

REVISTA

DIALÓGO E INTERAÇÃO

ISSN 1275-3687

19

NÚMERO 1



FACCREI

O EXCESSO DE POSITIVIDADE NAS POSTAGENS DO INSTAGRAM E SUAS IMPLICAÇÕES NO BEM-ESTAR PSICOLÓGICO DOS USUÁRIOS: UMA ANÁLISE DE RETÓRICA

THE EXCESS OF POSITIVITY IN INSTAGRAM POSTS AND ITS IMPLICATIONS FOR USERS PSYCHOLOGICAL WELL-BEING: A RHETORICAL ANALYSIS

324

Lorena Bandeira Melo de Sá*

Elayne Ribeiro Cavalcanti**

Emanuelle Pereira Sobrinho***

Antonio Gutemberg da Silva****

RESUMO: Este estudo investigou os discursos de positividade excessiva no Instagram e suas implicações no bem-estar psicológico dos usuários, por meio de uma análise retórica. Com base em uma abordagem qualitativa, descritiva e documental, foram selecionadas seis postagens entre quarenta e sete inicialmente analisadas, coletadas a partir de hashtags como *#positividade*, *#motivação* e *#naoreclame*. A análise foi conduzida segundo os princípios metodológicos de Swales (1990) e Alves Filho (2018), com foco na identificação de movimentos e passos retóricos. Os resultados revelaram que os discursos recorrentes apresentam três movimentos principais: estabelecimento de território, identificação de lacunas e oferecimento de soluções, frequentemente associados a uma retórica que simplifica emoções humanas complexas, promove autoexploração e ignora determinantes sociais e contextuais do sofrimento psíquico. Constatou-se que tais conteúdos, ao desvalorizar a expressão de emoções negativas, podem reforçar a positividade tóxica e comprometer o bem-estar psicológico dos usuários. A pesquisa evidencia a

*Doutora em Psicologia Cognitiva pela UFPE; Mestra em Ciências das Religiões pela UFPB, Psicóloga graduada pela UEPB. Docente no Centro Universitário Maurício de Nassau- Campina Grande (PB). E-mail: psique.lorena@gmail.com

**Graduada em Psicologia pela Faculdade Maurício de Nassau, unidade de Campina Grande-PB. E-mail: elayneribeiro510@gmail.com

***Psicóloga Clínica, Graduada em Psicologia pela Faculdade Maurício de Nassau, unidade de Campina Grande-PB. Mestra em Psicologia Social, pela Universidade Federal da Paraíba -UFPB e Docente no Centro Universitário Maurício de Nassau- Campina Grande (PB). E-mail: emanuellep137@gmail.com

****Doutor em História Social (DINTER) pela Universidade de São Paulo (USP) e pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Mestre em História pela UFCG. Possui graduação em Pedagogia pela Universidade Estadual Vale do Acaraú e graduação em História pela Universidade Estadual da Paraíba. Especialização em História do Brasil e da Paraíba pelas Faculdades Integradas de Patos (FIP), em 2008. Especialização em Psicomotricidade, Psicopedagogia clínica e institucional, Terapia ABA no Autismo pela Unyleya. Docente no Centro Universitário Maurício de Nassau- Campina Grande (PB). gutembergprofessor@yahoo.com.br

necessidade de um olhar mais crítico e ético sobre os discursos motivacionais nas redes sociais, sugerindo a promoção de uma positividade mais autêntica e acolhedora da condição humana.

PALAVRAS-CHAVE: saúde mental, positividade excessiva, bem-estar psicológico, mídias sociais.

ABSTRACT: This study investigated the discourses of excessive positivity on Instagram and their implications for users' psychological well-being through a rhetorical analysis. Based on a qualitative, descriptive, and documentary approach, six posts were selected from an initial sample of forty-seven, gathered using hashtags such as #positividade, #motivação, and #naoreclame. The analysis followed the methodological principles of Swales (1990) and Alves Filho (2018), focusing on identifying rhetorical moves and steps. The findings revealed a pattern of three main rhetorical moves: establishing territory, identifying a gap, and offering solutions—frequently conveyed through a discourse that oversimplifies complex human emotions, encourages self-exploitation, and disregards social and contextual determinants of psychological suffering. These posts, by devaluing the expression of negative emotions, may reinforce toxic positivity and compromise users' psychological well-being. The study highlights the need for a more critical and ethical view of motivational content on social media, advocating for a more authentic and compassionate approach to positivity that embraces the human condition.

KEYWORDS: mental health, excessive positivity, psychological well-being, social media.

1 Introdução

Nos últimos anos, observou-se um aperfeiçoamento dos meios tecnológicos de comunicação e informação, ocasionando uma popularização das mídias sociais.

De acordo com Santana (2021), no relatório anual divulgado em janeiro de 2021 pela agência We Are Social, entre 2020 e 2021 houve um aumento de 13,2% no número de usuários ativos em mídias sociais, o que corresponde a 490 milhões de novos usuários, totalizando 4,2 bilhões de usuários online ao redor do mundo. No Brasil, aproximadamente 70,3% da população, ou cerca de 150 milhões de pessoas, está ativa nas mídias sociais.

Silva (2023) aponta que, de acordo com uma pesquisa realizada pela App Annie, empresa especializada em analisar o mercado mobile, os brasileiros são os que mais tempo passam utilizando celulares, com uma média de 5,4 horas diárias

acessando aplicativos. O estudo também indica que a pandemia aumentou significativamente esse tempo de uso.

