



BRUNA MONARA SONA KOPSELL

**PERCEPÇÕES DE ADOLESCENTES ACERCA DA INFLUÊNCIA
NEGATIVA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA**

**Sinop/MT
2022**

BRUNA MONARA SONA KOPSELL

**PERCEPÇÕES DE ADOLESCENTES ACERCA DA INFLUÊNCIA
NEGATIVA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do curso Departamento de Psicologia, do Centro Educacional Fasipe – UNIFASIPE, Campus de Sinop - MT, como requisito para Campus de Sinop - MT, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Coorientadora: Prof.^a Esp. Carla Florido Bertocco.

**Sinop/MT
2022**

BRUNA MONARA SONA KOPSELL

**PERCEPÇÕES DE ADOLESCENTES ACERCA DA INFLUÊNCIA
NEGATIVA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do Curso de Psicologia – do Centro Educacional Fasipe – UNIFASIPE como requisito para obtenção de nota na disciplina de Monografia II.

Aprovado em ___/___/_____

Esp. Carla Florido Bertocco
Professora Coorientadora
Departamento de Psicologia – UNIFASIPE

Professor (a) Avaliador (a)
Departamento de Psicologia – UNIFASIPE

Professor (a) Avaliador (a)
Departamento de Psicologia – UNIFASIPE

Esp. Ana Paula Pereira César
Coordenadora do Curso de Psicologia
Departamento de Psicologia – UNIFASIPE

**Sinop/MT
2022**

DEDICATÓRIA

A meus amados pais, Alesandra e Ernani, que acreditaram em meu potencial e ao meu noivo Lukas que permaneceu ao meu lado me motivando nos momentos difíceis.

AGRADECIMENTOS

Aos meus queridos pais, Alesandra e Ernani que acreditaram em meu potencial e me apoiaram a seguir os meus sonhos e minha carreira profissional.

Ao meu amado noivo Lukas, que me incentivou a estudar, esteve ao meu lado nos momentos difíceis, e me motivou a ser cada vez melhor enquanto pessoa e futura profissional.

A minha querida amiga Valeska, pelo companheirismo e amizade que fizeram da faculdade um lugar mais alegre.

A minha admirada professora e orientadora Carla Florido, que através de seus conhecimentos, paciência e dedicação me inspirou a ser uma ótima acadêmica e futura profissional.

EPÍGRAFE

Há mais na superfície do que nosso olhar
alcança.

Aaron Beck

KOPSELL, Bruna Monara Sona. Percepções De Adolescentes Acerca Da Influência Negativa Das Redes Sociais Na Autoestima. 2022. 79f.

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Educacional Fasipe - UNIFASIPE

RESUMO

As redes sociais estão frequentemente presentes no cotidiano de muitos adolescentes, visto que oferecem um ambiente com múltiplas possibilidades, entretanto quando associados os cérebros imaturos dos adolescentes pode ser um problema, o objetivo desta produção é investigar a influência negativa das redes sociais e seus impactos no período da adolescência; compreender a importância das interações nas redes sociais na vida dos adolescentes; apresentar o conceito de Autoestima; conhecer a percepção de adolescentes a respeito de sua autoestima; identificar os principais sentimentos relacionados as redes sociais e a autoestima dos adolescentes; Foram utilizados dois procedimentos para realização da pesquisa, o primeiro se referiu a coleta de dados teóricos em uma revisão da literatura com recorte temporal entre 2000 até o momento a fim de fundamentar a pesquisa e o segundo se referiu a uma pesquisa qualitativa, a partir do problema proposto quais são as percepções de adolescentes acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima?, desenvolvida através de um questionário composto por 22 perguntas que buscou identificar e compreender as influências negativas das redes sociais na autoestima através da percepção de adolescentes entre 16 e 17 anos, público alvo desta pesquisa. O levantamento de dados foi realizado no município de Sinop – MT, em três escolas públicas e também de forma *online* pela plataforma Google Forms. Os resultados obtidos evidenciam que as redes sociais influenciam os sentimentos, comportamentos e pensamentos dos adolescentes, promove moldes e padrões de beleza inalcançáveis e afetando negativamente a autoestima, podendo causar sentimentos de frustração, insatisfação com o próprio corpo, sinais e sintomas de transtornos, ansiosos, depressivos, alimentares, dependência tecnológica, alterações no padrão do sono e alimentação, isolamento e problemas físicos, a plataforma mais utilizada foi o Instagram e o tempo online nas redes sociais costuma ser maior que 4 horas diárias, os adolescentes dizem ter uma instabilidade de média a baixa estima, mas afirmam não se compararem e não se importarem com as interações soando contraditório com as outras respostas obtidas e também por apagarem suas publicações. As contribuições da psicologia também foram apresentadas, principalmente com a finalidade de prevenir e educar os adolescentes para um uso mais assertivo e consciente das redes sociais, além de desenvolver uma capacidade crítica e reflexiva sobre o tema, bem como o fortalecimento de vínculos com os cuidadores e responsáveis e a promoção do autoconhecimento, nas eliminações de distorções cognitivas a respeito da falsa realidade virtual e no acompanhamento terapêutico.

Palavras-chave: Adolescência. Autoestima. Redes Sociais.

KOPSELL, Bruna Monara Sona. Adolescents' Perceptions About the Negative Influence of Social Networks on Self-Esteem. 2022. 79l.

End of Course Work Project - Center for Education Fasipe - UNIFASIPE

ABSTRACT

Social networks are often present in the daily lives of many adolescents, since they offer an environment with multiple possibilities, however, when associated with the immature brains of adolescents, it can be a problem. The objective of this production is to investigate the negative influence of social networks and their impacts on the adolescent period; understand the importance of interactions in social networks in the lives of adolescents; present the concept of self-esteem; and know the perception of adolescents regarding their self-esteem; Two procedures were used to conduct the research, the first referred to the collection of theoretical data in a literature review with a time frame between 2000 and the present in order to substantiate the research and the second referred to a qualitative research, from the proposed problem what are the perceptions of adolescents about the negative influence of social networks on self-esteem? , developed through a questionnaire composed of 22 questions that sought to identify and understand the negative influences of social networks on self-esteem through the perception of adolescents between 16 and 17 years old, the target audience of this research. The data survey was carried out in the city of Sinop - MT, in three public schools and also online through the Google Forms platform. The results obtained show that social networks influence the feelings, behavior and thoughts of adolescents, promoting unattainable molds and standards of beauty and negatively affecting self-esteem, which can cause feelings of frustration, dissatisfaction with their own bodies, signs and symptoms of disorders, anxious, depressive, eating, technology dependence, The platform most used was Instagram and the time online on social networks is usually greater than 4 hours a day, adolescents say they have an instability of medium to low self-esteem, but claim not to compare themselves and do not care about the interactions sounding contradictory to the other responses obtained and also by deleting their publications. The contributions of psychology were also presented, mainly with the purpose of preventing and educating adolescents for a more assertive and conscious use of social networks, in addition to developing a critical and reflective capacity on the subject, as well as strengthening bonds with caregivers and guardians and promoting self-knowledge, in the elimination of cognitive distortions regarding the false virtual reality, and in therapeutic follow-up.

