



ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE  
MBA BUSINESS INTUITION IDENTIDADE EMPRESARIAL

JAQUELINE MARIA FISCHER

**A RELAÇÃO ENTRE O TEMPO LIVRE E O USO DAS MÍDIAS  
SOCIAIS E SEU IMPACTO NA VIDA DAS MULHERES**

Restinga Sêca/RS  
2019



**JAQUELINE MARIA FISCHER**

**A RELAÇÃO ENTRE O TEMPO LIVRE E O USO DAS MÍDIAS  
SOCIAIS E SEU IMPACTO NA VIDA DAS MULHERES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao MBA Business Intuition Identidade  
Empresarial, da Faculdade Antonio  
Meneghetti - AMF, sob a orientação da Profa.  
Dra. Claudiane Weber.

Restinga Sêca/RS  
2019

## Resumo

Pesquisa exploratória, de natureza quali-quantitativa. Considerando o intenso uso diário de *Internet* pelo brasileiro, e levando em consideração a facilidade de comunicação e exposição social, a pergunta da pesquisa consistiu em saber que impacto as mídias sociais exercem no uso do tempo pelo público feminino? O objetivo consistiu em analisar o impacto da relação uso do tempo livre *versus* o tempo despendido em mídias sociais na vida das mulheres. Os dados da pesquisa apontam que as mulheres utilizam as mídias sociais de modo que o seu uso interfere em sua vida pessoal, no trabalho, na vida afetiva e/ou com a família.

**Palavras-chave:** *Internet*. Trabalho. Vida afetiva.

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com a pesquisa “*Digital in 2019*”, realizada pela agência global *We Are Social*, os dados em relação ao Brasil apontam que o tempo médio diário gasto pelo brasileiro usando a *Internet*, por meio de qualquer dispositivo, é de 9h29min. O tempo médio diário usando mídias sociais, por meio de qualquer dispositivo, é de 3h34min. A média diária de tempo de exibição de TV (transmissão, *streaming* e vídeo sob demanda) chega à 3h26min. E a média de tempo ouvindo streaming de música é de 1h19min. Com esses dados, podemos considerar que o brasileiro investe uma boa fração do seu tempo diário em conexões com a *Internet*.

Visando que os temas *Internet* e o uso de mídias sociais são bastante rotineiros, entrando cada vez mais na pauta da vida dos sujeitos nos últimos anos, propôs-se, nesta pesquisa, analisar como as mídias sociais interferem na holística feminina, assim como no seu uso diário comparado com o tempo livre dessas mulheres. Na análise, almejou-se confrontar os respectivos fundamentos teóricos e contrastá-los com os resultados provenientes das coletas de dados do questionário *on-line* disponibilizado.

As mídias sociais possibilitam aos indivíduos o compartilhamento de ideias e experiências, permitem criar vínculos em torno de interesses em comum e, também, transpassar os relacionamentos para situações presenciais, face a face, saindo do mundo virtual. Dessa forma, cumpre destacar que não apenas serve para captar novos vínculos, mas também para manter vivos os já existentes que, pela distância ou afazeres do dia-a-dia, não podem ser tão constantes. Dessa forma, considerando seu uso diário e a facilidade de comunicação e exposição social, que impacto as mídias sociais exercem no uso do tempo pelo público feminino?

O objetivo geral da presente pesquisa consistiu em: analisar o impacto da relação uso do tempo livre *versus* o tempo despendido em mídias sociais na vida das mulheres. Teve

como objetivos específicos: Realizar um estudo bibliográfico acerca das mídias sociais, assim como do tempo livre; Minuciar a influência decorrente do uso das mídias na vida das mulheres na visão ontopsicológica; Realizar uma pesquisa de campo para identificar como o uso das redes interfere na holística feminina e no seu tempo livre.

É notório que o uso das mídias sociais e da *Internet* obtiveram uma crescente popularização nos últimos anos, acompanhados, concomitantemente, do avanço tecnológico dos aparelhos eletrônicos e meios de interação com o ambiente virtual. Compete-nos agora tentar compreender que impacto esse uso causa na vida das pessoas.

## **2 TEMPO LIVRE VERSUS USO DO TEMPO**

A maneira como se utiliza o tempo com os afazeres diários e como se deleita com o tempo livre que existe nas agendas lotadas deste mundo tecnológico globalizado e frenético, diz muito a respeito do ser humano que está a gerir a sua vida. No entanto, estamos sempre acostumados ao tempo como unidade objetiva, porém, ao pensá-lo também como categoria subjetiva, advém um grande desafio, que é o de pensar e refletir sobre categorias como tempo livre, ócio e lazer.

Na ótica humanista, no período do Renascimento (séculos XV e XVI), surge a exaltação ao trabalho como parte da essência humana. Para Battaglia (1951), a ética humanista é a ética do trabalho, pois o homem livre seria o responsável pela sua própria vida e história, não se sujeitando ao destino e sendo capaz de dominar os fenômenos e as vicissitudes, sendo o trabalho um meio necessário de efetivar esse domínio e um meio para o progresso. O ócio seria a recompensa ao tempo de trabalho, sendo vil aquele ócio inerte, que não fosse decorrente diretamente do trabalho.

A palavra ócio, derivada do latim *otium*, significa o fruto das horas vagas, do descanso e da tranquilidade, possuindo também sentido de ocupação suave e prazerosa, porém, como ócio, abriga a ideia de repouso, confunde-se com ociosidade (AQUINO; MARTINS, 2007).

Inferese, então, que a vivência de ócio possibilita contextos experienciais que podem ser âmbitos para a recriação ou não. Porém, o ócio humanista se diferencia de outras vivências por sua capacidade de sentido e potencialidade de encontros criativos que levam ao desenvolvimento pessoal (AQUINO; MARTINS, 2007).

De acordo com Munné e Codina (1996, p.430), "En Grecia, el ocio (skholé), se referia al estado de la mente entregada a la sabiduría y al noble oficio de pensar. Esto tuvo como contrapartida que para tener skholé había que disponer de un tiempo libre, [...]". De acordo

com os autores, a palavra grega é carregada do sentido de um lugar para o livre desenvolvimento individual e remonta ao processo educativo daquela civilização.

O sentido do lazer é tão polêmico quanto a origem e o sentido do termo ócio. “O termo lazer é atualmente utilizado de forma crescente, podendo ser empregado em sua concepção real ou ser associado a palavras como entretenimento, turismo, divertimento e recreação” (AQUINO; MARTINS, 2007). Ainda na visão desses autores, “nas sociedades pré-industriais, as atividades lúdicas, hoje atribuídas ao lazer, estavam ligadas ao culto, à tradição, às festas e não existia de fato o lazer em si, pois as atividades de trabalho envolviam ludicidade e prazer criativo”. O trabalho e o lazer se intercalavam no cotidiano do indivíduo, eram difíceis de serem percebidos separadamente, pois ambos possuíam intrínsecas relações. “Em sociedades onde a industrialização não foi hegemônica, essa relação do caráter lúdico e criativo, que hoje se associa ao lazer, está presente em atividades laborais, que não compõem o modelo industrial de produção” (AQUINO; MARTINS, 2007).

Usando as palavras de Ferreira (2010) “a preocupação com o uso do tempo vem se tornando cada vez mais importante, visto que acaba influenciando diretamente na qualidade de vida das pessoas, assunto este em discussão sempre pertinente”. A preocupação da autora recai sobre o impacto,

A questão financeira, social e demográfica impactam diretamente no tipo de atividades realizadas. Por exemplo, ao analisar as atividades realizadas pelas mulheres, percebe-se que estas além de ocuparem o mercado de trabalho, ainda têm que realizar atividades domésticas (FERREIRA, 2010)

O tempo livre, tal como o concebemos hoje, adveio da natureza cronológica que atinge o apogeu pós-revolução industrial. É da liberação do tempo que devia ser dedicado ao trabalho, que emerge a noção do tempo livre (AQUINO; MARTINS, 2007). Ou seja, é uma referência temporal e implica uma divisão da 'unidade' do tempo que se opõe ao tempo de trabalho.

Argumentam Elias e Dunning (1992, p. 108-109) citado por Ferreira (2010, p. 39-40), que as atividades de tempo livre das pessoas podem ser divididas em cinco esferas, assim distribuídas: a) *trabalho privado e administração familiar*: nesse contexto estão englobadas todas as atividades da família, como provisão da casa, orientação dos filhos, estratégia familiar, entre outras; b) *repouso*: a esta categoria pertence o não fazer nada, as futilidades e, acima de tudo, o dormir; c) *provimento das necessidades biológicas*: aqui se encontram atividades como comer, beber, defecar, fazer amor, enfim suprir as necessidades básicas; d) *sociabilidade*: não é considerada trabalho, embora possa auxiliar neste, através de relacionamentos com colegas de trabalho ou superiores hierárquicos; e, também, atividades

que não têm nenhuma relação trabalhista, como ir a um bar, a uma festa, a um clube; e) *categoria das atividades miméticas ou jogo*: aqui se encontram as atividades de lazer, tais como a ida ao teatro, ao cinema, à pesca, à caça, dançar, ver televisão. Assim, essa divisão relatada pelos autores prova que nem todas as atividades executadas no tempo livre podem ser caracterizadas como atividades de lazer. De acordo com Munné e Codina, (2002), citados por Bonato (2006, p. 44), o tempo disponível ou excedente, ainda que possa ser fonte de lazer, necessariamente não é destinado a ele. Ao tempo livre é conferida a sensação de liberdade e ganhos pessoais através de atividades prazerosas de escolha do indivíduo e flexíveis por natureza.

Para Meneghetti (2013, p. 228) o tempo livre “é uma oportunidade de fazer melhor, aprender outras coisas, qualificar os instrumentos, os meios da própria personalidade profissional e humana para aumentá-la”. Ainda seguindo que foi explanado por Meneghetti (2013, p. 229), o tempo livre é poder que temos a disposição, e por isso é imprescindível que o use bem, isso significa uma “possibilidade de organizar, inventar, renovar, melhorar [...] o ser que se é”. Melhorar o ser que se é, está implicado também com a saúde para a criatividade.

Conforme dito por Meneghetti (2010) a dinâmica da saúde para a criatividade é vivida segundo a lógica do Em Si ôntico (na relação entre Eu lógico histórico, Eu a priori e Em Si ôntico) e, logo, trata-se daquela em que o ser escolhe, momento após momento, a melhor ação para si e o melhor modo de realizar tal ação. “Sendo assim, se estiver vivenciando tal dinâmica, escolherá mover-se do modo mais funcional possível, no que tange à sua relação com todos os aspectos da sua existência”. Ainda conforme o autor, ao saber cultivar a vida conforme o critério de natureza, a pessoa extrai, sem conseguir evitar conscientemente, a sanidade e o crescimento que, de acordo com Meneghetti, “não são uma escolha, mas um devir necessário” (MENEGETTI, 2010, p. 138)

Já na vivência da esquizofrenia existencial, “o homem experimenta-se em perda, em patologia, em impossibilidade de obter o inteiro do seu existir. A experiência constante do homem é a frustração”, que “determina-se a partir de uma desproporção entre fornecimento de energia e retorno em perda” (MENEGETTI, 2010, p. 139). A partir dessa afirmação, “podemos supor que o tempo, enquanto um dos recursos que o sujeito tem na existência, é investido na dinâmica da esquizofrenia existencial de modo equivocado, desproporcional, ou seja, trazendo menor retorno do que a quantidade de recurso aplicado” (SOMBRI, 2014, p.13).

Deve-se sempre levar em consideração que, o tempo em que as pessoas têm efetivamente para viver, por dia, por ano é o mesmo, para todos os seres humanos. Assim,

No decorrer de um dia qualquer, você toma centenas de decisões: qual roupa usar, o que comer, o que fazer no seu tempo livre, com quem se relacionar e quem evitar. Num dia isolado, essas decisões parecem banais, e até mesmo inconsequentes. Vistas como um todo, elas definem quem você foi, é e será (ZIMBARDO, 2009, p. 27 *apud* SOMBRIO, 2014, p.14).

Os adolescentes usam o tempo livre com funções distintas, tais como: estabelecimento de relações, construção da independência emocional, toma ciência de sua originalidade ou não, “adoção de uma escala de valores que permite integrar-se à comunidade e preparar-se para o desempenho de funções sociais, aproveitamento da cultura, formação de ideais, etc.” Todos os aspectos contribuem juntos para formação de uma personalidade integral. (ZAMORA *et al.*, 1995 *apud* SARRIERA *et al.*, 2007, p. 362).

Assim, a forma como é desfrutado o tempo livre segue a estrutura social à qual pertence a pessoa, ou seja, subordina-se à sua conjuntura social, cultural, econômica, ideológica e física. Nesse sentido, o uso que o adolescente faz do tempo livre pode gerar consequências positivas ou negativas para seu desenvolvimento integral. (CUNHA, 1987 *apud* SARRIERA *et al.*, 2007, p. 362)

Quando se analisa o referencial teórico em relação ao tempo livre, o uso deste tempo e o acesso à *Internet* e as mídias sociais, se observa que, muitas vezes, as pessoas vivem virtualmente. Deixando as coisas importantes como trabalho, estudo e relações pessoais próximas para depois. No século XXI, as relações virtuais se tornaram mais importantes, mesmo sem se saber direito o porquê deste fenômeno, ele acontece diariamente com todas as pessoas ao redor do mundo. De acordo com Munné e Codina (1996, p.431),

Al evolucionar la sociedad industrial de una sociedad de producción en serie a una sociedad de consumo, este sentido del ocio se ha transformado profundamente. En la sociedad de masas, el ocio se destina preferentemente al consumo ya sea de bienes o servicios (diversiones) ya sea a la industria cultural. El potencial de esta nueva forma de ocio, impulsada cada vez más por los avances tecnológicos y los mass media, es estremecedor.

Impulsionados, por essa nova forma de ócio e de uso do tempo livre que as mídias sociais vem proporcionando às pessoas, foi a razão para propormos a próxima seção.

### 3 MÍDIAS SOCIAIS

A humanidade vem ao longo de sua existência passando por inúmeras transformações e mudanças. Após a transição da “Era Industrial” para a “Era digital e da informação”, nessas últimas décadas, a expansão tecnológica e a popularização da *Internet* pelo “homem” teve e tem interferências significativas.

Os meios para interação a social evoluíram demasiadamente ao longo dos últimos anos. Consoante esse processo, as variadas tecnologias proporcionam diferentes tipos de comunicação, desde a um-para-um, passando pela um-para-muitos e, nas últimas décadas, a interação muitos-para-muitos. No tipo de comunicação muitos-para-muitos há um canal pelo qual várias pessoas podem acessar, criar e compartilhar conteúdos. Na atualidade, o principal canal desse tipo de comunicação é a *Internet*. Tal facilidade de uma comunicação descentralizada promoveu uma mudança drástica na maneira como as pessoas se relacionam e expõem seus sentimentos. Tudo isso em uma escala global e a um custo muito baixo (LIMA, 2016, p.14).

