Uso de rede sociais e autoimagem em adolescentes: uma revisão narrativa

Hannah Lupato Silva [1]
Cristina Pilla Della Mea [2]

Resumo

As redes sociais são ferramentas de comunicação que têm se tornado cada vez mais presentes no cotidiano dos adolescentes. Essa fase do ciclo vital gera inseguranças e questionamentos, tornando esse público mais suscetível à grande quantidade de informações que lhes são expostas, podendo acarretar complicações na sua autoimagem. O objetivo deste estudo foi descrever os principais impactos do uso das redes sociais na autoimagem dos adolescentes. Realizou-se uma revisão narrativa onde foram consultados materiais bibliográficos nacionais e internacionais, como livros, artigos científicos e dissertações utilizando-se os descritores: adolescencia, rede social e autoimagem. Como resultados, percebeu-se que o uso de redes sociais interfere na percepção subjetiva que os jovens têm sobre si mesmos em vários aspectos: físicos, comportamentais, alimentares e sociais. Além disso, a busca extrema para atingir padrões disseminados nas redes sociais leva ao desenvolvimento ou agravamento de sintomas e transtornos psicológicos. Conclui-se que a forma e a frequência na qual as redes sociais são usadas refletem significativamente na autoimagem do adolescente, são altamente reforçadas pelo grupo social e podem acarretar sintomas ou transtornos psiquiátricos. Destaca-se a importância da família e escola para o desenvolvimento de uma autoimagem saudável.
Palavras chave: Adolescência; Rede social; Autoimagem; Revisão Narrativa.

Abstract

Social media is a communication tool that has become increasingly present in the daily lives of teenagers. This stage of the life cycle generates insecurities and questions, making this population more susceptible to the large amount of information they are exposed to, which can lead to complications in their self-image. The objective of this study was to describe the main impacts of social media use on teenagers self-image. A narrative review was conducted, consulting national and international bibliographic materials such as books, scientific articles, and dissertations, using the descriptors: adolescence, social media, and self-image. The results showed that the use of social media interferes with the subjective perception that young people have of themselves in various aspects: physical, behavioral, dietary, and social. Furthermore, the extreme pursuit of achieving standards disseminated on social media leads to the development or exacerbation of psychological symptoms and disorders. It can be concluded that the manner and frequency in which social media is used significantly reflect on the adolescent's self-image, being highly reinforced by the social group and potentially leading to psychiatric symptoms or disorders. The importance of family and school in the development of a healthy self-image is emphasized.

Key-words: Adolescence; Social network; Self image; Narrative Review.

[1] Graduanda em Psicologia pela Atitus Educação. E-mail: hannahlupato@gmail.com

[2] Mestra em Envelhecimento Humano pela Universidade de Passo Fundo (2017). Especialista em Terapia do Esquema pela SOBRESP-Faculdade de Ciências da Saúde (2022). Especialista em Psicologia Clínica pela Atitus Educação (2008). Especialista em Psicoterapias Cognitivo-Comportamentais pela UNISINOS (2003). Bacharel e Licenciatura em Psicologia pela UPF (2000). Docente na Graduação de Psicologia da ATITUS Educação - Campus Passo Fundo, na área de terapia cognitivo-comportamental. docente na Graduação de Psicologia da ATITUS Educação- Campus Passo Fundo e psicóloga clínica. E-mail: cristina.mea@atitus.edu.br

A adolescência é considerada, em diferentes culturas, o evento que marca a passagem entre a infância e a idade adulta. Essa fase envolve diversos fatores e é por muitos considerada o período que compreende a idade entre 11 à 19 anos (Papalia & Feldman, 2013). Já, a Lei n. 8.096 considera adolescente aquele que possui entre 12 à 18 anos (Brasil, 1990). A puberdade é o estopim para a adolescência e deve ser enfatizada quando se discute sobre essa etapa do ciclo vital, pois afeta todas as outras facetas do desenvolvimento. A questão hormonal específica deste período elicia os interesses sexuais e também promove o desenvolvimento corporal adequado para que a sexualidade e a fertilidade se tornem possíveis (Bee & Boyd, 2011).

Essa etapa do desenvolvimento traz à tona evoluções cognitivas, físicas, sociais e culturais. Mudanças significativas são vivenciadas na subjetividade de cada indivíduo, marcada pela época de se separar dos pais, tornar-se autossuficiente e definir um *self* pessoal que é independente, como um indivíduo único que possui suas próprias habilidades, traços, valores e sonhos (Myers, 2014). Diante disso, o jovem passa a desenvolver uma nova identidade que está associada a experiências que ocorrem gradativamente, portanto, a cognição individual tende a ser influenciada por tais fatores (Bee & Boyd, 2011).

Os jovens se apresentam, de forma curiosa, quase sempre preocupados com aquilo que possam parecer aos olhos dos outros em comparação ao que eles mesmos se julgam ser (Erikson, 1976). Nota-se uma forte tendência ao pertencimento grupal durante a juventude, principalmente devido às mudanças e questionamentos existenciais que são desencadeados nessa fase (Saito et al., 2014). O questionamento a autoridade, as instituições e ao modo de vida dos adultos fazem com que um certo senso de pertencimento grupal seja criado, desencadeando uma tendência ao egocentrismo e a falta de empatia nas relações com os adultos e, por outro lado, uma grande identificação e vínculo com os amigos e com a cultura jovem que se insere cada vez mais dentro das mídias sociais e suas redes (Araújo et al., 2008; Fonseca et al., 2018).