keywords: Adolescence. Self-esteem. Social Networks.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes.....	48
Gráfico 2 – Tempo de conexão nas redes sociais.....	48
Gráfico 3 – A autoestima é influenciada pelas redes sociais.....	49
Gráfico 4 – As redes geram influência negativa ou positiva.....	50
Gráfico 5 – As redes sociais são formadoras de modelos e padrões de beleza.....	53
Gráfico 6 – Sentimentos relacionados à autoestima e o acesso às redes sociais.....	55
Gráfico 7 – Comparação nas redes sociais.....	56
Gráfico 8 – Importância das visualizações, <i>likes</i> e interações.....	57
Gráfico 9 – O quanto os adolescentes se importam com visualizações, <i>likes</i> e interações.....	58
Gráfico 10 – Percepção sobre o quanto as redes sociais influenciam sentimentos, pensamentos e comportamentos.....	60
Gráfico 11 – Reproduções de comportamentos devido a redes sociais.....	60
Gráfico 12 – Impacto das redes na saúde física e mental.....	62

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características dos Adolescentes na Era Digital.....	30
Quadro 2 – Características de Pessoas com Alta e com Baixa Autoestima.....	32
Quadro 3 – Distribuição da amostra, segundo as características sociodemográficas.....	43
Quadro 4 – Concepção dos adolescentes sobre o conceito de autoestima.....	46
Quadro 5 – Percepção dos adolescentes sobre a influência das redes sociais.....	51
Quadro 6 – Percepção dos participantes sobre sua imagem corporal.....	52
Quadro 7 – Características do padrão de beleza feminino e masculino.....	54
Quadro 8 – Reação mediante a quebra de expectativa nas redes sociais.....	58
Quadro 9 – Relato sobre comportamentos realizados por influência das redes sociais.....	61
Quadro 10 – Percepção sobre os impactos das redes sociais na saúde.....	63
Quadro 11 – Percepção sobre a contribuição da psicologia aos adolescentes.....	64

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DHEA – Dehidroepiandrosterona

ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente

TICs – Tecnologias da Informação e Comunicação

TCC – Terapia Cognitivo Comportamental

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	14
1.1. Justificativa.....	15
1.2 Problematização.....	16
1.3 Hipótese.....	17
1.4 Objetivos.....	17
1.4.1 Geral.....	17
1.4.2 Específicos.....	17
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 Desenvolvimento na Adolescência.....	18
2.1.1 O corpo em desenvolvimento.....	19
2.1.2 Imaturidade Cognitiva versus Cérebro em Construção.....	20
2.1.3 Adolescente como ser Psicossocial.....	22
2.2 Globalização, Tecnologia e Internet	23
2.2.1 Mídias Sociais e Redes Sociais.....	25
2.2.2 Publicidade e Propaganda como agente influenciador de Consumo.....	27
2.2.3 Comportamento virtual.....	29
2.3 Autoestima.....	31
2.4 Impactos das Redes Sociais e do Padrão de Beleza.....	34
2.5 A relação entre a importância da Psicologia, Redes Sociais e Adolescência.....	35
2.5.1 O papel do Psicólogo e sua Relevância.....	37
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	40
3.1 Tipo de Pesquisa.....	40
3.2 População e Amostra.....	41
3.3 Técnicas de coleta de dados e Análise de dados.....	42
4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS.....	43
4.1 Análise de dados.....	43
4.1.1 Características Sociodemográficas.....	43
4.1.2 Concepção dos adolescentes sobre autoestima.....	46
4.1.3 Redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes.....	47
4.1.4 Tempo de conexão nas redes sociais.....	48
4.1.5 Influência das redes sociais na Autoestima dos Adolescentes.....	49
4.1.6 As redes sociais geram influência negativa ou positiva.....	49
4.1.7 Percepção dos adolescentes sobre a influência das redes sociais.....	50

4.1.8	Percepção dos participantes sobre sua imagem corporal.....	52
4.1.9	As redes sociais são formadoras de modelos e padrões de beleza.....	53
4.1.10	Características do padrão de beleza feminino e masculino.....	54
4.1.11	Sentimentos relacionados à autoestima e o acesso às redes sociais.....	55
4.1.12	Comparação nas redes sociais.....	56
4.1.13	Importância das visualizações, <i>likes</i> e interações.....	56
4.1.14	O quanto os adolescentes se importam com visualizações, <i>likes</i> e interações.....	57
4.1.15	Reação mediante a quebra de expectativa nas redes sociais.....	58
4.1.16	Percepção sobre o quanto as redes sociais influenciam sentimentos, pensamentos e comportamentos.....	59
4.1.17	Reproduções de comportamentos devido a redes sociais.....	60
4.1.18	Relato sobre comportamentos realizados por influência das redes sociais.....	61
4.1.19	Impacto das redes na saúde física e mental.....	61
4.1.20	Percepção sobre os impactos das redes sociais na saúde.....	62
4.1.21	Percepções sobre a contribuição da psicologia aos adolescentes.....	63
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
	REFERÊNCIAS.....	68
	ANEXO A.....	73
	ANEXO B.....	75
	APÊNDICE.....	77

1. INTRODUÇÃO

As mídias sociais possuem lados que seduzem os adolescentes de modo impressionante. Durante a adolescência que eles mais se ocupam com os *smartphones*, com mensagens de texto em aplicativos, jogos *online* e com as mídias sociais. A disseminação do uso das mídias sociais se deve parcialmente porque os adolescentes rapidamente se adaptam, são modernos quanto à tecnologia, com frequência superando o conhecimento dos adultos. Talvez ainda mais importante, as redes sociais de hoje, interativas, oferecem um local prolífero para o distanciamento para com os pais e de outras tarefas importantes da adolescência (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Essa fase de desenvolvimento é marcada por expectativas de crescimento não apenas em aspectos físicos, mas também em habilidades cognitivas, autonomia, autoestima, intimidade e no âmbito social. No entanto, os adolescentes hoje em dia enfrentam vários perigos ao seu bem-estar físico, psíquico e social, como os tais comportamentos de risco que refletem a imaturidade cerebral (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

A imaturidade cerebral do adolescente pode proporcionar uma maior vulnerabilidade a influência negativa das redes sociais devido à grande exposição e busca por aprovação das pessoas. O desejo desenfreado por curtidas e comentários nas postagens e a frustração causada quando o objetivo desejado não é alcançado provoca sérios prejuízos (PAPALIA; FELDMAN, 2013; SILVA, 2021).

A autoestima define-se como a percepção do indivíduo acerca si mesmo, de acordo com suas relações sociais. Conforme Del Ciampo e Del Ciampo (2010), a autoestima é um indicador de bem-estar psicológico. Entende-se como um conjunto de ideias e valores e que cada indivíduo possui, é marcada por oscilações e manifestadas nos âmbitos sociais, emocionais e psíquico – fisiológicos, compreendida de maneira ampla e não isolada.

Atualmente vincular as redes sociais e autoestima tornou-se muito fácil, visto que os indivíduos avaliam a si mesmos e aos outros constantemente em seu convívio social, mas

agora essas avaliações são feitas no espaço virtual com base em suas exposições na Internet. Ao idealizar a felicidade, como portador de um corpo e vida perfeitos e irreais, se criam armadilhas que dificultam o relacionamento e aceitação da vida e do corpo que o sujeito possui (SILVA, 2021).

A preocupação dos adolescentes a respeito das opiniões e dos padrões midiáticos presentes nas redes sociais pode ser um problema, uma vez que possui o potencial para afetar a autoestima e ocasionar sentimentos de insatisfação com sua autoimagem, portanto o presente estudo propõe-se a responder: quais são as percepções dos adolescentes acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima?

Este estudo objetivou investigar a influência negativa das redes sociais e seus impactos no período da adolescência; compreender a importância das interações nas redes sociais na vida dos adolescentes; apresentar o conceito de Autoestima; conhecer a percepção de adolescentes a respeito de sua autoestima; identificar os principais sentimentos relacionados as redes sociais e a autoestima dos adolescentes entre dezesseis e dezessete anos. Em vista disso, percebeu-se a importância do assunto a não só a psicologia, a comunidade acadêmica, mas como a comunidade propriamente dita, os pais e os próprios adolescentes.

