



ANNA BEATRIZ COSTA BARROS
THALITA NASCIMENTO RIBEIRO

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E AUTOIMAGEM CORPORAL DA MULHER

Marabá/PA 2024

ANNA BEATRIZ COSTA BARROS
THALITA NASCIMENTO RIBEIRO

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E AUTOIMAGEM CORPORAL DA MULHER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à
Faculdade Carajás como requisito parcial para
obtenção de título de Bacharel em Psicologia

Orientador: Prof. Dr. Larissa Cristina Kremer dos
Santos Paquiela.

Marabá/PA

2024

FOLHA DE APROVAÇÃO

ANNA BEATRIZ COSTA BARROS
THALITA NASCIMENTO RIBEIRO

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E AUTOIMAGEM CORPORAL DA MULHER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade dos
Carajás como requisito parcial para obtenção de título de
Bacharelado em Psicologia

Prof. Esp. Larissa Cristina Kremer dos Santos Paquiela

Prof. Esp. Anna Chrystyna Alves Lessa da Rocha

Prof. Msc. Aline Lima Pinheiro

Marabá, 20 de Novembro de 2024.

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA E AUTOIMAGEM CORPORAL DA MULHER

Anna Beatriz Costa Barros¹

Thalita Nascimento Ribeiro²

Larissa Cristina Kremer dos Santos Paquiela³

RESUMO

A imagem corporal é uma construção complexa, influenciada tanto por aspectos internos quanto externos, refletindo percepções sensoriais e representações imaginárias. Na sociedade contemporânea, a autoimagem, que está diretamente ligada à autoestima, é profundamente afetada pelas redes sociais, que podem promover padrões de beleza irrealistas e uma cultura de comparação constante, levando à insatisfação com a própria aparência. Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo geral realizar uma revisão bibliográfica sobre o impacto das redes sociais na autoestima e na autoimagem corporal feminina, investigando os efeitos dessa influência na saúde mental das mulheres. A metodologia utilizada foi uma revisão narrativa da literatura, na qual foram selecionados estudos que abordam a relação entre redes sociais, autoestima e autoimagem. As redes sociais afetam a autoimagem e o bem-estar psicológico das mulheres, com o Instagram destacando-se nesse processo. A utilização intensiva das redes sociais está associada a impactos negativos na saúde mental, como insatisfação corporal e baixa autoestima, particularmente entre mulheres. A comparação social com imagens idealizadas nessas plataformas alimenta a insatisfação corporal e o desejo de magreza, potencializando problemas como distúrbios alimentares e autoimagem distorcida. A representação de padrões de beleza irrealistas na mídia promove uma visão superficial da atratividade, afetando relacionamentos interpessoais e decisões profissionais. A influência das redes sociais é complexa, trazendo tanto motivação quanto desafios, destacando a importância de um uso consciente para minimizar seus efeitos prejudiciais. A exposição constante a esses padrões compromete a privacidade e gera insegurança, enquanto o uso excessivo das plataformas está associado a transtornos como depressão e ansiedade. A comparação social promovida por essas redes resulta em distorções de autoimagem e possíveis distúrbios psicológicos. Pausas nas mídias sociais podem melhorar a autoestima, bem como outras intervenções de saúde pública para promover uma autoimagem positiva.

Palavras-chave: Autoestima. Psicologia. Redes Sociais.

ABSTRACT

Body image is a complex construct influenced by both internal and external factors, reflecting sensory perceptions and imaginary representations. In contemporary society, self-image, which is directly linked to self-esteem, is profoundly affected by social media, which can promote unrealistic beauty standards and a culture of constant comparison, leading to dissatisfaction with one's appearance. This study aims to conduct a literature review on the impact of social media on self-esteem and female body image, investigating the effects of this influence on women's mental health. The methodology used was a narrative literature review, selecting

1 Discente do Curso Superior de Psicologia da Faculdade dos Carajás. E-mail: biaabeatriz0502@gmail.com

2 Discente do Curso Superior de Psicologia da Faculdade dos Carajás. E-mail: thalitanascimento25@gmail.com

3 Docente do Curso Superior de Psicologia da Faculdade dos Carajás. E-mail: Larissa.kremer@carajasedu.com.br

studies that address the relationship between social media, self-esteem, and self-image. Social media affects women's self-image and psychological well-being, with Instagram being particularly significant in this process. Intensive use of social media is associated with negative impacts on mental health, such as body dissatisfaction and low self-esteem, especially among women. Social comparison with idealized images on these platforms fuels body dissatisfaction and the desire for thinness, exacerbating problems like eating disorders and distorted self-image. The representation of unrealistic beauty standards in the media promotes a superficial view of attractiveness, affecting interpersonal relationships and professional decisions. The influence of social media is complex, bringing both motivation and challenges, highlighting the importance of conscious use to minimize its harmful effects. Constant exposure to these standards compromises privacy and generates insecurity, while excessive platform use is linked to disorders like depression and anxiety. Social comparison fostered by these networks leads to distorted self-image and potential psychological disorders. Social media breaks can improve self-esteem, along with other public health interventions to promote a positive self-image.

Keywords: Self-esteem, Psychology, Social Media.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A imagem corporal é algo complexo, formado tanto por aspectos internos quanto externos. É importante destacar que quando tratamos de imagem mental também estamos relacionando as imagens sensoriais, percebidas da realidade objetiva pelos sentidos, e as imagens representativas imaginárias, com base na nossa fantasia, que pode nos fazer enxergar algo que não é real. Quando se compara essa visão com os padrões que consideramos como socialmente aceitos, podemos gerar a não aceitação com o próprio corpo (Souza; Reis, 2015).

A autoimagem é o termo que designa a imagem que se faz ou que se imagina sobre si mesmo. Trata-se do objeto principal da autoestima, associado ao conhecimento sobre si, suas próprias habilidades e competências, bem como suas percepções, sentimentos, atitudes e ideias (Lima, 2019). Observa-se que na sociedade contemporânea a percepção a respeito da autoimagem, que se relaciona à autoestima, pode sofrer influência significativa da tecnologia.

Atualmente, a realidade vivenciada dentro da influência das redes sociais na autoestima e autoimagem corporal da mulher é complexa e multifacetada. Por um lado, as redes sociais oferecem uma plataforma para conexão social, expressão individual e acesso a uma variedade de informações e recursos. No entanto, essas mesmas plataformas também podem promover padrões irreais de beleza, estilos de vida idealizados e uma cultura de comparação constante.

A insatisfação com o corpo ocorre quando um indivíduo percebe que sua aparência física não corresponde a um padrão idealizado, seja em relação ao tamanho ou formato corporal, independentemente das características reais apresentadas. Desse modo, a

insatisfação corporal sofre influência da interpretação pessoal dos padrões sociais, resultando na conexão entre a insatisfação corporal e as percepções de beleza (Mills; Shannon; Hogue, 2017).

