comunicologia
Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília

SAÚDE MENTAL, COMUNICAÇÃO E CONSUMO NO YOUTUBE: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE JOVENS POTIGUARES

Guilherme Libardi[1]
José Ailton de Freitas Silveira Filho[2]

RESUMO
O presente artigo tem como objetivo analisar as práticas de consumo de informações relacionadas à saúde mental no YouTube a partir de entrevistas com sete jovens potiguares. Para tanto, apresenta um panorama das relações entre políticas de saúde mental no Brasil e o papel da comunicação, além do debate na mídia de massa e digital.

PALAVRAS-CHAVE
Saúde mental. Comunicação. Práticas de consumo. YouTube.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, o tema "saúde mental" está na ordem do dia, seja pautado pela mídia de massa, por influenciadores nas mídias sociais ou pelas autoridades do Estado. Este artigo, além de explorar a emergência do tema no debate público, tem como objetivo principal analisar de que forma jovens potiguares vêm se relacionando com os debates em torno da "saúde mental" no seu cotidiano a partir do seu consumo de mídia. Para tanto, foram realizadas pesquisas bibliográficas a fim de mapear o debate acadêmico sobre a relação entre saúde mental e comunicação; pesquisa documental para tratar de exemplos sobre a inserção do tema na pauta midiática; e sete entrevistas semiestruturadas com jovens potiguares para observar a relação deles com o assunto e a mediação das tecnologias de comunicação no consumo do tema.

Embora trate-se de um tema que vem ganhando, paulatinamente, mais visibilidade midiática; no nível do Governo Federal, somente no ano de 2023 foi estabelecido um órgão específico para atuar sobre os problemas de saúde pública envolvendo a saúde mental – o Departamento de Saúde Mental (DESME). Este departamento integra a Secretaria de Atenção Especializada do Ministério da Saúde e pauta-se pelos princípios da Reforma Psiquiátrica

[1] Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS). Pesquisador de Pós-Doutorado em Imagem e Som (UFSCar). E-mail: gblibardi@gmail.com.
[2] E-mail: joseailton97@hotmail.com.

brasileira e da Luta Antimanicomial, buscando consolidar uma rede de atenção psicossocial em diversas frentes: Unidades Básicas de Saúde (UBS), Unidades de Pronto Atendimento (UPAs), Hospitais Gerais, entre outras (BRASIL, 2023). A recente institucionalização de um departamento voltado aos cuidados da saúde mental, embora ainda com investimentos e ações tímidas e pouca presença midiática, sinaliza um avanço no próprio modo de compreender o que é "saúde", superando a associação comumente realizada com seu aspecto "físico" em detrimento do nível psíquico. De acordo com o Ministério da Saúde, em consonância com a Organização Mundial da Saúde (OMS), "saúde mental" é entendida como "[...] um estado de bem-estar vivido pelo indivíduo, que possibilita o desenvolvimento de suas habilidades pessoais para responder aos desafios da vida e contribuir com a comunidade" (BRASIL, 2023, s/p).

Em uma revisão sistemática de literatura acerca dos usos do conceito de "saúde mental" nas produções científicas brasileiras, Alcântara, Vieira e Alves (2022) observaram que o tema vem ganhando um caráter cada vez mais interdisciplinar, destacando que tal movimento é importante para propiciar um cuidado integrado e descentralizado da figura do médico. Os autores destacam o estudo empreendido por Gama, Campos e Ferrer (2014) que, interessados em pensar sobre as relações entre saúde mental e vulnerabilidade social, vislumbram

> [...] uma mudança na direção do tratamento saindo de práticas centradas na doença, na assistência curativa e na intervenção medicamentosa para intervenções que valorizem a criação de sentidos para o sofrimento mental e que produzam ampliação das relações sociais do sujeito portador de sofrimento mental (2014, p. 80).

O presente texto, portanto, visa contribuir – desde a Comunicação – para uma discussão que dê centralidade ao consumo de conteúdos midiáticos acerca da saúde mental por jovens de 18 a 29 anos[3] residentes na capital do Rio Grande do Norte, Natal, e Grande Natal[4]. Este estudo qualitativo enfocou para o consumo do tema "saúde mental" no YouTube

[3] De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), o indivíduo jovem possui uma idade entre 15 a 29 anos. Para este trabalho, entretanto, por questões éticas avaliamos apenas os indivíduos acima de 18 anos para que nenhuma pessoa menor de idade respondesse os questionamentos sem acompanhamento e autorização de pais ou responsáveis.