1.1 Justificativa

Os adolescentes possuem uma tendência maior a se preocupam com as avaliações dos outros em relação as suas convicções e ideais, assim com a maneira como vão associá-las aos modelos ideológicos da sociedade moderna, onde por vezes são apresentados pelos conteúdos das redes sociais (MARCH, 2010 apud SANTOS; MOTA; SILVA, 2021). Conforme Acácio (2021), a internet possibilita um universo de oportunidades, bem como uma vasta gama de riscos quando utilizada de forma problemática, que por sua vez ocasionam consequências psicológicas e sociais, causando danos aos seus usuários.

Logo, essa produção visou contribuir com os próprios adolescentes a respeito do uso desenfreado das redes sociais e das armadilhas virtuais, assim como a influência de padrões de beleza, comportamento e a formação de estereótipos, bem como os principais sentimentos e expectativas relacionados à autoestima.

Aos pais e sociedade proporciona a tomada de consciência a respeito do uso indiscriminado e não monitorado das redes sociais e dos perigos que esses adolescentes são expostos, como o risco de suicídio, desenvolvimento de transtornos, baixa estima, crenças distorcidas a respeito de si, dos outros e do mundo.

Portanto, este estudo se faz relevante para a comunidade acadêmica, pois valida e

fornece dados importantes para futuras produções e debates sobre o tema da influência negativa das redes sociais na autoestima do adolescente e a respeito das intervenções que possam levar à redução do sofrimento psíquico.

Bem como este trabalho é de grande valia para a Psicologia, visto que essa ciência interessa-se pelos comportamentos, sentimentos, pensamentos e pela subjetividade humana, onde essa pesquisa sobre a percepção dos adolescentes a respeito do impacto negativo das redes sociais em sua autoestima visa investigar a maneira que se sentem sobre isso.

1.2 Problematização

O uso das redes sociais se tornou algo habitual e frequente na vida de muitos adolescentes, pois, apresenta uma gama de benefícios, como acesso rápido a informação, a comunicação, entretenimento, inspiração entre muitos outros, todavia quando essas plataformas são utilizadas de forma excessiva e inapropriada pode oferecer vários riscos à saúde física, psicológica e social desses indivíduos (SOUZA, 2016; SANTOS; MOTA; SILVA, 2021).

As redes sociais possuem a tendência a ditar e influenciam padrões de beleza, estereótipos, modos de agir e de pensar, de pertencer a grupos, e de consumo, sendo um mundo que oferece riscos os adolescentes que se encontram em uma importante fase de desenvolvimento marcada por transformações em várias dimensões, não só física, mas também em competência cognitiva e social, autonomia, autoestima e intimidade (SANTOS; MOTA; SILVA, 2021; PAPALIA; FELDMAN, 2013).

De acordo com Leung (2008), em seu estudo com quatrocentos e dois adolescentes de quatorze a vinte anos moradores de Hong Kong, foi realizado a associação entre o tédio e a autoestima, quanto maior o nível de tédio vivenciado e quanto mais baixos forem os níveis da autoestima, mais notório será o uso do celular de forma desajustada. De modo similar, Takao e colaboradores (2009) indicam ser provável que pessoas com baixa autoestima sejam mais propensas a busca pela aceitação, validação e admiração das pessoas em seu contorno, sendo, conseqüentemente, apreciadores de objetos e comportamentos sedutores. Assim, é plausível que pessoas com necessidade de aprovação alta possuam também alta tendência a vícios (apud ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Conforme Abreu, Eisenstein e Estefenon (2013), a sociedade consumidora decreta modelos estéticos que influenciam copiosamente muitos adolescentes. Esses padrões impostos aos adolescentes podem contribuir com o sofrimento psíquico, como o desenvolvimento de transtornos alimentares, de autoimagem, abuso de substâncias anabolizantes, transtornos

ansiosos e depressivos, etc. Ainda a utilização problemática da internet e redes sociais favorece a manutenção da violência (*cyberbullying*, preconceito e estereótipos, risco de suicídio, incitação de ódio e atos de autoagressão e autopunição), e de comportamentos de risco (uso de drogas, sexo, vícios).

Os adolescentes também se preocupam mais com as opiniões dos outros em relação a suas ideias e de como vão associá-los aos padrões ideais da sociedade, ou seja, a autoestima é afetada pelos modelos impostos, que estimulam o consumismo e o desejo por modificações corporais, oriundas de seu sentimento de dissabor com a própria imagem. Em vista disso, indaga-se: quais são as percepções de adolescentes acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima?

1.3 Hipótese

As percepções dos adolescentes acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima são voltadas aos sentimentos de comparação, insatisfação, frustração, tristeza e baixa estima.

1.4 Objetivos

1.4.1 Geral

Desenvolver um estudo sobre as percepções dos adolescentes acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima.

1.4.2 Específicos

- Investigar a influência negativa das redes sociais e seus impactos no período da adolescência;
- Compreender a importância das interações nas redes sociais na vida dos adolescentes;
- Apresentar o conceito de Autoestima;
- Conhecer a percepção de adolescentes a respeito de sua autoestima;
- Identificar os principais sentimentos relacionados as redes sociais e a autoestima dos adolescentes;

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, será apresentada a fundamentação teórica com base em autores e temas que abrangem o presente trabalho, evidenciando os conteúdos essenciais para a resolução do problema estabelecido.

2.1 Desenvolvimento na Adolescência

Segundo Papalia e Feldman, (2013) o desenvolvimento humano compreende-se ao estudo científico dos processos de transformação e estabilidade ao percorrer de todo o ciclo vital do ser humano, portanto leva a vida toda.

Além disso, é um processo que se divide em três domínios: desenvolvimento físico (crescimento corporal e cerebral, capacidades sensoriais, habilidades motoras e saúde) cognitivo (aprendizagem, memória, atenção, pensamento, linguagem, criatividade e raciocínio) e psicossocial (emoções, personalidade e relações sociais). Os três domínios estão inter-relacionados e cada aspecto de seu desenvolvimento afeta os outros (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

Houzel (2005), afirma que a adolescência diz respeito fase final da infância estendesse até chegada da idade adulta, constituída como um período de transições nas habilidades cognitivas, emocionais e sociais do cérebro que permitem a convivência do sujeito como a sociedade.

Vários autores demarcam a fase da adolescência entre idades diferentes, portanto, será baseado conforme a regulamentação vigente do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) quedemarca o período da adolescência como a fase inicial dos doze anos aos dezoito anos (Brasil, 2021).

2.1.1 O Corpo em Desenvolvimento

Uma das principais mudanças físicas no desenvolvimento do adolescente é o início, marco que leva a maturidade sexual. Durante esse período os adolescentes enfrentam obstáculos adaptativos como o novo corpo. Como resultado são colocados em evidência dilemas como a autoestima, imagem corporal, identidade e sexualidade (BELSKY, 2010).

