



PSICOLOGIA

ALLANDA FREITAS

**EFEITO DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E
AUTOCONFIANÇA DOS ADOLESCENTES**

IPORÁ-GO

2023

ALLANDA CRISTINA FREITAS SOUSA

**EFEITO DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E
AUTOCONFIANÇA DOS ADOLESCENTES**

Artigo apresentado à Banca Examinadora do
Curso de Psicologia do Centro Universitário
de Iporá - UNIPORÁ como exigência parcial
para obtenção do título de Bacharel em
Psicologia.

Orientadora: Prof.^a Dyullia Moreira de Sousa

BANCA EXAMINADORA

Dyullia Moreira de
Sousa

Assinado digitalmente por Dyullia Moreira de Sousa
DN: OU=Faculdade de Iporá - FAI, O=Docente, CN=Dyullia Moreira
de Sousa, E=dyu.moreira@gmail.com
Razão: Eu sou o autor deste documento
Localização: sua localização de assinatura aqui
Data: 2023-12-13 19:31:09
Foxit Reader Versão: 10.0.0

Dyullia Moreira de Sousa

Docente Orientador(a)

Daniela Soares
Rodrigues

Assinado digitalmente por Daniela Soares Rodrigues
DN: OU=Faculdade de Iporá - FAI, O=Coordenadora, Portaria
#0142022, CN=Daniela Soares Rodrigues,
E=dsoaresnel71@gmail.com
Razão: Eu sou o autor deste documento
Localização: sua localização de assinatura aqui
Data: 2023-12-13 19:31:52
Foxit Reader Versão: 10.0.0

Daniela Soares Rodrigues

Coordenadora do Curso de Psicologia

Mikaella Magalhães
Silva de Jesus

Assinado digitalmente por Mikaella Magalhães Silva de Jesus
DN: OU=Faculdade de Iporá - FAI, O=Docente, CN=Mikaella
Magalhães Silva de Jesus, E=psimikaella@gmail.com
Razão: Eu sou o autor deste documento
Localização: sua localização de assinatura aqui
Data: 2023-12-13 19:32:13
Foxit Reader Versão: 10.0.0

Mikaella Magalhães Silva de Jesus

Docente Convidado(a)

IPORÁ-GO

2023

EFEITO DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E AUTOCONFIANÇA DOS ADOLESCENTES

EFFECT OF SOCIAL NETWORKS ON SELF-ESTEEM AND SELF-CONFIDENCE OF ADOLESCENTS

Allanda Freitas¹

Dyullia Moreira de Sousa²

RESUMO

As redes sociais têm o poder de aproximar as pessoas e diminuir a distância, configurando em novos meios de comunicação e informação, sendo úteis à sociedade em diversos aspectos. Diante desse contexto, a presente pesquisa se voltou para o estudo sobre o impacto das redes sociais na autoestima e autoconfiança dos adolescentes, visto que esse público se encontra em processo de desenvolvimento físico e psicossocial e os padrões expostos nas redes constroem uma expectativa que, ao não ser materializada, configura em significativo abalo. Mediante a problemática, o objetivo da pesquisa esteve em investigar os efeitos das redes sociais na autoestima e autoconfiança dos adolescentes. Para tanto, nos valem da pesquisa bibliográfica, realizada em artigos, livros, teses, dissertações e outras obras, que em muito contribuíram no entendimento acerca dos padrões impostos pela sociedade, o conceito de autoestima e autoconfiança, bem como a influência das redes sociais no estilo de vida dos indivíduos, principalmente os adolescentes. Como resultados do estudo, mencionamos que a tentativa de seguir os padrões, tanto físicos, quanto comportamentais, fez nascer uma geração narcisista, que não sabe separar a dimensão real da virtual. Nesse meio se encontram os adolescentes que, devido ao processo de desenvolvimento e a necessidade de se inserirem em algum grupo social, se tornam mais vulneráveis e suscetíveis aos impactos oriundos das redes sociais. O sentimento de inadequação gera problemas na autoestima e se refletem no surgimento de males psíquicos como os transtornos alimentares e comportamentais.

Palavras-chave: Adolescência. Autoestima. Autoconfiança. Malefícios. Redes Sociais.

ABSTRACT

Social networks have the power to bring people together and reduce distances, creating new means of communication and information, being useful to society in several aspects. However, when misused or even due to excessive access and immaturity in separating the real from the virtual, networks can become a harmful

¹ Graduanda em Psicologia pela UNIPORÁ, GO. Email: allandafreitascris12345@gmail.com

² Orientadora, Bacharel (UFMT) Mestranda em Psicologia (UFG) Docente do Curso de Psicologia da UNIPORÁ. Email: dyu.moreir@gmail.com

environment, especially in relation to social experiences. Given this context, this research focused on studying the impact of social networks on the self-esteem and self-confidence of adolescents, given that this public is in the process of physical and psychosocial development and the patterns exposed on the networks build an expectation that, at the same time, if it does not materialize, it constitutes a significant shock. Given this problem, the objective of the research was to investigate the effects of social networks on adolescents' self-esteem and self-confidence. To do so, we made use of bibliographical research, carried out in articles, books, theses, dissertations and other works, which greatly contributed to the understanding of the standards imposed by society, the concept of self-esteem and self-confidence, as well as the influence of social networks on the lifestyle of individuals, especially teenagers. As results of the study, we mentioned that the attempt to follow standards, both physical and behavioral, gave rise to a narcissistic generation, which does not know how to separate the real dimension from the virtual one. In this environment are adolescents who, due to the development process and the need to join a social group, become more vulnerable and susceptible to the impacts arising from social networks. The feeling of inadequacy generates problems with self-esteem and is reflected in the emergence of psychological illnesses such as eating and behavioral disorders.

Keywords: Adolescence. Self esteem. Self confidence. Harms. Social media.

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade altamente globalizada, na qual as informações circulam de maneira espantosa, influenciando comportamentos e estilos de vida. De acordo com Lima *et al.* (2012), com a expansão da internet, os grupos sociais contemporâneos sofreram mudanças em suas estruturas e no presente, praticamente todas as pessoas mantêm acesso constante às redes sociais, servindo-se dos perfis que mais se aproximam de suas expectativas e formas de viver.

Existem inúmeras indagações sobre a influência que as redes sociais exercem sobre a vida cotidiana, pois o que é possível observar é que cada vez mais os indivíduos se desligam de sua vida real, para viver a que é mostrada nas redes (Neves *et al.*, 2015).