As mídias sociais são consideradas veículos de comunicação que se fazem presentes em diversos espaços atuais: na televisão, no rádio, nas revistas, e principalmente na internet (Brandl Neto & Campos, 2010). Dentro destes espaços virtuais encontram-se as redes sociais, que não se limitam a fronteiras geográficas nem sociais e, cuja existência é contingenciada pelo ambiente tecnológico no qual são construídas. As redes sociais possibilitam novas formas de se relacionar e potencializam a comunicação que é mediada por aparelhos com acesso à internet, propiciando a produção de perfis que não necessariamente têm vínculos com a realidade e que estimulam a busca pelo aumento do número de contatos, mesmo que estes sejam completos estranhos (Aguiar, 2008).

Tais tecnologias permeiam o mundo pós-moderno habitado, encurtando distâncias, modificando as noções que se possui sobre o tempo, promovendo encontros virtuais e afastando os indivíduos de modelos de relações que não os servem mais como antigamente. A pós-modernidade pode ser visualizada como uma era na qual há uma vigilância constante durante as conexões com o mundo virtual, onde as tecnologias são capazes de traçar perfis em busca de fomentar o consumo (Guareschi et al., 2017). Dentro das redes sociais, a exposição a ideias, informações e opiniões de outras pessoas é um fator relevante e que pode ser decisivo para estimular certos comportamentos e escolhas (Nicoletti & Capra, 2016).

A liquidez, um dos conceitos utilizados para se referir a modernidade, retrata que as relações são fluidas e as identidades construídas tornam-se passageiras. Os indivíduos mudam rapidamente em uma era na qual não se é capaz de permanecer da mesma forma por muito tempo (Bauman, 2021). Tal

conceito pode ser utilizado para referir-se a estas plataformas, onde, muitas vezes, seus consumidores encontram-se em um estado de insatisfação contínua, uma vez que o padrão idealizado está em constante mudança, sendo assim não há um estado de satisfação plena, pois o que hoje importa para um indivíduo, amanhã pode não importar mais (Brandl Neto & Campos, 2010).

As redes sociais, de certa forma, têm servido como vitrine de um bem estar virtual e simbólico que se contrapõe, muitas vezes, com a realidade vivida fora das telas. De outra forma, pode-se dizer que o objetivo proposto pelas mídias é suprir necessidades que são, constantemente, criadas por elas mesmas (Brunelli et al., 2019). Tais padrões difundidos estão constantemente associados ao conceito da autoimagem, que refere sobre tudo aquilo que se cria e se imagina sobre si mesmo. São representações individuais na qual se percebe uma imagem real e uma imagem idealizada que podem ser comparados aos padrões que o indivíduo internalizou durante o acesso a essas plataformas virtuais (Gomes et al., 2021).

Durante o uso das redes sociais, os usuários tornam-se ao mesmo tempo fontes e receptores de informação, tendo a liberdade para participar e interagir ativamente dentro destas plataformas. Por outro lado, padrões estéticos, comportamentais, econômicos e alimentares têm sido disseminados como padrões de vida ideal, repercutindo de forma predominantemente negativa na autoimagem de seus usuários (Silva et al., 2020). A expansão das redes sociais virtuais desencadeia inúmeras e aceleradas mudanças em nossa sociedade. Com essas grandes transformações, a socialização dos adolescentes foi facilitada e mediada pelas redes sociais, que os instigam a tornar públicas as suas intimidades, bem como suscitam novas formas de interação com os seus pares (Bordignon & Bonamigo, 2017).

É imprescindível destacar que o público adolescente tem sido um importante consumidor dessas necessidades criadas pelas redes sociais (Fonseca et al., 2018). Por se tratar de uma geração que se insere desde o seu nascimento nos contextos midiáticos, a imaturidade neurobiológica e emocional, além da forte necessidade de aceitação e pertencimento grupal nessa faixa etária levantam preocupações com as consequências das redes sociais sobre a autoimagem (Copetti & Quiroga, 2018). Diante disso, o presente estudo teve como objetivo descrever os principais impactos do uso das redes sociais na autoimagem dos adolescentes por meio de uma revisão narrativa de literatura. Além disso, objetivou-se apresentar o padrão de uso das redes sociais na adolescência e definir o conceito da autoimagem relacionado a esta faixa etária.

Método

Delineamento

Trata-se de uma revisão narrativa de literatura, que busca analisar um problema de acordo com referenciais teóricos publicados. Por meio da revisão narrativa, foram reunidos diversos tipos de materiais documentados, no intuito de discorrer sobre o problema de pesquisa conforme o material previamente analisado (Cervo, Bervian, & Silva, 2007).