[4] De acordo com a Lei Complementar Estadual nº 152, de 16 de janeiro de 1997, a região metropolitana de Natal, ou Grande Natal, compreende os seguintes municípios: Natal, Parnamirim, São Gonçalo do Amarante, Ceará-Mirim, Macaíba, Extremoz, São José de Mipibu, Monte Alegre, Vera Cruz. Maxaranguape, Ielmo Marinho, Arez, Goianinha e Nísia Floresta.

e foi levado a cabo no ano de 2021, um ano após a eclosão da pandemia de Covid-19 no Brasil. O roteiro foi aplicado de maneira online via Google Meet, escolhida por ser gratuita e de fácil acesso. Também, a condição remota de aplicação da pesquisa propiciou maior praticidade e segurança tendo em vista cenário pandêmico daquele momento. Para encontrar os sujeitos entrevistados, fizemos um levantamento informal em formato de "enquete" no story do Instagram de José Silveira, coautor deste trabalho, no qual questionamos, respectivamente, se os seguidores consumiam conteúdos sobre saúde mental nas ambiências citadas: mídias sociais e, posteriormente, no Youtube. Como resultado, 139 sujeitos indicaram que praticavam este consumo nas redes sociais digitais, de modo geral; e 58 destes, no Youtube. As sete pessoas selecionadas para serem entrevistadas foram definidas com base no critério de não ter uma proximidade íntima com os autores do trabalho. Todas as entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas para a análise de conteúdo.

Este artigo discutirá, na seção seguinte, aspectos sobre saúde mental, jovens e pandemia. Na sequência, demonstraremos a popularização do assunto no debate público e, posteriormente, apresentaremos e discutiremos os dados levantados a partir da pesquisa qualitativa com os jovens potiguares.

2 SAÚDE MENTAL, JOVENS E PANDEMIA

O Brasil detém o maior índice de pessoas com transtornos de ansiedade do mundo, levando em consideração os apontamentos da OMS – posição esta que se mantém desde 2017 (G1, 2020).

> Estudos demonstram que a pandemia ampliou os fatores de risco associados ao suicídio, como perda de emprego ou econômica, trauma ou abuso, transtornos mentais e barreiras ao acesso à saúde. Cerca de 50% das pessoas que participaram de uma pesquisa do Fórum Econômico Mundial no Chile, Brasil, Peru e Canadá um ano após o início da pandemia, relataram que sua saúde mental havia piorado (OPAS, 2021).

Uma pesquisa realizada em 2021 pelo Instituto Gallup e pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), mensurou que os números de casos de transtornos mentais no período da pandemia cresceram e os jovens carecem urgentemente de atenção, já que a privação decorrente da pandemia pode afetar negativamente suas vidas, por anos. Os dados do estudo, apresentados pela Revista Veja (SCHIAVON, 2021), demonstraram que 22% dos adolescentes e jovens brasileiros de 15 a 24 anos estão deprimidos ou têm pouco interesse em executar atividades do dia a dia.

Em estudo realizado por Melo et al. (2022) com jovens entre 18 e 35 anos, os autores discutem que a prevalência elevada de transtornos mentais no público mais jovem está, usualmente, relacionada à dificuldade em se adaptar às novas práticas de aprendizagem no contexto das aulas remotas, bem como ao consumo de *fake news* que circulam nas mídias sociais, ou ao medo de perder a fonte de renda. De acordo com os autores, o estudo empreendido identificou resultados semelhantes a pesquisas realizadas em outras partes do mundo, apontando para uma elevada prevalência de sintomas ansiosos, depressivos e de estresse entre os jovens pesquisados, destacando também o aumento no consumo de ansiolíticos e antidepressivos durante o período pandêmico. A pesquisa empreendida por Larissa Lobo e Carmen Rieth (2021) identificou, em outra revisão sistemática de literatura, que as pesquisas usualmente consideram o jovem adulto como um dos grupos mais impactados, em termos de saúde mental, pela pandemia. De um lado, há as mudanças na rotina de estudos, migradas para o digital, provocando ansiedades e preocupação quanto ao desempenho escolar. Ainda, destacam o próprio consumo midiático como uma prática que afeta a saúde mental negativamente deste grupo:

> O efeito psicológico negativo associado ao uso das mídias foi mais evidente entre os jovens. Este público costuma utilizar tais recursos com maior frequência, assim obtendo maior volume de informações sobre a Covid-19, nem sempre fidedignas[5]. Pessoas mais jovens (<35 anos) e que passavam mais de três horas por dia buscando informações sobre a Covid-19 apresentaram maior prevalência de transtorno de ansiedade generalizada (35,1%), sintomas depressivos (20,1%) e pior qualidade de sono (18,2%)[6] (LOBO; RIETH, 2021, p. 894).

[5] Guo Y, Cheng C, Zeng Y, et al. Mental Health Disorders and Associated Risk Factors in Quarantined Adults During the COVID-19 Outbreak in China: Cross-Sectional Study. J. Med. Internet Res. 2020; 22(8):e20328.
[6] Huang Y, Zhao N. Generalized anxiety disorder, depressive symptoms and sleep quality during COVID-19 outbreak in China: a web-based cross-sectional survey. Psychiatry Res. 2020; (288):112954.