Redes sociais, tais como o Instagram e o TikTok, as mais populares entre os jovens, mostram perfis cujos donos também são jovens e levam um estilo de vida muito diferente da maioria. Diante de sua própria realidade, crianças e adolescentes almejam viver aquilo que seu ídolo mostra e quando percebem que nem sempre isso é possível, veem suas expectativas abaladas.

Diante do exposto, cabe a indagação: quais os efeitos que as redes sociais impõem à autoestima e autoconfiança dos adolescentes? Evidencia a necessidade de compreender o impacto que as redes sociais trazem para a vida dos adolescentes, e devido às questões suscitadas, o presente estudo se delimita a pesquisar sobre os efeitos das redes sociais na autoestima e autoconfiança das crianças e adolescentes.

Neves *et al.* (2015) reforça que os adolescentes se encontram numa fase de seu desenvolvimento na qual sua formação psicossocial ainda está se consolidando e assim, vários aspectos de sua personalidade estão em processo de construção. Além disso, esses jovens necessitam de atenção, pois são vulneráveis principalmente em relação ao seu entorno, o que afeta significativamente sua autoestima e autoconfiança.

Conforme mencionado por Giraldo e Holguin (2017), a autoestima age nas emoções, bem como nos pensamentos e atitudes, o que faz com que as pessoas desenvolvam autoconfiança ou se tornem inseguras diante da sociedade. Nas redes sociais, o fluxo de informações circula por meio de imagens, os sujeitos consomem aquilo que os perfis entregam, de acordo com o interesse manifestado ao escolher que irá seguir, quais páginas visitará e o que o algoritmo computacional entenderá em relação ao comportamento do usuário.

A adolescência marca a passagem da infância para a juventude e costuma ser marcada por grandes transformações, não apenas físicas, mas psicoemocionais. Com isso, há uma preocupação maior em seguir os padrões adotados pela sociedade, os quais influenciam o modo como veem seus próprios corpos, além dos relacionamentos interpessoais. Para fazer parte de uma comunidade, os jovens se submetem a comportamentos e exigências, as quais, em muitos casos, podem interferir no processo de construção da autoestima e autoconfiança (Ribeiro, 2016).

Considera-se que a autoestima e autoconfiança possuem relação com a forma com que os indivíduos lidam com a rejeição e a aceitação. A baixa autoestima pode abalar a autoconfiança, se refletindo também nos relacionamentos e na saúde mental dos sujeitos. Além disso, os adolescentes estão em contato com o mundo virtual de forma constante e por não terem maturidade suficiente para lidar com as decepções e frustrações, são afetados em sua autoestima e autoconfiança. Dessa forma, o apoio psicoterapêutico pode reconstruir a autoestima das crianças e adolescentes, de modo a recobrar a autoconfiança a partir da aprendizagem sobre como lidar com frustrações e as expectativas frente ao que é apresentado nas redes sociais.

Conforme relatado por Silva (2020), o contato de crianças e adolescentes com as redes sociais pode originar experiências que ocasionam sofrimento por não estarem de acordo com alguns padrões impostos pela sociedade. Além disso, esses jovens são vítimas principais do cyberbullying³ e demais formas de assédios que poderão interferir na autoestima e autoconfiança, gerando prejuízos inestimáveis.

Dessa forma, para a presente pesquisa desdobram-se os seguintes objetivos específicos: analisar os padrões comportamentais, físicos e culturais impostos pela sociedade ao longo do tempo; discorrer sobre o conceito de autoestima e autoconfiança e sua relação com a saúde mental das pessoas; e por fim, apontar a influência das redes sociais no estilo de vida, pontuando a importância do apoio psicoterapêutico na reconstrução da autoestima dos adolescentes.

Sabemos que a saúde mental é um dos elementos de maior importância na vida dos sujeitos, bem como dos grupos sociais. Diante de uma sociedade altamente tecnológica, voltada para a cultura digital, sendo influenciada pelas mídias digitais, é importante o estabelecimento de estudos sobre o impacto das tecnologias e, principalmente, os efeitos que as redes sociais impõem na autoestima e autoconfiança dos adolescentes.

1.1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1.1 A sociedade e os padrões impostos ao longo do tempo

Ao longo de sua história e desde a Antiguidade, a sociedade é permeada pelas nuances culturais que diferenciam um grupo do outro e na contemporaneidade, observamos que os padrões vigentes derivam da necessidade de individualizar, ao mesmo tempo em que impõe um padrão a ser seguido por todos, constituindo uma cultura de massa (Salles, 2020).

Por meio da cultura, a sociedade passou por um processo de homogeneização, disposto ao longo do tempo e a cada época um modelo foi evidenciado. Na ânsia pelo pertencimento, as pessoas buscaram se adaptar aos padrões e assim, os conceitos de beleza e ajuste sociais passaram a comandar a vida dos indivíduos e embora muito

³ Bullying praticado no meio digital.

tenha se falado sobre a individualidade e autonomia, na realidade o que é perceptível no presente ocorre a partir das concepções unificadas de cultura e comportamento social (Wolf, 2014).

Um dos padrões mais presentes na sociedade, desde a Antiguidade, sem dúvidas é o da beleza. A busca pelo belo foi recorrente em todas as civilizações, sendo que a cada período um ideal foi imposto. A partir da análise da história da sociedade, observamos que desde o corpo esculpido greco-romano, passando pelas curvas generosas da Idade Média, às cinturas extremamente finas da modernidade e os corpos manipulados, fortalecidos e magros da contemporaneidade representam padrões a serem seguidos pelas pessoas, com a finalidade de passar uma ideia de pertencimento a um grupo ou a uma cultura. Nesse sentido, entendemos que para o indivíduo, estar fora de um padrão significa também uma espécie de exclusão sociocultural (Salles, 2020).

É na Grécia Antiga que o conceito de beleza passa a ser um padrão a ser conquistado, não apenas a partir da busca pela perfeição, mas pela sua associação ao ideal de bondade. Diante disso, Platão afirmou que a beleza deveria ser vista como símbolo de uma ordem superior. “Desse conceito é que nasce a crença de que a beleza, para os gregos, era também uma questão moral, onde a beleza externa é associada à interna e, mais que isso, a uma inteligência” (Salles, 2020, p. 24).