Mesmo proporcionando significativos benefícios ao “homem”, as mídias sociais, como o *Whatsapp*, *Faceboock*, *Snapchat*, *Instagram*, *etc.*, se utilizados de forma indevida podem causar dependência e fazer com que passe a viver a maior parte de seu tempo no mundo virtual, se afastando do mundo real.

Nesse aporte, para Meneghetti (2011, p. 20), o aumento da conectividade, concernente dos meios tecnológicos, gerou uma substituição gradual da realidade pelo viés da informação decorrente do mundo digital. Paralelamente a isso, podemos inferir que, com esse fator, o uso das mídias sociais, criou-se também, fora deste ambiente, uma alteração no uso da linguagem, no qual os termos são reduzidos, assim como, as expressões são repetitivas e limitadas, acarretando uma superficialidade na comunicação humana, além de imagens distorcidas do indivíduo perante ele mesmo.

A percepção do homem como ser capaz de agir, interpretar, selecionar e controlar as mídias deixa de existir. Ao invés de controlar e usar adequadamente essas mídias sociais, estas é que passam a controlar os indivíduos tornando-os alienados às mesmas.

Na contemporaneidade, a maioria dos sujeitos em fase de amadurecimento pessoal está vivendo com *forma mentis* focada no que, de fato, não é relevante para o autoconhecimento, autopercepção e realização, pois se encontram em situação de adaptação ao meio em que estão inseridos, buscando aceitação dos demais, de modo que possam criar uma identidade, que muitas vezes difere da sua própria natureza, induzidos pelo erro imposto pela cultura, tradição, e, à vista disso, o próprio ser encontra-se, ainda, muito distante de si mesmo. “Quanto mais nós procuramos a verdade fora de nós mesmos, mais a perdemos. Quanto mais formos capazes de compreender o que somos, mais a verdade nos confirmará em nós mesmos” (MENEGETTI, 2011, p. 20).

Também corroboram nessa visão Weber e Ferreira (2017, p. 27), para as autoras cada pessoa tem traços de personalidade de acordo com sentimentos, pensamentos e



comportamentos individuais, logo “a personalidade constitui uma inclinação para certas reações características em qualquer situação, traços de personalidade são susceptíveis de influenciar atitudes e comportamentos também em um contexto de busca de informação”.

Cumprido destacar que Meneghetti (20014, p.12) afirma,

É suficiente refletir sobre quantos jovens se nutrem todos os dias na *Internet*, e quem não o faz está fora do jogo. A *Internet* é a nova Bíblia, lei, revelação, salvação, revolução para a vida. É o mundo dos conceitos, das imagens, das palavras: não existe mais a “bestialidade” dos sentidos e as guerras, estão todos dentro daquilo que a *Internet diz*, mas não demonstra.

Desta forma, as mídias sociais como o *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp*, etc. deram a supremacia e a “ditadura a qualquer indivíduo de fazer, julgar e destruir-se a elementaridade de todos aqueles que fizeram, construíram e demonstram e se confrontam com as leis da vida, da natureza, com as exigências reais da sociedade” (MENEGETTI, 2013, p. 125-126).

Segundo Meneghetti (2013, p. 127) “O mundo digital leva os jovens fora da existência individual e os agrupa segundo código memético de um sistema não síncrono com o humano, e os isola para fazê-los robôs que se auto eliminam da vida em si”.

O perigo, ou falta de critérios de discernimento para o bom uso das mídias sociais conforme é apontando por Meneghetti anteriormente, parece não ser a preocupação ou a mesma visão de outros autores, a exemplo de Bueno, que ressalta apenas o uso da prudência com a segurança,

Com o espaço para expressão pessoal, mídias sociais podem atuar como plataforma efetiva para comunicação precisa e positiva permitindo que, principalmente, adolescentes, jovens adultos e adultos demonstrem o que consideram seus melhores aspectos. Eles são capazes de personalizar seus perfis e linhas do tempo com imagens, vídeos e palavras que transmitam como eles identificam o mundo ao redor, com o compartilhamento de conteúdo criativo e paixões com pessoas afins. Através de recursos como “curtir” ou “seguir”, há conexão com grupos, páginas e indivíduos que representam um verdadeiro “catálogo de identidade” na construção do eu próprio. Além disso, MS causaram uma revolução na forma como é exposta a opinião e identidade política, quebrando paradigmas inaugurando formas não-convencionais de engajamento político. É prudente lembrar, que, como espaço de comunicação livre a presença de *feedback* negativo e opiniões danosas podem atingir o usuário, deste modo, sugerindo a necessidade da criação de mecanismos que permitam a segurança destes. (BUENO, 2018, p. 17-18).

Qualquer ser humano pode globalizar midiaticamente a si mesmo, todavia, também é possível serem infectados, “privados dos próprios avatares, codificados, inexistentes ou inventados sem reversibilidade, julgados e condenados ou absolvidos etc., sem apelo físico” (MENEGETTI, 2014, p.13).

Os jovens na atualidade, “mesmo quando comem ou bebem, fazem-no sempre no interior de um “reality show”. E mesmo aqueles para os quais tudo isso poderia não interessar, de fato, são condicionados por esse tipo de realidade” (MENEGETTI, 2014, p. 20). Nesse aporte, relata-se que esses sujeitos não têm continuidade com o próprio íntimo. “A *web* – que seja a droga, a imagem ou a *Internet* – é de qualquer modo uma alteridade que não tem contato com o princípio-base pelo qual vivemos” (MENEGETTI, 2014, p. 21).

O ser humano, para estar bem, deveria continuar a composição e a evolução da própria vida sempre em conformidade e em conexão com essa informação-base, do plano biológico àquele psicológico, àquele ôntico [...] A Ontopsicologia descobriu a presença dos monitores de deflexão, por isso, a *Internet* é a natural *web* do m.d.d., que não serve nem respeita a realidade: a *Internet* faz ao seu modo, não está conexas com o real, mas sim com o imaginário escolhido sem base natural (MENEGETTI, 2014, p. 23).

Dessa tipologia social de uma imagem memética, “portanto é soberano o meme, isto é, um conhecimento, uma informação que tem dissociação total de tudo o que é o original da vida e da estrutura da sociedade em si”, tudo que é imaginário é gerido com onipotência infantilizada (MENEGETTI, 2013, p. 120).

Porém, nesse imaginário da doxa societária sob a manipulação memética do monitor de deflexão, eles fazem a própria ditadura infantil sem a mínima relação de responsabilidade ou reciprocidade [...] a primeira coisa que fazem é reagir com doença, delinquência, caprichos, para chantagear os outros, jamais para tornar-se, jamais para experimentar-se seriamente. Sabem matar e culpabilizar os outros por meio da própria deficiência (MENEGETTI, 2013, p. 123).

Assim, enquanto mutilam a elegância, a força, a funcionalidade vital das nossas capacidades criativas, substancialmente, o sujeito se auto elimina, corta os próprios neurônios mais sensíveis e elevados (MENEGETTI, 2013, p. 101). Ainda conforme Meneghetti (2016, p.382), a maldade, o orgulho, a inveja não são os maiores perigos que qualificam uma ciência viva, mas sim, o perigo se encontra em “simplesmente um feixe de memes, um banco de dados computerístico que se contrapõe a identificar, a isolar um outro feixe de conhecimentos, de *inputs* e de pulsões.”

Nós sofremos o mal organísmico não por violência externa, mas das relações afetivas, de *public relation*, das relações de importância memética. Quando intervém uma informação negativa, também os processos metabólicos são alterados, não possuem as suas proporções básicas. Não precisa agredir o próprio organismo, mas ver em que ambiente, com quais pessoas e a que tipo de frustrações fomos homologados (MENEGETTI, 2016, p. 390)

Portanto é preciso educar os sujeitos não só para perceber os meandros do trabalho, mas também para os mais diversos e possíveis usos do tempo livre. Para que esse uso do tempo seja funcional ao sujeito.

Na próxima seção faremos um aporte de como a Ontopsicologia compreende a inteligência ao modo feminino.

#### **4 A MULHER**

Se constitui como tema e se propõe nesta pesquisa em tentar compreender a mulher e o uso do tempo livre. Para Meneghetti (2013b), uma vez que toda a nossa civilização do passado é baseada na família, por consequência, a mulher se vê como sexo, como produtora, como mãe de filhos e não consegue compreender o primado de si mesma como espírito, como mente, como pessoa.

Ser mãe, contrair núpcias, fazer filhos é positivo, mas é secundário; não é prioritário, não é absoluto. O absoluto é ser alma, ser uma história de alma no mundo para atuar a possibilidade de fazer criação. Toda mulher livre pode, desse “núcleo alma”, inventar a cada cinco anos uma nova tipologia da própria personalidade, inventar uma vida, uma nova empresa, um novo mundo, um novo trabalho, um novo interesse, conseguindo equilibrar o respeito dos vínculos da sociedade econômica, jurídica e política e a fantasia de criar a si mesma no mundo (MENEGETTI, 2013b, p.42).

Porém, será que as ações das mulheres no cotidiano, nas pequenas coisas, como o gerenciamento do tempo livre, são cômegas para que ela possa atingir o primado de si mesma?

Um erro fundamental que mulher comete é que compreende todas as situações, atua um exercício crítico de conhecimento de todas as situações, atua um exercício de conhecimento superior, mas não decide, não coloca o ato de vontade e da coerência. Em certo momento, é preciso impostar uma responsabilidade em coerência: se você quer uma vida excepcional, deve usar coerência excepcional. Ela é implicitamente cúmplice da sua desgraça, porque imposta sempre uma personalidade ambivalente que determina o estado confusional. (MENEGETTI, 2013b, p. 129).

Continuando nessa análise, “O momento de solaridade, em qualquer situação que a mulher viva, é sempre para instrumentalização masculina: a história é feminina, mas quem a escreve é o homem” (MENEGETTI, 2013b, p. 225). Ao mesmo tempo que o autor aponta os problemas do universo feminino, ele também dá a saída.

Conforme Meneghetti (2013b, p. 283-84) a mulher líder deve aprender a dividir a vida em três espaços. Ou seja, em suas 24 horas do dia, devem existir três momentos: A) O trabalho – cuidar do local de onde deriva o seu dinheiro e estima, se esse é bem alimentado, a mulher salva acima de tudo a si mesma. Ainda de acordo com o autor, “A primeira coisa que uma

mulher deve fazer é encontrar um trabalho, para conseguir ter o seu dinheiro e fazer o que quiser” (2013b, p.269). B) As relações com os outros - os outros são aqueles que contam, o grupo de referência de valor, as pessoas que são úteis para chegar à própria liderança social. A mulher deve cultivar aquelas pessoas que conferem eficiência a ela, à sua imagem, ao seu resultado, aqueles que – direta ou indiretamente – podem ser ocasião ao seu business social profissional. C) A própria interioridade – Essa é uma “forma de narcisismo, de meditação metafísica, de respeito, cuidado e cultura em relação a si mesmas como Em Si ôntico” (2013b, p.284). Não são os outros que sabem as nossas exigências, assim, deve-se ter o próprio tipo de cultura e exercê-la continuamente.

Isso posto, a presente pesquisa buscou analisar, por meio de questionários, como as mulheres costumam usar o tempo. A busca por perfeição, aprovação e amor na *Internet* está tirando tempo de vida das mulheres. Assim, em seguida apresentamos a metodologia desta pesquisa, para depois analisarmos as respostas.

## 5 METODOLOGIA

A presente pesquisa se caracteriza como pesquisa exploratória, de natureza qualitativa.

Para a coleta de dados, aplicou-se um questionário *on-line*, conforme modelo disponibilizado no Apêndice A, elaborado pela autora da pesquisa. O questionário possui ainda uma segunda parte, para verificar o uso do tempo, que foi baseada ao modelo do estudo aplicado por Sombrio (2014), este se encontra no Anexo A.

Para atingir o público alvo, foram realizadas campanhas nas mídias sociais (*Facebook* e *Whatsapp*), em diferentes perfis, e enviado por e-mail para lista de contatos para que se atingisse uma diversidade maior de respondentes, incluídas aí diferentes cidades e regiões brasileiras.

Deu-se início ao processo de captação de respostas no dia 02 de fevereiro de 2019, e a autora parou a captação de respostas no dia 19 de fevereiro de 2019, portanto, teve-se um total de 17 dias de pesquisa virtual e nesse tempo obteve-se um total de 143 respostas, assim sendo esse novo total para cálculos de porcentagens aqui apresentadas.

Logo, o corpus da pesquisa se constitui de 143 mulheres, dentre as quais identificamos diversos perfis: de líderes (empresárias), jovens (funcionárias) e atuantes na área de T.I., estudantes, etc.

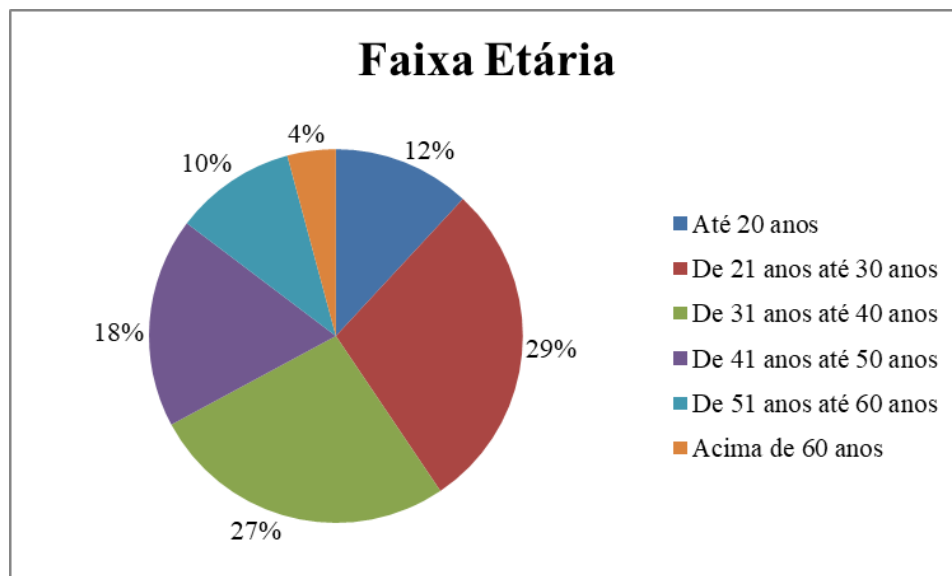
O método de procedimento utilizado foi o dedutivo, onde foram analisados os dados para a compreensão de uso do tempo *versus* o tempo livre e o impacto das mídias sociais na vida das mulheres.

## 6 RESULTADOS DA PESQUISA

Apresentam-se, nesta seção, as respostas e análises do que foi questionado para as mulheres.