Diante desta realidade, as autoras sugerem o desenvolvimento de estratégias que "[...] podem fazer uso da comunicação em saúde pública, envolvendo campanhas, ações em saúde e uso de mídias sociais. Informações claras e de fácil compreensão a respeito de cuidados, prevenção, contágio e saúde mental devem ser amplamente divulgadas" (LOBO; RIETH, 2021, p. 896-897). Partindo do pressuposto de que as ambiências midiáticas são importantes espaços para a comunicação em saúde, coloca-se em questão o uso das plataformas sociais enquanto catalisadoras dos debates sobre "saúde mental", tema deste artigo.

3 SAÚDE MENTAL, JOVENS E PANDEMIA

Conforme iniciamos afirmando neste artigo, o tema "saúde mental" tem estado bastante presente nos diferentes espaços de socialização e consumo. Agora, por meio de pesquisas documentais em sites de busca, vamos apresentar brevemente alguns exemplos de abordagem do tema na mídia de massa e, também, nas ambiências digitais.

Uma pesquisa divulgada pela Revista EXAME (VELOSO, 2016) realizada com 2000 pessoas pela ONG britânica Mind, criada para dar visibilidade ao assunto sobre "saúde mental", mostrou que 52% dos aprovam narrativas de pessoas com transtornos mentais em produções ficcionais. Assim, para o diretor da Mind, Paul Farmer,

> [...] as representações da saúde mental na mídia e no jornalismo, quando bem feitas, são como um cordão de segurança. Os enredos dramáticos da ficção, em particular, podem ajudar as pessoas que estão sofrendo com transtornos mentais a se sentirem menos sozinhas. Esses programas desempenham um papel fundamental ao sinalizar que existe ajuda disponível (EXAME, 2016, s/p).

Para ilustrar a discussão, podemos citar alguns exemplos publicizados na mídia de massa nos últimos anos. Em 2021, por exemplo, no Encontro com Fátima Bernardes, programa de auditório da Rede Globo, o ator global Marcelo Serrado relatou publicamente sua trajetória de descoberta, aceitação e tratamento de problemas relacionados à ansiedade e crises de pânico: "Comecei a sentir a mão formigando, os pés gelados… e o coração disparou. E eu já tinha ouvido falar disso… [...] comecei a entrar realmente em pânico"[7], expõe Serrado.

[7] Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=DWtKAQ7A2Kc. Acesso em 09 jan 2022.

Também, é possível citar a série audiovisual Sessão de terapia, produzida atualmente pelo canal de televisão GNT em coprodução com o serviço de streaming da Rede Globo, Globoplay, aborda, em sua narrativa, diferentes pessoas em experiências de terapia, com histórias e problemas que precisam investigar sob o suporte profissional de um psicoterapeuta. Estes foram alguns exemplos da popularização do debate sobre "saúde mental" na mídia massiva, mostrando-se presente em diferentes gêneros midiáticos. Agora, vamos abordar panoramicamente a questão nas mídias sociais.

Em um passeio exploratório no Instagram, é possível observar inúmeras páginas que abordam sobre saúde mental. Entre elas, páginas de psicólogos e/ou psicanalistas, tais como @maria.homem; @vera.iaconelli; @chrisdunker; @andre.alves.oli; @lucasliedke; @ana_suy, entre muitos(as) outros(as). Ao mesmo tempo, páginas que tratam sobre aspectos comportamentais e de saúde mental, como @thesummerhunter; @saudementalparatodos_; @contente.vc, etc. Ainda, há algumas páginas de humor que, via uma "gramática do meme" (CHAGAS, 2020), frequentemente tratam do assunto. Abaixo, há um quadro de figuras que ilustra brevemente o teor de alguns destes conteúdos postados. Tratam-se de *screenshots* de publicações oriundas de páginas de reprodução de memes.

Figura 01 – Memes sobre saúde mental.



Fonte: Elaborado pelos autores com base no Instagram

Tais publicações exploram algumas situações comuns que reproduzem sentimentos de ansiedade, depressão, mal-estar e demais sintomas de sofrimento psíquico de forma mais geral. Importante destacar que, nesta breve incursão em algumas postagens, observamos que os textos remetem ao contexto de pessoas jovens, através do uso de símbolos da cultura pop e/ou situações usuais a esse grupo de sujeitos, como problemas envolvendo finanças.

A circulação de conteúdos sobre saúde mental, entretanto, não se restringe apenas ao Instagram, emergindo, também, em outras mídias sociais, como o YouTube. Em 2021, o portal do G1 publicou uma matéria dando visibilidade a um canal da plataforma de vídeos que, conforme o título da matéria, "se tornou um 'clube da saúde mental'" (G1, 2021). Trata-se do canal Imlonely, no qual o seu dono publica músicas famosas entre o público jovem, remixando-as de acordo com a maneira com que se sentia no momento. A seção acabou tornando-se um espaço para que jovens expressassem seus sentimentos também. Ainda, um estudo realizado por Sangeorzan, Andriapoulou e Livanou (2019) revelou uma expressiva quantidade de canais dedicados ao tema da saúde mental, concluindo que este tipo de conteúdo pode ser um aliado a pessoas que sofrem de determinadas condições psíquicas, uma vez que estas geralmente sofrem de isolamento e falta de informação.