A partir desse ideal, compreendemos que a beleza passou a configurar também um padrão cultural, visto que cada grupo social esculpiu seus padrões de acordo com o modo de ver e estar no mundo. Se para os gregos uma bela aparência significava uma posição social e a manifestação do caráter dos sujeitos, outros povos entendiam que o belo se relacionava à forma como a natureza se manifestava. Para Sócrates, a beleza externa deveria ser dissociada da beleza da alma, pois somente essa poderia ser considerada como verdadeira, ao passo que representava a virtude e a excelência (Wolf, 2014).

Ainda nos moldes clássicos, Aristóteles defendia que a beleza deveria ser grandiosa, harmônica e proporcional em suas formas. Essa visão, de acordo com Salles (2020), reflete o imaginário da sociedade que percebia a beleza de forma objetiva e como meio de representação dos seus valores mais caros. E assim, nos séculos se seguiram os padrões sociais se interligaram aos aspectos culturais e comportamentais, além dos físicos, configurando as dinâmicas sociais impostas aos indivíduos.

Simone de Beauvoir (2015) argumentou que a beleza é um sistema que faz parte da opressão política e capitalista, além de ser uma forma de manter o domínio de uma sociedade machista. Nesse sentido, o padrão físico serviu e ainda serve à cultura que dispôs os corpos, principalmente os femininos, como objetos do desejo masculino, sendo isso amplamente aceito pelos grupos sociais.

Segundo Diniz (2014, p. 10)

O processo de transformação do corpo, da Grécia Antiga até os dias atuais, sempre ocorreu por motivações políticas, econômicas e religiosas das classes que detinham o poder em cada período. Assim, o corpo exerceu papéis diferentes em cada sociedade. Se até o século XVIII foi reprimido e punido, a partir do século XXI, tornou-se objeto do capitalismo. Atualmente, a possibilidade de moldar o próprio corpo a partir de práticas reguladoras como ginástica, cirurgias plásticas e dieta propicia a cada um, individualmente, a sensação de estar o mais próximo possível de um padrão de beleza hegemônico, globalmente estabelecido.

Na sociedade que passou a cultuar o ideal de beleza e os padrões físicos, o corpo passou a ser considerado uma espécie de templo divino e os cuidados passaram a ser obrigatórios. Isso se refletiu de forma negativa na saúde mental dos indivíduos que não conseguem atender a essa padronização, gerando sentimentos de culpa e os transtornos alimentares como anorexia e bulimia, além dos problemas dismórficos corporais (Castro, 2016).

Castro (2016) também argumenta que a cultura do corpo, advinda dos padrões impostos pela sociedade, fez com os manuais de autoajuda proliferassem, assim como os programas e recursos midiáticos voltados para aconselhar os sujeitos a crerem que as imperfeições e os supostos defeitos do corpo decorrem da negligência e falta de autocuidado. Aos que não se inserem nos padrões, o estigma, bem como o desprezo e a falta de oportunidade são especialmente direcionados. Ademais, conforme mencionado por Diniz (2014):

[...] são as novas concepções de corpo e beleza que ultrapassam os limites do próprio corpo, promovendo o crescimento de técnicas que artificializam cada vez mais a aparência e de patologias tais como anorexia nervosa, bulimia nervosa e vigorexia (Diniz, 2014, p. 11).

Com a cultura do corpo, emerge também a cultura do consumo, visto que a imagem corporal aprovada pela sociedade decorre do estabelecimento de uma rotina de exercícios físicos que são complementados por cirurgias plásticas e todas as possibilidades de intervenções voltadas para a construção de uma autoimagem positiva, permeada pelo ideal de beleza (Nóbrega, 2015).

Nóbrega (2015) evidencia que a cultura do consumo da imagem de um corpo perfeito é complementada pelos padrões comportamentais demonstrados nas redes sociais, por exemplo. Além de demonstrações incansáveis do que seja uma vida feliz, pontuada por viagens, encontros com amigos, trabalho e profissões perfeitas, os usuários também se veem bombardeados pela venda do corpo perfeito.

Os padrões comportamentais se refletem, sobretudo, na sexualidade dos indivíduos e de acordo com Beauvoir (2015) a mulher, ao ser iniciada na vida sexual, não passa pelos mesmo processos culturais do homem, visto que o ato sexual nada mais é do que uma espécie de dependência, na qual há a objetificação do corpo feminino. Esse tipo de padrão comportamental é herdado da sociedade, historicamente patriarcal e machista, em que o papel do corpo é reproduzir os padrões físicos e procriar.

Atualmente, a objetificação do corpo não se volta somente à sexualidade, mas engloba a ideia de que o corpo saudável é aquele que agrega o ideal de beleza e perfeição. Por mais que os discursos tenham se modificado ao longo do tempo, inserindo outros corpos fora dos padrões, a sociedade ainda valoriza o corpo magro, forte e saudável (Santaella, 2018).

Santaella (2018) também argumenta que a sociedade hodierna se materializou a partir do consumo exacerbado, não apenas de produtos, mas dos corpos, tanto femininos, quanto masculinos. Na sociedade do consumo, as indústrias passaram a produzir para a obsolescência, ou seja, provocar uma sensação momentânea de satisfação que logo será substituída por outra, tornado a produção efêmera e precária. A crítica do referido autor se volta para uma questão que desde outrora pontua a existência humana, a partir da valorização do ter, mais do que o ser.

Diante disso, Santaella (2018) evidencia que as mudanças que as pessoas buscam, sobretudo em relação à aparência deveriam objetivar a construção de uma autoimagem positiva, consoante à ideia de bem-estar. Mas o que ocorre é a incansável busca por mudanças para agradar a opinião pública e à sociedade. Mediante esse argumento, destacamos o pensamento de Diniz (2014), ao ressaltar:

[...] estar bem consigo mesmo implica, ao mesmo tempo, numa ilusão de liberdade e individualidade, e na submissão a uma pressão social que exige padrões de medidas corporais, dietas, atividades corporais etc. além de depender intimamente do olhar do outro (Diniz, 2014, p. 13).

Diniz (2014) relata que o consumo é um dos padrões culturais e comportamentais mais presentes na sociedade, sendo amplamente utilizado para o entendimento da história de determinadas épocas. Na modernidade os hábitos de consumo serviram para estratificar as classes econômicas e sociais, além de transformar os sujeitos em objetos a serem consumidos. Nesse contexto, os modismos, o ideal de beleza física, a ânsia pela acumulação de bens e produtos, tornaram-se as evidências mais concretas de uma adesão incansável aos bens não-duráveis, inserindo-se nesse contexto até mesmo as relações afetivas.