Materiais

Para o presente foram consultadas diferentes bases de dados buscando artigos científicos que atendiam ao tema, problema de pesquisa e seus respectivos objetivos. Outrossim, também foram utilizados livros, dissertações e teses para maior embasamento teórico.

Procedimentos

A presente pesquisa foi desenvolvida a partir da consulta em bases de dados como a *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), *PubMed*, Periódicos da CAPES, *Google* Acadêmico e Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e também livros que se ateram à temática. Os materiais foram selecionados

após uma busca pelos descritores "Redes Sociais" *and* "Autoimagem" *and* "Adolescência". Os critérios de inclusão utilizados foram os materiais bibliográficos que abordaram o tema e que estivessem disponíveis na literatura nacional ou internacional. Os critérios de exclusão foram artigos repetidos e que não se enquadraram dentro do tema em questão.

Análise de Informações

Os materiais foram selecionados a partir de uma análise dos seus títulos e resumos. Foram analisados e considerados em sua totalidade, a partir da semelhança e relevância perante os critérios da temática da pesquisa.

Discussão

O uso de redes sociais por adolescentes.

Pesquisas realizadas pela União Internacional de Telecomunicações indicaram que o acesso à internet tem se intensificado, principalmente em decorrência da pandemia COVID-19 que fez o uso desse meio tornar-se, muitas vezes, necessário para trabalhar, estudar e manter contato. Em 2019, aproximadamente 4,1 bilhões de pessoas fizeram uso da internet, esse dado corresponde a 54% da população mundial e, desde então, o número de usuários aumentou para 4,9 bilhões de pessoas durante 2021, correspondendo a 63% da população (*International Telecommunications Union* [ITU], 2021). Aproximadamente 165,3 milhões de indivíduos brasileiros utilizaram a internet em janeiro de 2022 para buscar informações, pesquisar como fazer algo, procurar por marcas, encontrar novas ideias e inspirações e manter contato com família e amigos (*We Are Social*, 2022).

A experiência digital nas redes sociais é repleta de comunidades e sites, dentro desses são estabelecidos ambientes de interação que podem funcionar como um espaço público complementar (Aguiar, 2008). Observa-se que aproximadamente 17,5 milhões de pessoas no Brasil utilizaram as redes sociais em janeiro de 2022, sendo que manter contato com pessoas próximas, ler/ver publicações, encontrar produtos para comprar, achar conteúdo para fazer estavam entre os principais motivos para utilizar as redes sociais. Em 2022, as plataformas que mais foram utilizadas por indivíduos no Brasil foram o *Whatsapp* (96,4%), *Instagram* (90,1%), *Facebook* (88,2%), *TikTok* (69,6%) e *Facebook Messenger* (67,8%). Tal estudo também indicou que dentro das redes sociais, os principais tipos de contas seguidas eram respectivamente: pessoas conhecidas (família, amigos, entre outros), artistas musicais, *influencers*, atores e páginas de entretenimento (*We Are Social*, 2022).

Uma pesquisa realizada no Brasil apontou que quase 10 milhões de adolescentes faziam uso diário da internet e mais 5 milhões usavam pelo menos uma vez na semana, sendo que as principais atividades estavam relacionadas com o uso das redes sociais, ao entretenimento e a procura por informações (Fundo das Nações Unidas para a Infância, 2013). O acesso à internet tende a aumentar ao longo dos anos, pesquisas referentes às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), apontam que 22,3 milhões de indivíduos de 9 e 17 anos eram usuários de internet no Brasil em 2021 e o uso estava relacionado a assistir filmes, séries, programas de TV, outros vídeos. Destacou-se o consumo de conteúdos associados a indústria cultural, como vídeos de música, animações, desenhos animados e também o contato com vídeos de influenciadores digitais, tutoriais, videoaulas e pessoas que jogam videogames. Referente ao uso das redes sociais, indicou-se em 2020 as plataformas mais utilizadas pelos usuários de 10 a 17 anos foram *Whatsapp* (86%), *Facebook* (61%), *Instagram* (35%), Tiktok (27%), *Snapchat* (18%) e *Twitter* (14%). Em 2021, houve uma queda do uso do *Facebook* e um aumento do uso do *Instagram* e do *TikTok*. Entretanto, o *Whatsapp* permaneceu sendo a plataforma mais utilizada pelos adolescentes

(Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, 2022).

Na adolescência, período no qual o jovem busca constituir a sua própria identidade e passa por emoções profundas, partilhar os sentimentos e as emoções nas diversas linguagens é imprescindível, pois a comunicação promove interações interpessoais e relacionamentos que são essenciais para a vida humana. Nesse sentido, as redes sociais são ferramentas que possibilitam interações de forma eficaz e imediata, mediando a comunicação e o compartilhamento de informações por meio de funções como curtir, comentar, compartilhar, entre outras (Taboga & Santos Junior, 2021).

A influência das plataformas digitais tem um papel fundamental na virtualização da sociabilidade dos jovens: poder se manter informado, conversar com pessoas distantes, manter contato com amigos e familiares, conhecer pessoas diferentes e de um jeito mais fácil do que seria pessoalmente, compartilhar ou ficar por dentro das novidades, bisbilhotar a vida alheia e participar dos grupos mais conhecidos e que são considerados os assuntos do momento são alguns motivos que tornam as redes sociais tão atrativas para os adolescentes (Bordignon & Bonamigo, 2017).