A seguir, portanto, apresentamos os dados referentes à pesquisa empírica qualitativa que buscou identificar de que modo jovens potiguares relacionam-se com os conteúdos sobre saúde mental no YouTube.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Como exposto anteriormente, foram entrevistados sete jovens potiguares, dos gêneros masculino e feminino, residentes de Natal ou Grande Natal, detentoras do hábito de consumir conteúdos sobre saúde mental nas redes sociais digitais e no Youtube. Inicialmente, apresentamos o perfil[8] dos entrevistados no quadro abaixo e, posteriormente, descrevemos e analisamos as motivações, práticas e relações dessas pessoas com os conteúdos consumidos.

[8] A fim de preservar o anonimato das pessoas entrevistadas, os seus nomes foram alterados.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

NOME	IDADE	GÊNERO	OCUPAÇÃO	ESCOLARIDADE	FAZ TRATAMENTO EM SAÚDE MENTAL?
Raquel	24	Feminino	Auxiliar administrativo	Superior incompleto (Graduanda em Publicidade e Propaganda)	Sim
Paulo	26	Masculino	Técnico em uma empresa de engenharia	Superior completo (Graduou-se em Arquitetura e Urbanismo)	Não
Yago	21	Masculino	Estagiário	Superior incompleto (Graduando em Publicidade e Propaganda)	Não
Mirelle	25	Feminino	Estudante	Superior completo (Mestranda em em Estudos da Linguagem)	Sim
Geise	18	Feminino	Autônoma (vende doces)	Ensino Médio incompleto	Não
Jonas	25	Masculino	Estudante	Superior incompleto (Graduando em Farmácia)	Sim
Davi	24	Masculino	Produtor audiovisual	Superior completo (Graduação em Comunicação Social com habilitação em	Não

				Jornalismo)	

Fonte: elaborado pelos autores com base nas informações dos(as) informantes.

A seguir, exploramos os principais aspectos da relação dos(as) entrevistados(as) com a saúde mental, enfocando nas práticas de consumo de conteúdos relacionados ao tema nas mídias sociais. Por motivos de limitações de espaço, não será possível contextualizar com riqueza de detalhes a história de vida e personalidade de cada pessoa, privilegiando, assim, os principais motivos para buscar materiais sobre saúde mental e os rituais envolvidos.

Raquel menciona que sua preferência por buscar conteúdos sobre saúde mental no YouTube iniciou em 2016, motivada pelo desejo de entender algum assunto específico de uma maneira mais aprofundada: “A gente meio que se limita na quantidade de segundos no story, no tempo do TikTok” (RAQUEL, 2021). O Youtube, por conter vídeos mais longos, supre essa necessidade, trazendo até mesmo uma percepção de estar conversando com o expositor, sugere a entrevistada. Utilizando o notebook, mas principalmente o seu smartphone, Raquel consome estes conteúdos no Youtube de uma a duas vezes por semana, recorrendo ao ambiente, como citado, quando possui alguma dúvida específica sobre saúde mental. O hábito é, após clicar em um, consumir as indicações instantâneas da mídia social: “Aí já viu, né? Passo duas horas assistindo vídeo” (RAQUEL, 2021).

Paulo, após relatar momentos difíceis em sua vida, atesta que, atualmente sua saúde mental está muito melhor. Ele destaca que consumir este tema nas mídias sociais é benéfico “para saber lidar com as situações que acontecem comigo e quando acontecem com outras pessoas também ao meu redor” (PAULO, 2021). Complementa dizendo que são conteúdos importantes principalmente para aprender a lidar com as outras pessoas: “[...] uma coisa que eu aprendi buscando isso é que a gente não sabe a dor do outro” (PAULO, 2021). Entretanto, o entrevistado afirma que não consome esses conteúdos de maneira frequente, somente às vezes quando surge algum material disponibilizado por alguém que segue. Entre as tecnologias, disse que consome o assunto no Youtube, mas principalmente no Instagram, onde segue “vários perfis que mostram lá alguns relatos, principalmente sobre ansiedade, que

é algo que quase todo mundo tem hoje em dia" (PAULO, 2021). Alega também que o motivo pelo qual continua visualizando, nestes momentos, conteúdos sobre saúde mental na plataforma, decorre da estrutura dos vídeos, que são mais longos e coparticipativos:

> Eu acho que é mais pela estrutura dos vídeos. No Instagram é algo muito rápido e individual. No Youtube, você já tem aquela conversa entre mais de uma pessoa. Geralmente tem um convidado, que esse convidado vai comentar sobre algumas vivências deles… sobre o que ele passou na vida dele, e vai ter aquela discussão ali. É meio que um bate papo, uma conversa. Acho que é mais isso que me chama atenção lá (PAULO, 2021).

Menciona também que consome estes conteúdos no Youtube predominantemente pelo smartphone porque consegue acessá-los em qualquer lugar, mas utiliza o notebook também, em algumas ocasiões.