Lipovetsky (2019) nos relata que o consumismo nada mais é do que um processo de sedução e satisfação de desejos, influenciando o comportamento e o padrão de consumo. O corpo, nesse âmbito, é responsável por mercantilizar e demonstrar como a pessoa pode ser feliz consumindo, não apenas o ideal de beleza, mas de conforto e bem-estar. Assim, ressaltamos que ao não se inserir nos padrões impostos pela sociedade, os indivíduos tendem a ter problemas de autoconfiança, autoimagem e autoestima.

1.1.2 Autoestima e autoimagem

A autoestima e a autoimagem, bem como a autoconfiança se alinham ao cotidiano das pessoas e seu contexto socioemocional é cada dia mais influenciado pelas interferências e opiniões externas, o que colabora efetivamente para que a saúde mental seja prejudicada (Floriani; Marcante; Braggio, 2014).

De acordo com Floriani, Marcante e Braggio (2014), o modo como os sujeito se reconhecem e constroem seus conceitos e percepções sobre si mesmos resultam da forma como eles se relacionam com os grupos sociais aos quais pertencem. Pelo entendido, esse conceito se insere também na questão dos padrões impostos pela sociedade, visto que quanto mais correspondem à ideia de uma imagem social única, mais alta costuma ser a autoestima.

Não obstante, conforme mencionado por Floriani, Marcante e Braggio (2014, p. 3) “ O conceito de autoestima tem sido estudado e considerado como um importante indicador de saúde mental.” A autoimagem, por sua vez, deriva da visão que o sujeito se constrói, considerando os aspectos comportamentais, bem como as normas, valores e crenças próprias de sua cultura.

Para Maffesoli (2018), a autoestima, bem como a autoimagem das pessoas se encontra relacionada às formas eleitas pelos sujeitos para construir suas metas, projetar expectativas, aceitar a si mesmo e valorizar o outro. Além disso, o conceito de autoestima se encontra em consonância com a autoconfiança dos indivíduos, visto que esse sentimento promove a confiança mediante os desafios e demandas do cotidiano.

Uma pessoa com baixa autoestima tende a projetar no outro os seus anseios, pois não crê em sua própria capacidade de resolver os conflitos e problemas do cotidiano. Essa dependência faz com que um ciclo nocivo seja instalado, uma vez que ao ter a autoestima comprometida, as pessoas tendem a aceitar comportamentos do outro que minam sua autoconfiança, gerando as relações abusivas, as quais não se materializam somente no âmbito amoroso, mas no social e familiar (Vasconcelos, 2017).

Em tempos de culto ao corpo e um crescente padrão de consumo exacerbado, é constante a ideia de que a autoestima esteja ligada à necessidade de seguir aquilo que está em moda, ou seja, ela não somente é um sentimento originado no interior dos sujeitos, mas depende da forma como ele se posiciona diante dos grupos sociais e o que eles estejam consumindo. Por mais que esse não seja o foco desta pesquisa, concordamos com Diniz (2014) ao afirmar que os padrões impuseram novos hábitos e uma nova relação dos sujeitos com as coisas. No presente, os objetos são humanizados e as pessoas, objetificadas. Busca-se a permanência da relação com as coisas, enquanto as relações humanas são banalizadas. Isso tende a afetar significativamente a autoestima dos indivíduos, comprometendo seu bem-estar.

Vale ressaltar que os primeiros estudos sobre a autoestima foram iniciados na década de 1960, com a criação do Inventário de Autoestima de Coopersmith e a Escala de Autoestima de Rosenberg. Os pesquisadores, a partir dos estudos comportamentais e na aplicação da teoria da atitude, concluíram que a autoestima exerce influência na autoconfiança dos indivíduos, tanto de forma positiva, quanto negativa, além de influenciar também suas ações diárias e o comportamento frente às adversidades.

A literatura discorre que a autoestima pode ser conceituada como o valor que os sujeitos atribuem a si mesmos, considerando suas relações inter e extrapessoais, suas crenças e como estabelece sua relação com o meio em que vive. A partir de um

conjunto de sentimentos, a autoestima resulta na autoconfiança e na autovalorização (Vasconcelos, 2017).

A autoimagem resulta das mais variadas formas como os sujeitos se veem, perante vários contextos e diante dos outros. Existe uma grande diferença entre a autoimagem e a imagem exposta à sociedade, pois nem sempre o sujeito se vê como os outros o veem (Schultheisz; Aprile, 2013).

De acordo com Floriani, Marcante e Braggio (2014) a autoestima deveria derivar da autoaceitação ou não de si mesmo, por parte dos sujeitos, considerando a própria imagem e suas atitudes. Além disso, é um sentimento relacionado aos relacionamentos interpessoais, coletivos ou particulares dos indivíduos. Nesse sentido, os autores argumentam que em qualquer nível, a autoestima positiva é uma experiência subjetiva, vinda do bom relacionamento que a pessoa estabelece consigo e com os outros e, principalmente, da não aceitação de que ao se desviar dos padrões impostos, não será aceita pela sociedade. Nesse sentido, conforme mencionado por Floriani, Marcante e Braggio (2014):

A falta de consciência de seu verdadeiro potencial pode levar a um desequilíbrio entre o que sou e o que gostaria de ser. Caso essa experiência íntima não atinja um equilíbrio, o indivíduo passará a viver em contradição, fingindo ser o que ele gostaria, e não assumindo a sua verdadeira identidade (Floriani; Marcante; Braggio, 2014, p. 4).

Diante dos conceitos apresentados na literatura, compreendemos que a autoestima positiva advém do bem querer próprio. Quando ela se encontra diminuída, a pessoa passa a sofrer o complexo de inferioridade, além dos sentimentos de incapacidade, desânimo e tristeza. Como resultado desse processo, os valores pessoais passam a ser menosprezados e em longo prazo, alguns sintomas de adoecimento mental podem ser observados, tais como o transtorno de ansiedade e os transtornos alimentares. (Vilaça; Goés, 2018).

1.1.3 Influência das redes sociais no estilo de vida dos indivíduos

As redes sociais são *lócus* do estabelecimento das mais variadas relações e isso pode trazer resultados positivos no que se refere ao processo de socialização, visto que por meio delas, diversas fronteiras são redimensionadas. No entanto, as mesmas redes que aproximam as pessoas, podem ser responsáveis pelo

adocimento mental, pois podem impactar de forma negativa o estilo de vida dos indivíduos, principalmente se eles forem adolescentes (Aguiar; Ferreira, 2022).

