

Cultura digital, saúde social e cidade: espaços de solidões ou relações?¹

Fernanda Elouise Budag²

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, São Paulo, SP
Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS

Resumo

Em 2023 a OMS declarou a solidão como uma prioridade na saúde global e é desse cenário que esta pesquisa assume como objeto práticas sociais disparadas por mídias digitais que nos permitem pensar tanto a solidão quanto as iniciativas promotoras de atividades relacionais enquanto respostas a essa solidão. Dialogando com teorias das mídias digitais, Estudos Culturais e estudos do consumo, fazemos uma observação de práticas sociais e vivências (ou não) no espaço urbano mediadas pela comunicação digital; com vistas a pensarmos sobre a questão social urgente da solidão. Depreendemos que, do ponto de vista das tecnologias da comunicação, estas podem tanto mascarar a solidão quanto possibilitar a criação de “redes de apoio”.

Palavra-chave: comunicação; mídias digitais, culturas urbanas; solidão; relações sociais.

Em 2023 a Organização Mundial da Saúde (OMS) anunciou a criação da Comissão para Conexão Social como uma forma de concentrar esforços para enfrentar de modo mais direto o que vem chamando de uma “epidemia de solidão”, que, segundo a própria instituição, refere-se a dor social de não se sentir conectado (Penteado, 2025).

Sherry Turkle (2017), pesquisadora norte-americana, tem um amplo histórico de investigações desde os anos 1980 acerca das mudanças nas relações sociais decorrentes das tecnologias de comunicação e já havia diagnosticado o fenômeno da solidão nesse processo: nós nos conectamos para escapar da solidão, porém, dessa conexão, resultam novos tipos de solidão. Acontece que agora há uma intensificação dessa solidão e há novos agentes nessa paisagem midiática e comunicacional com o avanço acelerado da Inteligência Artificial (IA) generativa e tecnologias correlatas, fornecendo novas equações a esse quadro social.

Por isso objetivamos mapear “tipos” de solidão acionadas pelas mídias digitais, em diferentes sistemas, dispositivos e linguagens digitais; assim como, por outro lado, identificar iniciativas promotoras de vínculos que têm por base o contexto da “epidemia da solidão”³.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP), com pesquisa de pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Professora na FECAP (São Paulo, SP) e no POSCOM-UFSM (Santa Maria, RS), e-mail: fernanda.budag@gmail.com.

³ Observação que tem como recorte o ano de 2020 em diante em virtude da potencialização da digitalização da vida e do isolamento social decorrente da pandemia de Covid-19.

Mark Zuckerberg, CEO da Meta⁴, acaba de defender que no futuro as pessoas terão nos sistemas de IA o que lhes falta em conexões humanas, como amigos e terapeutas (Para Zuckerberg..., 2025). Já vemos no presente relatos dessa natureza no Brasil, como pessoas trocando sessões de terapia por conversas com IA e jovens pedindo conselhos amorosos à IA (CNN Brasil, 2025).

Soma-se a isso o recuo global, desde os anos 1980, de investimentos em “infraestrutura comunitária”, como Hertz (2021) chama espaços públicos de socialização que efetivamente promovem convivência e construção de comunidade a partir de momentos espontâneos de encontro.

Contudo, como contraponto, há iniciativas acionadas pelas mídias digitais, como “remediações” à solidão, para a construção de grupos formados *intencionalmente* em torno de algum interesse em comum, como, no Brasil, um clube de mulheres desconhecidas que pagam mensalidades para fazerem programas culturais juntas (ex.: *Clube Mapa das Minas*), ou aplicativos para marcar jantares com grupos de pessoas desconhecidas (ex.: *Timeleft*).⁵

Sair das telas, ir para a rua, viver a cidade, ocupar o espaço urbano e a coletividade parecem ser alternativas para a saúde social. Porém, ao mesmo tempo que a cidade pode ser território de encontros e construção de vínculos, é território de medos – promotores novamente de solidão – que limitam a circulação, por exemplo de mulheres, comprometendo sua saúde social, além de física e mental.

Sendo a solidão um problema sistêmico complexo e multifatorial, depreendemos que, do ponto de vista das tecnologias da comunicação, estas podem tanto mascarar-la quanto possibilitar a criação de “redes de apoio”.

Referências

CNN BRASIL. ChatGPT é psicólogo? Entenda impacto da “terapia” com IA. 23 jun. 2025. Instagram: CNN Brasil @cnnbrasil. Disponível em: <http://bit.ly/4k7YGr5>. Acesso em: 23 jun. 2025.

HERTZ, Noreena. O século da solidão: restabelecer conexões em um mundo fragmentado. São Paulo: Record, 2021.

PARA ZUCKERBERG, substituir amigos humanos por inteligência artificial é o futuro. Exame, 07 maio 2025. Disponível em: <https://bit.ly/3FPs0Ve>. Acesso em: 09 maio 2025.

PENTEADO, Cláudia. Como as autoridades e a sociedade estão lidando com o problema da solidão. Valor Econômico, 31 jan. 2025. Disponível em: <https://bit.ly/3HNTmvx>. Acesso em: 09 maio 2025.

TURKLE, Sherry. Alone together: why we expect more from technology and less from each other. Nova Iorque: Basic Books, 2017.

⁴ Empresa multinacional proprietária do Instagram e Facebook.

⁵ Aqui também podemos problematizar a introdução da monetização em torno dessas várias propostas mencionadas de agrupamentos mediados pelo digital.