### 6.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A pesquisa se inicia com as questões do Apêndice A, fazendo uma definição das mulheres que estão respondendo, assim como a relação das mesmas com as mídias sociais. Para início da caracterização da amostra, solicitou-se a idade das mulheres que se disponibilizaram a responder o questionário, demonstrada no Gráfico 1.



**Gráfico 1** - Faixa etária das mulheres respondentes.

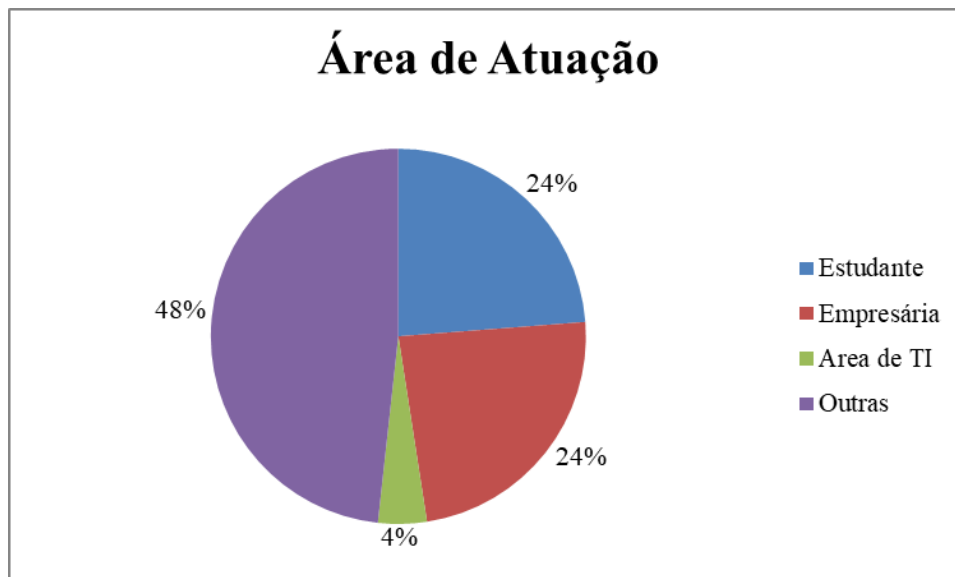
**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Salienta-se que a maior categoria selecionada foi “De 21 anos até 30 anos” com 29% de respostas, o que equivale a 41 mulheres. Na sequência, a segunda faixa etária com mais respondentes é a “De 31 anos até 40 anos” que obteve 27%, um total de 38 pessoas. As demais idades, em ordem de porcentagem são: “De 41 anos até 50 anos” com 18% (26); “Até 20 anos” equivalentes a 12% (17); “De 51 anos até 60 anos” somando 10% (15); e, por último, “Acima de 60 anos” a qual o total foi de 4% de respondentes (6).

Na seção 6.2, que explora o impacto do uso das mídias sociais, teve duas respondentes

a menos (uma “de 41 até 50 anos” e uma “acima de 60 anos”). O motivo desta diferença é o pré-questionário feito com estas duas mulheres, que contribuíram com suas colocações para um aperfeiçoamento do mesmo e que o deixasse mais completo para atender ao objetivo fixado pelo trabalho, sendo colocadas estas perguntas da seção num momento posterior.

Para continuar a análise geral destas mulheres, foi questionada a área de atuação das mesmas, dando a elas quatro opções de respostas: Estudante, Empresária, Área de TI e Outras. Os resultados podem ser vistos no Gráfico 2.

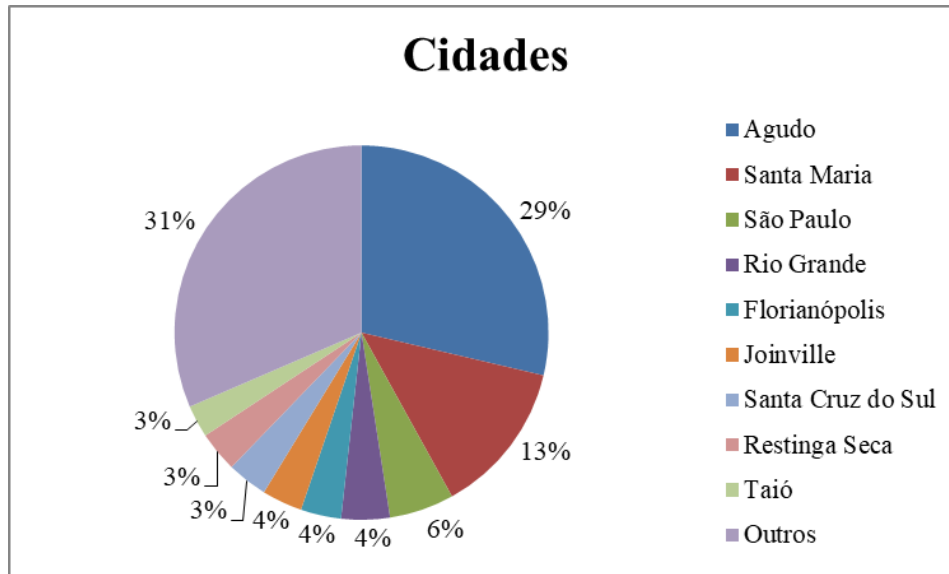


**Gráfico 2** - Profissão das mulheres respondentes

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Chegaram-se as seguintes porcentagens: 24% das respondentes são Estudantes, igualmente as mulheres que selecionaram a opção Empresária, chegando a um total de 34 pessoas correspondentes a cada uma dessas categorias. As profissionais atuantes na Área de TI somaram um percentual de 4%. Dentre a opção “Outras” que somou uma quantidade de 48%, totalizando 69 mulheres, obteve-se mais de 20 diferentes profissões, dentre elas: Professoras, Funcionárias Públicas, Secretárias, Do lar, Militar, Bibliotecárias, Arquiteta, Auxiliares Administrativas, entre outras, mostrando, assim, a diversidade de mulheres da presente pesquisa.

Analisou-se, também, a cidade em que as respondentes residem para tem um melhor conhecimento sobre elas (Gráfico 3).

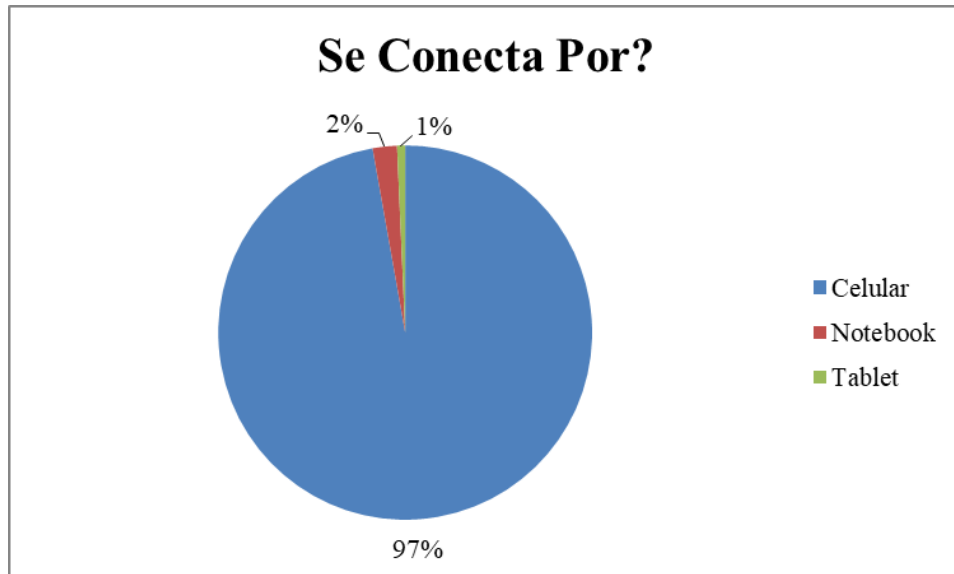


**Gráfico 3** - Cidades em que as mulheres que responderam a pesquisa residem.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Como se pode ver no gráfico acima, há uma grande diversidade de cidades em que as respondentes moram. Tendo em vista que a autora da presente pesquisa reside na cidade de Agudo/RS, obteve-se um número expressivo de mulheres que dizem ser deste mesmo município, com um total de 29%, ou seja, 41 pessoas. A segunda localidade mais citada foi Santa Maria/RS, com 13% (19), seguida pela grande metrópole São Paulo/SP com 6% (8); Rio Grande/RS, Florianópolis/SC e Joinville/SC, estas com 4% cada uma; Santa Cruz do Sul/RS, Restinga Seca/RS e Taió/SC, todas com 3% cada. Os 31% restantes se distribuem entre cidades de várias regiões do Brasil, como por exemplo: Recife/PE, Curitiba/PR, Rio de Janeiro/RJ, Rondonópolis/MT, Porto Alegre/RS, Piracicaba/SP, Belo Horizonte/MG, entre outras.

Já entrando na esfera da *Internet*, indagou-se qual o meio mais utilizado para acessar as mídias sociais. As porcentagens das respostas podem ser vistas no Gráfico 4.



**Gráfico 4** - Meios usados para acessar a *Internet* e mídias sociais

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Nota-se a quase generalização do uso do celular para acessar a *Internet*. O aumento visível das vendas/compras deste tipo de aparelho embasa este resultado, também sua facilidade de manuseio e portabilidade. Muitas pessoas, jovens e adultos, não saem de casa sem um celular, mostrando, assim, a preferência por este meio de comunicação. Na pesquisa em questão, 97% responderam acessar as mídias sociais deste modo, totalizando 139 mulheres. Os 3% restantes se distribuíram entre Notebook e Tablet.

A fim de fazer uma análise mais aprofundada sobre as mídias sociais, algumas questões da pesquisa foram de múltipla escolha sendo, com essas respostas, inviável chegar a um percentual seguro da amostragem. Por isso, esses pontos foram colocados em tabelas, as quais demonstram o número de pessoas das categorias de idade que marcaram cada item da questão.

Na Tabela 1, evidenciam-se as mídias mais acessadas nas diferentes faixas etárias, colocadas em ordem de maior número de respondentes.

**Tabela 1 - Mídias sociais mais acessadas pelas diferentes categorias de idade.**

	Até 20 anos	De 21 até 30 anos	De 31 até 40 anos	De 41 até 50 anos	De 51 até 60 anos	Mais de 60 anos	Total de acesso em cada mídia
<i>WhatsApp</i>	17	40	38	24	14	6	<b>139</b>
<i>Facebook</i>	12	33	34	17	12	5	<b>113</b>
<i>Instagram</i>	15	34	23	16	6	2	<b>96</b>
<i>Youtube</i>	5	15	10	9	7	3	<b>49</b>
<i>Twitter</i>	6	4	3	2	2	0	<b>17</b>
<i>LinkedIn</i>	0	1	0	1	1	0	<b>3</b>
<i>Outras</i>	0	1	0	0	0	1	<b>2</b>

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Percebe-se, nesta análise, que a mídia social mais acessada, em todas as categorias, é o



*WhatsApp*<sup>1</sup>, sendo este indicado por quase 100% dos respondentes. Em geral, a segunda rede mais utilizada é o *Facebook*<sup>2</sup>. Nota-se que as duas categorias mais jovens, que engloba mulheres de até 30 anos não corrobora com o restante dos grupos, sendo o *Instagram*<sup>3</sup> a segunda rede mais utilizada por elas. No geral, ele fica na terceira colocação, onde se pode constatar uma queda significativa na utilização deste nas demais faixas etárias. A partir da mídia social *Youtube*<sup>4</sup> nota-se um baixo interesse de procura, principalmente pelos mais jovens, atentando que menos de 50% das mulheres abaixo de 50 anos utilizam este meio. As Mídias sociais menos acessadas pelas respondentes são *Twitter*<sup>5</sup> (este tendo seu maior público abaixo dos 20 anos) e o *LinkedIn*<sup>6</sup>.

Continuando o questionamento acerca do uso das mídias, solicitou-se às mulheres que respondessem quais os motivos principais para acessar a *Internet*, sendo representado o resultado na Tabela 2.

**Tabela 2 - Motivo do acesso às mídias sociais de acordo com cada faixa etária.**

	Até 20 anos	De 21 até 30 anos	De 31 até 40 anos	De 41 até 50 anos	De 51 até 60 anos	Mais de 60 anos	Total
<b>Passatempo/Diversão</b>	16	38	36	21	12	4	<b>127</b>
<b>Notícias</b>	14	29	31	22	11	5	<b>112</b>
<b>Pesquisa/Estudo</b>	13	15	24	18	12	4	<b>86</b>
<b>Trabalho</b>	5	16	28	20	13	4	<b>86</b>
<b>Outros</b>	0	2	0	0	1	2	<b>5</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019)

De uma forma geral, nota-se que o maior motivo para acessar as mídias sociais é a busca por Passatempo e Diversão, a qual é vista principalmente nas categorias até os 40 anos. Nas demais faixas etárias este mesmo ponto se mostra evidente, mas não é a principal procura, sendo as Notícias a escolha da maioria nas idades “de 41 até 50 anos” e “mais de 60 anos”, e o Trabalho na categoria “de 51 até 60 anos”. Evidencia-se, a partir daqui, uma maior maturidade das mulheres mais experientes em sua relação com as mídias sociais, sabendo utilizá-las, em sua maioria, para algo que traga mais conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional.

Ao serem perguntadas sobre quais os tipos de páginas e perfis que estas mulheres mais

<sup>1</sup> Aplicativo utilizado para troca de mensagens de texto, áudio e vídeos simultâneos com seus contatos, assim como ligações e chamadas de vídeos através do acesso à *Internet*.

<sup>2</sup> Rede social utilizada para criar perfis pessoais com fotos e interesses, e relação com outras pessoas da mesma rede, podendo curtir, compartilhar e comentar publicações dos perfis de amigos, empresas ou páginas aleatórias.

<sup>3</sup> Aplicativo para compartilhamento de fotos, vídeos e, atualmente, os *stories* que duram apenas 24 horas, utilizando filtros próprios.

<sup>4</sup> Site utilizado para compartilhar vídeos, em canais de visualização (perfis).

<sup>5</sup> Rede onde pessoas podem escrever mensagens com até 140 caracteres.

<sup>6</sup> Rede social de negócios.

acessam nas mídias sociais, houve uma grande diversidade de respostas, como pode ser observado na Tabela 3.