A primeira etapa desse marco inicia ainda na infância, por volta dos 8 anos, estágio onde as glândulas adrenais localizadas próximo aos rins são ativadas e deslocam quantidades de androgênios crescentes, principalmente *dehidroepiandrosterona*– DHEA (responsável pôr os pelos púbicos, axilares e faciais, bem como odores corporais, oleosidade da pele e crescimento corpóreo) (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

O segundo estágio é a maturação dos órgãos sexuais que ativa o segundo surto de DHEA, nesse estágio os ovários elevam a fabricação do estrogênio que promove o florescer dos órgãos genitais femininos, dos seios e pelos. Nos garotos ocorre o aumento da produção da testosterona através dos testículos que conseqüentemente promove o desenvolvimento das áreas genitais masculinas, da musculatura e pelos. Esse processo leva em torno de três a quatro anos tanto para as garotas, quanto para os meninos (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

Durante essa fase hormonal a uma intensa emotividade e instabilidade dos humores. Emoções negativas como angústia, hostilidade, depressão tende a aumentar à medida que a adolescência avança, todavia uma série de variáveis como idade, sexo, temperamento pode sobrepor-se aos hormônios (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

O estirão de crescimento adolescente configura-se em um crescimento acelerado do corpo (altura, peso, musculatura e ossos) que ocorre durante a adolescência. Esse processo tende a ocorrer nas meninas, entre os 10 anos os 14 anos e meio, e nos meninos entre os 12 anos e os 16 anos e meio, e leva por volta de dois anos, ao seu término a maturidade sexual também é atingida. Tanto o hormônio de crescimento como os hormônios sexuais (androgênios e estrogênio) contribuem para este padrão de crescimento normal (SUSMAN; ROGOL apud PAPALIA; FELDMAN, 2013).

O crescimento rápido na adolescência traz consigo um ponto inusitado para o cérebro elucidar. Ao longo da infância a taxa de crescimento é constante e uniforme, resultante em um corpo proporcional, mas na juventude ocorre o crescimento em curto tempo e desproporcional (HOUZEL, 2005).

Cada parte do corpo encomprida em tempos diferentes, das extremidades ao centro do corpo. O acréscimo do porte do adolescente é resultado do engrandecimento do tronco e das pernas que são as últimas estruturas a se desenvolverem, portanto, inicialmente ocorre o crescimento das mãos e dos pés, dos antebraços e após das pernas, braços e coxas. Não só por

isso, os adolescentes tendem a cometer desastres e serem conhecidos como estabados, atrapalhados, mas também porque seu cérebro precisa reconhecer e ajustar seu mapa sensório-motor a nova imagem e realidade corporal (HOUZEL, 2005).

Ao tentar reajustar seus mapas no córtex à nova realidade do corpo, o adolescente pode passar tempos em frente do espelho, para familiarizar com sua nova imagem. Nessa fase ele também desperta seu interesse em experimentar estilos diferentes em busca de sua identidade (HOUZEL, 2005).

Além do crescimento corpóreo, ocorrem também singularidades no desenvolvimento das estruturas cerebrais, mais especificamente na parte frontal e pré-frontal do cérebro, onde constituísse alguns competentes da cognição, como o julgamento, planejamento (decisão e recompensa) e autocontrole, além das emoções oriundas do sistema límbico e a primitiva amígdala e sua reatividade, esse processo apesar de iniciar-se da adolescência só atinge seu ápice após os vinte anos na idade adulta (GIEDD, 2012).

2.1.2 Imaturidade Cognitiva Versus Cérebro Em Construção

Há algum tempo a maioria dos cientistas ainda acreditava que o cérebro estava totalmente maduro no período da adolescência, entretanto, atualmente se sabe que isso é uma falácia. Estudos de imagem revelam que o cérebro do adolescente é uma construção em andamento, pois ocorrem mudanças significativas nas estruturas cerebrais responsáveis pelas emoções, julgamento, planejamento e autocontrole, durante o período da adolescência ao início da vida adulta (STEINBERG; SCOTT, 2003).

Conforme Spear (2000), a adolescência estabelece um grupo onde seus integrantes e indivíduos que dividem os mesmos obstáculos em seu desenvolvimento para conseguirem assumir responsabilidades e viver em sociedade. Nesta fase tão complexa os adolescentes estão mais propensos aos chamados comportamentos de risco, ao afastamento familiar, mas também a constituição de vínculos afetivos novos (relacionamentos amorosos e amigos), desenvolvimento emocional e cognitivo, essenciais para adentrar a idade adulta posteriormente, onde o protagonista desses processos é o cérebro.

O cérebro na adolescência já atingiu seu volume máximo, que vai se manter em toda sua vida, ou seja, ele tem a mesma quantidade de neurônios que na fase de desenvolvimento anterior e isso continuará estável até a velhice. Portanto, diferindo os adultos, adolescentes e crianças em suas habilidades, não está relacionado a uma elevação na quantidade de neurônios durante a vida, mas sim a reorganização química (HOUZEL, 2005).

A reorganização química relaciona-se a quantidade de neurotransmissores

disponíveis para encaminhar mensagens de um neurônio ao seguinte, na resposta a hormônios sexuais e em sua capacidade de produção hormonal, ou seja, o que ocorre de fato é a mudança na capacidade de trocar informações dos neurônios e não sua quantidade (HOUZEL, 2005).

Quando associadas às palavras adolescência e hormônios, pode levar à falsa ideia de que seus comportamentos característicos da idade e muitas vezes problemáticos podem ser oriundos da descarga hormonal da adolescência, entre tanto como cérebro encontra-se em transição, passando por mudanças e aprendizados para tornar-se maduro, deve-se considerar o ambiente que o adolescente está inserido, pois, influenciara os caminhos que o encéfalo em reestruturação escolhe, seja positiva ou negativamente (HOUZEL, 2005).

O aumento do risco na adolescência é o produto da interação entre duas redes cerebrais: a primeira é uma rede socioemocional, a segunda rede é a de controle cognitivo. Localizada no sistema límbico, a rede socioemocional é transformada nos primeiros anos do desenvolvimento do adolescente (STEINBERG, 2004 apud NEUFELD, 2017).

Enquanto a rede de controle cognitivo é caracterizada pelas funções executivas e desenvolve-se inteiramente somente na idade adulta. A instabilidade envolvida a trama dos circuitos cerebrais associada à interação social com seu grupo resulta a chamada impulsividade dos adolescentes, visto que recompensas imediatas e socioemocionais possuem uma maior importância que ganhos futuros (STEINBERG, 2007).

As sinapses (ponto de encontro entre os neurônios onde ocorre troca de informações) são relacionadas às possibilidades de processamento de informações pelos neurônios, portanto, conforme a maior quantidade de sinapses cerebrais, conseqüentemente, maior o número de possibilidades de processamento, de um ponto de vista não científico pode-se supor que quanto mais sinapses, mais capaz o cérebro será, porém, ocorre justamente o oposto, o excesso de sinapses é sinal de imaturidade (HOUZEL, 2005).

Ao longo da infância as sinapses continuam a aumentar e sendo consideradas aliadas do desenvolvimento cognitivo, pois permite inúmeras combinações, várias possibilidades de ação, isso ocorre até a adolescência quando se inicia seu declínio. As sinapses menos utilizadas e excedentes são cortadas enquanto as outras são selecionadas, mantidas e fortalecidas. Esse processo permite a formação de circuitos e conexões seguras e mais eficientes (HOUZEL, 2005).

No córtex frontal a substância cinzenta que antes aumentava até a adolescência começa a declinar em densidade à medida que ocorre a desativação das sinapses não utilizadas e o fortalecimento das que permanecem resultantes na maior eficiência cerebral (PAPALIA; FELDMAN, 2013). Outra mudança é o aumento sequencial da substância branca

subcortical, que compensa a redução da cinzenta cortical, mantendo o tamanho estável do cérebro e formando uma camada de gordura ao redor do axônio, espessando as fibras nervosas e fixando as conexões (HOUZEL, 2005).

A exclusão das sinapses menos utilizadas acontece de trás para frente, inicia-se nas regiões sensoriais e após as áreas associativas do córtex. A última estrutura a amadurecer, em volume e funções, é o córtex frontal (HOUZEL, 2005). Belsky (2010), afirma que durante o processo de maturação das regiões frontais ocorre também ampliação da produção do hormônio do estresse (cortisol), secretado pelas glândulas adrenais, devido a eventos adversos da vida, isto é, os adolescentes são mais reativos ao estresse.