Dentro desse universo alimentado pelo novo, a moda e os padrões se instalam, mudam e desaparecem rapidamente. Nesse sentido, a sociedade como um todo, no seu modo de viver, ver e de se relacionar com o mundo tornam-se parte de um espetáculo no qual transformam-se em um conjunto de imagens que precisam ser publicadas, atualizadas e vistas constantemente (Sibilia, 2008). O uso de imagens junto a outros artifícios discursivos corrobora uma tendência contemporânea característica da cibercultura de manter as informações em atualização permanente, por meio da adição de conteúdos novos a todo momento. Tais fragmentos de conteúdos são atribuídos a um ator social que é representado dentro de um ciberespaço por um perfil, um blog, ou até mesmo um site. O conceito de ator social descreve o primeiro elemento dentro de uma rede social e designa as pessoas envolvidas que atuam de forma a moldar as estruturas por meio das interações e pela construção de laços sociais (Recuero, 2009).

A autoimagem na adolescência.

A imagem que um indivíduo cria ou imagina sobre ele mesmo reflete na autoimagem, que é o conceito principal da autoestima e está associado a um conhecimento que se tem sobre si mesmo, incluindo suas habilidades, competências, percepções, sentimentos, atitudes e ideias. Esse constructo abrange as representações que são construídas na mente de um indivíduo, onde há um *self* real e um *self* idealizado, que muitas vezes são divergentes e geram percepções negativas (Gomes et al., 2021). A Teoria da Autodiscrepância propôs uma subdivisão do self em três domínios: o *Self* Real, o *Self* Ideal e o *Self* Desejável. O *Self* Real é composto pela percepção individual das características que um indivíduo possui ou acredita possuir, o *Self* Ideal refere-se a tudo aquilo que o indivíduo idealiza para si, já o *Self* Desejável engloba fatores que são desejáveis pela sociedade, como responsabilidades e obrigações. Essa teoria postula que certo sofrimento é gerado no momento em que há discrepâncias entre o *Self* Real e o *Self* Ideal ou o *Self* Desejável, resultando em percepções negativas sobre si mesmo, sobre os outros e sobre a sociedade (Kanno et al., 2008).

Os adolescentes perpassam por uma fase em que muitas preocupações referentes à sua imagem ocorrem, principalmente diante do grupo social no qual estes pertencem (McCabe & Ricciardelli, 2003). Os padrões ou objetos de desejo são influenciados de acordo com a cultura em que se inserem, assim interioriza-se um conjunto de crenças, atitudes, valores, regras e comportamentos que são vivenciados em sociedade. De acordo com essas experiências, as pessoas buscam moldar-se

conforme as exigências que são comumente aceitas (Loiola, 2014).

A imagem de si, que os indivíduos buscam fazer os demais acreditarem existir, é influenciada por aquilo que se deseja representar com determinadas características que são construídas a partir de estereótipos culturais. Assim, a publicação de conteúdo nos ciberespaços permite uma certa adequação a padrões de comportamento que são valorizados positivamente por alguns grupos sociais. Muitas das publicações carregam a posse de um bem estar simbólico que deseja transpassar uma imagem que seja atribuída à beleza, à sofisticação e ao luxo (Carrera, 2012). Contudo, sugere-se que quanto mais aquilo que é real se distancia daquilo que é ideal, maior é a probabilidade de comprometimentos na autoimagem, sendo que a busca excessiva pelo encaixe em certos padrões pode causar impactos dentro desse constructo (Fernandes, 2007).

Impactos do uso das redes sociais na autoimagem de adolescentes.

As redes sociais são superestimuladas, existe uma preocupação excessiva com a "espetacularização" do eu, fazendo com que não importe tanto ser ou ter algo, a menos que isso possa ser compartilhado nas redes sociais. As infinitas versões do "você" e do "eu" levam a questionamentos de até que ponto o conteúdo privado publicado representa uma vida e até que ponto esses conteúdos representam uma obra de arte que retratam personagens fictícios (Sibilia, 2008). A manipulação daquilo que é publicado também é constante, podendo ser editado previamente por aqueles que compartilham determinados conteúdos. Dentro das redes sociais, as mensagens disparadas podem ser selecionadas e recortadas de acordo com aquilo que é mais chamativo ou pertinente (Oliveira, 2017).

Redes sociais são altamente voltadas para o visual e promovem o compartilhamento de fotos e vídeos que podem ser esteticamente aprimorados, como o *Instagram* e o *Snapchat*, que se tornaram muito populares entre os adolescentes nos últimos anos. Uma pesquisa realizada com jovens na Itália apontou uma correlação positiva entre o tempo gasto dentro dessas plataformas com o aumento das preocupações com a imagem corporal em comparação aos participantes que não faziam uso dessas mídias (Marengo et al., 2018). Corroborando esses resultados, um estudo realizado com adolescentes do sexo feminino na Malásia revelou que o tempo de uso de tela pode influenciar na estima corporal, sendo que essa exposição contínua a conteúdos relacionados à aparência física reforça ideais, aumenta a comparação corporal e o medo da avaliação externa, principalmente entre meninas (Yang et al., 2020).