Ainda destaca que o Instagram, além de ser uma plataforma de entretenimento, se tornou uma ferramenta essencial para muitos como meio de subsistência. No entanto, o que é compartilhado na plataforma nem sempre reflete a realidade, já que as ações no ambiente virtual podem ser facilmente manipuladas. Muitos usuários projetam uma imagem de vida “perfeita” no Instagram, chegando a acreditar nessa própria ilusão (Silva, 2023).

Nesse sentido, o presente estudo tem como base teórica a compreensão de Byung-Chul Han e Whitney Goodman sobre positividade excessiva na contemporaneidade, assim como também, as publicações de portais de periódicos eletrônicos sobre bem-estar psicológico, mídias sociais e positividade excessiva. Visamos, no entanto, a promoção de conhecimento sobre saúde mental acerca da positividade excessiva, contribuindo na construção e expansão de pesquisas sobre o tema positividade excessiva e saúde mental.

Podemos também pensar na importância de contribuir para a construção de novos paradigmas sobre o acolhimento psicológico frente a situações de sofrimento psíquico dos indivíduos, possibilitando romper estigmas associados a busca por psicoterapia em virtude da positividade excessiva, consequentemente na conscientização sobre a importância do tratamento.

2 Bem-estar psicológico e excesso de positividade

De acordo com Han (2015), sob uma perspectiva patológica, o início do século XXI não é caracterizado por doenças bacteriológicas ou virais, mas sim por doenças neuronais. Condições como depressão, transtorno de déficit de atenção com hiperatividade (TDAH), transtorno de personalidade limítrofe (TPL) e síndrome de burnout (SB) são algumas das principais doenças que definem o cenário patológico dessa época. Essas condições não são infecções, mas sim "enfartos", causados não

pela negatividade de algo imunologicamente diverso, mas pelo excesso de positividade.

O excesso de positividade marginaliza quem sofre psicologicamente, impondo vergonha e ocultação das vulnerabilidades para preservar o ideal positivo. De acordo com Vecchia et al. (2006) como citado em Figueirêdo et al. (2014), “o sofrimento psíquico para a sociedade exibe uma ideia de incapacidade e improdutividade, causando vergonha em familiares e pessoas próximas com relação à condição do sujeito que sofre” (p. 2).

A positividade tóxica, conforme apontado por Han (2015, citado por Padula, 2024), impõe a repressão de sentimentos considerados “negativos”, comprometendo a expressão autêntica das emoções. Atualmente, a sociedade se encontra imersa em uma positividade excessiva e desgastante, sendo descrita como “morta por dentro” e superficialmente “maquiada” por padrões de mídias sociais, como as imagens “Instagramáveis”.

Esse comportamento reflete uma sociedade em que o sofrimento foi transformado em tabu. Para Chul-Han, vivemos uma espécie de angústia generalizada, que ele denomina algofobia, caracterizada pelo medo da dor e pela constante busca para evitá-la. Han (2021, citado por Vasconcelos, 2023) descreve esse cenário como uma “sociedade paliativa”, utilizando um termo da medicina que se refere a tratamentos que aliviam temporariamente os sintomas, mas são incapazes de curar a raiz do problema.

De acordo com Adler e Seligman (2016; Seligman, 2011 como citado em Silveira, 2020, p.2) “o Bem-Estar Subjetivo (BES) e o Bem-Estar Psicológico (BEP) são dois construtos conceitualmente distintos, porém complementares”.

Segundo Diener (1984; Diener et al., 2015; como citado em Silveira, 2020, p.2) o conceito de bem-estar subjetivo pode ser entendido como um conjunto de avaliações globais que o indivíduo faz acerca da sua vida e de suas experiências emocionais. Ele possui um componente cognitivo (satisfação com a vida) e um componente emocional (afetos), sendo o último dividido em positivos e negativos.

Adler et al., (2017 como citado em Silveira 2020, p.2) aponta que o bem-estar psicológico está associado a resultados benéficos para a saúde física e mental e possibilita relacionamentos interpessoais mais positivos e maior integração do indivíduo a sua comunidade.

Diante dos conhecimentos explícitos acima, questiona-se: quais são os discursos sobre positividade excessiva no Instagram e as suas implicações no bem estar psicológico dos indivíduos?

Objetivou-se com o presente estudo: identificar os discursos sobre positividade excessiva, verificar as implicações no bem estar psicológico dos indivíduos em virtude de discursos produzidos no Instagram com excesso de positividade, verificar as expressões de positividade excessiva em discursos do Instagram e detectar se há recorrência retórica nos discursos com positividade excessiva publicados no Instagram.

3. Método

Nesta seção, apresentamos os aspectos metodológicos desta pesquisa, como o tipo de pesquisa, composição de corpus e os procedimentos de análise.

3.1 Tipo de pesquisa

O presente estudo utilizará procedimentos técnicos de uma pesquisa documental, afim de através da análise de conteúdo do Instagram, serem analisados os discursos sobre positividade tóxica e seus possíveis efeitos na saúde mental dos indivíduos.

A pesquisa documental é aquela que vale de materiais que não receberam um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa (Gil, 2002).

De acordo com a sua abordagem se trata de um estudo qualitativo. A pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada

dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados (Richardson, 2012).

No que diz respeito aos objetivos, se trata de um estudo descritivo. A pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis (Gil, 2002).