A imagem corporal representa uma construção multidimensional, que inclui a preocupação dos sistemas de saúde com a propagação de padrões estéticos se justifica pelos graves transtornos mentais que eles podem causar, afetando um terço das mulheres no mundo em algum momento da vida. As preocupações com a imagem corporal são comuns em mulheres e homens em todo o mundo, porém, as mídias sociais potencializaram tais preocupações por meio de publicidade e vídeos (Mills; Shannon; Hogue, 2017, Aparicio-Martinez et al., 2019, Henriques; Patnaik, 2020).

Muitas mulheres são expostas a imagens retocadas e filtradas que representam uma versão distorcida da realidade, levando a sentimentos de inadequação e insatisfação com sua própria aparência. Além disso, a busca por validação social por meio de curtidas, comentários e seguidores pode levar a uma preocupação excessiva com a imagem e uma pressão para alcançar padrões inatingíveis de perfeição. Nesse contexto, pergunta-se: de que modo o uso das redes sociais influencia na autoimagem da mulher?

Ressalta-se que as mídias sociais são ferramentas em desenvolvimento que criam e reproduzem cultura, com o poder de modificar a realidade e comportamento social (Rodrigues, 2019). É possível notar que abordar sobre a influência das redes sociais na autoestima e na percepção da autoimagem pode repercutir direta ou indiretamente em reflexões sobre a saúde mental da mulher. Sendo assim, este trabalho busca compreender a influência das redes sociais na autoestima e autoimagem feminino.

O objetivo geral do trabalho é realizar uma revisão bibliográfica a respeito do impacto das redes sociais na autoestima e autoimagem corporal feminina. Os objetivos específicos são discutir a influência das redes sociais no cotidiano, investigar os possíveis prejuízos à saúde mental provenientes desta influência e abordar iniciativas voltadas à minimização destes efeitos para a autoestima e autoimagem da mulher.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COTIDIANO

O acesso às redes sociais tem crescido de maneira significativa nos últimos anos, pois proporciona interação, compartilhamento de informações e a reunião de ideias em torno de

valores e interesses comuns entre seus usuários. O uso da internet, através de plataformas como WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube e Twitter, faz parte do cotidiano das pessoas e serve como uma ferramenta para facilitar o acesso a notícias, produtos e serviços. Isso pode gerar uma conexão direta e simultânea entre centenas ou milhares de indivíduos, sem perder a informalidade das interações, algo que é praticamente impossível em contatos diretos. Nesse contexto, as redes sociais têm sido o foco de diversas investigações científicas, devido aos seus recursos e à sua ampla abrangência (Severo et al., 2019).

As tecnologias estão mudando a maneira como as pessoas se comunicam e interagem. A internet possibilita que indivíduos se conectem com pessoas de diferentes partes do mundo para debater uma variedade de temas, que vão da política ao entretenimento. Ademais, a internet tem se tornado um recurso fundamental para a democracia, possibilitando que as pessoas se informem e se envolvam na vida política (Veronese; Fonseca, 2021).

A análise da influência associada ao avanço tecnológico nos meios de comunicação requer uma atenção especial aos conceitos relacionados às redes de computadores. De acordo com Machado e Azevedo (2021), essas redes consistem em sistemas que permitem a interconexão de diversos dispositivos eletrônicos para a troca de dados. Outro conceito relevante diz respeito às redes sociais, que são comunidades virtuais acessíveis a usuários de redes de computadores, geralmente para a troca de informações pessoais ou profissionais, compreendidas no contexto das mídias e redes sociais.

Turchi (2019) aponta que há uma confusão entre os termos "mídias sociais" e "redes sociais", sendo que estas últimas se referem a grupos de indivíduos com interesses comuns que se reúnem para discutir diversos temas, jogar ou simplesmente para conversas informais. Existem redes sociais abertas ou de massa, como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp e Google+, que se destacam por atrair um público diversificado e empresas de vários setores. Nesses ambientes, as pessoas se conectam por afinidade de interesses ou por laços afetivos.

Segundo Lorenzo (2015), as redes sociais foram inicialmente adotadas pelos jovens como ferramentas de socialização e comunicação. Com o tempo, elas ganharam reconhecimento devido a seus recursos, especialmente em situações que provocaram amplas discussões sociais, como desastres naturais, eventos sociais significativos e crises políticas.

As redes constituem estruturas maleáveis e ajustáveis, aptas a se expandir e se moldar a novas circunstâncias. Elas são compostas por um conjunto de nós, que representam indivíduos ou entidades que compartilham valores, objetivos e formas de comunicação. Esse modelo organizacional é benéfico, pois pode se adequar a mudanças rápidas. Isso se deve ao fato de

que as redes são abertas e carecem de uma hierarquia estrita, o que facilita a comunicação e a colaboração entre indivíduos e organizações de maneira mais eficaz (Rocha; Trevisan, 2020).

O uso de redes e mídias sociais, como o WhatsApp, tem se mostrado cada vez mais relevante no contexto educacional, sendo considerado uma ferramenta eficaz para aumentar a disciplina dos alunos e facilitar o processo de aprendizagem. De acordo com Mukhasin e Andriani (2021), o aplicativo oferece recursos diversos, como envio de mensagens, arquivos, áudios e vídeos, que possibilitam a interação entre alunos e professores, além de compartilhar conteúdos e esclarecer dúvidas. Entre as vantagens dos grupos de WhatsApp na aprendizagem estão o baixo custo, a flexibilidade e a facilidade de uso, pois é gratuito e pode ser acessado por uma variedade de dispositivos com acesso à internet, permitindo interações em tempo real de forma rápida e simples.

Segundo Dwivedi et al. (2021), o uso das redes e mídias sociais representa uma contribuição muito importante para as organizações, no âmbito do marketing. As características das publicações em redes sociais são fundamentais para os anunciantes, pois impactam diretamente na satisfação do público e na intenção de compra. A maneira como a mensagem é estruturada influencia o comportamento do consumidor, afetando sua percepção sobre a marca e a confiança na empresa. As empresas enfrentam dificuldades ao criar estratégias de marketing digital, o que ressalta a importância de uma estrutura que oriente os gestores nesse processo.

No ambiente digital, a relevância das informações transmitidas ao público define sua importância para o negócio. A comunicação vai além da simples promoção de vendas, concentrando-se na resolução de dúvidas, na transparência e na interação com os consumidores. As ferramentas online são utilizadas para atender às demandas dos clientes, podendo ser seguida em três etapas no marketing digital: identificar o público-alvo, elaborar a mensagem e avaliar os resultados da campanha. Dessa forma, as redes sociais têm um papel central na criação de relacionamentos e interações significativas (Pandeló, 2020).