No presente, vivenciamos uma sociedade habituada ao culto ao corpo, formada por pessoas narcisistas, as quais depositam nos aspectos físicos a ideia de felicidade e satisfação. Somos constantemente abordados por imagens de corpos perfeitos, estando eles presentes em toda a parte, correspondendo a padrões de beleza cujo objetivo central se encontra em produzir escravos da moda, da estética, bem como dos produtos utilizados para promover o ideal de saúde e beleza (Diniz, 2014).

O mito de Narciso se refere a um jovem grego conhecido por sua imensa beleza e vaidade que um dia, ao desprezar uma ninfa, é amaldiçoado e condenado a se apaixonar por si mesmo. Ao ver seu reflexo na água, o jovem enlouquece de paixão e se atira às águas em busca da pessoa refletida, sem discernir que se tratava de si mesmo. O narcisismo é uma característica atribuída às pessoas que amam a si mesmas de forma tão exagerada a ponto de não reconhecer a existência do outro e somente agirem em benefício de sua própria vaidade e desejos (Fontes, 2018).

Murari e Dorneles (2020) ressaltam que as redes sociais se encontram abarrotadas de pessoas narcisistas, as quais necessitam de holofotes constantes, condicionados às curtidas, compartilhamentos e conquista de novos seguidores. Assim, compreendemos que os narcisos contemporâneos são aqueles que buscam uma imagem inalcançável, sendo conduzidos pelo desejo de estar sempre em evidência, visto que a vida representada nas redes é idealizada e isso influencia significativamente o estilo de vida das pessoas (Murari; Dorneles, 2020).

Além dos adultos, os adolescentes são facilmente influenciados pelos narcisos contemporâneos e diante do culto ao corpo e à aparência, seguem em busca por uma beleza padronizada, ditada pelos influencers, além dos padrões de comportamento que esses sujeitos impõem como natural (Silva, 2020).

Silva (2020) leciona que na adolescência as mudanças são mais significativas, pois ocorrem no âmbito psíquico, biológico e cultural. Tudo isso, associado à necessidade de pertencimento conferido a esses jovens, faz com que haja maior preocupação com a aparência física, o que pode resultar na insatisfação em relação ao próprio corpo.

Grande parte dos adolescentes se ocupam com o que os outros irão pensar sobre seu físico e caso se sintam fora dos padrões exigidos pelas tribos, buscam meios para atingi-los. De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica,

houve um aumento considerável de jovens que buscam na cirurgia plástica a correção de singularidades corporais, para se sentirem aceitos pela sociedade. Associado a esse movimento, se encontra o padrão divulgado nas redes sociais, principalmente ao divulgar padrões de consumo, econômicos e físicos, com os quais os adolescentes se identificam, mas não vivenciam cotidianamente (Murari; Dorneles, 2020).

A partir do discurso de Aguiar e Ferreira (2022) entendemos a problemática da autoestima dos adolescentes e como ela recebe influência das redes sociais. Nesse sentido, conforme os referidos autores:

Entre os adolescentes, principalmente as meninas, existe um desejo constante em possuir um corpo magro, sendo assim, um grupo relativamente mais vulnerável e suscetível a influências socioculturais e a influências das mídias [...] As redes sociais conseguem disfarçadamente influenciar na baixa autoestima dos adolescentes e mostrar a importância do padrão de beleza [...] Ao internalizar o corpo magro como ideal, os adolescentes recebem uma imagem diferente nas redes sociais, assimilando que pessoas magras são felizes e realizadas socialmente (Aguiar; Ferreira, 2022, p. 9).

Murari e Dorneles (2018) relatam que as redes sociais agregam, tanto a força de empoderar meninos e meninas em relação às suas próprias possibilidades e potencialidades, como derrubar a autoestima desses jovens, ao impor imagens de uma vida praticamente impossível de ser alcançada. Do mesmo modo, as redes sociais impõem padrões comportamentais, os quais podem se tornar perversos, sobretudo ao se tratar do corpo feminino. Não obstante, destacamos que “[...] as mídias são uma das maiores responsáveis por divulgar, através de jogos psicológicos, arquétipos de beleza na sociedade, ofertando, assim, padrões estéticos que limitam o conceito de corpo ideal para cada pessoa.” (Aguiar; Ferreira, 2022, p. 10).

De acordo com Lira *et al.* (2017), os adolescentes estão constantemente preocupados com o peso, pois desejam alcançar um corpo magro, visto que esse é menos propenso à rejeição. As meninas, por sofrerem mais com as variações hormonais, bem como as de proporção corporal, são descritas como as mais vulneráveis à influência exercida pelas redes sociais.

Além disso, são importantes consumidores de tendências, entre elas, usam intensamente as mídias sociais como modo de comunicação e “informação”, e estas, por sua vez, parecem exercer importante influência sobre a insatisfação corporal, o que não é diferente aos meninos que se preocupam com um corpo definido à custa de muitos exercícios físicos nas academias (Silva, 2020, p. 83).

No Instagram as imagens e vídeos são manipuladas pelo uso de filtros, os quais disfarçam imperfeições e reproduzem o ideal de beleza. Entre os adolescentes o uso do filtro nas *selfies* é exagerado, mas não somente eles fazem uso desse recurso de forma exagerada. Basta pesquisarmos alguns perfis, principalmente de celebridades mais velhas, e será possível observar o exagero de filtros para disfarçar o envelhecimento. Isso cria a falsa ilusão de que o tempo não passa, mas na realidade demonstra a incapacidade de adaptação ao ato de envelhecer (Ferreira, 2019).

Ferreira (2019) discorre que a tecnologia proporcionou o uso de editores de fotografia, os quais beiram a tão sonhada perfeição física. Em uma pesquisa realizada pelo autor, os resultados demonstraram que os adolescentes que habitualmente manipulam suas fotos, tendem a ter a autoestima baixa, colaborando para as distorções corporais, além da ansiedade decorrente da constante aprovação ou validação de sua imagem nas redes sociais.