A natureza da pesquisa é aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos para a aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais (Prodanov e Freitas, 2013).

3.2 Material de análise e composição de corpus

Discursos produzidos no Instagram sobre positividade excessiva e suas implicações na saúde mental dos sujeitos.

Buscando descobrir como se organizam retoricamente os posts sobre positividade excessiva no Instagram, analisamos quarenta e sete postagens, no entanto, apenas seis delas foram selecionadas para amostra. Nesta seção, apresentaremos a descrição de como ocorreu a seleção do corpus. Para selecionar os itens da amostra, utilizamos alguns critérios para inclusão e exclusão de postagens no corpus, sendo assim, as publicações precisaram: ser publicadas nos últimos cinco anos, compostas por imagens estáticas; inclusas em hashtag's como #positividade, #motivação, #naoreclame, #poderdaspalavras, #forçainterior.

Dessa forma, postagens que possuíssem vídeos ou gifs animados e publicações compostas por vídeo foram descartadas da amostra. Além disso, escolhemos postagens relacionadas a um nicho específico, visando encontrar, dessa forma, mais regularidades e traços de recorrência, tendo em vista o contexto de publicação. A base de dados eletrônicas para a realização das buscas foi o Instagram através da busca por hashtags, que possibilitaram o levantamento e alcance de discursos com positividade tóxica, facilitando assim, o alcance dos objetivos da pesquisa.

Após a coleta, seleção e transcrição dos discursos do Instagram, os dados foram organizados e analisados por meio da análise de organização de retórica de gêneros e de passos retóricos. Inicialmente, selecionamos, através do “explorar” – ferramenta presente no Instagram – quarenta e sete publicações, que foram produzidas de acordo com os critérios descritos acima. Após análise, utilizamos os critérios e inclusão e exclusão, dessa forma, permaneceram seis postagens do total como amostra da pesquisa.

É importante ressaltar que as publicações que aparecem no “explorar” são selecionadas por algoritmo, que faz com que somente sejam exibidas postagens que se relacionam, de algum modo, com o que o usuário costuma consumir e que possuem muito engajamento (curtidas e comentários). Com as publicações selecionadas, realizamos capturas de tela de todas as imagens que compõem cada postagem.

3.3 Procedimentos de análise de dados

Em seguida, partimos para a leitura atenta e analítica das postagens, buscando identificar possíveis recorrências de passos retóricos entre as publicações. Seguimos o proposto por Alves Filho (2018) e analisamos os passos retóricos, visto que são suficientes para descrever os exemplares do gênero motivacional.

Em Swales (1990, conforme citado em Fontinele e Melo, n.d, p.4), os movimentos e passos retóricos podem ser identificados por meio do modelo CARS (Create a Research Space – Criar um espaço de investigação). Esse modelo foi desenvolvido com base em análises de introduções de artigos de pesquisa.

Dessa forma para nortear a presente pesquisa, tomaremos como base, principalmente os estudos de Swales (1990) e Alves Filho (2018), assim como o modelo CARS, para verificar os movimentos e os passos retóricos da seção resultados e discussão.

Um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos exemplares compartilham os mesmos propósitos comunicativos. Esses propósitos

são reconhecidos pelos membros mais experientes da comunidade discursiva original e, portanto, constituem a razão do gênero. A razão subjacente dá o contorno da estrutura esquemática do discurso e influencia e restringe as escolhas de conteúdo e estilo. O propósito comunicativo é o critério privilegiado que faz com que o escopo do gênero se mantenha relacionado estreitamente com uma determinada ação retórica compatível com o gênero. (Swales, 1990, p. 58 como citado em Fontinele & Melo, n.d, p. 3).

A organização retórica, por sua vez, é o modo que uma determinada seção de um gênero se organiza no que se refere aos movimentos e passos retóricos. Dessa forma, os estudos que investigam a organização retórica de seções de gêneros procuram descrever os movimentos e passos retóricos. (Alves Filho, 2018, p.136 conforme citado em Fontinele & Melo, n.d, pp. 6-7).

As análises são divididas em duas etapas, inicialmente apresenta-se a organização da macroestrutura dos posts e, posteriormente, partiremos para a organização retórica, com as descrições dos movimentos e passos retóricos recorrentes em tais publicações.

3.4 Macroestrutura organizacional dos posts

A macroestrutura dos posts ocorre da seguinte forma: as postagens são iniciadas com uma imagem introdutória, na qual são apresentados o título da postagem e indícios das informações sobre o que o internauta descobrirá ao ler a legenda do post. Seguidamente, na legenda temos a continuidade do assunto abordado, sendo explicitado através de uma opinião pessoal ou uma frase didática e resumida. Por fim, o criador da postagem pode finalizar com hashtags, com uma chamada para ação, que pode ser acompanhada por um pedido de curtida, compartilhamento e comentários ou uma chamada para mudança de atitude. Na figura a seguir, sistematizamos as informações macroestruturais das postagens analisadas nesta pesquisa

Tabela 1: Macroestrutura organizacional dos posts do Instagram

Imagem	Frase motivacional ou depoimento pessoal.
Legenda	Informações explicitadas desenvolvidas (apresenta-se e desenvolve-se o conteúdo através de uma opinião pessoal ou frase).
Conclusão	Hashtags, chamadas para ação de engajamento (curtida, compartilhamento e comentário) ou chamada para ação afim de que o leitor adote uma mentalidade positiva.