Ainda que apresentem diversas contribuições à sociedade, principalmente quanto à efetividade da comunicação, em suas diferentes expressões, a evolução da tecnologia e a consolidação do mundo virtual trouxeram consigo diversas implicações sociais. Trazendo como exemplo a influência junto às crianças e adolescentes, Kaimara, Oikonomou e Deliyannis (2022), observam o aumento considerável na interação das crianças com o ambiente virtual, o que levou a Organização Mundial da Saúde e a Classificação Internacional de Doenças a emitirem alertas sobre possíveis vícios relacionados a jogos. No entanto, ainda não está claro se esses comportamentos são causados pela Internet, pela realidade virtual ou pela tecnologia

de jogos. Além disso, mesmo os estudos que demonstram os efeitos prejudiciais da realidade virtual e dos jogos em crianças vinculam essas conclusões ao uso sem supervisão e sem limites.

Verifica-se que as relações afetivas são influenciadas não apenas pela vida profissional dos pais, mas também pelo tempo que eles dedicam às redes sociais e interações virtuais. Esses comportamentos podem resultar na chamada "parentalidade distraída", na qual os pais, apesar de estarem fisicamente presentes, não interagem de forma significativa com seus filhos devido ao uso da internet como forma de lazer. Essa situação caracteriza uma forma contemporânea de abandono familiar, onde os pais estão fisicamente presentes, mas emocionalmente ausentes, o que se reflete na falta de interação real com os filhos (Falcão, 2019).

Entre os diversos pontos nos quais se observa a influência das redes sociais, tem-se também a imposição de padrões e práticas inerentes à saúde e estética. Conforme Costa, Prado e Carvalho (2022), as redes sociais tornaram-se um meio cada vez mais comum e acessível para coletar e compartilhar informações sobre saúde. Contudo, há preocupações em relação à forma como esse conteúdo é disseminado, incluindo o uso de linguagem estigmatizante sobre o peso, mensagens que induzem à culpa em relação à alimentação e a valorização da magreza, que muitos consideram apropriados e corretos.

Importa, desse modo, que os conteúdos sobre saúde sejam criados por pessoas com competência técnica para a elaboração de informações que possam efetivamente contribuir para o bem-estar, adequadamente fundamentados. Nesse sentido, Moretti, Oliveira e Silva (2012) afirmam que, no Brasil, existem iniciativas para qualificar as informações de saúde disponíveis na internet, como a da Fiocruz, que, por meio de seu Laboratório Internet, Saúde e Sociedade, busca desenvolver ferramentas para avaliar a confiabilidade de sites médicos e de informações de saúde na web. O Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo também contribui com essas ações, tendo estabelecido a Resolução nº 97/2001, que orienta a criação, manutenção e atuação profissional em sites, páginas e portais de medicina e saúde na internet.

Especificamente no contexto das mídias sociais, observa-se uma forte influência dos setores ligados a indústria da beleza, moda, saúde e turismo, onde tanto mulheres quanto homens são motivados ou influenciados a realizar dietas e perda de peso para evitar serem rotulados como gordos, o que pode afetar seu bem-estar a longo prazo. Para se conformar aos padrões de beleza aceitos socialmente, muitos também têm optado por depilação e remoção de pelos faciais e corporais indesejados como forma de estigma, uma marca, característica ou qualidade que torna uma pessoa ou permite se identificar como pertencente a um grupo, “grupo daqueles que cuidam da sua saúde e imagem.”. Redes sociais como Facebook, Instagram e

Twitter também possuem um grande potencial para moldar crenças, comportamentos e atitudes positivas ou negativas entre os indivíduos (Henriques; Patnaik, 2020).

No entanto, conforme Medon (2021), a exposição contínua pode infringir a privacidade e a intimidade, provocando desconforto e embaraço, além de afetar negativamente a autoestima, especialmente quando surgem críticas desfavoráveis ou a percepção de que suas vidas estão sempre em evidência. Ademais, a divulgação de informações pessoais pode acarretar riscos à segurança, como casos de cyberbullying ou assédio online.

Observa-se a vigência de uma era da comunicação, onde as pessoas se definem por meio dela. De acordo com os princípios da filosofia da linguagem, é possível afirmar que, na contemporaneidade, tudo o que existe passa por um processo de comunicação de significado, no qual algo é transmitido ou recebido. A vida virtual que se destaca nas redes sociais e o tempo que as pessoas dedicam a interações virtuais por meio de diferentes meios de comunicação são características da sociedade (Busato, 2017).

As transformações profundas introduzidas pelas mídias sociais demonstram um poder de persuasão que supera o que era anteriormente exercido por jornais e revistas, pois possuem metas mais claramente definidas. Um exemplo é o Instagram, onde as imagens tendem a ser mais memoráveis do que as palavras (Silva et al., 2018).

Outra influência significativa das redes sociais na contemporaneidade refere-se à sua utilização para a prática de delitos. Atualmente, há uma crescente disseminação de diversas práticas criminosas que utilizam a tecnologia, como a difamação por meio de redes sociais e a propagação de notícias falsas. Fagundes et al. (2021) conduziram um estudo com jovens de Belém, Pará, cujos resultados revelaram uma sensação de insegurança e dificuldade em discernir a veracidade das informações e em quem confiar ao consumir notícias na internet.

Nesse cenário, as plataformas online, especialmente as redes sociais, desempenham um papel essencial na aceleração e na ampliação do compartilhamento desses conteúdo. Essa realidade é resultado da facilidade de publicar e distribuir materiais, da diminuição da importância das fontes de informação e da fragilidade dos mecanismos de controle (Fagundes et al., 2021). De modo geral, importa compreender os impactos da utilização das redes sociais, compreendendo investigar os possíveis prejuízos à saúde mental resultantes desta influência.

2.2 OS IMPACTOS DO USO EXCESSIVO DAS REDES SOCIAIS À SAÚDE MENTAL

O excesso no uso das tecnologias ligadas a comunicação e redes sociais aponta para uma maior dificuldade em criar relacionamentos interpessoais, o que pode estar associado ao

surgimento de problemas depressivos. Pesquisas ressaltam o papel importante da figura paterna no relacionamento das crianças com o ambiente digital, especialmente porque jovens que enfrentam problemas familiares são mais propensos a recorrer à internet de maneira abusiva como forma de escape, em contraste com aqueles que vivem em famílias mais estáveis. Essa situação pode aumentar o risco de desenvolver transtornos mentais e de personalidade, influenciada tanto pelas dinâmicas familiares quanto pela hostilidade e discriminação comuns nas redes sociais, que podem impactar negativamente os usuários em uma comunidade virtual (Grillo et al., 2023).