2.1.3 Adolescente Como Ser Psicossocial

Durante a adolescência ocorre à busca de sua identidade, a qual Erikson definiu como uma concepção do *self*, composta pelas metas, crenças e valores que o sujeito esteja envolvido. O empenho que o adolescente faz compreender o *self* é parte do processo saudável de seu crescimento e fundamental em suas operações das etapas anteriores, na confiança, autonomia, iniciativa, produtividade e lança os pilares para enfrentar os problemas da idade adulta (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

Para que a identidade seja formada, de acordo com Erikson os adolescentes precisam resolver três grandes questões: o desenvolvimento de sua identidade sexual satisfatória, a escolha de sua ocupação e a adoção de valores que levar em sua vida. Um dos perigos, no entanto, é quando ocorre o desarranjo da identidade ou de seu papel que pode levar a um atraso significativo ao nível de maturidade psicológica, em certo grau a confusão de identidade é considerada normal, que constitui na natureza caótica da maioria dos comportamentos dos adolescentes e por sua autoconsciência. Os grupos fechados e a intolerância, as diferenças, ambos são elementos do panorama social adolescente, e atuam de modo a defender o sujeito da confusão de identidade (PAPALIA; OLDS; FELDMAN, 2006).

Com a formação da identidade e dos papéis, o adolescente passa a questionar e descobrir sua sexualidade e orientação sexual, bem como a ficar mais próximo de seus amigos, que fornecem apoio emocional durante essa conturbada fase, mas que também são uma mina de pressões comportamentais, comportamentos estes que tendem a ser desaprovados pelas figuras de autoridade (pais). O grupo de amigos é uma fonte de acolhimento, afeto, propicia a experimentação, a orientação da moralidade, conquista de autonomia e independência dos cuidadores e desenvolvimento das relações íntimas (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

O adolescente enfrenta muitas perdas em seu processo de desenvolvimento, essas perdas podem provocar características defensivas em seus comportamentos. A dor, a incerteza, e a desordem em lidar com as transformações inevitáveis resultam na construção de defesas contra as alterações físicas e psíquicas. Muitas vezes essa dor não é entendida pelos pais, tornando-se um processo muito árduo. É um período de ambivalência, contradições e aflições, caracterizado por desavenças com o meio familiar e social. Tais conflitos podem ocorrer de forma consciente ou inconsciente e fazem com que os pais desconheçam a evolução do filho (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Houzel (2005), afirma que em parte os conflitos e o afastamento familiar se devem as transformações que acontecem no sistema de recompensa do cérebro, que se configura como conjunto de estruturas que permite a sensação de prazer. Nessa fase as atividades que antes eram prazerosas na infância passam a perder sua atratividade ocorre à valorização do novo, jogos, filmes, música, novas roupas, novo estilo e novos interesses em atividades como os esportes. À medida que a conduta do adolescente torna-se ainda mais social, aumenta-se o valor positivo atribuído as novas relações sociais e a importância das pessoas que não sejam integrantes da família, logo o adolescente passa a buscar novas amizades e afastar-se da família.

Abreu, Eisenstein e Estefenon (2013), complementam que a agressividade direcionada aos pais e ao mundo exterior, manifesta-se na falta de confiança, e na percepção de ser incompreendido e na recusa da realidade. A solução que o adolescente encontra para essa crise é refugiar-se na fantasia e na sensação de estar em um mundo diferente, a internet propicia justamente esse lugar. Apesar de contribuir com muitos benefícios, essa rede de comunicação também traz complicações às famílias e aos adolescentes, devido ao uso indiscriminado.

Os prazeres consumatórios, atendem as necessidades dos adolescentes, uma vez que ocorre a diminuição da capacidade de resposta ao sistema de recompensa. Logo Comer passa a ser recompensador, o sexo também se torna fonte de prazer, bem como o uso de drogas psicotrópicas ativam o sistema de recompensa e oferecer prazer intenso e imediato. Estímulos novos aliviam a dificuldade desse sistema, dando margem aos estímulos “fortes”, os chamados comportamentos de risco, uma vez que seu córtex pré-frontal ainda não consegue freá-lo com pensamentos de culpa, responsabilidade e consequência (HOUZEL, 2005).

2.2 Globalização, Tecnologia e Internet

O conceito de globalização não é um termo novo, inúmeros autores também consideram seu início em marcos históricos diferentes. Alguns autores estimam que o processo de globalização tenha iniciado há muito tempo, por volta de 336 na Macedônia com Alexandre III, excelente estrategista, vitorioso em suas batalhas e responsável pela maior expansão territorial já registrada pela história (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Outros consideram seu berço na revolução industrial em 1930 – 1940, quando um surto de cólera amedrontava o comércio internacional, logo os líderes da Alemanha, da Inglaterra, da França e da Itália agruparam-se para analisar a saúde de seus trabalhadores, pois afetava a economia. Enquanto outros autores datam seu início após a Segunda Guerra Mundial, quando se fundaram as Nações Unidas em 1945, e se solidificou em 1989 após a queda do muro de Berlim, quando o mundo passou a levantar as necessidades do desenvolvimento global (FRIEDMAN, apud ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

A difusão da terminologia globalização ocorreu nas décadas finais do século XX, devido à colossal ampliação do mercado internacional e com o surgimento das companhias multinacionais operando em vários lugares do globo. O crescente deslocamento de pessoas no mundo, a terceirização de produção de bens consolatórios a países subdesenvolvidos, a disseminação na indústria artística (filmes, música) e da cultura são consequências da globalização, considerada um marco da contemporaneidade (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

A globalização se instaurou e a informação transformou-se em capital. A tecnologia encontrou facilidades para seu desenvolvimento, o que resultou em mudanças no mercado capitalista, como nas relações empresariais e pessoais, ou seja, tornou-se fornecedor de informações, mas também mediador de relações (PIZA, 2012).

Ainda que não ocorra uma concordância acerca do início do processo de globalização, o que interessa é que mundialmente as notícias sobre política, economia ou sociais de um país repercutem em outro. Estão todos ligados e, simultaneamente, dependem uns dos outros, todavia não equivalem em recursos, oportunidades, desenvolvimento e decisões políticas, variando de um país para outro (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

No término do século XX, com o advento das recém-chegadas Tecnologias da Informação, da Comunicação (TICs) e a disseminação do uso da internet possibilitou que a transmissão do conhecimento se fizesse praticamente em tempo real (UNGERET, 2020). A expansão da tecnologia após a revolução industrial permitiu o avanço da globalização, durante este processo já na abertura da década de 80 surge e se populariza ao redor do mundo a

internet (SANTOS; MOTA; SILVA, 2021). As TICs viabilizaram o processo de comunicação ao redor do globo (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Em 1992, após a criação dos provedores de internet, formaram-se possibilidades de acesso a todas as categorias de usuários, como os pesquisadores. A disseminação para uso público facilitou a comunicação à distância, por e-mails e posteriormente através das redes sociais (SANTOS; MOTA; SILVA, 2021). A revolução da comunicação deve-se então aos computadores, celulares e a internet. Atualmente é possível socializar, trocar informações, pesquisar qualquer informação com apenas um clique na tela (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

2.2.1 Mídias Sociais e Redes Sociais

O termo rede, originalmente, vem do latim, “*retis*” que significa o entrelaçamento de fios com fendas regulares que formam uma categoria de tecido tramado. A partir dessa concepção a palavra foi sendo atribuída a vários significados com o decorrer do tempo, mas principalmente aos conjuntos de relações interligadas (PIZA, 2012).