Ao observar atentamente cada uma das postagens analisadas, podemos constatar as semelhanças e recorrências estruturais presentes em tais publicações. No subtópico a seguir, partiremos para análise da organização retórica das publicações que compõe o corpus de pesquisa.

3.5 Organização retórica dos posts do Instagram

Com a análise de quarenta e sete publicações de amostra, chegamos a um total de seis posts recorrentes, que foram selecionados por serem aqueles que possuíam recorrência igual ou superior a duas ocorrências, excluindo assim, os passos com frequência unitária

4 Resultados e Discussão

Descrevemos os movimentos e passos retóricos utilizados de maneira recorrente pelos produtores das postagens analisadas nesta pesquisa. Os resultados da pesquisa revelaram uma regularidade de três movimentos: movimento 1 (estabelecer um território); movimento 2 (estabelece uma lacuna); movimento 3 (oferece soluções e direcionamento prático), separados por categorias 1 e 2.

A categoria 1, a seguir, mostra os movimentos e passos retóricos voltados para o nicho “não reclame”. Já a categoria 2, nos mostra os movimentos e passos retóricos voltados para o nicho “seja positivo/feliz”.

Categoria 1 - Movimentos e Passos Retóricos “Não Reclame”

Movimento 1: Estabelecendo um território

Este movimento tem o objetivo de definir a importância do tema da postagem. A ideia é preparar o terreno e convencer os leitores de que parar de reclamar é essencial para uma vida feliz e positiva.

No passo 1 as postagens enfatizam a importância de não reclamar, associando diretamente a atitude de evitar reclamações com uma vida mais feliz e bem-sucedida. O passo 2, faz generalizações sobre o efeito das reclamações para reforçar que reclamar não só é inútil, mas também prejudica o bem-estar, contrastando essa atitude com a solução mágica do “pensamento positivo”. Já o passo 3, revisa percepções ou crenças anteriores sobre reclamações, as postagens fazem uma referência às crenças populares de que reclamar pode ser uma forma de desabafo, mas contradiz essa visão para mostrar os supostos efeitos negativos dessa prática.

333

Movimento 2: Estabelecendo Um Espaço Para o Problema Ser Resolvido

Aqui, o objetivo é destacar uma lacuna ou problema que precisa ser resolvido: as pessoas reclamam demais, e isso está atrapalhando seu sucesso e felicidade.

No passo 1 as postagens identificam o problema: o hábito generalizado de reclamar e a falta de consciência sobre o impacto negativo disso. Já no passo 2 sugere uma solução prática e direta, como por exemplo “pare de reclamar e mude sua mentalidade”. Esse passo é central nas postagens de positividade tóxica.

Movimento 3: Oferecendo Soluções e Direcionamento

As postagens preenchem a lacuna identificada no Movimento 2 ao oferecer soluções práticas e convidar os leitores a agir. Esse movimento reforça a ideia de que evitar reclamações é essencial para o bem-estar e o sucesso.

O passo 1 oferece uma ação concreta que o leitor pode tomar para substituir as reclamações: praticar a gratidão. Isso reforça o valor de “pensar positivo” como uma solução universal. O passo 2 motiva os leitores a adotarem a mudança de atitude, criando um senso de desafio e recompensa para quem adota a prática. Já o passo 3 reforça a importância de seguir o caminho sugerido. Este passo conclui reforçando os benefícios de não reclamar, incentivando a persistência e sugerindo uma melhoria significativa no bem-estar.

Segue abaixo, a análise da organização dos movimentos e passos retóricos no corpus da pesquisa, assim como, a discussão das implicações no bem estar de acordo com os autores da literatura.

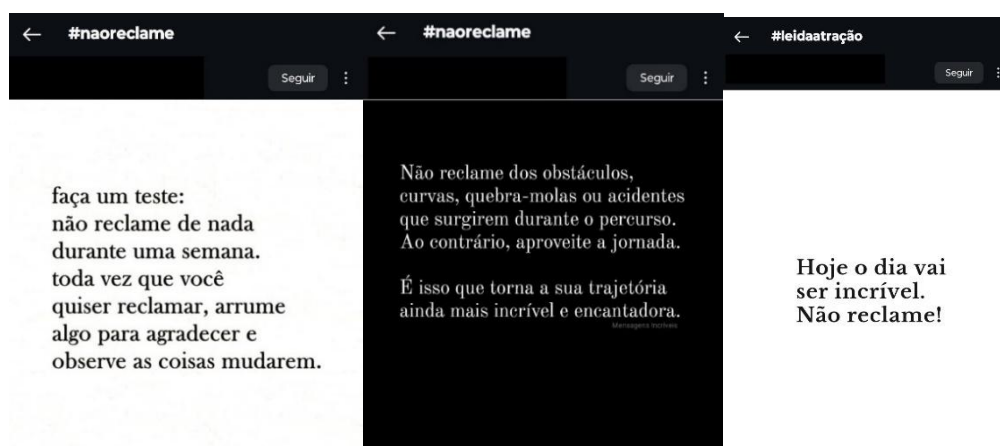


Figura 1: P1.

Figura 2: P2.

Figura 3: P3.

Posts inclusos na hashtag #naoreclame encontrados no explorar do Instagram.

Nota: divulgação/Instagram.