Estudo de Santos (2023) analisou os impactos do uso excessivo da tecnologia, considerando os aparelhos como computadores, televisores, smartphones e tablets, na saúde mental em diferentes faixas etárias, observando depressão e ansiedade em todas as fases da vida. Crianças apresentaram problemas de comportamento, adolescentes tiveram maior incidência de autoagressão, adultos demonstraram mais estresse, e idosos experimentaram sofrimento psicológico. Além do tempo de uso, o tipo de conteúdo também influenciou a saúde mental, sugerindo que o tempo de tela pode não ser o melhor indicador isolado para esses efeitos. O estudo destaca a necessidade de práticas saudáveis para a convivência com as telas na sociedade atual.

A utilização excessiva tanto das redes sociais quanto da tecnologia de modo geral pode trazer consequências significativas. Entre estes prejuízos situam-se as alterações no sono. O sono é essencial para a aprendizagem, sendo importante incentivar o desenvolvimento de programas educacionais sobre o sono no ambiente escolar, expandindo-os para os pais e a comunidade. Essa iniciativa pode promover mudanças comportamentais, além de possivelmente ajustar o turno de estudo, contribuindo para um impacto positivo no desempenho acadêmico e emocional dos estudantes. Além disso, este incentivo pode favorecer a redução da sonolência diurna excessiva (Souza; Pinto; Alves, 2020).

Estes prejuízos ao sono, bem como outros danos que podem ocorrer diante da exposição excessiva às telas, são potencialmente mais perigosos no público que faz parte da geração alpha. Conforme Zambello et al. (2021), trata-se da geração que nasceu completamente envolvida na tecnologia e hiperconectividade, profundamente influenciada pelas tecnologias digitais que estão em diversas situações do dia a dia, aproximadamente entre 2010 até o momento atual.

As redes sociais são amplamente utilizadas por crianças e adolescentes, oferecendo oportunidades de interação com amigos, tanto do mundo real quanto virtuais. Especialistas indicam que essas plataformas podem ajudar indivíduos com dificuldades de interação pessoal e proporcionar um senso de pertencimento para jovens socialmente isolados. No entanto, a

compulsão por verificar constantemente curtidas, notificações e mensagens pode levar a problemas como distúrbios do sono, queda no desempenho escolar e impactos negativos nas relações familiares e sociais. Além disso, usuários dependentes tendem a alternar entre plataformas e podem experimentar alterações de humor quando estão desconectados, tornando-se mais irritados ou deprimidos (Klunck; Azambuja, 2020).

A pesquisa realizada por Costa, Prado e Carvalho (2022) analisou como as redes sociais impactam os hábitos alimentares, com foco na ortorexia. Os autores identificaram dois tópicos principais: as características da ortorexia e as influências das redes sociais. O Instagram destacou-se como a plataforma mais utilizada para investigar o conteúdo compartilhado sobre ortorexia, explorando perspectivas, experiências, sintomas e comportamentos, especialmente entre mulheres jovens que demonstram um interesse ativo em saúde e estética corporal.

Na ortorexia, ocorre uma eliminação gradual de alimentos da dieta com o objetivo de desintoxicar o corpo e evitar o contato com substâncias vistas como impuras. Essa prática inclui evitar alimentos cultivados com pesticidas, industrializados, refinados, que não sejam integrais ou frescos, além de restringir o uso de certos utensílios de cozinha e locais de armazenamento (Costa; Prado; Carvalho, 2022).

Silva e Pires (2019) analisaram o impacto das redes sociais na alimentação de mulheres adultas, incluindo a avaliação a respeito do conteúdo presente no Facebook e no Instagram. Os achados revelaram uma elevada quantidade de informações incorretas, com comentários e imagens nas postagens que promovem padrões estéticos, principalmente associados a corpos magros e perfeitos, dietas populares e a desvalorização da profissão de nutricionista.

De acordo com Costa et al. (2019), o Instagram exerce a maior influência entre as redes sociais em temas relacionados à estética, alimentação saudável e notícias em geral, com um impacto que varia de moderado a muito significativo. A estética desempenha um papel importante no comportamento feminino, e a percepção que as mulheres têm de seus próprios corpos está fortemente relacionada ao Índice de Massa Corporal.

Ressalta-se, no entanto, que os aspectos estéticos, inclusive considerando variáveis como Índice de Massa Corporal, e mesmo outras características, sofrem grande influência da mídia. Tal influência, inclusive, é responsável pelo consumismo, em busca da satisfação de objetivos estéticos. De acordo com Nascimento e Amoroso (2024), o consumo exerce uma influência que vai além da dependência, despertando uma necessidade interna de se integrar a grupos específicos para alcançar aceitação. A prática de compras supérfluas está relacionada à saúde mental, pois muitos realizam compras impulsivas motivadas pela ansiedade, uma

tendência intensificada pelas mídias, que influenciam as decisões pessoais por meio de estratégias persuasivas.

O uso excessivo da tecnologia distorceu o propósito inicial das ferramentas criadas para facilitar o trabalho e o lazer, convertendo-as em dispositivos pessoais dos quais as pessoas agora dependem para se entreter (Woessner et al., 2021).

Segundo Abreu (2013), muitos especialistas e profissionais de saúde mental consideram a dependência de internet como um transtorno psiquiátrico recente e significativo no século XXI. Esse problema vem se tornando cada vez mais frequente entre jovens e adultos globalmente. Em relação aos fatores associados a outros transtornos psiquiátricos, pesquisas apontam uma ligação entre a dependência de internet e condições como depressão, transtorno bipolar, transtornos de ansiedade e transtorno de déficit de atenção e hiperatividade.

De acordo com Farahmand, Yadav e Spafford (2013), ambientes virtuais costumam ser percebidos como algo completamente separado da vida cotidiana de seus usuários, sendo, assim, vistos como livres de riscos de privacidade e incertezas semelhantes às que aparecem em plataformas emergentes, como redes sociais. No entanto, a maneira, por exemplo, como um usuário se representa por meio de um personagem pouco se diferencia de outras formas de identidade online; os usuários possuem a liberdade para apresentar uma imagem que pode ser tanto fiel quanto distorcida. Essa flexibilidade pode expor os usuários de ambientes virtuais a diversos riscos de privacidade, como a possibilidade de revelação da identidade.

É essencial buscar um equilíbrio não apenas no tipo de conteúdo acessado, mas também no tempo gasto online, para evitar o desenvolvimento de dependência. Entretanto, diagnosticar essa dependência é desafiador devido à ausência de consenso sobre critérios amplamente aceitos, como apontado pelo Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais. Embora existam divergências entre os pesquisadores em relação aos critérios de diagnóstico, muitos estudiosos destacam semelhanças entre esse comportamento e o transtorno de uso de substâncias, tanto em aspectos neurobiológicos quanto comportamentais (Schmidek et al., 2018). Além disso, a ausência de critérios diagnósticos claros, aliada ao fácil acesso e uso excessivo da internet, relaciona-se com impulsividade e outros fatores.