O entrevistado Yago, assim como Paulo, também passa bastante tempo no Youtube, entretanto, sendo esta a mídia social na qual mais consome informações sobre saúde mental. Ao nos aprofundarmos sobre isso, ele expõe que sua experiência na plataforma envolve o consumo de conteúdos "voltados a, digamos assim, não diria capacitação… algo mais voltado para me desenvolver pessoalmente… [...] autoconhecimento, autoajuda, gosto de consumir bastante esse tipo de conteúdo" (YAGO, 2021). A partir do momento que começou a procurar o assunto no Youtube, percebeu que havia questões que precisavam ser trabalhadas, antes despercebidas. Além disso, o entrevistado informa que gosta bastante de estudar sobre o budismo e outras religiões no Youtube. Ao ser questionado sobre os critérios que utilizou para a escolha do Youtube, acrescenta que visualiza a ferramenta como

> a principal plataforma de vídeo… [...] de produção de conteúdo e lá a gente acaba achando muita coisa que seja por exemplo do nosso agrado ou do nosso interesse, de maneira mais prática. Então acabou que caiu como uma luva… Primeiramente, eu pesquisava muito no Google sobre esses conteúdos… olhei em blog, ficava lendo em postblog, e nesses blogs tinha o redirecionamento para os vídeos do Youtube [...] a partir daí você olha um canal, o Youtube recomendava outro canal e assim por diante, até que, enfim, eu achei alguns canais que eu achei interessante, passei a acompanhar mais eles…por isso eu me mantenho no Youtube" (YAGO, 2021).

Mirelle, que menciona ter muitos problemas de autoestima, relata que a pandemia agravou mais ainda este seu sentimento. Ciente desta questão, buscou um tratamento psicoterapêutico ao mesmo tempo em que passou a consumir vídeos sobre saúde mental nas

mídias sociais. Entre elas, cita o Instagram, no qual preza pela leitura em detrimento de vídeos, "às vezes Tiktok… às vezes Youtube" (MIRELLE, 2021), quando, considerando este último, está interessada em aprender algum conteúdo específico sobre saúde mental. Indica o Reddit também, onde visualiza fóruns de discussão. Logo após, realiza uma comparação, no que tange o consumo de vídeos, entre as plataformas disponibilizadas pelo Instagram e Youtube:

> Vídeo especificamente eu não consigo assistir no Instagram [...] Por mais que seja o mesmo tempo que tenha lá no Instagram…que tenha lá no Youtube…eu prefiro. Visualmente, para mim é melhor ver o vídeo do Youtube, porque sei lá, eu posso colocar na TV e ficar assistindo, do que ficar segurando um celular vendo um vídeo do Instagram. [...] E às vezes o vídeo do Youtube é mais elaborado. Eu acho que tem uma pesquisa maior para fazer do que no Instagram. No Instagram é uma coisa mais rápida. [...] Vídeo de Youtube eu sempre assisti. E sempre foi nesse sentido de "ah, eu quero aprofundar algum assunto, eu vou e assisto no Youtube (MIRELLE, 2021).

A entrevistada indica também que consome tal assunto no Youtube desde muito tempo, mas só em 2019 passou a aumentar a frequência: hoje, uma vez por semana, afirma. Segundo ela, há três formas que a fazem entrar em contato com estes vídeos: ao pesquisar diretamente na região de busca do site e, consequentemente, a inteligência artificial identificar seu gosto, gerando novas sugestões; ou havendo um direcionamento do Instagram para o Youtube, quando segue algumas pessoas e descobre que possuem canais na mídia em questão.

Geise, embora seja vendedora de doces de forma autônoma – em algumas ocasiões – , sua rotina é voltada ao estudo. Ela busca finalizar o Ensino Médio, mas encontrou dificuldade com o surgimento da pandemia de COVID-19. No que tange ao consumo midiático direcionado à saúde mental, externa as razões pelas quais realiza a prática: "A questão de saber me controlar. [...] eu assisto as palestras para saber meio o que fazer quando eu tiver em crise ou evitar entrar em crise" (GEISE, 2021). Questionada sobre os locais onde consome, cita o Instagram e Youtube, onde despende o tempo de duas a três vezes por semana para adentrar na pauta: "Eu sempre paro para escutar palestras de psicólogos sobre o próprio transtorno de ansiedade, coisas que me acalmam… sigo páginas no Instagram, eu faço leituras sobre" (GEISE, 2021). Falando, especificamente, sobre Youtube, alega que somente a partir da metade de 2021 passou a visualizar essas abordagens na plataforma. Por se entender como uma pessoa curiosa sobre o assunto, sempre que surgia algum conteúdo relacionado, ela "apertava no link e ia para o Youtube… [...] nesse ano [2021] eu recebi algumas indicações de psicólogas e

comecei a acompanhar [no Youtube]" (GEISE, 2021). Geise, complementando o exposto acima relacionado às indicações, se vê em uma dinâmica de transição entre o Instagram e o Youtube: "Às vezes eu tô no Instagram aí passa um determinado assunto, só que é só curtinho, aí eu vou lá e pesquiso no Youtube, para me aprofundar" (GEISE, 2021).