Post 1 – “Faça um teste: não reclame de nada durante uma semana. Toda vez que você reclamar, arrume algo para agradecer e observe as coisas mudarem”

O autor de P1 (acima) utilizou, em sua publicação, uma chamada para ação “faça um teste”, muito comum nos movimentos retóricos 3. Ele também identifica o hábito de reclamar, sugerindo uma solução para o problema identificado e motivando a adotar uma nova atitude, característico do passo retórico 2 do movimento retórico 3.

Apesar dessa retórica ter um teor motivacional, o autor desatentamente simplifica o contexto emocional, psicológico e social em que as queixas surgem.

Reclamar pode ser uma forma legítima de expressar frustrações e buscar apoio social. De acordo com Goodman (2022, p.134) “por meio das reclamações, compartilhamos como nos sentimos nos conectamos e evocamos empatia no ouvinte, fazendo-o saber aquilo de que precisamos e como atender nossas necessidades”.

O que seria, portanto, a reclamação? Ferreira (2001, p. 586) aponta que a “reclamação é o ato ou efeito de reclamar. Qualquer manifestação de descontentamento; queixa, protesto”.

Essa retórica pode reforçar a positividade tóxica, colocando a responsabilidade exclusivamente no indivíduo sem considerar os contextos que demandam mudança mais ampla envolvendo vários fatores (econômico, emocional e social). Além disso, ao desencorajar completamente a reclamação, essas publicações podem contribuir para o isolamento emocional, já que os leitores podem evitar compartilhar suas dificuldades por medo de parecerem negativos ou inadequados.

Post 2 – “Não reclame dos obstáculos, curvas, quebra-molas ou acidentes que surgem durante o percurso. Ao contrário, aproveite a jornada. É isso que torna a sua trajetória ainda mais incrível e encantadora”.

O autor de P2 (acima) utilizou, em sua publicação, uma retórica que aborda o ato de reclamar dos desafios e dificuldades da vida (obstáculos e curvas.). Ela propõe uma alternativa, sugerindo que, em vez de reclamar, é melhor aproveitar a jornada e ver os desafios como algo que enriquece a experiência, mudando a percepção sobre o que é considerado um problema, muito comum nos movimentos retóricos 1, pois enfatiza a importância de não reclamar e também motiva os leitores a adotarem uma mudança de atitude frente as dificuldades, característico do passo retórico 2.

Embora a retórica da mensagem incentive uma mudança de perspectiva ao enxergar os desafios como oportunidades, pode gerar culpa em quem sente que “falhou” por reclamar ou não conseguir “aproveitar a jornada”, sem considerar fatores sociais e econômicos severos que podem estar interferindo no seu bem estar, como luto, doença ou pobreza.

Muito comumente empregada por influenciadores, a positividade tóxica mostra as rotinas extremamente produtivas, pessoas se alimentando bem, famílias bem

estruturadas, viagens, realização de sonhos tudo com o foco central no “eu” como empreendedor de mim e dos meus sonhos. A predominância desses discursos começou a ser estudada como fator de melancolia para as pessoas que não conseguem manter-se felizes sempre, como publicado em uma matéria no site O Globo”. (Lima, 2022, pp. 39–40)

Lima (2022, p. 33) aponta que segundo a Pesquisa Global de Educação Financeira da divisão de ratings e pesquisas da Standard & Poor’s, um novo ranking global, que mede o nível de educação financeira de 144 países, revelou que o Brasil está na 74ª posição, atrás de alguns dos países mais pobres do mundo como Madagascar, Togo e Zimbábue. Além dessa carência, o Brasil também tem 14,1 milhões de desempregados, segundo dados do IBGE.

Post 3 – “Hoje o dia vai ser incrível. Não reclame!”

O autor de P3(acima), utilizou uma retórica que conecta a ideia de ter um dia incrível em função de não reclamar, sugerindo que o ato de não reclamar é importante para uma vida mais feliz e positiva. Dessa forma, a frase se assemelha aos objetivos do movimento retórico 1 e o passo retórico 1.

O post 3 reduz a subjetividade do bem-estar psicológico a uma ação simples: “não reclamar”. Essa simplificação ignora que os fatores que tornam um dia “incrível” são variados, envolvendo aspectos emocionais, sociais e contextuais. Ao associar um dia positivo à ausência de reclamações, a mensagem pode invalidar a experiência daqueles que, por razões legítimas, precisam expressar insatisfação. Assim, promove uma positividade que pode silenciar necessidades reais e criar um padrão irreal de otimismo, prejudicando o bem-estar de quem não consegue atingir essa expectativa.

Rejeitar os aspectos negativos da vida e de si, além de impedir de gerar em si mesmo um sofrimento que possa levar à sensibilidade e à solidariedade para engajar-se na transformação da condição atual, pode gerar implicações morais exatamente na evitação da responsabilidade inerente que advém da vida em sociedade. (Silva, 2022, p.4 como citado em Vasconcelos, 2023, p. 27)

Os afetos negativos estão relacionados com a frequência com que se vivencia a tristeza, a solidão, a irritação, o mau-humor e a preocupação. A ausência de

emoções negativas não é benéfica, pois possuem importante papel no ajustamento do indivíduo, funcionando como uma função protetora diante de algumas circunstâncias, como exemplo, a compressão da qualidade dos seus relacionamentos e a necessidade de medidas para melhorá-los, bem como para tomar decisões mais adaptativas. (Lyubomirsky, 2013 como citado em Silveira, 2020, p. 8)

As publicações acima, no geral, promovem uma percepção distorcida de responsabilidade pessoal. Frases como “não reclame, agradeça” ou “aproveite os desafios” sugerem que todos os problemas podem ser superados apenas mudando a atitude. Embora essa perspectiva seja útil para promover resiliência em alguns contextos, ela ignora que muitos desafios são estruturais ou externos e não podem ser resolvidos apenas com gratidão ou aceitação. Essa simplificação pode levar os leitores a sentirem culpa ou inadequação por não conseguirem adotar a postura sugerida, agravando possíveis sentimentos de fracasso.