2.3 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA FEMININA

A insatisfação com o próprio corpo pode se agravar a ponto de desencadear distúrbios, como a autoimagem corporal distorcida, em que a pessoa passa a ter uma percepção negativa de si mesma, muitas vezes distante da realidade. Esse quadro está frequentemente associado a

transtornos alimentares, onde o medo de engordar altera a relação do indivíduo com a comida. A construção da autoimagem ocorre ao longo da vida e é influenciada pela constante exposição às redes sociais, que promovem padrões de beleza e sucesso baseados em corpos magros, impulsionados por influenciadores e blogueiras. Esses fatores, especialmente entre as mulheres, têm contribuído para a distorção da imagem corporal e o surgimento de transtornos alimentares (Gomes et al., 2021).

Atualmente, a mídia de massa desempenha um papel significativo na formação de percepções da imagem corporal e influencia as atitudes e comportamentos dos indivíduos em relação aos seus próprios corpos. A representação de padrões de beleza idealizados e irrealistas na mídia, como revistas, televisão, filmes e plataformas de mídia social, pode levar à insatisfação corporal e ao desenvolvimento de imagem corporal negativa. A mídia geralmente apresenta uma representação estreita e limitada da beleza, enfatizando a magreza, a musculatura e características físicas específicas como o padrão de atratividade. A exposição a esses ideais de beleza irrealistas pode contribuir para a insatisfação corporal, baixa autoestima e preocupações com a imagem corporal doentia entre os indivíduos, principalmente entre mulheres (Kushwaha, 2024).

O conteúdo encontrado no Instagram, particularmente imagens relacionadas à boa forma física, tem sido examinado por seu potencial de influenciar as percepções das mulheres sobre sua atratividade sexual e, por extensão, sua satisfação corporal geral. Essa influência pode ser direta ou mediada por fatores como satisfação com a aparência, sublinhando a dinâmica complexa em jogo (Fioravanti et al., 2021).

Aplicativos de mídia social centrados em imagens, como TikTok e Instagram, desempenham um papel fundamental na formação de tendências de aparência na contemporaneidade que promovem padrões de beleza rigorosos para as mulheres, como ter uma “pele impecável”, simetria facial e corpo magro e tonificado. O consumo elevado de imagens idealizadas nessas plataformas está associado a comparações prejudiciais que, além de provocarem humor negativo em mulheres jovens, também podem contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de insatisfação corporal e distúrbios alimentares (Fioravanti et al., 2021).

Os padrões distorcidos também podem influenciar relacionamentos interpessoais, especialmente em relacionamentos românticos. Uma pessoa pode ser afetada por padrões de beleza irrealistas por meio da mídia e pedir requisitos ou pressionar a outra metade para atingir um “corpo perfeito”. Isso pode gerar tensão e insegurança ao relacionamento; afinal, pode

impactar a sua dinâmica e estabilidade. A última consequência social será que ideias distorcidas de beleza serão estendidas a outros aspectos da vida dos indivíduos (Xie, 2024).

As descobertas proporcionadas pelo estudo de Papageorgiou, Fisher e Cross (2022) sugerem que as mídias sociais podem ter uma influência negativa na imagem corporal feminina por meio de comparações negativas de aparência ao visualizar imagens nas mídias sociais, aumentando as preocupações com base na aparência e insatisfação corporal. Mesmo que comparações negativas tenham sido feitas independentemente de as imagens serem consideradas sexualizadas, as descobertas sugeriram um nível de autoobjetificação entre meninas adolescentes, em que elas se viam em relação à sua aparência.

Alguns usuários de mídia social frequentemente criticam as formas corporais dos outros; no entanto, esses padrões aparecem em outros espaços onde as pessoas podem ver a beleza acima de outras qualidades essenciais, promovendo uma visão superficial da beleza. As consequências sociais geralmente se estendem à dinâmica do local de trabalho, onde julgamentos baseados na aparência podem influenciar decisões de contratação e tratamentos de trabalho (Xie, 2024).

O estudo de Sattarpanahi et al. (2024) investigou como o Instagram influencia a autopercepção e a satisfação corporal de mulheres jovens, explorando as interações na plataforma e seus impactos na imagem corporal e autoestima. Utilizando entrevistas com 27 mulheres de 18 a 29 anos, analisou-se o uso do Instagram, a exposição a conteúdo relacionado à imagem corporal e os efeitos dessas interações. Sete temas principais foram identificados, sendo eles o impacto na autopercepção, influência do conteúdo visual, comparação social, efeitos psicológicos, navegação em espaços online, regulamentação e influências tecnológicas. O estudo concluiu que o Instagram afeta significativamente a autopercepção e a satisfação corporal, promovendo tanto engajamento positivo quanto desafios à autoestima. Ações como alfabetização digital e medidas das plataformas são recomendadas para mitigar os impactos negativos.

Conforme Smith, Mills e Samson (2021), há um grande e crescente corpo de evidências apontando para impactos potencialmente negativos das mídias sociais na saúde mental, desde sua natureza viciante até interrupções nos padrões de sono e efeitos na imagem corporal. Agora, um novo estudo descobriu que mulheres jovens que fizeram uma pausa nas mídias sociais por apenas uma semana tiveram um aumento significativo na autoestima e na imagem corporal, particularmente aquelas mais vulneráveis à internalização do ideal de magreza.

O estudo de Pedalino e Camerini (2022) explora a relação entre o uso do Instagram e a insatisfação corporal entre adolescentes e mulheres jovens, destacando como a comparação

social ascendente com influenciadores de mídia social pode mediar essa insatisfação. Analisando dados de 291 participantes, os resultados indicam que a navegação nos perfis de influenciadores no Instagram está associada a uma menor apreciação corporal, enquanto a interação com colegas próximos ou distantes e o ato de comentar ou postar conteúdo próprio não apresentam ligação significativa com a insatisfação corporal. Além disso, ser adolescente e ter um IMC mais elevado foram fatores relacionados a uma menor satisfação corporal. O estudo ressalta a necessidade de intervenções de saúde pública para conscientizar sobre o impacto das postagens de influenciadores e promover uma imagem corporal positiva entre jovens.

Segundo Gomes et al. (2021), com o aumento do uso de tecnologias e a exposição prolongada a esses padrões nas redes, torna-se ainda mais relevante capacitar nutricionistas para lidar com esses casos em uma abordagem multidisciplinar, promovendo reeducação alimentar e métodos terapêuticos. É necessário que esses profissionais possuam conhecimentos específicos sobre o tema para oferecer um tratamento eficaz. Estudos futuros devem explorar melhor as consequências desses transtornos e a importância de um uso consciente das redes sociais, promovendo uma maior autonomia para os jovens na forma como consomem e lidam com esses conteúdos, impactando positivamente sua relação com a alimentação e a autoimagem.