**Tabela 3 - As páginas/perfis mais acessadas nas mídias sociais separadas por faixa etária.**

	Até 20 anos	De 21 até 30 anos	De 31 até 40 anos	De 41 até 50 anos	De 51 até 60 anos	Mais de 60 anos	Total
<b>Amigos</b>	14	36	34	23	9	5	<b>121</b>
<b>Família</b>	13	32	34	20	9	5	<b>113</b>
<b>Negócios</b>	7	27	26	18	10	4	<b>92</b>
<b>Trabalho</b>	6	21	23	18	3	3	<b>74</b>
<b>Estilo de Vida</b>	4	24	14	16	3	0	<b>61</b>
<b>Arte e Cultura</b>	6	19	12	14	8	1	<b>60</b>
<b>Viagens</b>	7	21	12	8	5	1	<b>54</b>
<b>Consumo/compras</b>	7	16	16	9	1	0	<b>49</b>
<b>Celebridades</b>	9	16	4	2	1	0	<b>32</b>
<b>Blogueiras</b>	5	10	9	2	1	0	<b>27</b>
<b>Outros</b>	0	1	4	2	4	2	<b>13</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019)

Verifica-se uma procura maior, em todos os grupos, nas páginas de perfis pessoais que englobam Amigos e Família. Pode-se relacionar este fato, com a escolha preferencial de utilização do *WhatsApp*, o qual as pessoas precisam do número telefônico do outro para poder se comunicar, que normalmente são de pessoas próximas. Na sequência, o uso das redes para os Negócios se torna evidente, principalmente, na categoria “De 51 até 60 anos”, tornando-se o tipo de página mais procurada. Em contraponto com as demais idades, as mulheres de até 20 anos selecionaram como sua terceira preferência de acesso, os perfis de Celebridades. Este mesmo ponto pode ser analisado de maneira relevante, mesmo não estando entre as principais referências, nos grupos “De 21 até 30 anos” e “De 31 a 40 anos” que, por ter quase a mesma quantia de respondentes, há uma procura de até quatro vezes maior nas mulheres mais jovens. Nessa análise, a diferença de interesses é visível para as diferentes faixas etárias, sendo o entretenimento visado pelas mais jovens e a carreira pelas demais.

Conclui-se esta primeira análise da caracterização da amostra, seguindo para uma parte importante da pesquisa, o impacto gerado pelas mídias sociais.

## 6.2 IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Para chegar ao objetivo proposto pela presente pesquisa, uma questão importante de ser abordada é o impacto que a *Internet* traz para a vida das mulheres, através das mídias sociais, sendo ele positivo ou negativo. Para isso, separamos em cinco segmentos básicos do dia-a-dia: Trabalho; vida afetiva; relação com a família; vida social; tempo livre. A análise se torna mais completa com a pergunta feita posteriormente no questionário, a qual se referia às

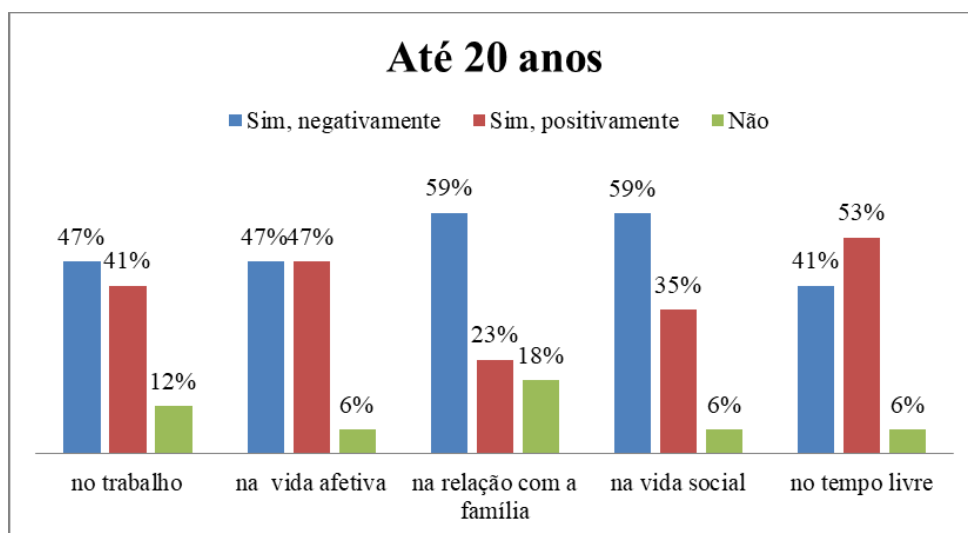
mudanças que aconteceram na vida das respondentes por influência destes mesmos meios de informação.

Manteve-se a verificação das respostas por categoria de idade, querendo acentuar ainda mais as diferenças notadas anteriormente.

### 6.2.1 Até 20 anos

Ao fazer uma análise mais detalhada das jovens de até 20 anos salienta-se que, sua maioria é composta por estudantes, havendo apenas uma empresária dentre as 17, e que todas acessam as mídias sociais por celular.

No Gráfico 5, apresentado a seguir, começamos a verificar o impacto sofrido através das informações obtidas por estes meios de comunicação, seguido das mudanças na vida destas jovens a partir delas.



**Gráfico 5** – Impacto das mídias sociais e *Internet*, em diversas áreas da vida das mulheres de até 20 anos.  
**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Observa-se que nesta faixa etária, dos cinco âmbitos selecionados, em três as respondentes, em sua maioria, dizem que são afetadas negativamente pelas informações obtidas por estes meios de informações, sendo suas porcentagens superiores nas relações com a família e na vida social, seguidas pelo trabalho. Um empate sobre as influências negativas e positivas pode ser avaliado na área da vida afetiva. E o tempo livre é o único setor do dia-a-dia que teve o impacto positivo para a maior parte das mulheres desta categoria de idade.

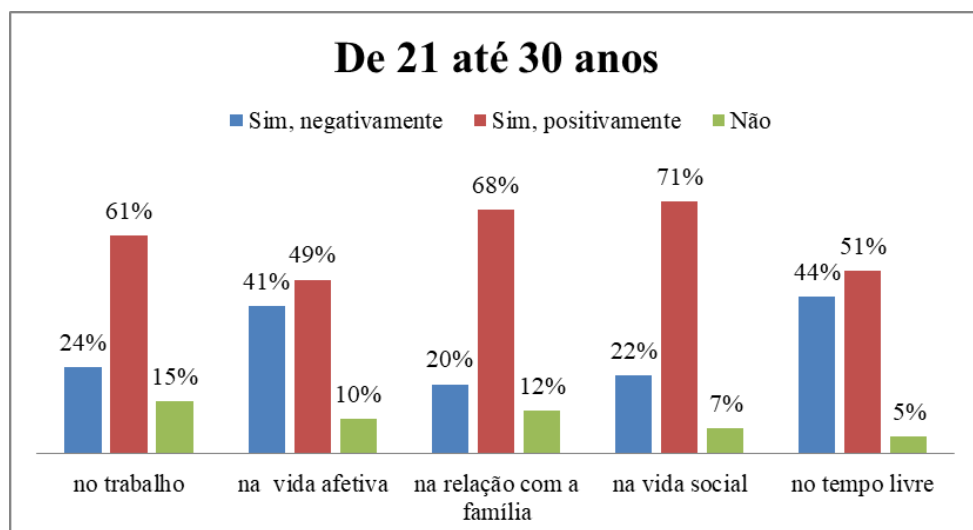
Ao descreverem as mudanças relativas ao contato com informações advindas das mídias, estas jovens expuseram alguns pontos bons e ruins. Algumas respostas preocupantes como “Potencialização da ansiedade”, “conflitos afetivos, brigas”, “menos comunicação

social”, “querer mudar o físico simplesmente por ver fotos de blogueiras”, traz à tona a situação atual do mundo, em que existe o aumento de casos de ansiedade, depressão e suicídios, as desavenças entre as pessoas motivadas por ciúmes, posição política, ideias contrárias e preconceitos e, a personificação de mulher e homem ideal, fazendo com que muitas cometam loucuras para conseguir chegar ao ideal que a sociedade impôs. Ao contrário, também obtiveram respostas positivas em que relatam “a relação positiva com corpo, amor próprio, cuidado, coragem”, “a motivação para seguir os sonhos”, “Estilo de vida, modo de vestir, alimentação”. A facilidade de acesso a conteúdos importantes para as mulheres, os exemplos de pessoas que são felizes e transmitem essa mensagem positiva para as jovens, a luta feminina para ganhar mais espaço em todas as áreas, também auxiliam nestas mudanças explicitadas pelas respondentes.

#### 6.2.2 De 21 anos até 30 anos

Esta categoria de idade foi a que obteve o maior número de respondentes, e também uma vasta diversidade de profissões, como: estudantes, empresárias, profissionais de TI, funcionárias públicas, militar, dona de casa, professoras, advogadas, profissionais da saúde, entre outras. O acesso às mídias sociais se dá, preferencialmente, pelo uso do aparelho celular.

A partir destas informações, verifica-se o impacto que este meio exerce nas mulheres da faixa etária em questão (Gráfico 6).



**Gráfico 6** – Impacto das Mídias sociais e *Internet*, em diversas áreas da vida das mulheres de 21 até 30 anos. **Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Avaliam-se *feedbacks* otimistas em todas as áreas indagadas na pesquisa, principalmente em relação à vida social e a relação com a família, as quais tiveram o maior

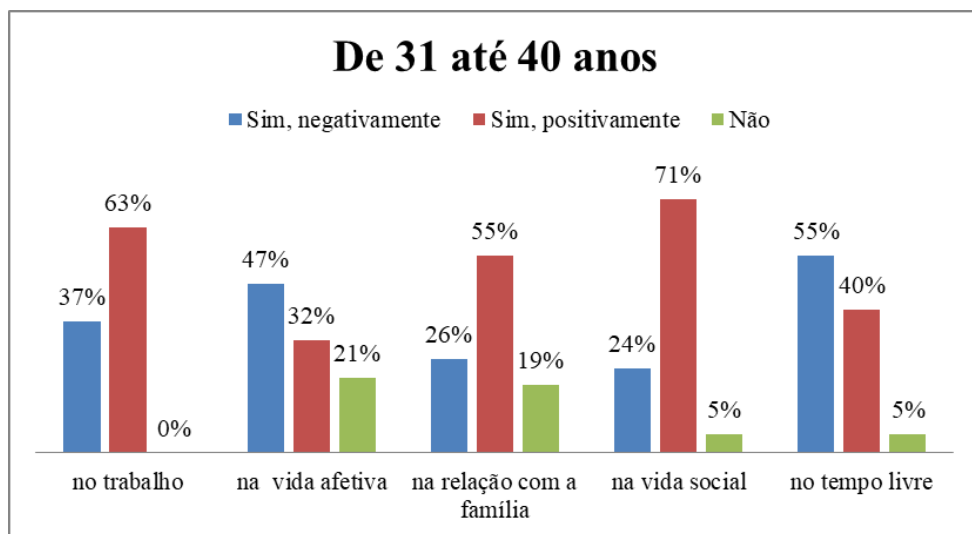
percentual de impacto positivo e menor negativo.

A resposta descritiva mais preocupante nessa faixa etária é a que afirma que o acesso às mídias sociais, “Alivia a sensação de solidão”. Há também quem alega sentir dores em braço, pescoço e costas com o uso, demonstrando que a interferência virtual na vida das respondentes é também física, além de psicológica. Como descrições negativas também foram citadas a “necessidade de consumo”, “ler menos por estar nas redes sociais”, “falta de tempo para outras atividades” e “baixa autoestima”. Por outro lado, o uso das mídias ajuda em muitas na geração de renda, evidenciar marca e empresa, auxílio em pesquisas e até mesmo na busca de novos empregos e concursos, bem como a mudança de visão sobre alguns aspectos e pessoas.

### 6.2.3 De 31 anos até 40 anos

Essa faixa etária teve um total de 38 respondentes, sendo que apenas uma delas acessa mídias sociais pelo notebook, e todas as outras utilizam preferencialmente o celular. Assim como a categoria analisada anteriormente, esta possui uma grande diversidade de área de atuação, abrangendo funcionárias públicas, secretárias, assistentes administrativa, área de TI, professoras, consultora, estudantes, bibliotecária, arquiteta, nutricionista, bancária, entre outras.

Nesta categoria de idade, o impacto das mídias é bem diverso, como se pode ver no Gráfico 7.



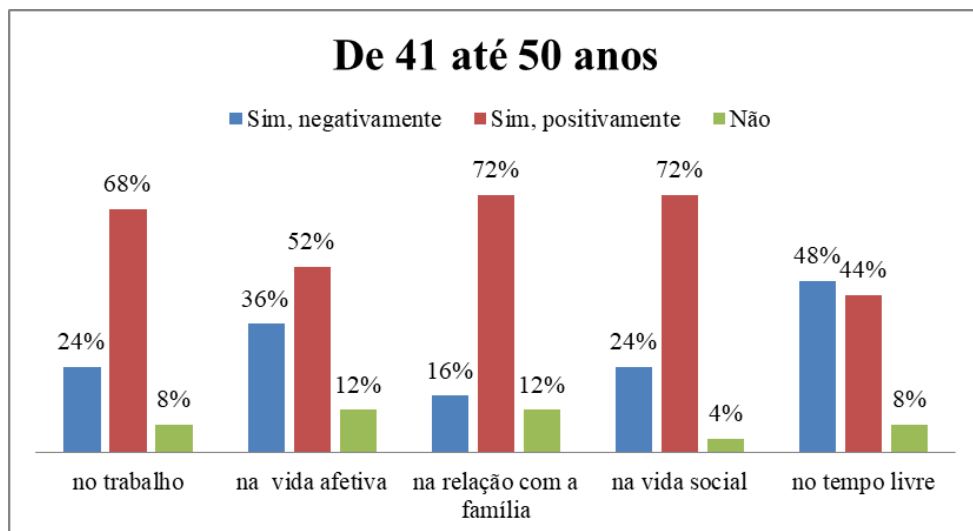
**Gráfico 7** – Impacto das mídias sociais e *Internet*, em diversas áreas da vida das mulheres de 31 até 40 anos.  
**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Nota-se uma que a influência é na maioria positiva em relação ao trabalho, na relação com a família e na vida social – esta com a maior porcentagem destas idades – e, é negativa em relação à vida afetiva e o uso do tempo livre.

Fazendo uma avaliação juntamente com a pergunta posterior, vê-se uma coerência entre a descrição das mudanças que as mídias sociais trouxeram para a vida destas mulheres e as áreas impactadas. Como por exemplo, citaram a facilidade de adquirir novos clientes, divulgação da empresa e estratégias de marketing, aumento de conhecimento e suporte para o trabalho. Também falam da facilidade de comunicação com pessoas e familiares distantes, mas também, interferindo nas relações afetivas próximas. A relação positiva com “cabelo, construção de imagem e identidade”, “mudança de pensamentos perante desigualdade social, machismo e preconceito”, também foram temas abordados nas respostas. Entre as questões mais negativas estão, principalmente, “a procrastinação de obrigações diárias por conta do uso excessivo e sem controle das mídias sociais” e, a “sensação de vazio quando não conseguem chegar ao mesmo nível de perfeição da vida que algumas pessoas compartilham”.

#### 6.2.4 De 41 anos até 50 anos

Para as questões abordadas neste ponto, o número de respondentes desta faixa etária somam 25 mulheres. O acesso às mídias sociais se dá preferencialmente por celular, tendo duas que utilizam o notebook e, a área de atuação desta categoria é formada basicamente por Empresárias, Professoras, Bibliotecárias e Funcionárias Públicas. No Gráfico 8, encontram-se as porcentagens obtidas na questão sobre o impacto das mídias sociais.