Han (2015, p.15) argumenta que “o que nos torna depressivos seria o imperativo de obedecer apenas a nós mesmos”. Podemos usar essa reflexão fazendo alusão ao post analisado, que transfere ao indivíduo a responsabilidade por ter um “dia incrível”, condicionando-o à ausência de reclamações. Essa lógica reforça a autoexploração, característica da sociedade de desempenho, onde o sujeito se torna responsável, não apenas por sua produtividade, mas também por seu bem-estar emocional, mesmo que isso implique reprimir necessidades emocionais.

Portanto, enquanto o incentivo a uma postura mais positiva pode ser útil em algumas circunstâncias, ele deve ser equilibrado com a aceitação das emoções negativas. Mensagens que sugerem não reclamar poderiam ser mais construtivas ao enfatizar que expressar dificuldades faz parte do processo de superação e crescimento, desde que equilibrado com uma atitude proativa. Assim, seria possível alcançar um discurso mais humano e realista, que promova o bem-estar sem invalidar a experiência emocional dos leitores.

Categoria 2 - A Importância de Ser Positivo ou Feliz.

Movimento 1: Estabelecendo Um Território

Neste movimento, as postagens buscam preparar o terreno ao destacar a importância de manter uma atitude positiva e afirmar que a positividade é essencial para o bem-estar e o sucesso.

O passo 1 estabelece a importância da positividade para o bem-estar. Já o passo 2, faz generalizações sobre os benefícios da positividade, como atrair oportunidades e melhorar a vida pessoal e o passo 3 desfaz percepções negativas sobre atitudes pessimistas, compara o pessimismo (ou reclamação) com a negatividade, e o contraste com a positividade, indicando que o primeiro leva a mais consequências e o segundo, a bons resultados.

Movimento 2: Estabelecendo Um Nicho (Identificando o Problema de Não Ser Positivo)

Aqui, o objetivo é identificar uma lacuna ou um problema: as pessoas não estão sendo positivas ou suficientes, ou que estão limitando seu potencial e felicidade.

O passo 1 aponta a lacuna, ou seja, a falta de positividade como um problema, sugerindo que muitos problemas são decorrentes de uma atitude negativa e não de situações externas. O passo 2, por sua vez, trata a positividade como solução, sugere que mudando a forma de pensar, os resultados externos também mudem para melhor.

Movimento 3: Preenchendo o Nicho (Oferecendo Soluções e Direcionamento para Ser Positivo)

Neste movimento, as postagens preenchem a lacuna identificada no movimento anterior ao oferecer soluções práticas, conselhos e desafios para incentivo a positividade no dia a dia.

No passo 1 as postagens oferecem uma ação específica que o leitor pode adotar para cultivar positividade, como praticar a gratidão diariamente. O passo 2 motiva os leitores a adotarem a mudança de atitude prometendo grandes resultados após a prática de positividade. O passo 3, por sua vez, reforça a importância de ser positivo para o sucesso e felicidade, convencendo os leitores a continuarem com essa mudança de atitude.

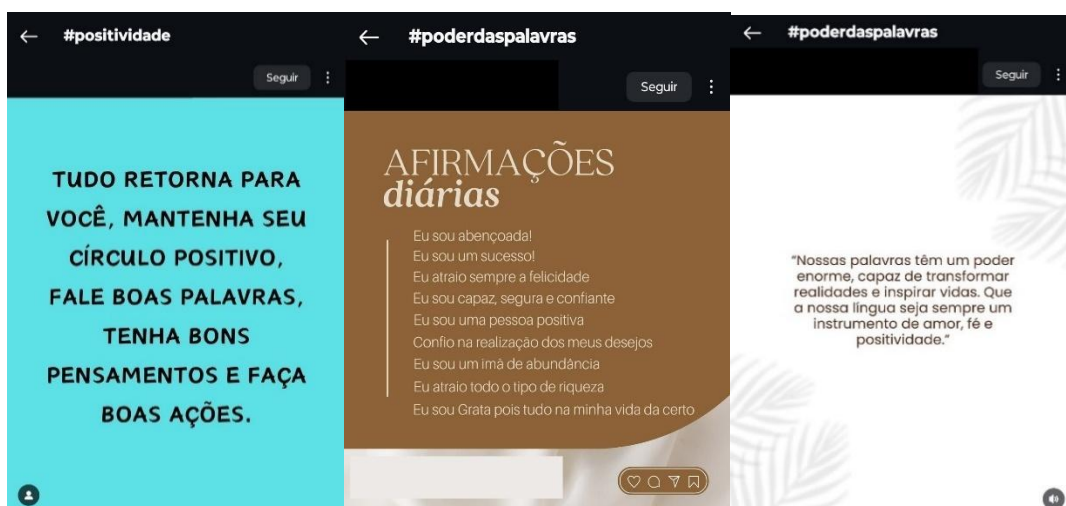


Figura 4: P4

Figura 5: P5

Figura 6: P6

Posts inclusos nas hashtags #positividade e #poderdaspalavras encontrados no explorar do Instagram.