Os resultados obtidos por Fagundes, Marol e Natividade (2020) indicam que uma maior frequência de uso do Facebook está associada a níveis mais altos de comparação social, especialmente a comparação ascendente. Além disso, essa frequência de uso do Facebook afeta a autoestima, sendo mediada de forma significativa pela comparação social ascendente. Resultados similares foram encontrados para o Instagram

No caso do Instagram, a comparação social apresenta uma relação negativa com a autoestima, mas se correlaciona positivamente com o nível de inspiração dos usuários, definida como um estado motivacional que pode ser experimentado em diversas áreas da vida. Dessa forma, observa-se que, quanto maior a comparação social, menor a autoestima e maior o nível de inspiração, sugerindo que os usuários se sentem motivados ao observar os outros, buscando o autoaperfeiçoamento. Assim, a comparação social pode trazer tanto benefícios quanto prejuízos ao indivíduo que a pratica (Fagundes; Marol; Natividade, 2020).

Silva (2021) analisou a conexão entre redes sociais e a construção da autoestima, considerando a influência evidente das mídias sociais no cenário atual, considerando que a autoestima, enquanto parte do autoconceito, está ligada aos sentimentos e emoções associados à autoimagem. Entre outros pontos, verificou-se que quando uma pessoa faz publicações ou

comentários que não obtêm a aceitação esperada dos outros, isso gera uma frustração que impacta negativamente ao usuário. Da mesma forma, há uma sensação momentânea de prazer e felicidade ao receber essa aprovação.

Além disso, Silva (2021) constatou que a ideia do envolvimento direto das redes sociais em diversos aspectos da vida pessoal, principalmente na forma como a pessoa enxerga a si mesma e deseja ser vista pelos outros, leva à criação de uma realidade ilusória, apenas para se ajustar aos padrões e manter uma boa imagem na sociedade virtual. Com isso, o indivíduo acaba negligenciando o aspecto essencial de se perceber por meio de suas próprias experiências e sentimentos.

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão narrativa de literatura, elaborada com o sentido de responder ao problema de pesquisa. Foram utilizadas as seguintes palavras-chave: mulher, autoestima, autoimagem e redes sociais, em português e inglês. Conforme Lakatos e Marconi (2021), a revisão narrativa de literatura é recomendada para reunir a produção científica disponível, reconstruir redes de conceitos e pensamentos, articular saberes de diversas fontes e fundamentar teoricamente artigos, dissertações, teses e trabalhos de conclusão de curso. Diferente de revisões sistemáticas, a revisão narrativa não utiliza critérios explícitos e sistemáticos para a busca e análise crítica da literatura, de modo que a seleção dos estudos e a interpretação das informações podem estar sujeitas à subjetividade dos autores.

A busca foi realizada nas bases de dados Biblioteca Virtual em Saúde (BVS - Brasil), Biblioteca Virtual em Saúde - Psicologia Brasil (BVS-Psi) Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Google Scholar (Google Acadêmico) e os Periódicos Eletrônicos em Psicologia (PePSIC).

Como critérios de inclusão destacam-se: artigos científicos publicados na íntegra, somente com a população feminina, publicados em revistas científicas e que tenham relação com a pergunta desta pesquisa e as palavras-chave mencionadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir do referencial pesquisado, considerando os objetivos de cada um dos tópicos, foi possível a identificação de categorias específicas de análise. No que se refere a influência das redes sociais no cotidiano, as categorias, os respectivos autores e a ideia central podem ser observados no Quadro 1:

Quadro 1 - Influência das redes sociais no cotidiano

Categoria de Análise	Autor(es)	Ideia Central
Padrões de Beleza e Saúde	Costa, Prado e Carvalho (2022)	Redes sociais disseminam padrões de beleza, valorizam a magreza e promovem práticas estigmatizantes sobre peso, afetando o bem-estar e a autoimagem.
	Henriques; Patnaik (2020)	Mulheres aderem a práticas estéticas para se conformar aos padrões de beleza promovidos nas redes sociais.
	Silva et al. (2018)	Instagram se destaca por seu poder de persuasão visual, moldando padrões de beleza e tornando as imagens memoráveis.
Privacidade, Autoestima e Bem-Estar Psicológico	Medon (2021)	Exposição constante nas redes afeta a privacidade e autoestima, podendo gerar desconforto e insegurança pessoal.
	Kaimara, Oikonomou e Deliyannis (2022)	Uso excessivo sem supervisão pode levar a vícios e comportamentos problemáticos, afetando o bem-estar psicológico.
	Falcão (2019)	"Parentalidade distraída" como efeito do uso intensivo das redes, impactando o bem-estar psicológico familiar.
Impacto na Comunicação e na Propagação de Valores	Severo et al. (2019)	Redes sociais facilitam a interação e o compartilhamento de valores, influenciando o comportamento coletivo.
	Busato (2017)	A vida virtual define aspectos identitários na contemporaneidade, reforçando o impacto das redes na autoimagem.
	Fagundes et al. (2021)	Acesso irrestrito às redes aumenta a disseminação de informações e o risco de crimes virtuais, impactando a percepção de segurança pessoal.

Fonte: As autoras (2024)

As redes sociais moldam a autoimagem e o bem-estar psicológico ao promoverem padrões de beleza focados na magreza, impactando especialmente as mulheres. O Instagram se destaca por reforçar esses padrões, afetando a autoestima. A exposição constante nessas plataformas compromete a privacidade e gera insegurança, enquanto o uso excessivo leva a comportamentos viciantes e "parentalidade distraída," impactando o ambiente familiar. O acesso irrestrito também aumenta o risco de crimes virtuais, influenciando a percepção de segurança e a identidade na vida moderna.

Considerando os impactos do uso excessivo das redes sociais à saúde mental, foram também observadas categorias específicas de análise, identificadas diante da convergência das abordagens dos autores (Quadro 2):

Quadro 2 - Impactos à saúde mental

Categoria de Análise	Autor(es)	Ideia Central
----------------------	-----------	---------------

Impacto na Saúde Mental e Relações Interpessoais	Grillo et al. (2023); Santos (2023); Souza, Pinto e Alves (2020); Klunck e Azambuja (2020); Zambello et al. (2021); Abreu (2013); Schmidek et al. (2018); Woessner et al. (2021)	O uso excessivo da tecnologia está associado a problemas como depressão, ansiedade, transtornos de personalidade e dificuldades em relacionamentos. Além disso, há impactos negativos no sono e nas relações familiares e sociais, afetando crianças, adolescentes, adultos e idosos. A dependência de internet é um transtorno psiquiátrico emergente.
Influência na Autoimagem e Comportamento de Consumo	Costa, Prado e Carvalho (2022); Silva e Pires (2019); Costa et al. (2019); Nascimento e Amoroso (2024)	As redes sociais incentivam padrões estéticos idealizados e influenciam comportamentos de consumo voltados para a busca de aceitação e pertencimento. Essa pressão estética e o incentivo ao consumismo, especialmente no Instagram, afetam a autoimagem, promovendo compras impulsivas e gerando insatisfação corporal.
Privacidade e Identidade nas Redes Sociais	Farahmand, Yadav e Spafford (2013)	A flexibilidade das redes sociais permite que usuários projetem uma imagem que pode ser distorcida ou idealizada, o que representa riscos à privacidade. A construção de identidades virtuais afeta a percepção da autoimagem e expõe os indivíduos a possíveis invasões de privacidade, influenciando tanto o comportamento online quanto o offline.