Há cerca de um século a ideia de rede social já era usada, designava um conjunto de relações complexas entre afiliados de um sistema social. Com o início do século XXI surgem as redes sociais, mas agora dentro do ciberespaço, a internet, todavia sociologicamente os conceitos continuam os mesmos. A revolução das mídias sociais é uma realidade e aconteceu sem derramar uma gota de sangue (TELLES, 2010).

A rede social *online* é um universo digital que formam conexões onde é possível visualizar as modificações e evoluções nos debates psicossociais de seus usuários, sejam de ordem tecnológica ou de ordem humana. Apesar de a tecnologia ter fornecido a viabilização da organização social em rede, é significativo lembrar que este enlace não é um fenômeno atual e não surgiram exatamente com o advento da internet, elas existem desde o início do convívio em sociedade, esses grupos que se conectam tem sempre um objetivo em comum seja pertencer de fato ao grupo, como compartilhar conhecimentos e suas preferências (ZENHA, 2010).

Conforme, Abreu, Eisenstein, e Estefenon (2013), o termo “rede” é uma colaboração de sistemas, comunidades ou pessoas com objetivo em comum, expandido através da popularização da internet, essa cooperação entre sistemas oferece grandes possibilidades à propagação de informações em massa, sejam elas, científicas ou não.

As redes sociais se tornaram a “nova” mídia, onde as informações circulam e onde são filtradas, repassadas, debatidas, conectada à conversação, discutida e, desse modo,

fornece a oportunidade de novas organizações sociais firmadas nas inclinações e interesses em comum da coletividade. Esses sites de relacionamento alcançam suas potencialidades com a mobilidade tecnológica como os celulares, *tablets*, *smartphones*, etc. (ZENHA, 2010).

As expressões mídias sociais e redes sociais são vistos em sua maioria como sinônimos e acabam confundindo várias pessoas que os usam de forma indistinta. Entretanto, apesar de similares, não são a mesma coisa (TELLES, 2010).

Segundo, Telles (2010), os sites de relacionamento popularmente conhecidos como redes sociais são espaços com a finalidade de agrupar pessoas, conhecidos como usuários. Nesse lugar os sujeitos podem expor seus conteúdos, fotos, vídeos, texto, criar comunidades e interagir com outros membros. Alguns exemplos são o *Facebook*, *Myspace*, *Instagram*, etc. (TELLES, 2010; MAIA et al.; 2018).

No que lhe concerne às mídias sociais são plataformas na internet construídas com a finalidade de permitir a elaboração de conteúdos de forma colaborativa, promove a interação social, assim como a difusão de informações em inúmeros formatos. Alguns exemplos são: *YouTube*, *Twitter*, *Google* (TELLES, 2010; ROCHA; BARRETO; SOUZA, 2015).

As mídias sociais eram categorizadas como as “novas mídias”, enquanto as redes sociais eram nomeadas como “sites de relacionamento”. Frequentemente todas as mídias sociais são utilizadas como sinônimos. O *Twitter*, por exemplo, é um *microblogging*, dentro desta plataforma varias redes sociais pode se formar. Já o *YouTube* é um site com enfoque no compartilhamento de vídeos que, dificilmente, pode formar uma rede social, ou seja, em diversas mídias sociais podem se estabelecer redes sociais (TELLES, 2010).

O *Facebook* foi um dos pioneiros em sites de relacionamento, criado em 2004. No ano de 2010 ele ocupava a primeira posição mundial em números de usuários, eram mais de 1 bilhão de pessoas interconectadas ao redor do mundo. Inicialmente essa rede criada por Mark Zuckerberg possuía a intenção originalmente de focar nos adolescentes que estavam se formando no *High School*, nos Estados Unidos, como também para aqueles que estavam ingressando no ensino superior, para que formassem uma rede de contatos em meio as transformações dessa fase, como as mudanças de ambiente (escola, faculdade, cidade), perdas de relações antigas, criações de novas ou para se manter contato a distância. As interações nessa plataforma são realizadas por publicação de fotos, vídeos, comentários, *likes*, *chats* privados e em grupos, grupos e páginas (TELLES, 2010; ZENHA, 2010).

Por sua vez, o *Twitter* é uma rede social criada em 2006 por Jack Dorsey, cuja finalidade é fornecer uma comunicação instantânea entre seus usuários cadastrados. Alguns perfis têm pessoas agregadas à rede, ou seja, seguidores, que chegam a um patamar

impressionante de números, como as celebridades, políticos que reúnem milhões de pessoas. Ele é considerado um *micro blogging* oportunizando ao usuário enviar e receber de outros seguidores atualizações pessoais em textos de até 140 caracteres, conhecidos como *tweets* (ROCHA; BARRETO; SOUZA; 2015; ZENHA, 2010).

Essa rede acomoda mais de 75 milhões de usuários que respondem diariamente à pergunta da plataforma: “O que você está fazendo?”. Inicialmente, seu enfoque era o compartilhamento de ações pessoais, mas atualmente isso se modificou, agora é possível encontrar discussões no âmbito político, profissional, questionamentos de assuntos atuais, divulgações de *marketing*, desabafos. Com o *Twitter* emerge a configuração do seguidor (ZENHA, 2010).

De acordo com Piza (2012), o *Instagram* surgiu através da colaboração de dois engenheiros de software, Kelvin Systrom e Mike Keneger em outubro de 2010. Essa rede social proporciona seguir pessoas a fim de acompanhar suas atualizações do *feed*. As interações sociais por essa plataforma são feitas por meio de postagem de fotos, vídeos, *likes*, uso de efeitos, chats privados, *hashtags*, comentários nas publicações, seguir e ser seguido. Com apenas 1 mês de existência o *Instagram* já acumulava mais de 1 milhão de usuários, nessa época eram publicadas em média 15 fotos por segundo, sendo 1,3 milhões de imagens divulgadas por dia.

A percepção do outro é um pressuposto essencial para a interação humana, no ciberespaço, principalmente, pelo fato da falta de informações que estariam presentes na comunicação pessoalmente, logo, as pessoas são percebidas e julgadas pelo que dizem, ou postam. Em vista disso, para que os sujeitos identifiquem-se uns com os outros, é necessário, que coloquem informações que mostrem como eles pensam e agem, criando uma individualidade própria (RECUERO, 2006).

Além da identificação, outra característica é encontrada na comunidade virtual, os números, a quantidade de seguidores que cada usuário possui. A valorização se dá através da percepção de que quanto mais seguidores, maior o prestígio na comunidade. Um usuário com muitos seguidores torna-se referência para os outros, sejam em como vão produzir suas fotos, estética, tema e conteúdo, os admiradores (PIZA, 2012).

2.2.2 Publicidade e Propaganda como Agente Influenciador de Consumo

As redes sociais por sua conquista nos lugares dos meios de comunicação estão proporcionando interação e divulgação e interferindo no mercado publicitário e comercial. Com seus meios permite aos consumidores exporem seus interesses, suas críticas e

suas satisfações, o que se converteu em mais inovações e exigências (ALENCAR; 2015 apud ROCHA; BARRETO; SOUZA, 2015).

As mídias sociais presentes na internet proporcionam uma interação social onde as empresas podem exibir sua marca, objetivando a expansão de suas vendas e um relacionamento mais próximo com seus clientes no ambiente virtual (ARAGÃO et al; 2016 apud MAIA et al; 2018).

Essas plataformas oferecem uma série de mecanismos que podem ser aplicados para comercialização de produtos e serviços, ou ainda servir como um negócio propriamente dito. Por exemplo, anúncios no *Facebook* contribuem a conquista de um nicho de mercado específico, com base em localização, idade, sexo e interesses (ROCHA; BARRETO; SOUZA, 2015).