Nessa perspectiva, os filtros podem ser citados como uma das grandes valorizações por meio desses usuários, sendo facilmente adicionados em fotos ou vídeos, aumentando ou diminuindo o contraste, o brilho, a saturação, corrigindo imperfeições, e outros atributos que tornam os conteúdos mais atrativos e que se aproximam de padrões socialmente almejados: como emagrecer ou definir os músculos (Carrera, 2012). Certos indivíduos têm buscado procedimentos estéticos levando as suas "*selfies*" sob um filtro de imagem para demonstrar como é a sua aparência desejada, tal ato tem sido frequente e nomeado como "Dismorfia do *Snapchat*" (Youn, 2019).

Apesar de recente, o fenômeno da dismorfia tem causado preocupações, principalmente pelo crescimento da incidência do transtorno dismórfico corporal (TDC) em adolescentes (Ramphul & Mejias, 2018). Segundo o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5-TR), o TDC caracteriza-se por preocupações excessivas quanto a falhas discretas ou inexistentes na aparência física de um sujeito. Tais preocupações podem levar a comportamentos repetitivos como verificar-se excessivamente no espelho ou a atos mentais como a comparação frequente com os outros,

causando prejuízo significativo aqueles acometidos por este transtorno (*American Psychiatric Association* [APA], 2022).

A preferência por determinados estilos de corpo, de vida, gostos, poses para foto e maquiagens são associadas a uma aprendizagem que se conecta ao nível de instrução subjetiva, a origem social do indivíduo, e também pelas referências dos personagens que são construídos pela indústria cultural, como os influenciadores digitais/blogueiros (Brunelli et al., 2019). Esse termo é utilizado dentro da internet para referenciar usuários que possuem um grande número de interações com determinados grupos. Existem diversos nichos e círculos sociais onde certos *influencers* se apresentam exercendo algum nível de influência, podendo ser tratados até mesmo como celebridades, principalmente pelo público adolescente. A maior parte dos influenciadores que se destacam hoje nas redes sociais produzem vídeos que buscam expor o seu cotidiano, usufruindo de uma linguagem simples que se aproxima de uma conversa informal e íntima com amigos, tornando o ambiente comum a esta faixa etária (Oliveira, 2017). Devido a grande visibilidade que possuem, tornam-se influentes na formação de opinião, podendo ditar modelos e comportamentos, principalmente no que tange a questões corporais (Pedral et al., 2020).

O consumo frequente de conteúdos visuais pode proporcionar aos seus usuários muitas situações nas quais são levados a comparar a sua aparência com outros indivíduos, impactando negativamente a sua autoimagem corporal. Essa promoção da comparação social influencia no bem-estar subjetivo e no desenvolvimento de comportamentos não saudáveis, principalmente entre adolescentes (Marengo et al., 2018). A comparação é muito importante para o desenvolvimento humano, principalmente no que diz respeito à construção da identidade. Entretanto, somada a esse uso problemático das redes sociais, aumenta a probabilidade de que sintomas depressivos sejam desencadeados. A sensação de inferioridade e inutilidade motivam a busca pelos *feedbacks* e aprovações como estratégia de enfrentamento. Em contrapartida, essa busca pelo suporte online por meio do número de *likes* e comentários podem contribuir para o aumento e a agravação de sintomas de ansiedade (Cataldo et al., 2021).

Sob o mesmo ponto de vista, tirar *selfies* é muito comum entre os adolescentes, entretanto, a visualização delas aparenta ter suas nuances no bem estar e na autoestima desse público. A busca e a importância dada aos *feedbacks online* entre os grupos tem um papel importante e tendem, de alguma maneira, a tomar um rumo prejudicial, principalmente quando se trata das comparações ocasionadas (McLean et al., 2019). Posto isso, as curtidas, mais comumente chamadas de *likes* nas redes sociais, tornam-se capitais simbólicos que dão a impressão de que os usuários fazem parte da alta sociedade dentro de uma determinada plataforma digital (Brunelli et al., 2019).

A acumulação dos *likes* torna-se a representação da aceitação, de ter feito algo correto, de estar sendo julgado positivamente. Pelo contrário, a falta deles tende a representar a rejeição, a sensação de ter feito algo errado, de estar sendo julgado negativamente pelos outros, acarretando infelizes desdobramentos (Brunelli et al., 2019). O fenômeno chamado de *Fear of Missing Out* (FoMO) retrata o medo que se tem de ficar por fora das tendências e eventos que acontecem ao redor. Esse medo é influenciado pelo crescente uso das redes sociais e resulta em um ciclo vicioso, onde observa-se sintomas psicopatológicos de dependência e ansiedade que atingem a autoimagem e o nível de satisfação geral (Moura et al., 2021).