O entrevistado Jonas menciona que lidar com sua família se tornou algo desafiador porque "demanda uma carga de informação que eles não deram conta, e que passam isso de geração em geração" (JONAS, 2021). Detalhando seu apontamento, explica que precisa constantemente "ressignificar" certos aspectos que envolvem a relação com sua família para que seja possível um convívio mais saudável. Percebemos a associação, por parte do entrevistado, da palavra "ressignificação" à ideia de busca, aferindo ser necessário buscar seus valores e objetivos com base no que os familiares não conseguem oferecer. Diante disso, recorre a outras "fontes". Entre elas, a mídia social é citada como uma grande ferramenta para o desenvolvimento pessoal, bem como para a compreensão de outras pessoas e de sua própria família. Questionado sobre a frequência de consumo deste tipo de assunto, ele alega que não é diariamente, porém quase sempre "se perde" assistindo a algum vídeo com o tema: "Quando identifico que eu tenho alguma coisa…algum probleminha que eu acho que precisa ser resolvido do ponto de vista psicológico" (JONAS, 2021).

Por fim, Davi, que embora relate que passou por problemas envolvendo ansiedade, em certas ocasiões, menciona, com pesar, que sua saúde mental se posiciona em último lugar na sua vida: "Primeiro dinheiro, primeiro trabalho, primeiro sucesso e saúde mental por último." (DAVI, 2021). Por não buscar ajuda profissional, Davi recorre ao conhecimento oferecido pela mídia social para se sentir melhor.

> [...] acaba sendo um conteúdo fácil, um conteúdo que dá ali uma resposta que você talvez esteja buscando, mas tem preguiça de ir atrás… de uma forma muito rápida, e aí eu confesso, talvez, não segura, mas que traz essa falsa sensação de "ah, eu acho que eu tenho noção mais ou menos do que tá acontecendo comigo". Então você acaba se sentindo um pouco mais no controle da situação, entendendo um pouco sobre o que você tá passando, embora seja uma falsa ilusão. E eu enxergo dessa forma (DAVI, 2021).

De acordo com o que expõe, acredita que iniciou a prática no Youtube há cinco anos, desde o período de adolescência, quando buscava um suporte emocional para entender questões internas que requeriam reflexão, como sexualidade, estudo, carreira e medo do

futuro. Em relação à forma como chega até os vídeos, ele afirma que muitas vezes realiza pesquisas sobre um assunto que queira entender e, consequentemente, a inteligência artificial do Youtube aponta novas sugestões interessantes.

Diante destas descrições, é possível observar diversos aspectos dos estudos de Comunicação e Saúde (CARDOSO; ARAÚJO, 2009) presentes na vida dos entrevistados, subsidiando maneiras de experienciar e adquirir conhecimento em busca de uma melhor qualidade de vida e bem-estar. De acordo com os respondentes, isso acontece por meio do fornecimento de informações sobre saúde pelos meios comunicacionais usados em suas vivências particulares. Percebe-se, desta forma, o pleno cumprimento dos objetivos desta área multidisciplinar conforme propõe Renata Schiavo (2014): envolver, capacitar e influenciar indivíduos e comunidades.

Fica claro, inclusive, o papel da mídia, ou mais especificamente mídias sociais, na vida dos entrevistados. Ao questionarmos a relação destes com as ambiências midiáticas que disseminam o tema “saúde mental'', indicam um papel, de fato, pedagógico, que os auxilia a lidar com os problemas relacionados ao assunto, ou até garantir que não aconteçam. Raquel menciona que os conteúdos que consome sobre saúde mental nas redes sociais digitais se tornaram um respiro diante de tantas notícias ruins, resultando em uma maior compreensão sobre a pauta. Para Jonas, o acesso às informações nas plataformas é mais rápido do que esperar uma consulta, às vezes ele só precisa de uma resposta mais célere para se tranquilizar. Geise, por sua vez, gosta bastante de ver palestras que a orientem sobre como proceder em momentos de crise de ansiedade, entre diversas outras menções dos entrevistados associando estas mídias a um mecanismo de informação, que, consequentemente, se posiciona em suas vidas como uma instituição disciplinar e pedagógica, em paralelo à família, escola e à religião.

Entre o público entrevistado, apenas três - Raquel, Mirelle e Jonas - alegaram que realizam terapia em saúde mental e visualizam nas mídias sociais uma forma de obter ainda mais conhecimento sobre (e para) saúde mental. Nesta perspectiva, podemos entender estes espaços online como uma espécie de ferramenta complementar ao exercício da saúde mental, não oficializada por entidades especializadas em saúde. Em contrapartida, para os outros quatro entrevistados, as mídias sociais se tornaram a única maneira de se entenderem e refletirem questões internas, construindo, então, uma “terapia coletiva”.