Portanto, enfatiza-se que frente ao cenário atual de novas oportunidades de mercado, as redes sociais são novos nichos em que as empresas podem manusear para consolidarem suas marcas, bem como criarem relacionamentos com seus clientes. O uso do *marketing* nas mídias sociais possui o propósito de entender e conhecer o consumidor de sua marca ou serviço que está ofertando, e está sendo explorado pelas organizações pouco a pouco, principalmente no Brasil (ROCHA; BARRETO; SOUZA, 2015).

Atualmente o êxito do *marketing* nas mídias sociais é um fato. Elas possuem um custo baixo quando comparados as mídias tradicionais (televisão, rádio, jornal, *outdoors*, etc.), são canais que ofertam uma multiplicidade de ações de *marketing*, por isso vêm ganhando cada vez mais lugar nas companhias empresariais (CORTAT; 2010 apud ROCHA; BARRETO; SOUZA; 2015). As redes sociais, portanto, são plataformas importantes para a divulgação de produtos e serviços. Visando ampliar cada vez mais os métodos de comunicação e acarretando novos clientes e novas oportunidades (MAIA et al; 2018).

Com o advento do *marketing* digital nas redes sociais também se criou uma nova profissão, o *digital influencer*, esse termo advém da língua inglesa e representam os profissionais da web, construtores de opiniões, ator central no palco da internet que criam espaços expressivos, conexões com o público e mobilizam milhões de pessoas (GOMES; NEVES; PEREIRA, 2019).

Os sujeitos procuram representatividade e os influenciadores oferecem justamente isso, gerando uma sensação de proximidade e familiaridade entre o *influencer* e seu público. Os seguidores vêm esses profissionais como referências a serem seguidas, que viabiliza o mercado, uma vez que as marcas e produtos são apresentados de formas naturais, durante o dia a dia, até mesmo quando as publicidades são feitas de forma escancarada, pelo sentimento

de ser próximo, ou de confiabilidade e identificação os usuários das redes acabam consumindo seus anúncios e produtos (GOMES; NEVES; PEREIRA, 2019).

Dessa maneira, os *influencers* solidificam a ligação entre os consumidores e as marcas, facilitando o alcance direto ao público alvo da publicidade. Esse novo meio de transmissão de informação tem causado revoluções no consumo de bens (GOMES; NEVES; PEREIRA, 2019).

2.2.3 Comportamento Virtual

O ambiente social foi convertendo-se em um domínio virtual, fabricado através da tecnologia, desviada da realidade, da verdade, do que é familiar e essencial ao desenvolvimento e crescimento saudável dos adolescentes. Nesse universo de novas possibilidades o adolescente encontra-se exposto constantemente, horas a fio, de maneira anônima e globalizada, estimulados pela sociedade de consumo, sem limitações (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Neufeld (2017), completa que em razão do extenso acesso a diferentes realidades e oportunidades viabilizadas pela globalização e tecnologias digitais, os adolescentes podem ter em suas mãos um grande desafio de aprender a discernir o essencial e o supérfluo. Essa identificação do que é realmente importante se divide entre o campo das relações interpessoais e nas escolhas profissionais.

Os meios de comunicação, ou melhor, dizendo as redes sociais, vão pouco a pouco ocupando papéis ou os distorcendo, papéis estes que outrora eram desempenhados pelos pais e escola, como resultado essas figuras de autoridade vão deixando suas responsabilidades na transferência de valores e verdades, dando margem para que outros indivíduos detenham seus direitos de privacidade de sua família e casa (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

A relação entre a infinidade de possibilidades da Internet permite que esses adolescentes, muitas vezes, possam ser indiscretos e impulsivos. Ao desfrutar das redes sociais, os adolescentes frequentemente expõem sua vida diretamente e podem não possuírem a habilidade de prever as possíveis consequências negativas, visto que encontram dificuldade em delongar a gratificação, desse modo não percebem as implicações de seus comportamentos (NEUFELD, 2017).

Aos adolescentes, pouco a pouco os aparatos tecnológicos vão tornando-se extensões do próprio corpo, visto que estão sempre em contato. O contato de seus dedos permite entrar em um mundo diferente e imaginário favorece a permanência da passividade, do imediatismo, da superficialidade, do consumo, e da submissão ao controle, ou seja, das

influências (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Eisenstein e Estefenon (2011), afirmam que pelo fato de viverem em um universo alternativo das figuras de autoridade, foram construindo e mudando comportamentos que de certa forma pressionam as empresas de tecnologia e a indústria a produzir novos produtos e adaptar-se a um mercado emergente e novo.

Quanto aos modelos de comportamento social são em sua maioria reações espelho que refletem os estereótipos midiáticos, de adaptação moral e cultural, de incorporação das novas informações, com a interiorização de valores tecnológicos que provocam não só a sobrevivência, mas o auxílio ao funcionamento grupal social geracional (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013). No Quadro 1 a seguir é possível observar as características dos adolescentes e as características do universo digital:

Quadro 1-Características dos Adolescentes na Era Digital

Características dos Adolescentes	Universo Digital
Desafiam limites, regras e horários.	Lugar sem fronteiras, sem limitações, simultâneo e instantâneo.
Buscam alternativas de realidade e utilizam a fantasia e imaginação para criar seu mundo.	O anonimato assegura a possibilidade de se reinventar e mentir sobre qualquer coisa; ser quem quiser ser.
Possuem a necessidade de fazer novos amigos e de pertencer a um grupo; sofrem influência positiva ou negativa no comportamento de seus pares.	Mundos real e virtual fundem e criam-se novos meios de relacionamento. Ampliação das redes de relacionamento social e a demanda de novos comportamentos.
São alvos do consumismo e capitalismo	Vendas <i>online</i> , pirataria digital e obtenção fácil de conteúdos “proibidos” e de hackers.
Enfrentam instabilidades de princípios e valores e embates com seus pais e professores, afim de chamar atenção a respeito do que é “realmente” significativo no presente.	Tudo é consentido e livre, sem padrões sobre princípios do que é “virtualmente” significativo, pois tudo é “real” a todo momento.
Procuram por sua identidade e autonomia, de modo em que o nome e os dados do adolescente são importantes.	Oferece a possibilidade de construir várias versões da identidade. Inclusive de seu nome.
Crescer e desenvolver leva bastante tempo.	Tudo é rápido e imediato, sem ideia de tempo.

Fonte: EISENSTEIN; ESTEFENON, (2011).

Segundo Eisenstein, Estefenon (2011) viver em um mundo em constante e mais acelerado em suas transformações pode acarretar danos à saúde física e mental, ainda mais durante a fase de crescimento e desenvolvimento dos adolescentes, onde possivelmente a

maturação cerebral seja fomentada pelas inúmeras imagens coloridas em píxeis que contribuem as confusões, falta de concentração e de memória.

Outro comportamento comum aos adolescentes de hoje é fotografar tudo com seus sofisticados celulares, eles possuem acesso amplo à informação em seus computadores e *smartphone* e estão sempre por dentro de tudo em tempo real, são curiosos, ágeis e dominam a tecnologia como nenhum outro (EISENSTEIN; ESTEFENON, 2011).

Os adolescentes que se desenvolvem no contexto da digitalidade são ambiciosos consumidores das ferramentas tecnológicas, ferramentas estas que se ligam intensa e afetivamente. Nessa perspectiva, surge a carência de estar conectado constantemente. Manter-se algum tempo *offline* pode gerar ansiedade e a sensação de que estão perdendo algo, ficando de fora, deixando de vivenciar ou saber de algo importante (ALSOP, 2008 apud NEUFELD, 2017).