Nota: divulgação/Instagram.

Post 4 – “Tudo retorna para você, mantenha seu círculo positivo, fale boas palavras, tenha bons pensamentos e faça boas ações”

O autor de P4(acima), utilizou em sua publicação uma retórica que sugere ações específicas que o leitor pode tomar para incorporar a positividade no dia a dia, como: “fale boas palavras,” “tenha bons pensamentos,” e “faça boas ações”. A expressão “Tudo retorna para você” cria uma lógica de recompensa ou retorno positivo para quem adota essas práticas, reforçando o valor dessas ações, típico do movimento retórico 3 e passo 1.

Embora a retórica da mensagem incentive comportamentos positivos, a lógica de “tudo retorna para você” sugere que o leitor é o único responsável pelas

consequências positivas ou negativas em sua vida, ignorando os fatores contextuais e externos. Isso pode gerar sentimento de culpa ou fracasso em pessoas que enfrentam desafios fora de seu controle.

Sandel (2021, p. 39, como citado em Lima, 2022, p.35), argumenta que a noção de que seu destino está em suas mãos, de que 'você consegue se tentar', é uma faca de dois gumes: por um lado é inspiradora, por outro, odiosa. Ela felicita os vencedores, mas rebaixa perdedores, até mesmo do ponto de vista das próprias pessoas. Para quem não consegue encontrar emprego ou ganhar dinheiro suficiente para se sustentar, é difícil fugir do pensamento desmoralizante de que seu fracasso é resultado das próprias ações, de que simplesmente não tem talento para o sucesso.

Post 5- "Afirmações diárias: eu sou abençoada! Eu sou um sucesso! Eu atraio sempre a felicidade. Eu sou capaz, segura e confiante. Eu sou uma pessoa positiva. Confio na realização dos meus desejos. Eu sou um ímã de abundância. Eu atraio todo tipo de riqueza. Eu sou grata, pois tudo na minha vida dá certo."

O autor de P5 acima, apresenta uma retórica sugerindo ações específicas como uma solução prática para promover a positividade, mas não destaca a importância da positividade ou a justificar a falta dela (como no Movimento 1 ou 2), então apesar de não abordar diretamente o problema, ela sugere uma ação concreta: o uso diário de afirmações positivas. Portanto, se assemelha ao movimento retórico 3 e ao passo 1.

Apesar de serem motivadoras e úteis em alguns casos, as afirmações podem falhar em validar emoções e sentimentos, como de insegurança ou tristeza, contribuindo para uma desconexão emocional e uma visão idealizada da realidade, para alguns leitores, repetir "eu sou capaz" pode parecer vazio ou inalcançável.

Além disso, frases como "Eu sou um ímã de abundância" (P5) reforçam uma lógica de que o sucesso, a felicidade e as transformações positivas estão exclusivamente nas mãos do indivíduo, pode gerar sentimento de culpa, inadequação ou fracasso em pessoas que não conseguem alcançar os resultados prometidos, especialmente quando fatores externos desempenham um papel significativo em suas dificuldades.

Han (2015, pp. 14-15) aponta a sociedade de desempenho como uma era marcada pela positividade, onde o "Yes, we can" (Sim, eu posso) substitui o "não" das normas repressoras da sociedade disciplinar. Essa transição resulta na internalização da ideia de que tudo é possível com esforço e motivação, transformando o indivíduo em "senhor e escravo de si mesmo".

Post 6 – “Nossas palavras tem o poder enorme, capaz de transformar realidades e inspirar vidas. Que nossa vida seja instrumento de amor, fé e positividade”.

O autor de P6 acima, utiliza uma retórica que começa destacando o poder das palavras, sugere que a positividade (através do uso de palavras positivas) tem o potencial de transformar realidades e inspirar vidas. Frases como "Nossas palavras têm o poder de transformar realidades" (P6) ignoram que mudanças significativas muitas vezes dependem de condições externas, como acesso a recursos, apoio social ou oportunidades, dessa forma, essas publicações podem criar expectativas irreais sobre o impacto das atitudes positivas, gerando frustração em quem não percebe os resultados esperados.

Essa mensagem está associando diretamente as palavras e atitudes positivas com transformações benéficas, o que reforça a ideia de que a positividade é essencial para o bem-estar. A segunda parte da frase, "Que nossa vida seja instrumento de amor, fé e positividade", sugere que ser positivo não é apenas algo útil, mas essencial para transformar a vida. Dessa forma, se enquadra no movimento retórico 1 no passo 1.

O foco no poder transformador das palavras sugerido pelo autor de P6, pode levar à crença de que pensar ou falar negativamente é uma falha, desestimulando a expressão verdadeira de emoções negativas.

A eterna busca por emoções positivas pode gerar uma trivialização desse sentimento, tomando-o como o único necessário e possível, tornando-a tirânica, em que sua ausência é insuportável, havendo uma continua expectativa e demanda sobre atitudes positivas a qualquer momento e a qualquer preço (Barth, 2022, p.4 como citado em Vasconcelos, 2023, p. 28).