**Gráfico 8** – Impacto das mídias sociais e *Internet*, em diversas áreas da vida das mulheres de 41 até 50 anos.  
**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Neste grupo, pode-se analisar o impacto positivo das mídias em quase todos os quesitos avaliados, principalmente em relação à família e vida social, seguido pelo trabalho e vida afetiva. No item “tempo livre” ainda se obtém uma maior influência negativa, mas com um percentual pouco expressivo.

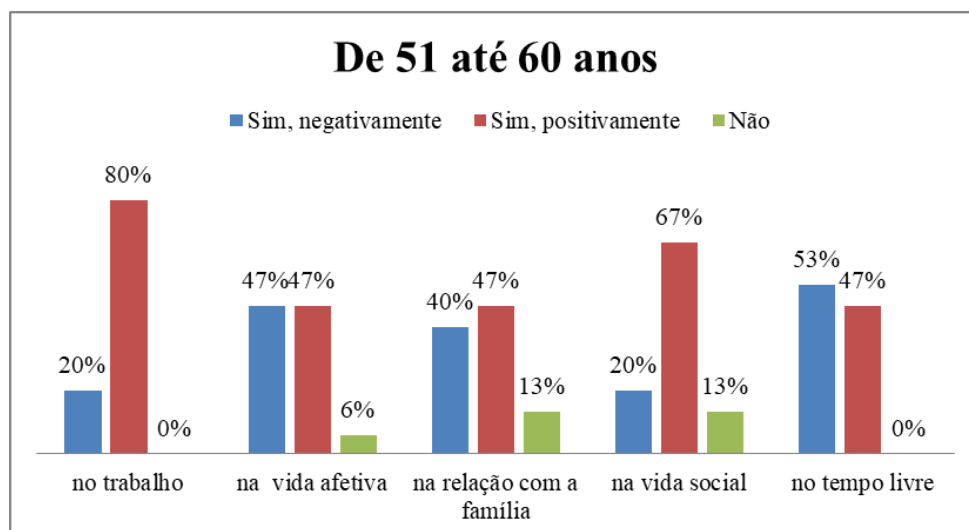
Em relação à pergunta descritiva posterior, houve, também, uma vasta quantidade de respostas positivas, como a mudança de estilo de vida e cuidados com a saúde, modo de atuação profissional e divulgação do trabalho, a consciência de não expor tanto a vida pessoal e a facilidade de comunicação e proximidade com as pessoas.

Salientam-se duas respostas citadas, as quais se referem à mudança de visão e decepção sobre algumas pessoas à respeito de suas publicações, onde mostravam preconceito religioso, racismo, homofobia, intolerância em período eleitoral. Concluindo, assim, que as pessoas tendem a achar que são ficticiamente mais livres para exporem suas opiniões.

#### 6.2.5 De 51 anos até 60 anos

Do total de 15 mulheres desta faixa etária, uma utiliza o Tablet como meio de acessar as mídias sociais e o restante o celular. Dentre as profissões, encontram-se professoras, atuantes da área de TI, bibliotecárias, empresárias e funcionária pública.

O impacto gerado para essas mulheres através das mídias sociais, pode ser analisado no Gráfico 9, apresentado abaixo.



**Gráfico 9** – Impacto das mídias sociais e *Internet*, em diversas áreas da vida das mulheres de 51 até 60 anos.  
**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Nesta categoria, notam-se impactos positivos, na sua maioria, em relação ao Trabalho, a vida social e a família. Na área afetiva, houve um empate no número de respostas positivas e

negativas. Já, quando abordadas sobre o tempo livre, o impacto negativo se torna predominante.

Na questão descritiva, a qual perguntava sobre as mudanças sofridas através das mídias sociais, houve várias respostas boas em relação ao trabalho, as quais citaram que tem uma maior visibilidade do serviço apresentado, *marketing* e aumento de vendas. Também abordaram a possibilidade de se aproximar de pessoas, amigos e famílias que estão distantes.

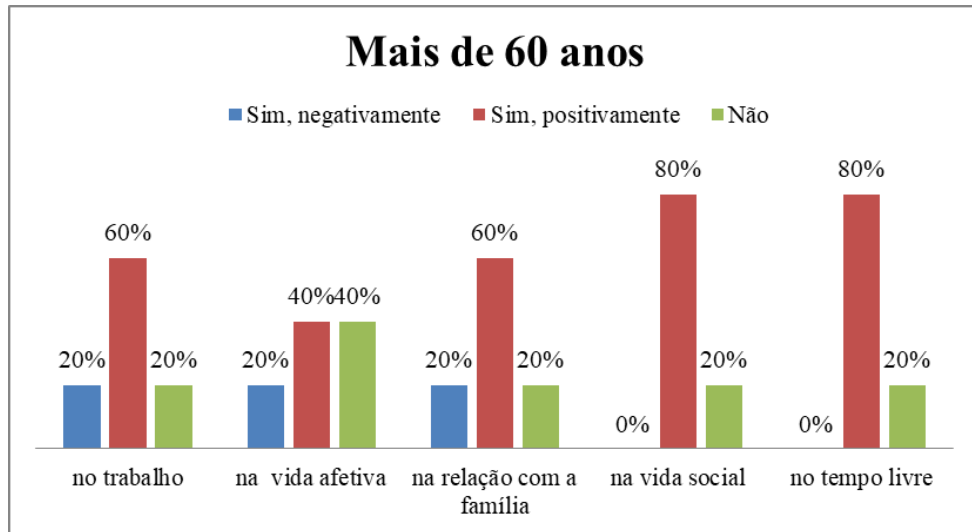
“A perda da paciência com invasões e comentários”; “Diminuição do contato pessoal com algumas pessoas”, foram questões negativas quanto à interferência das mídias sociais na vida das respondentes. Dá-se uma atenção maior para a seguinte resposta: “Passei a conhecer mais pessoas (ou ter vontade de conhecê-las); reatei, ainda que de forma superficial, relação com amigos do passado; comecei a entender melhor pontos de vista de grupos com os quais convivo pouco (como pessoas trans); perdi a vergonha de falar do meu trabalho; aumentei o meu grau de desilusão com a humanidade em geral e com os brasileiros, especificamente”.

Estes meios de comunicação fazem com que as pessoas tenham conhecimento sobre assuntos os quais não teriam tanto contato, podendo assim formar e saber das opiniões de diferentes pessoas sobre diversas temáticas. Salienta-se, também, a forma superficial citada pela respondente, pois mesmo sendo relações entre pessoas reais, cada um demonstra sua vida ou se relaciona com as pessoas da maneira que quiser, sendo ou não sinceros um com o outro.

#### 6.2.6 Acima de 60 anos

Nessa faixa etária, a questão foi respondida por cinco mulheres, que acessam as mídias sociais pelo celular e que atuam como professoras e empresárias, sendo uma aposentada. O impacto gerado através da *Internet* para essa categoria, pode ser analisado no Gráfico 10, a seguir.





**Gráfico 10** – Impacto das mídias sociais e *Internet*, em diversas áreas da vida das mulheres acima de 60 anos.  
**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Destaca-se que, nas mulheres acima de 60 anos, o impacto positivo se torna maior em todas as áreas questionadas pela pesquisadora. O bom uso das mídias sociais, também é avaliado quando perguntadas sobre as mudanças que já sofreram a partir das informações obtidas através da *Internet*, a qual não teve nenhuma resposta negativa.

Após essas análises o que podemos concluir vai ao encontro com Meneghetti. Para o autor, é fundamental para a mulher ter o princípio da “ação cônica. Em todas as coisas que se faz, o importante é que a ação seja cônica, apropriada, útil e funcional à própria identidade, ao próprio egoísmo vital” (MENEGETTI, 2013b, p.280). Portanto, a ação cônica não é apenas para se tornar um líder, mas é um pressuposto para a vida, “o que pretendo dizer é que a vida já é bela e harmoniosa, não é uma obrigação ser líder, o importante é realizar a si mesmos, portanto, não é necessário estressar-se em ser líder a qualquer custo”. [...] “já é algo superior estar bem, ser uma pessoa realizada segundo as próprias dimensões” (MENEGETTI, 2013b, p. 260). Porém, ressaltamos, o mau uso do tempo, tanto no trabalho, na vida afetiva, social ou no tempo livre, exige sempre das mulheres ações cônicas. E esse é o ponto das próximas análises, a mulher é coerente consigo mesma?

### 6.3 GRAU DE IMPORTÂNCIA *VERSUS* GRAU DE SATISFAÇÃO

Em uma segunda parte do questionário, foi analisada a relação das mulheres com 13 atividades cotidianas, averiguando-se o grau de importância destas para a vida das mulheres, assim como o tempo investido em cada tarefa e o grau de satisfação deste tempo despendido.

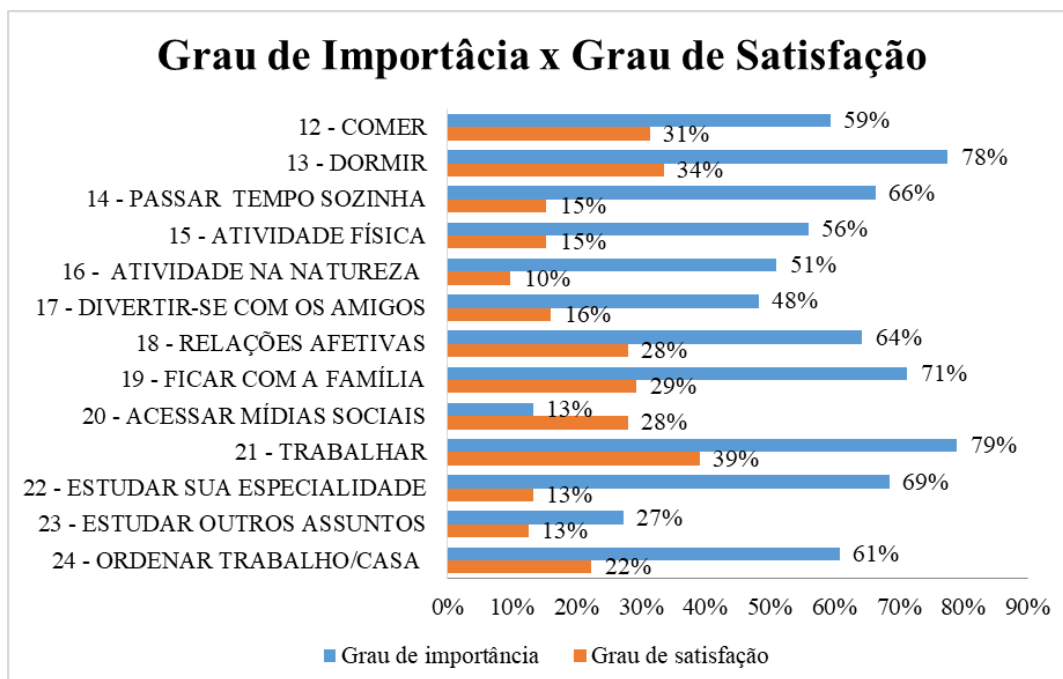
A pesquisa foi originalmente elaborada por SOMBRIO (2014) e adaptada para este trabalho, conforme se pode ver no Anexo A.

Considera-se uma parte muito significativa do questionário, pois corrobora com a parte analisada anteriormente, onde houve uma porcentagem considerável em relação ao impacto negativo com o tempo livre e, também, algumas respostas que descreviam perder um tempo em mídias sociais que podiam estar investindo em outra atividade. Assim, pode-se investigar o porquê essa porcentagem é mais expressiva nas análises anteriores, e relacionar com outras atividades do dia-a-dia.

As respostas foram agrupadas por idade, a exemplo do diagnóstico feito anteriormente do Apêndice A, e foram criados gráficos demonstrando a relação entre o Grau de Importância da atividade e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada uma delas. Vale ressaltar que, para essa verificação, foram levadas em consideração somente as respostas válidas no questionário como Muito Importante ou Muito Satisfeito.

Para uma melhor conclusão dos dados, verificou-se o tempo médio utilizado em cada atividade (questão também solicitada na pesquisa), assim podendo ter uma maior precisão na análise dos dados.

O Gráfico 11 demonstra um diagnóstico geral, de todas as respostas obtidas nesta parte da pesquisa, para posteriormente averiguar de forma mais pontual a importância e o tempo investido em cada faixa etária.



**Gráfico 11** - Interação geral entre o Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

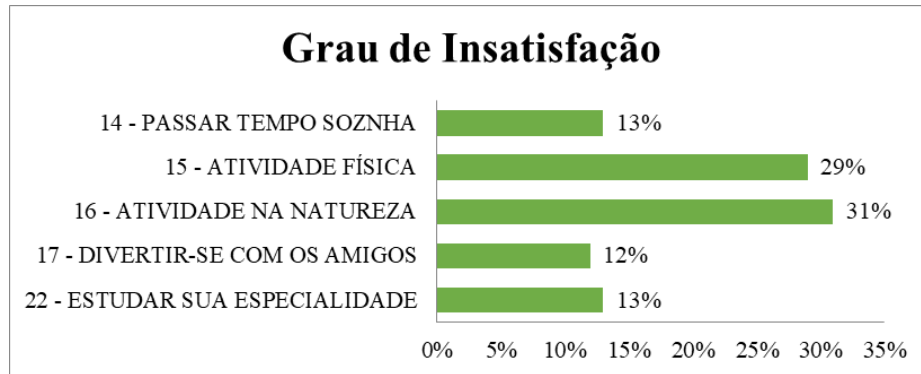
Ao fazer uma análise geral da questão, podemos destacar que as cinco atividades de maior importância para as participantes da pesquisa são “Trabalhar” (79%), “Dormir” (78%), “Ficar com a família” (71%), “Estudar sua especialidade” (69%) e “Passar tempo sozinha” (66%). Destas, as duas primeiras listadas, têm os maiores índices de satisfação com o tempo investido, 39% e 34%, respectivamente. As ocupações com o Grau de Satisfação menor são “Atividade na Natureza” (10%), “Estudar sua especialidade” (13%) e “Estudar outros assuntos” (13%). Pode-se relatar, também, que na média geral, para as mulheres a atividade “Acessar mídias sociais” é a atividade onde há o menor Grau de Importância dentre as 13 analisadas (13%), sendo, também, a única em que a importância foi menor que o Grau de Satisfação (28%).

No quesito trabalho, a média de horas despendida para essa atividade durante a semana é de 7 a 10 horas para a maioria, sendo também a ocupação, dentre as 13 listadas, com maior número de respondentes no item “mais de 10 horas” por dia, sendo, assim, considerado o ofício que mais demanda tempo das mulheres durante a semana, somando 93 mulheres que trabalham acima de 7 horas. Durante o final de semana, a maioria trabalha menos de 1 hora, mas tendo respostas distribuídas entre 1 hora e 7 horas de ocupação.