Para evitar experiências negativas, os usuários editam ou limitam digitalmente as publicações que não lhes agradam em seus perfis *online*, manipulando o modo como se apresentam de forma que o conteúdo postado

reflita uma imagem idealizada (Marengo et al., 2018). Ao se depararem com as discrepâncias entre a vida real e a vida virtual, os adolescentes tendem a sentir-se feios ou inferiores quando não correspondem a aquilo que é criado e manipulado dentro do metaverso (Silva, 2020). Um estudo longitudinal realizado com jovens nos Estados Unidos indicou que a imagem corporal atuou como um preditor de sintomas internalizantes durante a adolescencia. Os resultados apontaram que, com o passar do tempo, a percepção negativa da imagem corporal tende a favorecer o desenvolvimento do humor deprimido (Paxton et al., 2006).

Uma pesquisa realizada na Itália identificou que os adolescentes que se sentem envergonhados dos seus corpos, devido às discrepâncias que percebem entre sua aparência e ao ideal disseminado, são mais propensos a editarem as suas fotos. Além disso, essa vergonha, também chamada de *body shaming*, pode ser um fator contribuinte para a auto-objetificação entre os adolescentes (Giolia et al., 2020). Da mesma forma, um estudo realizado com meninas adolescentes na Irlanda identificou que a insatisfação corporal estava positivamente relacionada com o tempo gasto desse grupo ao se compararem socialmente no *Facebook* com pessoas próximas, como familiares e amigos, e com pessoas que não eram próximas, como celebridades. Apontou-se também que a avaliação de forma menos favorável perante os outros grupos foi mais frequentemente associada a avaliações negativas da imagem corporal (Scully et al., 2020).

As modificações biológicas e emocionais que ocorrem durante a adolescência podem ser difíceis de enfrentar. O aumento da gordura corporal, principalmente em meninas, e a perda da identidade infantil costumam causar preocupações. O desejo de ter ou manter um corpo magro envolto de receio pela rejeição faz com que os adolescentes sejam vulneráveis às redes sociais (Lira et al., 2017). Por isso, a exposição a um ambiente que valoriza certo padrão corporal é um fator de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares caracterizados por perturbações persistentes na alimentação ou em comportamentos relacionados que resultam em prejuízos significativos para a saúde (APA, 2022). Tais transtornos, em especial a anorexia e a bulimia nervosa, afetam o estado nutricional e metabólicos dos indivíduos e se associam a uma grande preocupação e insatisfação com a autoimagem que é altamente distorcida (Gomes et al., 2021).

Sabe-se que não há grande dificuldade em ter acesso a conteúdos na internet, mesmo que estes sejam impróprios ou inadequados a uma determinada faixa etária. A exposição dos jovens a materiais pornográficos, por exemplo, é frequentemente associada com internalizações de aparências ideais, objetificação corporal e comparações (Maheux et al., 2021). Ainda, a discriminação por meio do *ciberbullying* oriunda de padrões distorcidos e enfatizados pela mídia, podem intensificar a probabilidade de os adolescentes recorrerem a dietas pouco nutritivas para controle de peso ou excesso de exercícios físicos, devido a insatisfações com sua autoimagem (Branco et al., 2006).

Quando se está imerso nas redes sociais, pode-se criar a ilusão de que se sentir bem é algo que acontecerá todos os dias (Silva, 2020). Dentro dessa perspectiva, as redes sociais tornam-se vitrines de felicidade e portas de entrada para a publicização do “eu”. Cria-se certo imperativo para a felicidade, sendo que não é necessário ser, mas parecer feliz diante dos espectadores sociais, publicar algo não terá mais sentido a menos que seja registrada e compartilhada com o outro (Chang, 2015). A frequente exposição a tal conteúdo, somado a imaturidade nas questões neurobiológicas e emocionais, além da forte necessidade de aceitação e pertencimento grupal levantam preocupações com as experiências de jovens que vivenciam um momento do ciclo vital repleto de grandes

transformações e dúvidas (Copetti & Quiroga, 2018).

Considerações finais

O uso das redes sociais impacta significativamente a percepção subjetiva que os jovens têm sobre si mesmos em vários aspectos: sejam eles físicos, comportamentais, alimentares ou sociais. Buscando pelo sentimento de pertencimento dentro do seu grupo, os adolescentes tendem a modificar os seus comportamentos para atingir certo padrão ideal difundido nas redes sociais. A insatisfação com a própria imagem pode levá-los a realizar edições que os transformam naquilo que seria inatingível na vida real. Essa possibilidade de editar, retocar e recortar fragmentos para que fiquem próximos ao que é esperado socialmente parece ser reforçada positivamente dentro da *internet*.

Torna-se evidente que, por trás das telas, parece se desenvolver um sentimento de inferioridade e culpa naqueles que desejam ser ou parecer daquela forma. Essa busca extrema pelo atingimento de padrões leva ao desenvolvimento ou ao agravamento de sintomas que fecham ou não os critérios diagnósticos para alguns transtornos psiquiátricos, como a bulimia nervosa, a anorexia ou a dismorfia corporal. Dada a relevância dos impactos, o papel da família é de suma importância na monitoração daquilo que é acessado pelos adolescentes na *internet*, visto que muitos conteúdos são ofensivos e prejudiciais. Além disso, a relação entre o adolescente e a escola é essencial, haja vista a possibilidade de tratar sobre a autoestima e autoimagem em sala de aula, visando psicoeducar os jovens sobre os assuntos. Sendo assim, a rede de apoio é crucial na manutenção de uma autoimagem positiva durante a adolescência, levando em conta o período de mudanças que esses perpassam.