Fonte: As autoras (2024)

O uso excessivo da tecnologia está ligado a transtornos como depressão, ansiedade e problemas de relacionamento, além de afetar o sono e as interações familiares e sociais em todas as faixas etárias. Redes sociais incentivam um ideal estético e o consumismo, especialmente no Instagram, impactando a autoimagem e promovendo compras impulsivas. A possibilidade de criar identidades virtuais idealizadas nas redes também traz riscos à privacidade e influência a percepção que os indivíduos têm de si mesmos, com reflexos em seus comportamentos online e offline.

No que diz respeito à influência das redes sociais na autoestima feminina, os resultados podem ser agrupados conforme indicado no Quadro 3:

Quadro 3 - Influência na autoestima feminina

Categoria de Análise	Autor(es)	Ideia Central
Comparação Social e Insatisfação Corporal	Papageorgiou, Fisher & Cross (2022); Pedalino & Camerini (2022); Fagundes, Marol & Natividade (2020)	As redes sociais, especialmente Instagram e TikTok, incentivam comparações sociais ascendentes, levando a insatisfação com a própria imagem corporal e baixa autoestima, especialmente entre mulheres jovens.
Idealização de Padrões de Beleza e Autoimagem Distante da Realidade	Gomes et al. (2021); Fioravanti et al. (2021); Xie (2024); Sattarpanahi et al. (2024); Kushwaha (2024)	A exposição a padrões de beleza irrealistas, promovidos por influenciadores e pela mídia, leva as mulheres a internalizarem ideais inatingíveis, resultando em distorções da

		autoimagem e problemas como distúrbios alimentares.
Impacto da Validação Social e Autoestima	Silva (2021); Fagundes, Marol & Natividade (2020); Smith, Mills & Samson (2021)	A autoestima das mulheres é influenciada pela busca de validação nas redes sociais. Comentários e reações positivas geram prazer momentâneo, enquanto a falta de reconhecimento pode causar frustração e afetar a percepção pessoal.

De modo geral, as redes sociais incentivam comparações que impactam negativamente a autoestima e a imagem corporal de mulheres, promovendo padrões de beleza irreais que levam a distorções de autoimagem e possíveis distúrbios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais exercem uma influência significativa na autoimagem das mulheres, moldando suas percepções de beleza e autoestima de formas complexas e, muitas vezes, prejudiciais. A constante exposição a padrões de beleza idealizados, frequentemente promovidos por influenciadores e figuras públicas, leva muitas mulheres a se compararem com essas representações, resultando em insatisfação corporal e baixa autoestima. Essa comparação social ascendente, comum em plataformas como Instagram e TikTok, intensifica a percepção de inadequação, alimentando uma visão distorcida da própria imagem.

Além disso, o uso excessivo dessas redes pode gerar uma dependência, impactando o bem-estar psicológico. As mulheres podem se sentir pressionadas a adotar práticas estéticas para se adequar a esses padrões, o que pode resultar em comportamentos de consumo impulsivos e uma busca incessante por aceitação. Essa dinâmica não apenas afeta a saúde mental, mas também compromete a privacidade, à medida que a busca por validação se torna central na experiência de interação online.

A idealização de padrões de beleza que não correspondem à realidade cria um abismo entre a autoimagem real e a projetada, levando a distúrbios alimentares e outros problemas de saúde mental. A validação social, obtida por meio de curtidas e comentários, pode proporcionar momentos de satisfação, mas a ausência dessa validação frequentemente gera frustração e insegurança, reforçando uma autopercepção negativa.

Portanto, o uso das redes sociais, ao promover comparações e padrões de beleza irrealistas, impacta diretamente a autoimagem das mulheres, levando a uma série de consequências emocionais e comportamentais que afetam não apenas sua autoestima, mas também seu bem-estar geral. Essa influência ressalta a importância de uma reflexão crítica

sobre o conteúdo consumido e a construção de um ambiente virtual que valorize a diversidade de corpos e a aceitação pessoal.

REFERÊNCIAS

- ABREU, C. N. Dependência de internet. *In*: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. **Vivendo esse mundo digital**. Porto Alegre: Artmed, 2013.
- APARICIO-MARTINEZ, P. et al. Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. **Int J Environ Res Public Health**, v. 16, n. 21, nov. 2019. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6861923/>. Acesso em 30 set. 2024.
- BUSATO, P. C. **Direito penal**: parte especial. São Paulo: Atlas, 2017.
- COSTA, N. N. **Corpo e saúde**: reflexões sobre a influência das mídias sociais nos padrões corporais da sociedade. 2019. Disponível em: https://www.univale.br/wp-content/uploads/2019/11/ED.-F%C3%8DSICA-2018_2-CORPO-E-SA%C3%9ADE-REFLEX%C3%95ES-SOBRE-A-INFLU%C3%8ANCIA-DAS-MÍDIAS-SOCIAIS...-NICOLE.-RODRIGO.-TAYNARA.pdf. Acesso em 13 out. 2024.
- COSTA, M. F.; PRADO, S. D.; CARVALHO, M. C. V. S. Orthorexia in social media: reflections between health and disease. **Saúde Soc.** São Paulo, v.31, n.2, e210760en, 2022.
- DWIVEDI, Y. K. et al. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. **International Journal of Information Management**, v. 59, n. 102168, ago. 2021.
- FAGUNDES, V. O. et al. Jovens e sua percepção sobre fake news na ciência. **Cienc. Hum.**, v. 16, n. 1, 2021.
- FAGUNDES, L. S.; MAROL, T. A.; NATIVIDADE, J. C. Use of Instagram, Social Comparison, and Personality as Predictors of Self-Esteem. **Psico-USF**, Bragança Paulista, v. 25, n. 4, p. 711-724, out./dez. 2020.
- FALCÃO, L. P. O fenômeno da parentalidade distraída e abandono afetivo: quanto custa o cuidado na sociedade tecnológica. **Revista de Direito de Família e Sucessões**, Goiânia, v. 5, n. 1, p. 56-72, jan./jun. 2019.
- FARAHMAND, F.; YADAV, A.; SPAFFORD, E. Risks and uncertainties in virtual worlds: An educators' perspective. **Journal of Computing in Higher Education**, v. 25, n. 2, 2013. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1040311>. Acesso em 22 out. 2024.
- FIORAVANTI, G. et al. Examining the Impact of Daily Exposure to Body-Positive and Fitspiration Instagram Content on Young Women's Mood and Body Image: An Intensive Longitudinal Study. **New Media & Society**, v. 25, n. 12, jul. 2021.