Para Ferreira (2019), não somente a problemática com o próprio corpo emerge do uso constante das redes sociais pelos adolescentes. É comum os relatos de jovens que se iniciaram no mundo dos vícios a partir do que acessam nas redes. Além disso, há um alto consumo de pornografia, acessada a partir de sugestões, explícitas ou não. Ademais, os adolescentes criam perfis falsos em páginas de relacionamento e passam a se expor ao assédio sexual, o qual pode terminar em violência sexual. Diante de toda essa movimentação e exposição, os adolescentes tendem a desenvolver transtornos de imagem que resultam em problemas como anorexia, bulimia, adicção, alcoolismo, abuso sexual infantil e outros que precisam de intervenção externa.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo visou realizar uma pesquisa sobre os efeitos das redes sociais na autoestima e autoconfiança de crianças e adolescentes. Para tanto foi realizada a pesquisa bibliográfica, de cunho qualitativo, visto que não apresentou dados quantitativos estatísticos e sim, a análise discursiva dos referenciais que compõem o estudo.

Como procedimento nos valem da pesquisa bibliográfica, a qual é definida por Gil (2014) como aquela que se baseia nos estudos já realizados para construir o

referencial teórico necessário à resposta para o problema de pesquisa, bem como confrontar as hipóteses com as evidências contidas na literatura.

Ressaltamos que os dados do estudo foram obtidos por meio de pesquisas no Google Acadêmico, SciELO, Lilacs e PubMed, considerando os estudos publicados em livros, artigos, dissertações, teses e outras fontes. A pesquisa, leitura e análise dos textos realizou-se no segundo semestre de 2023, a partir da definição do tema, do problema e objetivos. Relembramos que a pesquisa foi relevante por se tratar de um assunto atual e de grande interesse acadêmico, profissional e social.

Mediante o exposto, consideramos importante a pesquisa sobre a temática, pois o uso das redes sociais é um fenômeno que tem crescido exponencialmente e com isso, aumenta os riscos em relação aos vícios, alteração na rotina, acesso a conteúdo inadequado e outros.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Observamos que a cultura digital é uma realidade que se faz presente no contexto de crianças e adolescentes, principalmente a partir da inserção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). O tempo que os jovens dedicam às telas, conectados à internet e acessando as redes sociais é cada vez maior e isso compromete o seu desenvolvimento. O mundo que lhes é apresentado nas redes sociais pode ser inalcançável, criando expectativas que, ao serem frustradas inserem sentimentos com os quais ainda não sabem lidar, o que afeta a autoestima e autoconfiança (Aguiar; Ferreira, 2022).

A partir da expansão da internet, as redes sociais foram se configurando em *lócus* de experiências individuais e coletivas, pautadas na existência de um mundo virtual, o qual se abre para o exercício da imaginação e da fantasia, superando a configuração da realidade. De modo bem significativo, as redes sociais passaram a fazer parte da sociedade contemporânea, principalmente dos jovens e com isso, emergiram os problemas relacionados à construção da identidade (Geraldo; Negrisoli, 2020).

Em uma entrevista concedida em 2021, a psicóloga Tamara Macedo reforçou que a autoestima é determinada a partir dos valores sociais e padrões impostos pela sociedade. Esse tipo de imposição tende a afetar a percepção visual e intelectual dos

jovens, o que leva ao desgaste da autoconfiança. Diante vivências que representam um ideal de vida perfeita, crianças e adolescentes buscam se aproximar do que as redes sociais apresentam e com isso, segundo a entrevistada, cerca de 80% das meninas pensam em mudar, de alguma forma, sua aparência (AGEMT, 2021).

Tamara Macedo explicou que o mundo virtual tem exercido uma influência significativa na vida dos jovens, afetando, principalmente, a autoestima. Em sua perspectiva, a psicóloga afirmou que o uso das redes sociais tem sido um dos maiores causadores de problemas relacionados à autoestima e autoconfiança de crianças e adolescentes. Isso decorre, sobretudo, da comparação com os influenciadores digitais, o que traz impactos negativos para a autoestima das pessoas. Nos dizeres da psicóloga “[...] se já é difícil para adultos, para adolescentes é pior, porque eles ainda estão em processo de desenvolvimento” (AGEMT, 2021, p.1).

Segundo a análise realizada por Eisenstein e Estefenon (2022), as crianças e adolescentes do presente vivenciam dois mundos, sendo um, o conhecido por todos, o mundo real e o outro, o mundo virtual ou digital. Para os jovens e também os adultos, o virtual corresponde a uma realidade inventada, mais interessante, repleta de surpresas, aventuras e oportunidades. É um mundo no qual a pessoa se sente com maior autonomia e devido a isso, torna-se espaço de perigo e riscos. “O espaço cibernético, o mundo da internet e a velocidade da comunicação se tornaram o ‘lugar vivo de verdade’ onde todos se encontram, aprendem, jogam, brincam, brigam, trocam fotos, ganham dinheiro, começam e terminam amizades e namoros”. (Eisenstein; Estefenon, 2022, P.1).

É notável o quanto a internet avançou, superando fronteiras, ultrapassando as barreiras culturais, ao passo que elevou outros obstáculos. Do mesmo modo, ampliou questões sociopolíticas e alcançou em poucos anos o que a sociedade demorou séculos para conseguir: a velocidade com que a informação chega aos mais variados locais, não importando a distância (Geraldo; Negrisoli, 2020).

A ideia de que todo tipo de conhecimento ou mesmo informação se encontram disponíveis o tempo todo, ao alcance de um botão ou de uma tela, passa a impressão de liberdade infinita. No entanto, muitos indivíduos se tornam prisioneiros dos hábitos ligados à internet, principalmente quando se trata das redes sociais, as quais se mostram extremamente atraentes, tanto para o público jovem, quanto para o adulto. O maior problema em relação às redes sociais, além do tempo exagerado que as pessoas gastam em seu uso, se encontra na dificuldade em diferenciar o que é real

do virtual, bem como o público do privado, o que causa distorções de imagem e comportamentos, principalmente em longo prazo (Eisenstein; Estefenon, 2022).

Além dos problemas relacionados à autoconfiança e autoestima dos adolescentes, a literatura apresenta outras problemáticas, ligadas ao estresse, também conhecido como tecnoestresse (causado pelo uso excessivo das tecnologias). Outro fator que compromete a saúde dos usuários constantes das redes, diz respeito ao cyberbullying, que é o assédio moral e violência psicológica realizados nos meios virtuais (Geraldo; Negrisoli, 2020).