Dormir, segunda listada, é a atividade que mais utiliza o tempo das mulheres durante o final de semana, tendo um total de 92 respondentes que dormem mais de 7 horas, divididas em 71 até 10 horas e 21 em mais de 10 horas. Entre segunda e sexta-feira, dormir é a ocupação com maior número de respostas no item “de 4 a 7 horas”, concluindo que nesse período de tempo, àquelas horas a mais investidas no final de semana, se dividem em outras atividades, como por exemplo, Trabalhar, descrita acima.

As ocupações com maior número de respondentes de tempo investido no item “mais de 10 horas” por dia são, em ordem, “Ficar com a família”, “Relações afetivas” e “Acessar mídias sociais”. E as com mais respostas no item “menos de 1 hora” são “Atividade na natureza”, “Atividade física”, “Estudar outros assuntos”, “Divertir-se com amigos” e “Passar tempo sozinha” (durante a semana), e “Estudar sua especialidade” (durante o final de semana).

Salienta-se que, dentre essas atividades com menor tempo investido estão duas com o maior nível de importância para as respondentes que são “Estudar sua Especialidade” e “Passar tempo sozinha”. Para dar mais importância nesses itens, analisa-se o Gráfico 12, a seguir que lista as cinco atividades com maior Grau de Insatisfação.



**Gráfico 12** - Maior Grau de Insatisfação dentre as atividades listadas.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Verifica-se que, as atividades citadas anteriormente com menor Grau de Satisfação e com o menor tempo utilizado nelas são, também, as com maior porcentagem no Grau de Insatisfação. “Estudar sua especialidade” e “Passar tempo sozinha”, que eram consideradas Muito Importante, entram no *ranking* de atividades em que o tempo investido é menor e ainda insatisfatório. Mostrando que para essas ocupações, as respondentes deveriam reconsiderar o período despendido a elas.

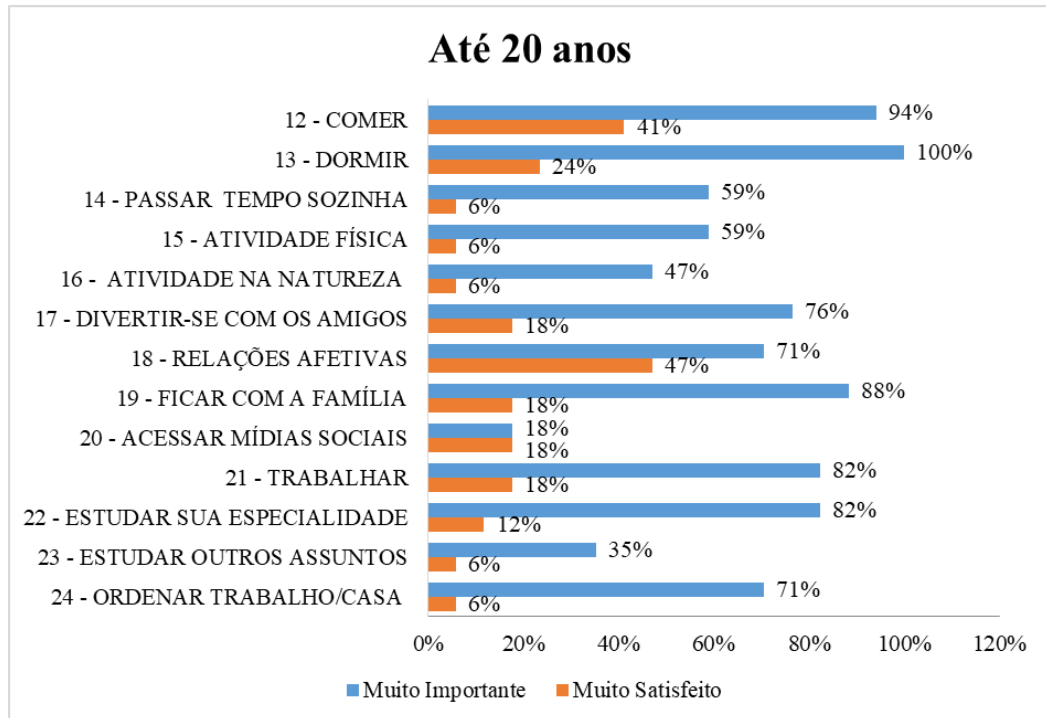
Salienta-se também que, os maiores níveis de insatisfação são para as atividades físicas e na natureza, ambas consideradas importantes para mais de 50% das respondentes, estas também citadas como atividades com o menor tempo investido.

Concluimos assim, em base aos dados analisados até aqui, entre o grau de satisfação e de importância, que o que se destaca é uma grande ambivalência nas mulheres.

Um erro fundamental que mulher comete é que compreende todas as situações, atua um exercício crítico de conhecimento de todas as situações, atua um exercício de conhecimento superior, mas não decide, não coloca o ato de vontade e da coerência. Em certo momento, é preciso impostar uma responsabilidade em coerência: se você quer uma vida excepcional, deve usar coerência excepcional. Ela é implicitamente cúmplice da sua desgraça, porque imposta sempre uma personalidade ambivalente que determina o estado confusional. (MENEGETTI, 2013b, p. 129).

Na sequência, será analisada a interação do Grau de Importância e Grau de Satisfação em cada faixa etária, para posteriormente apresentar as conclusões deste item.

O gráfico 13, apresenta as porcentagens de Muito Importante *versus* Muito Satisfeito na categoria de idade de até 20 anos.



**Gráfico 13** - Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade para mulheres de até 20 anos.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Para essa faixa etária, as atividades consideradas mais importantes são, em ordem, “Dormir” (100%), “Comer” (94%), “Ficar com a família” (88%), “Trabalhar” (82%) e “Estudar sua especialidade” (82%), tendo baixos índices de satisfação com o tempo investido, exceto “Comer” que tem o segundo maior percentual de satisfação (41%). “Relações afetivas” se torna a ocupação com maior grau de satisfação em relação às horas utilizadas nela para essas mulheres (47%). O menor Grau de Importância pode ser verificado em “Acessar mídias sociais” (18%), seguido de “Estudar outros assuntos” (35%) tendo, este, também o menor Grau de Satisfação, juntamente com “Passar tempo sozinha”, “Atividade Física”, “Atividade na natureza” e “Ordenar Trabalho/Casa”, todos com 6%.

Considerando as horas destinadas para cada uma das treze atividades avaliadas, as que mais utilizam o tempo das jovens respondentes (mais de 7 horas) são “Dormir”, “Relações Afetivas” e “Acessar mídias sociais”, sendo esta última a menos importante, como citado anteriormente.

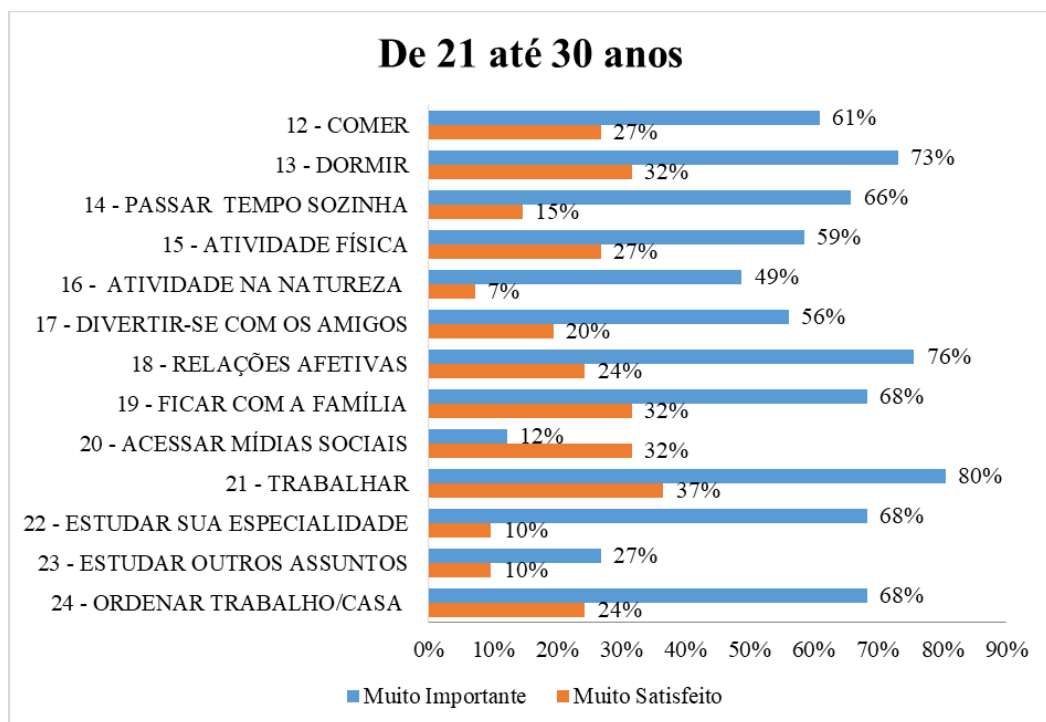
Por outro lado, as ações que tem menos tempo investido (menos de 1 hora) são “Atividade física”, “Atividade na natureza”, “Estudar sua especialidade” e “Estudar outros assuntos”. Nesta listagem, vê-se a presença de uma das atividades mais importantes selecionadas pelas respondentes. As duas primeiras citadas neste parágrafo, são consideradas, em uma análise complementar, como as com o maior nível de insatisfação do tempo

desprendido para realiza-las, com 41% e 35%, respectivamente.

Um dos itens considerados Muito Importantes, também citado, é em relação à convivência com a família e o tempo investido nessa atividade é de 1 a 4 horas por dia.

Pode-se perceber uma contradição neste grupo de mulheres, pois há um investimento de tempo maior em uma atividade que não é considerada muito importante, e menor para ocupações dentre as cinco mais importantes. Assim como um nível de insatisfação maior com funções que não tem um bom investimento de tempo.

Segue a análise no Gráfico 14, onde há a demonstração das porcentagens da relação Importância e Satisfação para mulheres de 21 até 30 anos.



**Gráfico 14** - Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade para mulheres de 21 até 30 anos.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

As mulheres da faixa etária em questão tem como atividades consideradas mais importantes “Trabalhar” (80%), “Relações Afetivas” (76%), “Dormir” (73%), “Ficar com a família”, “Estudar sua especialidade” e “Ordenar trabalho/casa” (estas com 68%). Destas opções citadas, três se encaixam como as com maior percentual de satisfação do tempo investido, que são “Trabalhar” (37%), “Dormir” (32%) e “Ficar com a família” (32%). Juntamente a elas, “Acessar mídias sociais” se torna mais uma que tem um dos maiores índices de satisfação, porém é a atividade menos importante, com apenas 12%. Verifica-se, ainda, que os menores percentuais de Grau de Satisfação do tempo investido em cada item, se encontram em “Atividades na natureza” (7%), “Estudar outros assuntos” (10%) e “Estudar

assuntos de sua especialidade” (10%), este último listado como um dos itens com maior porcentagem de importância.

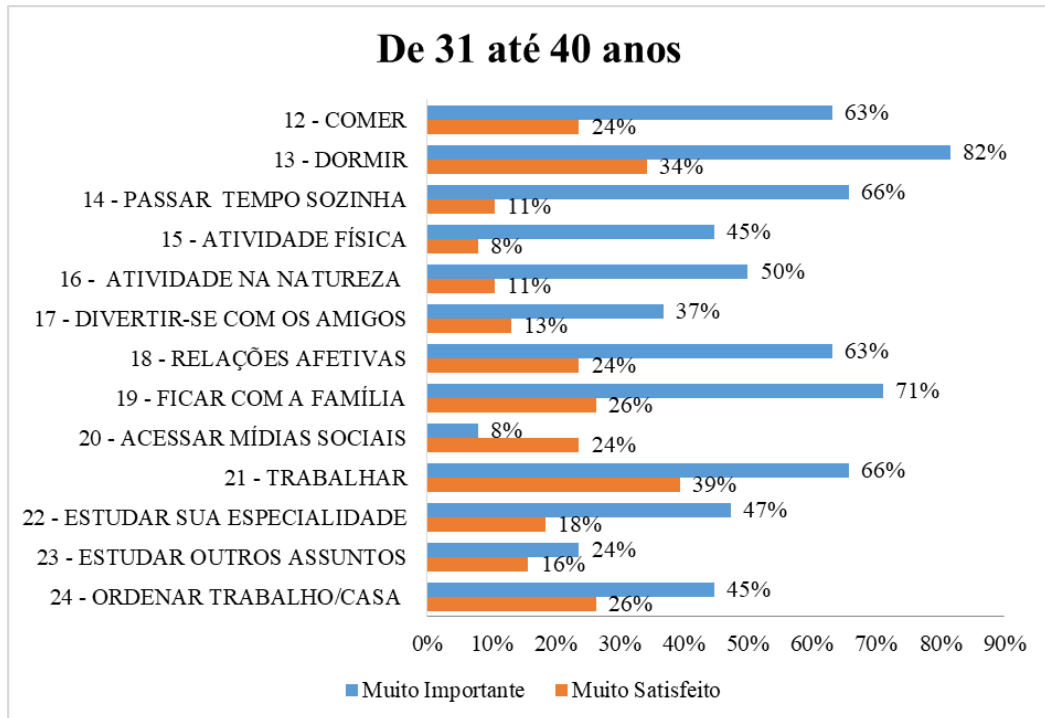
Ao considerar o tempo investido nas atividades, “Dormir” é a que mais ocupa tempo durante o final de semana e “Trabalhar” de segunda a sexta-feira, tendo um gasto de mais de 7 horas para 33 e 32 mulheres, respectivas a cada item citado.

Com menos de 1 hora de investimento, tanto durante a semana quanto fim de semana, fica “Estudar outros assuntos” e “Atividade na natureza”, esta última tem o maior Grau de Insatisfação com o tempo investido, referente a 27%. Ainda, pode-se perceber um baixo uso do tempo durante a semana para “Passar tempo sozinha”, “Divertir-se com os amigos” e “Ficar com a família”, e no final de semana para “Atividade física” e “Estudar sua especialidade”.

Citando as demais atividades consideradas Muito Importantes, “Relações afetivas” e “Ordenar casa/trabalho” o tempo médio investido é de 1 a 4 horas.

Não obstante, corroborando com o baixo investimento de tempo em “Estudar sua especialidade” e “Estudar outros assuntos”, o Grau de Insatisfação com o tempo despendido é maior que o Grau de Satisfação, sendo de 20% e 15%, respectivamente. Dois casos diferentes em que, uma entra no *ranking* de maior importância e uma é a segunda atividade menos importante.

A próxima faixa etária a ser averiguada é a de 31 até 40 anos, demonstrada no Gráfico 15 abaixo, juntamente com Grau de Importância *versus* Grau de Satisfação em cada categoria abordada para as mulheres.