Uma das limitações encontradas nesse estudo foi o número reduzido de pesquisas que relacionem os impactos na autoimagem do público masculino. Assim, constatou-se a necessidade do assunto ser mais explorado. Para pesquisas futuras sugere-se investigar mais a fundo o uso da *internet* e seus impactos na autoimagem por meio de escalas ou outros recursos psicométricos, a fim de relacionar os dados de forma quantitativa.

Referências

Aguiar, S. (2008). Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. In *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.* Santos, SP: Intercom. http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1977-1.pdf

American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM5-TR* (5th ed.). American Psychiatric Association.

Araújo, A., Rocha, R. L., & Armond, L. C. (2008). Da tendência grupal aos grupos operativos com adolescentes: a identificação dos pares facilitando o processo de orientação e educação em saúde. *Revista Médica de Minas Gerais, 18*(4), 123-130. http://rmmg.org/artigo/detalhes/1410

Bauman, Z. (2021). *Modernidade Líquida.* Zahar.

Bee, H., & Boyd, D. (2011). A criança em desenvolvimento. In H. Bee (Ed.), *A criança em desenvolvimento* (pp. 450-472). Artmed.

Bordignon, C., & Bonamigo, I. S. (2017). Os jovens e as redes sociais virtuais. *Pesquisas e Práticas Psicossociais. 12*(2), 310-326. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082017000200006

Branco, L. M., Hilário, M. O. E., & Cintra, I. de P. (2006) Percepção e satisfação corporal em adolescentes e a relação com seu estado nutricional. *Revista Psiquiatria Clínica*, *33*(6), 292-296. https://www.scielo.br/j/rpc/a/QgPN8GP8

ZzTv4Bb5Mn54KSN/?format=pdf&lang=pt

Brandl Neto, I., & Campos, I. G. de (2010). A influência da mídia sobre o ser humano na relação com o corpo e a auto-imagem de adolescentes. *Caderno de Educação Física, 17*(2), 87-99. https://e-revista.unioeste.br/index.php/cadernoedfisica/article/view/4531

Brunelli, P. B., Amaral, S. C. S., & Silva, P. A. I. F. (2019). Autoestima alimentada por "likes": uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. *Revista Philologus, 25*(53), 226-236.http://www.filologia.org.br/xi_sinefil/completos/autoestima_PRISCILA.pdf

Carrera, F. (2012). Instagram no facebook: Uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática, 11(*22), 148-165. https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/6850/pdf

Cataldo, I., Lepri, B., Neoh, M. J. Y., & Esposito, G. (2021). Social Media Usage and Development of Psychiatric Disorders in Childhood and Adolescente: A review. *Frontiers in Psychiatry, 11*, 1-15. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2020.508595

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (2022). *TIC Kids Online Brasil 2021: 78% das crianças e adolescentes conectados usam redes sociais.* https://cetic.br/pt/noticia/tic-kids-online-brasil-2021-78-das-criancas-e-adolescentes-conectados-usam-redes-sociais/

Chang, A. S. (2015) *O conceito de felicidade construído no ciberespaço: narratividade das imagens na publicização da felicidade no instagram.* (Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal).https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/35884/1/O%20conceito%20de%20felicidade%20no%20ciberespaco.pdf

Copetti, A. V. S., & Quiroga, C. V. (2018). A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. *Revista de Psicologia da IMED, 10*(2), 161-177. http://dx.doi.org/10.18256/2175-5027.2018.v10i2.2664

Erikson, E. H. (1976). *Identidade: Juventude e Crise*. Guanabara Koogan.

Fernandes, A. E. R. (2007). *Avaliação da imagem corporal, hábitos de vida e alimentares em crianças e adolescentes de escolas públicas e particulares de Belo Horizonte* (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil). https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECJS-76KMH6/1/ana_elisa_ribeiro_fernandes.pdf

Fonseca, P. N. da., Couto, R. N., Melo, C. C. do V., Amorim, L. A. G., & Pessoa, V. S. A. (2018). Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, *70*(3), 198-212. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672018000300014&lng=pt&nrm=iso

Fundo das Nações Unidas para a Infância (2013). *O uso da internet por adolescentes.*https://crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/unicef/br_uso_internet_adolescentes

Gomes, G. da S. C. R., Paula, N. da S. de, Castro, S. M. G. de, Souza, A. M. de, Souza, H. L. S. de, Martins, A. L. da S., & Mallet, A. C. T. (2021). Transtornos alimentares e a influência das mídias

sociais na autoimagem corporal: um olhar sobre o papel do nutricionista. *Research, Society and Development*, *10*(16), 1-10. http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i16.23277

Guareschi, P. A., Amon, D., & Guerra, A. (2017). *Psicologia, comunicação e pós-verdade.* ABRAPSO.