Para Silva (2021), as redes sociais se tornaram mais expressivas a partir da segunda década do século XXI, principalmente, com a ampliação de seu uso para outras finalidades, tais como promoção de bens, produtos e serviços. A facilidade de estabelecer relações, comerciais ou não, fez com que conquistasse um número maior de usuários. Os aplicativos de relacionamento, por exemplo, projetam e vendem imagens irreais, mas que se tornam realidade na visão dos jovens. Quando se trata de crianças e adolescentes, cuja identidade se encontra em construção, o uso excessivo das redes resulta em cobranças capazes de impactar negativamente a autoconfiança, principalmente ao considerarmos o quanto o padrão demonstrado nas redes pode influenciar e rotular, resultando em uma confusão de sentimentos, tais como tristeza e frustração (Silva, 2021).

Brunelli, Amaral e Silva (2019) relatam que as redes sociais, tais como o Instagram e o TikTok produzem celebridades instantâneas, as quais, de um dia para outro, conquistam milhares de seguidores a partir de uma única postagem. Isso desperta o interesse dos usuários das redes, pois um dos grandes ideais de quem está nas redes sociais é ter o máximo de engajamento possível e passar a monetizar com as postagens. Não obstante, entendemos que a busca infinita por likes é o que alimenta as redes sociais, transformando jovens comuns em “viciados”, viralizando em relação aos conteúdos que sejam considerados relevantes, mesmo que causem polêmicas ou se baseiem em falsas notícias (*fake news*).

Costa, Melo e Pina (2022) destacam que as redes sociais são o local em que os corpos e as imagens são plenamente explorados. Com isso, os usuários passam a se comparar, de forma constante, com o corpo que determinado influenciador ou influenciadora exhibe, com as viagens feitas para os mais diferentes lugares e passam a ter contato com uma perfeição existente somente no imaginário. São constantemente bombardeados pelo corpo perfeito, rosto perfeito e vida perfeita e

mesmo quando os influenciadores falam sobre algum problema pelo qual estejam passando, há a ideia de exclusividade que não fazem parte do cotidiano da maioria dos usuários das redes sociais. Assim, quando se trata de crianças e, principalmente, adolescentes, há uma autocobrança tão intensa, que eles passam a comparar suas vidas e é nesse aspecto que a insegurança causa prejuízos à autoestima e autoconfiança.

Perin (2016) leciona que a sociedade, ao passo que influencia, também é influenciada pelos padrões impostos por ela mesma. Não são apenas padrões referentes ao corpo e comportamentos, mas à profissão, relacionamentos e lazer. Conforme mencionado, crianças e adolescentes estão passando por um complexo processo de desenvolvimento das emoções e a busca pela aceitação se torna ainda mais fundamental.

Por sua vez, Moura *et al.* (2022) destaca que para os adolescentes não existem padrões, eles apenas identificam aqueles com os quais desejariam se parecer e tentam copiá-los, principalmente no comportamento. No entanto, os autores evidenciam que entre os jovens, foi ampliada a busca por procedimentos estéticos, tendo como alvo a aparência apresentada pelos influenciadores. Do mesmo modo, cada vez que um influenciador ou influenciadora demonstra ter feito algum procedimento estético, cujos resultados são sempre satisfatórios, esses são pesquisados e realizados, não por crianças ou adolescentes, mas por jovens que estão saindo da adolescência e desejam seguir um padrão que os encaixe nos grupos sociais.

Consoante ao referido, Bastos *et al.* (2022) ressaltam que a expansão das redes sociais tornou cada contexto individual em algo público e quanto maior o engajamento, mais crescente se torna a expectativa de likes, comentários e compartilhamentos. Por outro lado, os denominados *exposeds* trazem prejuízos emocionais ainda maiores do que a busca pela aprovação ou pelos padrões sociais.

A literatura relata os diversos impactos psicológicos que o excesso de acesso às redes sociais pode causar na autoestima dos adolescentes. Diante disso, destacamos o discurso de Bastos *et al.* (2022), o qual reforça que a adolescência é a fase mais vulnerável do desenvolvimento humano e esse torna ainda mais intensa a partir do ambiente e o contexto no qual os adolescentes se encontram inseridos.

As redes sociais exercem uma influência preocupante no contexto dos adolescentes, embora elas não devam ser amplamente responsabilizadas pelos

desvios ou transtornos desenvolvidos na adolescência. Os referenciais teóricos apontam que diversos comportamentos preocupantes derivam da busca pelos padrões ditados nas redes sociais, além da necessidade de se inserirem em um contexto social ou em um grupo (Moura et al., 2022).

Dentre os reflexos mais observados, a literatura menciona a baixa autoestima que se reflete em comportamentos autodestrutivos e autolesivos, além de evoluir para quadros sintomáticos de depressão, transtornos de ansiedade, bulimia, anorexia e tendências suicidas. Os denominados comportamentos de risco, também são associados ao adoecimento psíquico do adolescente, evidenciando os transtornos de conduta, personalidade borderline, orientação sexual excessiva e precoce, comportamento impulsivo (Silva; Botti, 2017).

Quanto às intervenções psicoterapêuticas, indicamos que cada caso seja estudado, visando as mudanças comportamentais, além de inserir um processo no qual o adolescente seja capaz de reconhecer seu potencial e refletir sobre até que ponto as redes sociais são realmente importantes em sua vida. No mesmo trabalho, a família precisa ser acionada, para que possa constituir uma rede de apoio ao adolescente, sem que ele seja meramente julgado por tentar seguir os padrões impostos pela sociedade (Silva; Botti, 2017).

4 CONCLUSÃO

A relação que os adolescentes constroem consigo mesmos e com os outros pode se tornar problemática, visto que a autoestima e a autoconfiança podem ser abaladas quando a autoimagem depende de uma imposição relacionada aos padrões físicos e comportamentais evidenciados pela sociedade.

Com o estudo, foi possível comprovar que a autoestima e autoconfiança se relacionam à forma como os sujeitos lidam com dois aspectos, a rejeição ou a aceitação. Nesse sentido, a literatura consultada evidenciou que a baixa autoestima impacta a relação interpessoal, bem como a saúde mental, uma vez que a pessoa sem uma autoimagem positiva tende a desenvolver transtornos relacionados à autoaceitação.

Por meio da pesquisa, compreendemos que na atualidade, as redes sociais exercem um importante papel na vida das pessoas, de tal modo que se tornaram uma

espécie de vitrine da vida alheia, criando uma espécie de sociedade fundamentada na vida que é mostrada nas telas. Os adolescentes, ao terem contato com esse turbilhão de informações e considerando que estejam em pleno desenvolvimento físico e psíquico, criam expectativas acerca de uma vida idealizada e a frustração por não poder viver da mesma maneira cria situações que mexem com a saúde mental.