**Gráfico 15** - Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade para mulheres de 31 até 40 anos.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Ao analisar o gráfico apresentado, verifica-se uma maior porcentagem em relação à importância nas atividades “Dormir” (82%), “Ficar com a família” (71%), “Passar tempo sozinha” (66%) e “Trabalhar” (66%). Destas, “Trabalhar” apresenta o maior Grau de Satisfação de tempo investido, com 39%, seguido de “Dormir” com 34% e as menores taxas de satisfação estão em “Atividade física” (8%), “Atividade na natureza” (11%) e “Passar tempo sozinha” (11%), esta considerada uma das de maior Grau de Importância. Relata-se, novamente, que “Acessar mídias sociais” tem o seu Grau de Satisfação ao tempo investido (24%) maior que a Importância (8%) do mesmo, considerando-se a atividade menos importante dentre as listadas.

Averiguando o tempo despendido em cada atividade, pode-se considerar que dentre as listadas, “Dormir” e “Trabalhar” são as opções que utilizam mais horas no dia-a-dia das mulheres, sendo a primeira durante o final de semana e a segunda durante o restante dos dias. Outras funções que tiveram a opção de “mais de 10 horas” selecionada foram “Relações afetivas”, “Ficar com a família” e “Acessar mídias sociais”, mas não sendo a resposta da maioria das mulheres nessas atividades.

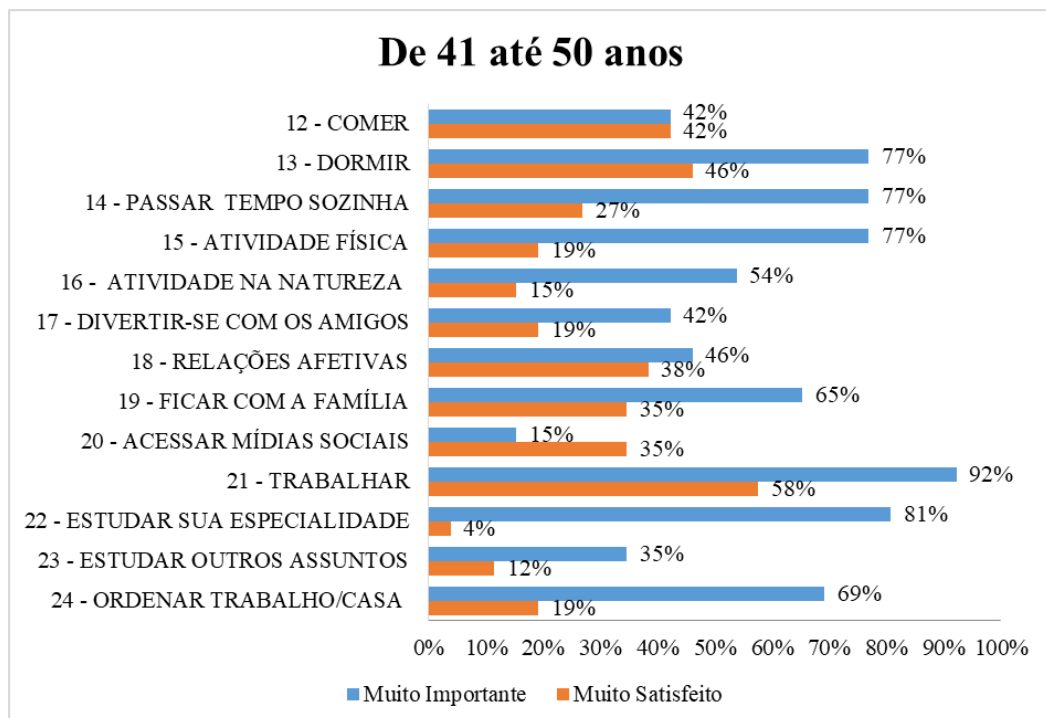
Avaliam-se, também as atividades que usufruem menos de 1 hora por dia, tanto durante quando no fim de semana, as quais entram nessa listagem “Atividade física”, “Atividade na natureza”, “Estudar outros assuntos”, “Estudar sua especialidade” e “Passar



tempo sozinha”, sendo esta última uma das mais importantes para as respondentes.

Como complemento, ainda se pode afirmar que “Atividade física”, “Atividade na natureza” e “Ficar tempo sozinha” são as atividades com o maior nível de insatisfação quanto ao uso do tempo investido nelas, com 47%, 37% e 26%, respectivamente, podendo concluir novamente que estas atividades deveriam ter uma busca maior para serem realizadas pelas mulheres respondentes.

No Gráfico 16, está apresentada a relação entre o Grau de Importância *versus* Grau de Satisfação em relação às atividades listadas e o tempo investido nelas.



**Gráfico 16** - Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade para mulheres de 41 até 50 anos.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Para as mulheres de 41 até 50 anos, as atividades consideradas mais importantes são “Trabalhar” (92%) e “Estudar sua especialidade” (81%), sendo esta a que mais chama a atenção nos resultados, pois há uma grande diferença em relação ao Grau de Satisfação perante o tempo investido neste quesito, sendo de apenas 4%. O tempo utilizado nesta atividade, para grande maioria é de 1 a 4 horas por dia, sendo a primeira faixa etária das citadas que não tem seu maior número de respostas no item “menos de 1 hora”. Salienta-se uma grande preocupação destas mulheres com a atividade em evidência.

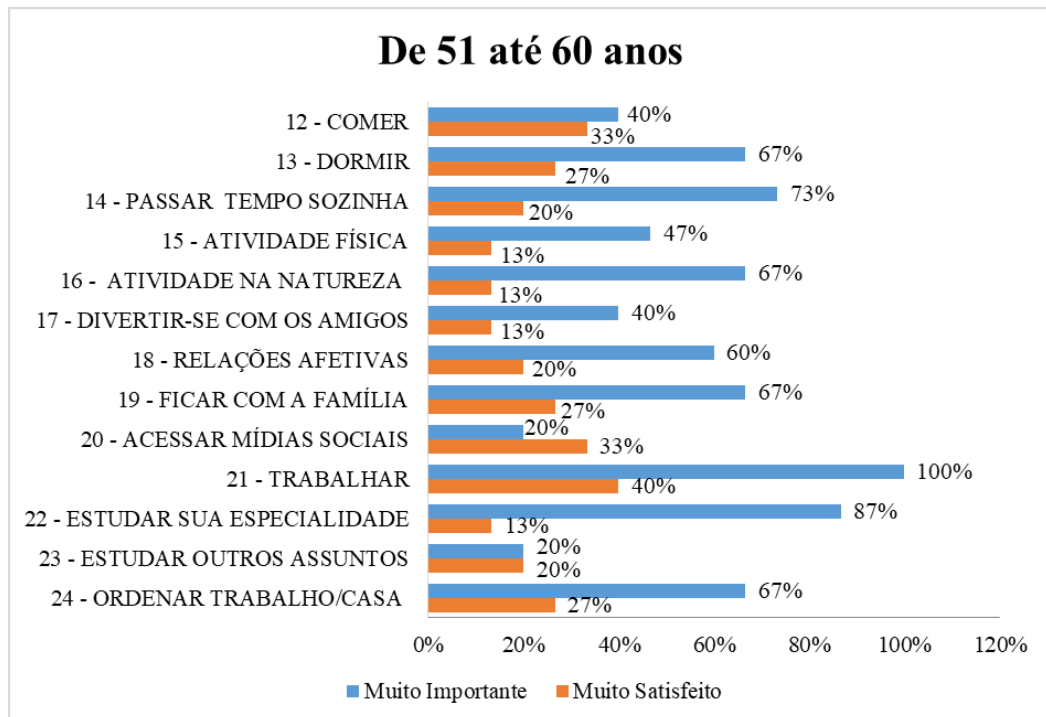
Ainda, as ocupações com uma taxa positiva em relação à importância são “Dormir”, “Passar tempo sozinha” e “Atividade física”, todas com 77% de respostas. Os maiores percentuais de satisfação se referem a “Trabalhar” (58%), “Dormir” (46%) e “Comer” (42%).

“Acessar mídias sociais” se mantém como a atividade com menos importância para as mulheres, totalizando apenas 15%, e com a taxa de satisfação maior considerando a interação avaliada, sendo esta de 35%.

Ao analisar o tempo investido nas atividades, das mulheres desta faixa etária, se vê um equilíbrio de divisão de tempo por tarefas. As que mais demandam horas são “Trabalhar” (durante a semana) e “Dormir” (Final de semana), as demais ocupações ficam, na sua maioria, com o investimento de 1 a 4 horas por dia em cada atividade, exceto “Atividade na natureza” e “Estudar outro assunto” que tiveram o item “menos de 1 hora” com mais respostas.

Em relação ao Grau de Insatisfação de tempo despendido por atividade, apenas duas tem este maior que o Grau de Satisfação que são “Atividade na natureza” (31%), tarefa que está entre as com menos tempo investido e, “Estudar sua especialidade” (12%) que, como já explicitado anteriormente, é considerada uma das atividades com maior Grau de Importância, mas também com uma grande preocupação com o tempo que lhe é investida.

Dando sequência as análises, no Gráfico 17, estão as porcentagens referentes às mulheres de 51 até 60 anos.



**Gráfico 17** - Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade para mulheres de 51 até 60 anos.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Para esta faixa etária, todas as respondentes selecionaram a função “Trabalhar” como a mais importante da lista, seguida de “Estudar sua especialidade” (87%) e “Passar tempo sozinha” (73%). Pela primeira vez, há um empate nas atividades com menos percentual de

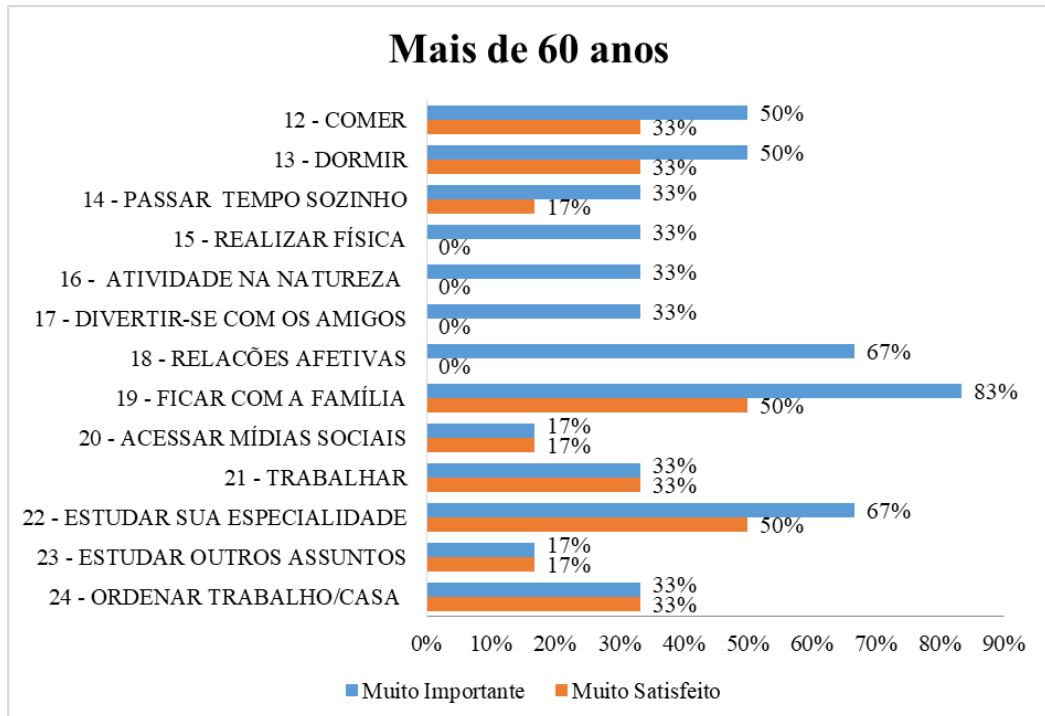
importância, sendo que “Acessar mídias sociais” e “Estudar outros assuntos” obtiveram apenas 20% de respostas Muito Importante.

Ao analisar o Grau de Satisfação em relação ao período destinado à lista de atividades citadas, “Trabalhar” se torna, novamente, a com maior porcentagem, somando um total de 40% de pessoas satisfeitas com o investimento de tempo. Em seguida, estão “Comer” e “Acessar mídias sociais”, ambas com 33% de satisfação, mesmo sendo ocupações consideradas menos importantes. As menores porcentagens podem ser visualizadas nos campos “Atividade física”, “Atividade na natureza”, “Divertir-se com amigos” e “Estudar sua especialidade”, todas com apenas 13% de satisfação.

Levando em consideração as horas investidas nas atividades, nota-se o maior tempo investido no “Trabalho” durante a semana e, em “Dormir” e “Ficar com a família” nos fins de semana. As que têm o menor prazo destinado, no dia-a-dia, são: “Atividade na natureza”, considerada muito importante pelas mulheres desta categoria, “Divertir-se com amigos” e “Estudar outros assuntos”, a qual tem menos importância para a faixa etária. “Estudar sua especialidade”, que é considerada a segunda tarefa mais importante, acaba tendo um baixo investimento de tempo, sendo menos de 1 hora no final de semana e menos de 4 horas de segunda a sexta-feira, o que explica um dos menores Graus de Satisfação com o tempo investido na listagem apresentada. As mídias sociais, que é foco da pesquisa, para essa faixa etária desprende em média 1 a 4 horas por dia.

E, para complementar a análise, as atividades listadas como tendo menos de 1 hora de investimento, “Atividade na natureza” e “Divertir-se com amigos”, são também as com maior Grau de Insatisfação em relação a este tempo, totalizando 20% de respostas cada uma.

Concluindo o levantamento de dados obtidos pela pesquisa, segue as porcentagens relacionadas às respostas dadas pelas mulheres de mais de 60 anos (Gráfico 18).



**Gráfico 18** - Grau de Importância e o Grau de Satisfação do tempo investido em cada atividade para mulheres de mais de 60 anos.

**Fonte:** dados da pesquisa (2019)

Verifica-se, nesta última categoria avaliada que, as atividades com maior percentual de importância são “Ficar com a família” (83%), “Estudar sua especialidade” (67%) e “Relações afetivas” (67%). As duas primeiras tem, também o maior nível de satisfação em relação ao tempo investido. Considerando as “Relações afetivas”, o nível de Insatisfação (17%) é mais alto que o Grau de Satisfação da mesma (0%).

Dentre as tarefas listadas, as que utilizam mais tempo das respondentes são “Ficar com a família” e “Trabalhar”, e as que desprendem menos horas são “Atividade na natureza”, “Atividade física” e “Ordenar casa/trabalho”.

#### 6.4 CONCLUSÕES ADVINDAS DAS ANÁLISES

O tempo livre, expresso nesta pesquisa, representa, na compreensão de Aquino e Martins, (2007), o tempo verdadeiramente livre que se pode dispor. Onde o sujeito experimenta a sensação de vivenciá-lo sem nenhum tipo de pressão ou compromisso com produtividade. É um tempo de compromisso consigo mesmo, pleno de autocondicionamento.