Han (2015, p.9) argumenta que a dialética da negatividade é o traço fundamental da imunidade". Para o autor, a negatividade (representada pelas dificuldades, falhas e frustrações) não deve ser negada, mas reconhecida, pois ela é parte essencial da experiência humana. A sociedade de desempenho, ao exigir uma positividade constante, impede que o sujeito enfrente suas limitações, o que leva ao esgotamento. Para trazer a dimensão disso, Lima (2022, p. 21) aponta que "dados da OMS indicam o Brasil como o país com maior número de pessoas com transtorno de ansiedade, são quase 19 milhões".

Nesse contexto, o Post 6 ao promover uma visão única da positividade, ignora a necessidade de aceitar e processar a negatividade. Isso cria uma falsa sensação de controle e pressiona o indivíduo a responsabilizar-se exclusivamente por sua felicidade, sem reconhecer os fatores contextuais e as adversidades reais da vida.

5 Considerações finais

Para encerrar esta pesquisa, constata-se que os seus objetivos foram alcançados, ao identificar os discursos sobre positividade excessiva e as suas implicações no bem estar psicológico dos indivíduos mediante achados da literatura científica e as expressões retóricas recorrentes de positividade excessiva em discursos do Instagram.

Com base nas orientações de Swales e Alves Filho sobre a análise de movimentos e passos retóricos, a análise dos seis passos retóricos revelou que embora os discursos possuam elementos motivacionais, os resultados destacaram contradições que comprometem sua eficácia e revelam o impacto negativo da positividade tóxica no bem estar dos indivíduos.

A retórica dos textos analisados, junto à literatura, destaca várias implicações no bem estar dos leitores, especialmente quando o consumo dos conteúdos é excessivo, pois as publicações frequentemente simplificam questões complexas e ignoram os desafios emocionais e contextuais. Essa visão limitada da positividade, apresentada como solução, pode gerar frustração e desconexão em pessoas

vulneráveis que, ao não alcançarem os resultados prometidos, sentem-se inadequadas ou culpadas. Além disso, a exclusão ou repressão de emoções negativas, favorece a chamada positividade tóxica, que prejudica o bem-estar psicológico e dificulta o enfrentamento saudável das adversidades.

No decorrer da pesquisa, embora tenham sido enfrentadas algumas dificuldades e limitações, especialmente devido à escassez de materiais disponíveis em língua portuguesa e grande predominância dos estudos na língua inglesa, isso nos desperta para a necessidade de maiores investigações ligadas ao contexto brasileiro. Vale salientar que a positividade tóxica se configura como um tema emergente frente a análises dinâmicas no âmbito psicossocial, principalmente em uma sociedade que valoriza o papel constante do desempenho elevado e da busca por resultados.

Portanto, é fundamental equilibrar a positividade com a validação das emoções negativas, reconhecendo que estas são inerentes à experiência humana. Uma positividade saudável pode ser promovida por mensagens que acolham as dificuldades e desafios do público de forma realista e alinhada à diversidade das vivências individuais. Essa abordagem não apenas favoreceria o bem-estar psicológico, mas também incentivaria um diálogo mais autêntico e significativo nas redes sociais, contribuindo para um ambiente digital mais acolhedor e empático.

Referências

FERREIRA, A. B. H. **Mini Aurélio escolar**: O minidicionário da língua portuguesa. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2001.

FIGUEIRÊDO, M. L. R.; DELEVATI, D. M.; TAVARES, M. G. Entre loucos e manicômios: História da loucura e a reforma psiquiátrica no Brasil. **Periódicos SET**, v. 1, n. 1, 2014. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br>.

FONTINELE, S. R.; MELO, B. O. R. A organização retórica da seção introdução em dissertações de mestrado. **Rascunhos culturais**, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.55028/rascunhosculturais.v13i25.17520>.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOODMAN, W. **Positividade tóxica**: Como ser autêntico em um mundo obcecado pela felicidade. 1. ed. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2022.

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

LIMA, J. C. **Só depende de você**: A construção do “eu” meritocrático a partir de influenciadores digitais do nicho financeiro. [Monografia, Universidade Federal de Ouro Preto]. Biblioteca Digital de TCC’s UFOP. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/4960>.

344

PADULA, V. F. F. *Escolher continuar*: um estudo sobre profissionais que atenderam pessoas que tentaram suicídio. [Dissertação de mestrado, Universidade Paulista – UNIP]. Repositório UNIP. Disponível em: <https://repositorio.unip.br/wp-content/uploads/tainacan-items/88269/118847/Veridiana-de-Figueiredo-Falleiros.pdf>.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social, métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SANTANA, S. N. S. **O paradoxo da vida digital**: O impacto do tempo gasto no Instagram sobre a saúde mental dos usuários. [Trabalho de conclusão de curso, Universidade do Vale do Paraíba]. Repositório UNIVAP. Disponível em: <https://repositorio.univap.br/handle/123456789/241>.

SILVA, J. M. **A vida através do filtro**: A busca pela estética “perfeita” incentivada pelo Instagram. [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Repositório UFRJ. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/21069>.

SILVEIRA, J. Z. M. **Bem-estar subjetivo e bem-estar psicológico**: Avaliação e intervenção em profissionais da segurança pública. [Tese de doutorado – Programa de pós-graduação em psicologia, Universidade São Francisco]. Repositório USF. Disponível em: <https://www.usf.edu.br/galeria/getImage/427/1281830251784755.pdf>.

VASCONCELOS, B. **Quando a pedra rola ladeira abaixo**: O sofrimento ontológico e a felicidade. [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório UFRGS. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/278444>.

Recebido em: 23/05/2025.

Aprovado em: 30/06/2025.