GOMES, G. S. C. R. et al. Transtornos alimentares e a influência das mídias sociais na autoimagem corporal: um olhar sobre o papel do nutricionista. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 16, 2021.

GRILLO, G. P. et al. Impacto do uso excessivo de multitelas no comportamento e saúde mental de crianças e adolescentes. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 6, n. 2, p. 6841-6851, mar./abr., 2023.

HENRIQUES, M.; PATNAIK, D. Social Media and Its Effects on Beauty. **IntechOpen**, set. 2020. Disponível em: <https://www.intechopen.com/chapters/73271>. Acesso em 30 set. 2024.

KAIMARA, P.; OIKONOMOU, A.; DELIYANNIS, I. Could virtual reality applications pose real risks to children and adolescents? **A systematic review of ethical issues and concerns. Virtual Reality**, v. 26, p. 697-735, 2022.

KUSHWAHA, R. The impact of social media on women's physical appearance and self-esteem: A feminist perspective. **World Journal of Advanced Research and Reviews**, v. 21, n. 3, p. 253-262, 2024.

KLUNCK, P.; AZAMBUJA, M. R. F. **O abandono digital de crianças e adolescentes e suas implicações jurídicas**. PUCRS. 2020. Disponível em: https://www.pucrs.br/direito/wp-content/uploads/sites/11/2020/04/patricia_klunck.pdf. Acesso em 16 out. 2024.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2021.

LORENZO, E. M. **A utilização das redes sociais na educação**. Clube de Autores, 2015. Disponível em:

<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/idiomas/aimportancia-dasredes-sociais-para-a-educacao/55197>. Acesso em 18 out. 2024.

MACHADO, C.; AZEVEDO, D. T. **Código Penal interpretado**: artigo por artigo, parágrafo por parágrafo. Santana de Parnaíba: Manole, 2022.

MEDON, F. (Over) sharenting: a superexposição da imagem e dos dados de crianças e adolescentes na internet e os instrumentos de tutela preventiva e repressiva. In: LATERÇA, P. **Privacidade e Proteção de Dados de Crianças e Adolescentes**. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro; Obliq, 2021.

MILLS, J. S.; SHANNON, A.; HOGUE, J. Beauty, Body Image, and the Media. **IntechOpen**, out. 2017. Disponível em: <https://www.intechopen.com/chapters/55388>. Acesso em 30 set. 2024.

MORETTI, F. A.; OLIVEIRA, V. E.; SILVA, E. M. K. Acesso a informações de saúde na internet: uma questão de saúde pública? **Rev Assoc Med Bras**, v. 58, n. 6, p. 650-658, 2012.

MUKHASIN, A.; ANDRIANI, A. A. The influence of used whatsapp group in online learning to student discipline at elementary school. **Dinamika Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar**, v. 13, n. 2, 2021.

NASCIMENTO, E. T.; AMOROSO, S. R. B. **Possíveis impactos do excesso de consumo na subjetividade**. Icesp, 2024. Disponível em: <http://revistas.icesp.br/index.php/Real/article/viewFile/5063/2885>. Acesso em 22 out. 2024.

PANDELÓ, A. **Marketing Digital Sem Mistérios**. São Paulo: Clube de Autores, 2020.

PAPAGEORGIOU, A.; FISHER, C.; CROSS, D. “Why don’t I look like her?” How adolescent girls view social media and its connection to body image. **BMC Women's Health**, v. 22, n. 261, 2022.

PEDALINO, F.; CAMERINI, A. L. Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. **Int J Environ Res Public Health**, v. 19, n. 3, jan. 2022.

ROCHA, M.; TREVISAN, N. **Marketing nas mídias sociais**. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

RODRIGUES, D. S. S. **A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares**. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. 2019. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/7153>. Acesso em 30 set. 2024.

SANTOS, R. M. S. et al. **As associações entre tempo de tela e saúde mental no ciclo vital**. 2023. Tese (Doutorado). UFMG, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/61379/1/PDFa%20Tese%20final%20-%20Renata%20Maria%20Silva%20Santos.pdf>. Acesso em 20 out. 2024.

SATTARPANAHI, E. et al. Body Image and Social Media: A Qualitative Investigation of the Influence of Instagram on Young Women's Self-Perception and Body Satisfaction. **Psychology of Woman Journal**, v. 5, n. 2, p. 25-32, abr. 2024.

SCHMIDEK, H. C. M. V. et al. Dependência de internet e transtorno de déficit de atenção com hiperatividade (TDAH): revisão integrativa. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 67, n. 2, abr.-jun. 2018.

SEVERO, E. A. et al. A Influência das Redes Sociais sobre a Consciência Ambiental e a Responsabilidade Social das Gerações. **Braz. Bus. Rev.**, v. 16, n. 5, set.-out. 2019.

SILVA, M. C. A relação entre redes sociais e autoestima. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 7, n. 4, abr. 2021.

SILVA, A. F. S. et al. Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. **Demetra**, v. 13, n. 2, p. 395-411, 2018.

SILVA, S. A.; PIRES, P. F. F. A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. **Rev. Terra & Cult.**, Londrina, v. 35, n. 69, jul./dez. 2019.

SMITH, O. E.; MILLS, J. S.; SAMSON, L. Out of the loop: Taking a one-week break from social media leads to better self-esteem and body image among young women. **Body Image**, v. 49, jun. 2024.

SOUZA, E. A.; PINTO, J. C. B. L.; ALVES, F. R. Uso do celular antes de dormir: um fator com maior risco para sonolência excessiva em adolescentes de escolas militares. **J Bras Psiquiatr.**, v. 69, n. 2, p. 111-6, 2020.

TURCHI, S. R. **Estratégia de marketing digital e e-commerce**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

VERONESE, A.; FONSECA, G. Desinformação, fake news e mercado único digital: a potencial convergência das políticas públicas da União Europeia com os Estados Unidos para melhoria dos conteúdos comunicacionais. In: MENDES, L. S.; ALVES, S. G.; DONEDA, D. **Internet e regulação**. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

WOESSNER, M. N. et al. The Evolution of Technology and Physical Inactivity: The Good, the Bad, and the Way Forward. **Front. Public Health**, v. 9, maio 2021.

XIE, Z. The Influence of Social Media on Perception of Body Image and Beauty Standards on Young People. **Transactions on Social Science, Education and Humanities Research**, v. 4, 2024.

ZANBELLO, B. L. et al. Alpha, a Geração Hiperconectada e a Educação Emocional. **Saber e Educar**, v. 30, n. 1, 2021.