Porém, como ressaltado pelas análises, a falta de congruência e a ambivalência estão presentes na vida das mulheres. Elas querem, desejam algo, mas não fazem as escolhas. Segundo Meneghetti,

Cada um de nós conhece há anos essa situação ambivalente da mulher, [...] na essência do drama subterrâneo, que foi visto muitas vezes com a análise ontopsicológica, se existe verdadeiramente coerência de orgulho e de capacidade liderística, é necessário ir a fundo, eliminar essa dicotomia. Caso contrário, a mulher faz parte da mediocridade, é uma das tantas peças. Se quiser ser líder, ou afronta radicalmente esse aspecto e em seguida é coerente, ou deve renunciar a um objetivo primado de vida, de ciência, de história e de relação. (MENEGETTI, 2013b, p. 225-26)

Podemos considerar que é preciso também uma aprendizagem também para os mais diversos e possíveis usos do tempo livre. Isso significa ensinar como se evita a alienação que pode ser provocada pelo tempo vago.

Essa alienação vem também do mau uso das mídias sociais, e estamos de acordo com Munné e Codina (1996, p.431),

En la sociedad de masas, el ocio se destina preferentemente al consumo ya sea de bienes o servicios (diversiones) ya sea a la industria cultural. El potencial de esta nueva forma de ocio, impulsada cada vez más por los avances tecnológicos y los mass media, es estremecedor. [...] Así hoy, empleamos el tiempo de ocio tanto de un modo creativo o para recuperarnos de la fatiga como para ostentar ante los demás, pasar (perder) simplemente el tiempo o dedicarnos al consumo.

A mulher não pode fazer alibi de sua responsabilidade, deve agir com coerência a sua força natural. Concluindo essa seção, gostaríamos de ressaltar com o que Meneghetti (2013b, p. 284), destaca em relação a como a mulher deve gerir a própria interioridade. Na visão do autor, a mulher, mais do que o homem, precisa de um cuidado narcisista do próprio corpo. Cuidado com as roupas, principalmente a íntima, pois possui uma sensibilidade superior. Assim, a mulher “deve encontrar o seu ritmo, quando tomar o seu banho, quando pensar em si mesma. Precisa de um espaço que pertença somente a si mesma, à sua inteligência, deve ser uma senhoria da sua feminilidade. É um conjunto de tantas pequenas coisas que fazem a liturgia da ação liderística.”

Assim, a partir de sua maturidade psicológica, moral, de sua autonomia, e das ações cômguas, a mulher pode ser o que quiser ser.

## **7 CONCLUSÃO**

Quando se analisa o uso de Mídias sociais e essa interferência no tempo das pessoas, chega-se ao resultado que, mesmo entendendo o malefício, as mulheres utilizam-nas de modo que o seu uso interfere na sua vida pessoal, no trabalho, na vida afetiva e/ou com a família. A busca por referencial teórico foi geral, pois não se encontrou base de material anterior relacionando o uso de tempo das mulheres; para isso foi realizado a pesquisa virtual, na qual 143 mulheres responderam a pesquisa, mostrando as mais diferentes interferências da *Internet*

em suas vidas.

Em muitas respostas, houve grande contradição, quando analisadas mulher a mulher. Contradições como: mulheres que disseram que as mídias sociais não interferem em sua vida, também responderam que são afetadas negativamente no trabalho pelo seu uso.

Levando-se em consideração todas as análises mostradas pelos resultados da pesquisa, pode-se responder à questão-problema que deu origem ao presente artigo, sendo esta: considerando seu uso diário e a facilidade de comunicação e exposição social, que impacto as mídias sociais exercem no uso do tempo pelo público feminino? Expondo que o questionário foi respondido somente por mulheres, podemos tirar conclusões sobre o problema, tais quais: as mulheres mais jovens consomem mais tempo livre na *Internet* e acessando mídias sociais, deixando, muita vezes, pouco tempo para atividades diárias indispensáveis para uma vida saudável e plena. Assim como se pode analisar que as mulheres de média faixa etária, até mulheres com idade mais avançada, conseguem ter um equilíbrio melhor entre o acesso as mídias sociais e as tarefas diárias do seu dia a dia.

A pesquisa bibliográfica do tema das Mídias sociais e uso do tempo exemplificou como as pessoas, virtualmente ou não, interferem na vida das mulheres. As pessoas tendem a se sentirem “livres” na *Internet*, para postar, comentar e ver o que lhe é de seu real interesse e gosto. Muitas vezes as atitudes tomadas por seres humanos nas redes sociais globais se mostram tão diferentes das atitudes reais destes mesmos seres, que acabam afastando pessoas próximas. O que se viu muito no último ano foram amizades virtuais, e reais, sendo desfeitas por causa de opiniões políticas e religiosas extremas colocadas em páginas pessoais. Inclusive sendo essa uma questão muito interessante que pode ser levantada em uma segunda pesquisa da autora.

Com a análise das respostas, pode-se observar que as mulheres mais novas que responderam às perguntas tendem a sofrer mais com o uso excessivo das mídias sociais, inclusive tendo aumento de problemas de saúde psíquica como ansiedade e solidão; concluindo que a exposição superficial dada pelo mundo virtual afeta diretamente na vida das mulheres mais novas. Assim, as mulheres de maior faixa etária conseguem usar a *Internet* a seu favor, como por exemplo, para aumentar vendas em negócio próprio ou contato com pessoas que há muitos anos não tinham contato.

Conclui-se que as Mídias Sociais geram impacto em todas as mulheres, mas cada uma deve saber a maneira correta de utilizá-la para que contribua de forma positiva para si.

## REFERÊNCIAS

AQUINO, Cássio Adriano Braz; MARTINS, José Clerton de Oliveira. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. **Rev. Mal-Estar Subj.**, Fortaleza , v. 7, n. 2, p. 479-500, set. 2007 . Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-61482007000200013&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200013&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 06 maio 2019.

BATTAGLIA, F. **Filosofia del lavoro**. Bologna: Zuffi, 1951.

BONATO, Taís Nicoletti. **Hábitos de lazer e autoconceito em adolescentes**. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social e da Personalidade) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

BUENO, Luis Antonio Feitosa. **Uso de Mídias sociais, ansiedade e depressão: revisão integrativa e interface**. Monografia (Graduação) - Curso de Medicina, Universidade Federal do Maranhão, Faculdade de Medicina da UFMA, 2018.

CUENCA, M. C.. **Ocio humanista, dimensiones y manifestaciones actuales del ocio** Bilbao, España: Instituto de Estudios de Ócio/Universidad de Deusto, 2003. (Documentos de Estudios de Ocio, Num.16).

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. **A Busca da Excitação**. Difel - Difusão Editorial Ltda. Lisboa, 1992.

FERREIRA, Camila Lopes. **Trabalho, tempo livre e lazer: uma reflexão sobre o uso do tempo da população brasileira**. Paraná, 2010.

FERREIRA, Camila Lopes. **O uso do tempo: uma análise da população brasileira**. 4 *Encontro de Engenharia e Tecnologia dos Campos Gerais*. Paraná: 2008.

LIMA, Ana Carolina Espírito Santo. **Mineração de Mídias sociais como ferramenta para a análise da tríade da persona virtual**. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica e Computação) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2016. Bibliografia: f. 167-180.

MENEGHETTI, Antonio. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2010.

MENEGHETTI, Antonio. **O Projeto Homem**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2011.

MENEGHETTI, Antonio. **Os Jovens e a Ética Ôntica**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013.

MENEGHETTI, Antonio. **Feminilidade como Sexo, Poder, Graça**. 5ª. Ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013b.

MENEGHETTI, Antonio. **A Psicologia do Líder**. 5 ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013.

MENEGHETTI, Antonio. **Do Humanismo Histórico Ao Humanismo Perene**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2014.

MENEGHETTI, Antonio. **Residence Ontopsicológico**. 4 ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2016.

MENEGHETTI, Antonio. **Antonio Meneghetti sobre... Jovens e Realidade Cotidiana**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2017.

MUNNÉ, F.; CODINA, N. Psicologia Social del ocio y el tiempo libre. In: ÁLVARO, J. L.; GARRIDO, A.; TORREGROSA, J. R. (Orgs.), **Psicología Social Aplicada**. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, 1996. p. 430-448.

SARRIERA, Jorge Castellá; TATIM, Denise Carvalho; COELHO, Roberta P. Schell; & BÜCKER, Joana. **Uso do Tempo Livre por Adolescentes de Classe Popular**. *Psicologia Reflexão e Crítica*. 2007.

SOMBRIO, Guilherme Schreinert. **As dinâmicas do homem e a vivência do tempo**: um estudo com jovens inovadores. Universidade Estatal de São Petersburgo. Rússia, 2014.

WE ARE SOCIAL (Org.). **Digital in 2019**. New York: We Are Social, 2019. Disponível em: <<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>>. Acesso em: 27 fev. 2019.

WEBER, Claudiane. FERREIRA, Sueli Mara S. P. Imagens como informação para a vida cotidiana, responsabilidades do indivíduo para o uso: Diálogos Entre a Ciência da Informação e a Ontopsicologia. **Saber Humano**. Restinga Seca, RS. Seção Especial: Prêmios FOIL. p. 23-34, jul./dez. 2017.



## Apêndice A

### Trabalho de Conclusão de Curso sobre uso do tempo e mídias sociais. (MBA 2016)

Os dados aqui informados no presente questionário farão parte da pesquisa intitulada “A RELAÇÃO ENTRE O TEMPO LIVRE E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS E SEU IMPACTO NA VIDA DAS MULHERES”, que tem por objetivo analisar o impacto da relação uso do tempo versus mídias sociais. Tal pesquisa está sendo desenvolvida como parte do Programa MBA Business Intuition Identidade Empresarial - turma de 2016, no qual sou aluna. As participantes não serão identificadas, também não serão divulgados resultados de forma específica que possam identificar as participantes. Trata-se de um breve formulário, que terá duração de no máximo 10 minutos.

Caso tenha alguma dúvida, estou a disposição pelo e-mail [jaquefischer13@hotmail.com](mailto:jaquefischer13@hotmail.com)

Por sua participação e atenção, agradeço.

Cordialmente,  
Jaqueline Fischer

1 - Qual a sua faixa etária?

Até 20 anos	De 21 anos até 30 anos	De 31 anos até 40 anos	De 41 anos até 50 anos	De 51 anos até 60 anos	Acima de 60 anos
-------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------

2 - Qual a sua atuação?

Estudante

Empresária

Área de TI

Other:

3 - Qual cidade reside?

4 - Na maioria das vezes, você se conecta às mídias sociais por

Celular

Notebook

Tablet

5 - Quais mídias sociais você mais utiliza? (múltipla escolha)

Facebook

Instagram

Twitter

WhatsApp

Youtube

Other:

6 - Você utiliza as mídias sociais para (múltipla escolha)

Pesquisa/Estudos

Trabalho

Notícias

Passatempo/Diversão

Other:

7 - Quais tipos de pessoas/páginas você segue/curte? (múltipla escolha)

Família

Amigos

Colegas de trabalho

Atores/Atrizes e Cantores

Estilo de Vida

Arte e Cultura

Notícias em geral

Blogueiras

Viagens

Interesses de consumo e compras

Other:

8 - Qual o grau de impacto das informações das redes sociais na sua vida

Me sinto pouco Impactada	1	2	3	4	5	Me sinto muito Impactada
--------------------------	---	---	---	---	---	--------------------------

9 - Qual a importância das mídias sociais para a manutenção e desenvolvimento das relações afetivas?

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

10 - O uso das mídias sociais interfere

	Sim, negativamente	Sim, Positivamente	Não
No Trabalho			
Na Vida Afetiva			
Na Relação com a Família			
Na Vida Social			
No Tempo Livre			

11 - Algo já mudou na sua vida por influência das mídias sociais? O

que? \_\_\_\_\_

### Anexo A

Abaixo você contará com uma lista de atividades com quatro perguntas a serem respondidas sobre cada uma delas. É muito importante que você se concentre para responder com o máximo de exatidão as questões.

#### COMER

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo **por dia em média** você investe nesta atividade no **final de semana**

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo **por dia em média** você investe nesta atividade **durante a semana**

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você

Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito
--------------------	---	---	---	---	---	------------------

#### DORMIR

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo **por dia em média** você investe nesta atividade no **final de semana**

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo **por dia em média** você investe nesta atividade **durante a semana**

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você

Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito
--------------------	---	---	---	---	---	------------------

#### PASSAR UM TEMPO SOZINHO PARA REFLETIR E PENSAR SOBRE SUAS COISAS

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?

Pouco importante	-3	-2	-1	0	1	2	3	Muito importante
------------------	----	----	----	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo **por dia em média** você investe nesta atividade no **final de semana**

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo **por dia em média** você investe nesta atividade **durante a semana**

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você

Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito
--------------------	---	---	---	---	---	------------------

#### REALIZAR ALGUMA ATIVIDADE FÍSICA

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito

### REALIZAR ALGUMA ATIVIDADE JUNTO DA NATUREZA

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito

### DIVERTIR-SE COM OS AMIGOS

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito

### RELACIONAR-SE AFETIVAMENTE

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito

<b>FICAR COM A FAMÍLIA</b>
----------------------------

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
---	--	--	--	--	--	--

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
---	--	--	--	--	--	--

Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito
--------------------	---	---	---	---	---	------------------

<b>ACESSAR AS MÍDIAS SOCIAIS</b>
----------------------------------

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
---	--	--	--	--	--	--

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
---	--	--	--	--	--	--

Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito
--------------------	---	---	---	---	---	------------------

<b>TRABALHAR</b>
------------------

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
---	--	--	--	--	--	--

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
---	--	--	--	--	--	--

Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito
--------------------	---	---	---	---	---	------------------

<b>ESTUDAR ASSUNTOS RELACIONADOS A SUA ESPECIALIDADE</b>
--

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
---	--	--	--	--	--	--

Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante
------------------	---	---	---	---	---	------------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
---	--	--	--	--

Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs
--------------	-----------	-----------	------------	--------------

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito

**ESTUDAR ASSUNTOS DIVERSOS, NÃO RELACIONADOS A SUA ESPECIALIDADE**

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito

**COLOCAS AS COISAS EM ORDEM NO LOCAL DE TRABALHO E/OU NA CASA**

Qual o grau de importância esta atividade possui para você?						
Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito importante

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade no <b>final de semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Quanto tempo <b>por dia em média</b> você investe nesta atividade <b>durante a semana</b>				
Menos de 1hr	1hr – 4hs	4hs – 7hs	7hs – 10hs	Mais de 10hs

Qual o grau de satisfação quanto ao tempo atualmente investido nesta atividade pra você						
Muito insatisfeito	1	2	3	4	5	Muito satisfeito