International Telecommunications Union. (2021). *Internet uptake has accelerated during the pandemic.* https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2021/11/15/internet-use/

Kanno, P., Rabelo, M., Melo, G. F. D., & Giavoni, A. (2008). Discrepâncias na imagem corporal e na dieta de obesos. *Revista de Nutrição*, *21*(4), 423-430. https://doi.org/10.1590/S1415-52732008000400006

Brasil. (1990). *Lei 8.069: Dispõe sobre o estatuto da criança e do adolescente e dá outras providências*. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm

Lira, A. G., Ganen, A. de P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. dos S. (2017) Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, *66*(3), 164-171. https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166

Loiola, R. F. (2014). *Análise discursiva da autoimagem corporal de mulheres em diferentes idades: Espelho, espelho meu!* (Tese de Doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil). https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/MGSS-9R3LGP/1/554d.pdf

Maheux, A. J., Roberts, S. R., Evans, R., Widman, & L. Choukas-Bradley, S. (2021). Associations between adolescents pornography consumption and self-objectification, body comparison, and body shame. *Elsevier*, *37*, 89-93. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.014

Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settani, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, *82*(3), 63-69. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.003

McCabe, M. P., & Ricciardelli, L. A. (2003). Sociocultural influences on body image and body changes among adolescent boys and girls. *The Journal of Social Psychology*, *143*(1), 5-26. https://doi.org/10.1080/00224540309598428

McLean, S. A., Jarman, H. K., & Rodgers, R. F. (2019). How do "selfies" impact adolescents' well-being and body confidence? A narrative review. *Psychology Research and Behavior Management*, *12*, 513-521. http://doi.org/10.2147/PRBM.S177834

Moura, D. F., Moura, H. de. S., Filgueiras, G. de M. R., Freire, S. E. de A., Negreiros, F. & Medeiros, E. D. de. (2021). Fear os missing out (FoMO), mídias sociais e ansiedade: Uma revisão sistemática. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, *11*(3), 147-168. https://doi.org/10.26864/PCS.v11.n3.7

Myers, D. G. (2014). *Psicologia Social.* AMGH.

Nicoletti, M. M., & Capra, A. (2016). O consumo simbólico no ambiente online das redes sociais. In *Anais da XII Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação SEPesq – Mentes Inquietas: pessoas, experiências e atitudes*. Uniritter. https://www.uniritter.edu.br/files/sepesq/arquivos_trabalhos_2017/4368/1472/19

Oliveira, C. C. D. (2017). *O fenômeno dos influenciadores digitais: razões e impactos do sucesso das web celebridades.* (Monografia de Graduação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil). https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/8475/1/COliveira.pdf.

Papalia, D. E., & Feldman, R. D (2013). *Desenvolvimento humano*. AMGH.

Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J. & Eisenberg, M. E. (2006). Body Dissatisfaction Prospectively Predicts Depressive Mood and Low Self-Esteem in Adolescent Girls and Boys. *Journal of Clinical Child and Adolescente Psychology*, *35*(4), 539-549. https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5

Pedral, V. A., Martins, P. C., & Penaforte, F. R. de. O. (2020). "Eu que lute nessa quarentena pra ficar com corpo desse": discursos sobre corpo e alimentação nas redes sociais em tempos de isolamento social. *The Journal of the Food and Culture of the Americas*, *2*(2), 69–88. http://dx.doi.org/10.35953/raca.v2i2.74

Ramphul, K., & Mejias, S. G. (2018) Is "Snapchat Dysmorphia" a real issue? *Cureus Journal of Medical Science*, *10*(3), 1-2. https://doi.org/10.7759/cureus.2263

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet.* Sulina.

Saito, M. I. S., Silva, L. E. V. de., & Leal, M. M. (2014). *Adolescência: Prevenção e risco.* Atheneu.

Sibilia, P. (2008). *O show do eu: A intimidade como espetáculo.* Nova Fronteira.

Silva, A. F. de. S., Japur, C. C., & Penaforte, F. R. de O. (2020). Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários: revisão integrativa. *Psicologia: teoria e pesquisa*, *36*, e36510, 1-13 https://dx.doi.org/10.1590/0102.3772e36510

Silva, P. H. G. da. (2020). A influência da mídia na autoimagem de adolescentes: uma análise do discurso nas redes sociais. *Revista Philogulus*, *26*(76), 79-89. https://www.revistaphilologus.org.br/index.php/rph/article/view/500

Taboga, A, L. V., & Santos Junior, R. dos S. (2021). A influência de redes sociais na saúde mental e autoimagem de adolescentes. *Psicologia, Educação e Cultura*, *25*(1), 20-30. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/36684/1/PEC%20Maio%202021-20-30.pdf

We Are Social (2022). *Digital 2022: Brazil.* https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil

Yang, H., Wang, J. J., Tng, G. Y. Q., & Yang, S. (2020). Effects of Social Media and Smartphone Use on Body Esteem in Female Adolescents: Testing a Cognitive and Affective Model. *Childen*, *7*(9), 1-19. https://doi.org/10.3390/children7090148

Youn, A. (2019). What is the ideal instagram filter? *Aesthetic Surgery Journal*, *1*(2), 1-8. https://doi.org/10.1093%2Fasjof%2Fojz019