As mídias sociais mais consumidas pelos entrevistados foram Instagram e Youtube, sendo realidade de quase todos os entrevistados, exceto Yago e Paulo, que utilizam apenas o Youtube. Considerando estas duas plataformas, identificamos alguns comportamentos interessantes que as ligam. Tomando como exemplo Geise, o Instagram é utilizado para leituras acerca do tema e, em alguns momentos, ela recebe indicações de conteúdos que estão no Youtube, sendo, assim, redirecionada; Mirelle consome por mais tempo no Instagram, porém, se sente um pouco incomodado em assistir a vídeos no ambiente, então recorre ao Youtube; Raquel, por sua vez, menciona que o reprodutor de vídeos da Google é a sua escolha quando precisa entender algum assunto específico sobre saúde mental. Este comportamento multicanal (GÓMEZ, 2011) propicia, até mesmo, diversas outras possibilidades de transição com outros aplicativos e ambiências. Trazendo mais um exemplo, Yago passou a ficar mais ativo no Youtube devido a direcionamentos de sites e postblogs7, se mantendo, logo depois, na plataforma audiovisual.

Enquanto entrevistados como Mirelle consomem o assunto apenas uma vez por semana, Jonas possui uma frequência média de quatro a cinco vezes, levando a crer que consumidores do tema “saúde mental” no Youtube integram uma audiência online que usa e interpreta os materiais mediante suas próprias expectativas. Quanto aos aparelhos usados para a experiência, todos citaram o smartphone como primeira opção. Mesmo que duas entrevistadas projetem a tela para a televisão, os vídeos são reproduzidos, originalmente, em um celular. Em seguida, está o notebook ou computador. O celular, vale ressaltar, é vinculado a adjetivos como praticidade e facilidade.

Uma das conclusões mais relevantes que extraímos após a interpretação dos dados é a de que, de modo geral, o Youtube é visto como um mecanismo utilizado para obtenção de um conhecimento mais aprofundado. Diferente de mídias citadas como Instagram e Tiktok - que também são focadas em vídeos - o Youtube possui conteúdos mais longos que trazem uma maior percepção de conhecimento. Além disso, a interface disponibilizada proporciona uma pesquisa mais facilitada, estimulando que sua audiência sempre retorne à plataforma quando precisar compreender algum assunto específico, como mostram muitos dos entrevistados. Davi, por exemplo, relembra quando estava em dúvida sobre ter a síndrome de Peter Pan8: “Eu tinha essa impressão que eu tinha algo relacionado a isso, esse apego à infância... eu não querer amadurecer, então eu fui atrás dessa informação, pesquisando

mesmo" (DAVI, 2021). Somado a esta conversa, é necessário elucidar também a participação do sistema de indicação do Youtube - conhecido também como algoritmo - neste processo, sendo associado por cinco entrevistados a um mecanismo assertivo de sugestões, estimulando que consumam cada vez mais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Identificamos, de modo geral, que o Youtube intermedia diferentes usos (MARTÍN-BARBERO, 2003) quanto ao consumo do tema "saúde mental". Porém, considerando as exposições acima, há uma clara inclinação, possivelmente não proposital, da plataforma em torna-se uma mídia, digamos, terapêutica - não regularizada e, claro, de natureza questionável - para, principalmente, aqueles que não realizam acompanhamento profissional algum. Tendo em vista que cada um tem sua própria forma de consumir estes conteúdos, sendo quando (em quais momentos), onde (em qual canal), o que (qual subtópico) e com qual frequência vai consumir, são diferentes maneiras e intensidades de se pensar nesta "terapia", disponível 24 horas por dia para todos com acesso à internet e ao aplicativo ou site do Youtube, todos gratuitos.

Desde apropriações e usos reverberados em como identificar características de um transtorno mental em si, melhorar o convívio familiar, atuar de maneira mais consciente perante as adversidades, ter empatia e compreensão com a dor de pessoas próximas a operações mais sensíveis, tais como finalizar um relacionamento amoroso e mudar a maneira como enxerga o mundo, delimitamos uma palavra-chave que se manteve no centro desta discussão: conhecimento. Ele, disseminado por youtubers, gera a significação pedagógica da plataforma e, consequentemente, o seu caráter "psicoterapêutico".

É importante assinalar, contudo, a importância de mantermo-nos vigilantes quanto à popularização midiática/digital do tema "saúde mental" para que o mesmo não acabe tornando-se vulgarizado. O consumo de informações sobre saúde mental no YouTube ou em qualquer outra mídia social não é o suficiente para considerar que determinado sujeito esteja em processo psicoterapêutico. Conforme compreendido pela psicologia e, principalmente, pela psicanálise, um percurso analítico demanda um ato fundamental, que é a palavra. Consumir materiais sobre "terapia" na mídia e nas ambiências digitais é uma prática "passiva"

em relação ao tema discutido no vídeo/publicação no sentido de que é unilateral, ou seja, a audiência, apesar das produções interpretativas, não estão junto ao/à analista do vídeo e, portanto, não são convocados a colocar suas interpretações em palavra. Nesse sentido, futuros estudos na interface entre os campos Comunicação e Saúde podem iluminar este problema adotando estratégias multimetodológicas. Também, analisando com maior sistematização os discursos "psicoterapêuticos" que emanam nas mídias sociais a partir de recortes específicos.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Vírnia Ponte; VIEIRA, Camilla Araújo; ALVES, Samara Vasconcelos. Perspectivas acerca do conceito de saúde mental: análise das produções científicas brasileiras. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 27, n. 1, 2022.

