a3/927d893a6bb768c99e4f2c27f75fa8ce9cbd.pdf>. Acesso em 07 de março de 2020.