Observamos que os adolescentes se encontram em contato constante com o mundo virtual expresso nas redes sociais e fora delas e devido à falta de maturidade suficiente para lidarem com as decepções têm sua autoestima e autoconfiança severamente afetadas. Nesse sentido, compreendemos a importância do apoio psicoterapêutico, no sentido de buscar alternativas para que a autoestima dos adolescentes seja reconstruída, visando, principalmente, fortalecê-los para que saibam lidar com o mundo, seja ele virtual ou não.

Ao final do estudo, ressaltamos que seus objetivos foram contemplados e mediante a farta pesquisa sobre a temática, os referenciais se mostraram suficientes para a resposta à problemática inserida, bem como a confirmação de suas hipóteses. Ressaltamos que não houve dificuldades na conclusão do estudo e esperamos que ele possa contribuir, efetivamente, com o campo de saberes da Psicologia.

REFERÊNCIAS

AGENT. **Redes sociais podem ser uma máquina de moer a autoestima.** Entrevista concedida pela psicóloga Tamara Macedo em 30 de setembro de 2021. Disponível em < <https://agent.pucsp.br/noticias/redes-sociais-podem-ser-uma-maquina-de-moer-autoestima>> Acesso em: 15 out. 2023.

AGUIAR, B.R.; FERREIRA, D.J.S. **Influência das redes sociais na autoimagem de adolescentes: uma revisão integrativa.** 2022. 17 f. Artigo (Bacharelado) Curso de Educação Física pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac, Brasília, 2022.

BASTOS, A. P. S. O. et. al. A influência das mídias sociais no Transtorno Dismórfico Corporal: Uma doença da era digital?. **Revista Científica do Tocantins.** v. 2, n.2, p. 3-18, jun. 2022.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo.** Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A., 2015.

BRUNELLI, P. B. ; AMARAL, S. C. S.; SILVA, P. A. I. F. **Autoestima alimentada por “likes“:** uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. ., [s. l.], 2019.

CASTRO, A. L. **Culto ao Corpo e Sociedade**: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume, 2016.

COSTA, C. S. ; MELO, L.; PINA, M. Redes sociais: um estudo do impacto na autoestima dos alunos do Instituto Federal Campus Guarulhos. **Anais da Exposição Anual de Tecnologia**, São Paulo, v. 2, 2022.

DINIZ, M. R. **A outra face de Narciso**: cultura do consumo e beleza do corpo na sociedade contemporânea. 2014. 139f. Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHL – João Pessoa, PB, 2014.

EISENSTEIN, E. ; ESTEFENON, S. B. Geração digital: riscos das novas tecnologias para crianças e adolescentes. **v. 10, supl. 2**, ago. 2022.

FERREIRA, C.S. **Oficina de Psicologia**. São Paulo: Elsevier, 2019.

FLORIANI, F.; MARCANTE, M.; BRAGGIO, L. **Autoestima e autoimagem**: a relação com a estética. UNIVALI, Santa Catarina, 2014.

FONTES, A.C.B. **Dicionário de Mitologia Grega**. São Paulo: Scipione, 2018.

GERALDO, A.B.N.; NEGRISOLI, L. **O impacto das redes sociais no comportamento das crianças e adolescentes**. 9ª Jornada Científica e Tecnológica da FATEC de Botucatu. 03 a 06 de novembro de 2020. Disponível em <<http://www.jornacitec.fatecbt.edu.br/index.php/IXJTC/IXJTC/paper/viewFile/2442/2886>> Acesso em: 20 set. 2023.

GIRALDO, K. P. ; HOLGUIN, M. J. A. Autoestima, processo humano. **Psyconex: Psicologia, psicoanálisis y conexiones**, Medellín Colombia, v. 9, 2017.

LIMA, N. L. et. al. Os adolescentes na rede: uma reflexão sobre as comunidades virtuais. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 64, n. 3, dez. 2012.

LIRA, A. G; GANEN, A.P; LODI, A. S; ALVARENGA, M. S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, p. 164-171, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2019.

MAFFESOLI, M. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MOURA, I. et al. Transtorno dismórfico corporal: relação com os padrões de beleza. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**. Vol.15(3),2022.

MURARI, K. S.; DORNELES, P. P. Uma revisão acerca do padrão de autoimagem em adolescentes. **Revista Perspectiva: Ciência e Saúde**, v. 3, n. 1, 2018.

NEVES, K. S. S. M. et al. Da infância à adolescência: o uso indiscriminado das redes sociais. **Rev. Ambiente Acadêmico**, v. 1, n. 2, 2015, p. 119-139.

NÓBREGA, T. P. **Corporeidade e Educação Física: do corpo objeto ao corpo-sujeito**. 2ª ed. Natal: EDUFRN, 2015.

PERIN, G. Sintomas Depressivos, Sintomas Ansiosos, Dismorfismo Corporal e Esquemas Cognitivos Disfuncionais em Universitários. **Psicologia da IMED**, 30-37, 2016.

RIBEIRO, V.M.M. **A Psicologia Clínica e a Prevenção das Doenças da Beleza na Sociedade Brasileira Contemporânea**. 2016. (Monografia). Recuperado de: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/10354/1/21458612.pdf>. Acesso em: 20 set. 2023.

SALLES, G.M. **A identidade sob os padrões de beleza**. 2020. 49f. Monografia (Especialização) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2020.

SANTAELLA, L. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

SILVA, R. C. **Marketing da informação em redes sociais: Facebook**. Pernambuco: UFPB, 2020.

SILVA, P.H.G. A influência da mídia na autoimagem de adolescentes: uma análise do discurso nas redes sociais. Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos. Suplemento: **Anais do XII SINEFIL**, 2020.

SILVA, M. C. S. A relação entre redes sociais e autoestima. Comportamentos de risco em **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação- REASE**, São Paulo, v. 7, p. 2675-3375, 2021.

VASCONCELOS, H. S. Autoestima, autoimagem e constituição da identidade: um estudo com graduandos de psicologia. **Revista psicologia, diversidade e saúde**, v. 3, n. 6, p. 195-206, ago. 2017.

VILAÇA, N.; GÓES, F. **Em Nome do Corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 2018.

SILVA, A. C.; BOTTI, N. C. L. Comportamento autolesivo ao longo do ciclo vital: revisão integrativa da literatura. **Revista Portuguesa de Enfermagem de Saúde Mental**, n.18, p. 67-76, 2017.