BAILÉN, Amparo Huertas. Pero ¿qué quiere decir la audiencia activa? In: BAILÉN, Amparo Huertas. **La audiencia investigada**. Barcelona: Gedisa, 2002. p. 167-190.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Saúde Mental**. Disponível em: https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/saude-mental. Brasília: Ministério da Saúde, 2023. Acesso em: 28 dez. 2023.

CARDOSO, Janine Miranda; ARAÚJO, Cardoso Inesita Soares. Comunicação e Saúde. **Dicionário da Educação Profissional em Saúde**. Disponível em http://www.sites.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/comsau.html. Acesso em 29 nov. 2021.

DAVI. **Davi**: entrevista [fev. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

G1. **O canal do YouTube que se tornou um 'clube da saúde mental'**. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/02/10/o-canal-do-youtube-que-se-tornou-um-clube-da-saude-mental.ghtml. Acesso em: 01 fev. 2024.

GAMA, Carlos Alberto; CAMPOS, Rosana Teresa; FERRER, Ana Luiza. Saúde Mental e Vulnerabilidade Social: a direção do tratamento. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, v. 17, n. 1, 2014.

GEISE. **Geise**: entrevista [fev. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. Audiencias ¿siempre audiencias? El ser y el estar en la sociedad de la comunicación. **Memorias del X XII Encuentro Na-cional AMIC**, México, 2010.

JONAS. **Jonas**: entrevista [fev. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

LOBO, Larissa Aline; RIETH, Carmen Esther. Saúde mental e Covid-19: uma revisão integrativa da literatura. **Saúde Debate**, v. 45, n. 130, 2021.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MELO, Cauane da Silva; et al. Avaliação da saúde mental e do consumo de antidepressivos e ansiolíticos em adultos jovens durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. **Research Society and Development**, v. 11, n. 7, 2022.

MIRELLE. **Mirelle**: entrevista [fev. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

OPAS. Após 18 meses de pandemia de COVID-19, OPAS pede prioridade para prevenção ao suicidio. Disponível em: https://www.paho.org/pt/noticias/9-9-2021-apos-18-meses-pandemia-covid-19-opas-pede-prioridade-para-prevencao-ao-suicidio#:~:text=Estudos%20demonstram%20que%20a%20pandemia,barreiras%20ao%20acesso%20%C3%A0%20sa%C3%BAde. Acesso em: 01 fev. 2024.

PAULO. **Paulo**: entrevista [jan. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

RAQUEL. **Raquel**: entrevista [jan. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

SANGEORZAN, Irina; ANDRIOPOULOU, Panoraia; LIVANOU, Maria. Exploring the experiences of people vlogging about severe mental illness on YouTube: An interpretative phenomenological analysis. **Journal of Affective Disorders**, v. 246, 2019.

SCHIAVO, Renata. **Health Communication**: From Theory To Practice. San Francisco: Jossey-Bass, 2007.

SCHIAVON, Fabiana. Saúde mental de crianças e adolescentes piorou na pandemia, alerta Unicef. **Veja – Saúde**. 2021. Disponível em: https://saude.abril.com.br/mente-saudavel/saude-mental-de-criancas-e-adolescentes-piorou-na-pandemia-alerta-unicef/. Acesso em 04 jan. 2022.

VELOSO, Armanda. **Programas inspiram busca por ajuda para problemas mentais.** Revista Exame. 2016. Disponível em https://exame.com/casual/programas-inspiram-busca-por-ajuda-para-problemas-mentais/. Acesso em 15 jan 2022.

YAGO. **Yago**: entrevista [jan. 2022]. Entrevistador: José Ailton. Natal, 2022.

Mental health, communication, and consumption on YouTube: an analysis of practices among potiguar youth

ABSTRACT

The present article aims to analyse the practices of consuming information related to mental health on YouTube based on interviews with seven young individuals from Rio Grande do Norte, Brazil. To do so, it provides an overview of the relationships between mental health policies in Brazil and the role of communication, as well as the discourse in both mass and digital media.

Keywords: Mental health. Communication. Consumption practices. YouTube.

comunicologia
Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília

Salud mental, comunicación y consumo en YouTube: un análisis de las prácticas de jóvenes potiguares

RESUMEN
El presente artículo tiene como objetivo analizar las prácticas de consumo de información relacionadas con la salud mental en YouTube a partir de entrevistas con siete jóvenes potiguares. Para ello, presenta un panorama de las relaciones entre las políticas de salud mental en Brasil y el papel de la comunicación, además del debate en los medios de comunicación masiva y digital.

Palabras clave: Salud mental. Comunicación. Prácticas de consumo. YouTube.

Recebido em: 05/02/2024
Aceite em: 01/11/2024