Conforme a pesquisa de Matos et al; (2019) a maioria dos adolescentes entrevistados referem não se sentir confortável a falar sobre os seus sentimentos, pensamentos e preocupações, cara a cara, no entanto, mais do que 20% dos adolescentes refere ter mais facilidade a falar de si *online*. Relativamente ao tempo utilizado em frente às telas, as plataformas mais populares entre os adolescentes são o *YouTube* ou o *Instagram*.

Outro fator importante é que as redes servem também para disseminar estilos de vida que nem sempre estão alinhados com as crenças e vivências dos adolescentes, o que pode originar ambivalência e dificuldades na solidificação do autoconceito, na autoeficácia e, especialmente, afetar a autoestima (NEUFELD, 2017).

Os adolescentes, procuram consolidar sua identidade, seja em publicações de sua rotina, sejam escrevendo suas ideias ou criando redes com outras pessoas. Logo as redes são ferramentas que possibilitam tal consolidação, o *Facebook*, por exemplo, possibilita as crenças e os comportamentos, uma vez que, ao acessar a plataforma, a pergunta que se é feita é: *no que você está pensando?* No *YouTube*, os adolescentes podem publicar vídeos pessoais e manifestar sua criatividade, assim como nos *blogs*, podem divulgar suas convicções e comentar as suas ideias e de seus amigos ou seguidores (NEUFELD, 2017).

2.3 Autoestima

A autoestima é uma parte autoavaliativa do autoconceito, corresponde ao julgamento que a sujeito faz sobre seu valor geral, ela baseia-se na crescente capacidade cognitiva do indivíduo de descrever-se e definir a si próprio (PAPALIA; FELDMAN, 2013). Conforme Costa (2000), citado por Assis, Avanci (2004), o Autoconceito é uma versão racional da

autoestima, nele se incluem componentes cognitivos e comportamentais. Nessa perspectiva, a autoestima deve ser considerada uma fase do autoconceito, por seu aspecto avaliativo e julgador e de seu componente afetivo.

A formação da autoestima baseasse nas opiniões de pessoas importantes, na cultura existente e sua visão, nos êxitos e fracassos desde a infância e nas percepções do sujeito a respeito de si. A autoestima é apontada como um elemento decisivo na relação do indivíduo com ele mesmo, com os outros e com o mundo. Exerce uma acentuada influência na percepção das situações e das pessoas, interferindo de forma notável no comportamento e nas vivências do indivíduo (ASSIS; AVANCI, 2004).

O uso das tecnologias conectadas à internet, redes sociais, jogos pode provocar ansiedade e estresse que vulnerabilizam ainda mais a autoestima dos adolescentes que ainda estão construindo sua identidade (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013). No Quadro 2 a seguir é possível observar as características de pessoas com autoestima elevada e baixa:

Quadro 2 – Características de Pessoas com Autoestima Alta e com Baixa Autoestima

Pessoas com Autoestima Elevada	Pessoas com Autoestima Baixa
Mantém uma imagem constante e positiva de suas próprias capacidades.	Apresentam sentimentos de isolamento e ansiedade.
São criativos.	Evitam desafios.
Tem facilidade em assumir papéis ativos em grupos sociais.	Expõem-se pouco.
Expressão suas visões.	Possuem maior dificuldade de afirmar as próprias opiniões e necessidades.
Tendência a um bom desempenho acadêmico e possuem orientação direta e realista as metas pessoais.	Desistem com facilidade.
Pouca preocupação com medos.	Evitam riscos.
Demonstram confiança e otimismo em seus próprios atributos, nas habilidades sociais e qualidades.	Possuem clareza e entendimento de si próprio reduzido.
Baixa sensibilidade as críticas.	São sensíveis as críticas.

Fonte: ASSIS; AVANCI, (2004).

Segundo as descobertas de Assis, Avanci (2004) os adolescentes de maior autoestima definiram-se em sua pesquisa com uma maior frequência como: elegantes, *sexy*, esbeltos, arrumados, ou seja, com características físicas positivas. Os de baixa autoestima,

contrariamente, diziam ser feios, sem graça, desarrumados e desgraciosos, ou seja, características físicas negativas.

Logo, não se pode negar que o corpo, desempenha um enorme papel nas percepções dos adolescentes, uma vez que é a parte mais visível do eu. A imagem de si mesmo vincula-se a percepção de outras características individuais e altera a forma de pensar sobre si e as engrenagens de interação com os outros (ASSIS; AVANCI, 2004).

De acordo com Belsky (2010) devido à importância que a sociedade atribui a beleza feminina, as adolescentes são mais propensas que os meninos a se sentirem insatisfeitas e infelizes com a sua aparência, enquanto as meninas preocupam-se e desejam um corpo incrivelmente esguio, os meninos preocupam-se com sua musculatura.

A infelicidade com a imagem corporal e as aflições com a aparência podem acarretar comportamentos alimentares anormais. As restrições e excessos de dietas podem prejudicar a saúde de forma mais crítica do que nas outras fases de desenvolvimento (PAPALIA; FELDMAN, 2013). Outro fator importante na autoestima sem dúvida são as imagens da mídia que desempenha um papel importantíssimo na insatisfação com o próprio corpo dos adolescentes (BELSKY, 2010).

Conforme citado anteriormente por Silva (2021), hoje em dia tornou-se muito palpável relacionar a autoestima e as redes sociais, as pessoas avaliam a si e aos outros a conforme suas exposições na internet. Quando o ideal de felicidade é delineado através de um corpo e uma vida irreal, expostos nas redes sociais, criam-se as armadilhas impecáveis que dificultam a relação do indivíduo com o próprio corpo e com sua vida.

As mídias sociais têm seu sentido ambivalente. Se de um lado (positivo) é utilizada como instrumento facilitador de informação, como o compartilhamento de experiências difíceis, onde pessoas podem expressar suas lamúrias, dores, angústias e recebem apoio nessas situações, ou na criação de empregos *online*, bem como na facilidade de comunicação entre pessoas fisicamente distantes. De outro (negativo) pode se exemplificar a grande exposição e procura por aprovação, o desejo desenfreado por *likes* e comentários nas publicações e a frustração causada quando não atinge o que se espera (SILVA, 2021).

Os comportamentos agressivos virtuais, como o *cyberbullying*, também podem comprometer a saúde psíquica dos usuários e, em especial, as convicções acerca da confiança do adolescente em relação a si mesmo e aos outros, que leva a deterioração da autoestima e o autoconceito (NEUFELD, 2017).

Nas redes, o fato de seus usuários mostrarem somente o que desejam que os outros vejam, pode-se criar a sensação de vida perfeita e falsa felicidade. Os indivíduos ao se

compararem com esses padrões inexistentes de corpos, estilos de vida expostos nas redes sociais agem como combustível para a baixa autoestima, fragilizando as relações interpessoais e com seu próprio corpo (SILVA,2021).

Alguns indícios apontam que as garotas possuem uma autoestima mais baixa que os garotos, embora isso ainda seja contestável. Várias pesquisas apontam ser um processo frequente a diminuição da autoestima durante a adolescência, mas que tende a aumentar gradualmente em seus anos finais, devido à estabilização corpórea, já no início da adolescência o corpo está em construção(ROBINS; TRZESNIEWSKI, 2005 apud PAPALIA; FELDMAN, 2013).

A mídia, portanto, atua de forma incisiva sobre o pensamento e comportamento, a insatisfação corporal dos adolescentes que já ocorre de modo natural devido à fase de seu desenvolvimento intensifica ainda mais com a idealização dos corpos perfeitos difundidos pelas redes (COPETTI; QUIROGA, 2018).

Os indivíduos parecem encantados com a possibilidade de se assemelharem com modelos ou personagens do universo artístico moderno. Possuir um corpo semelhante ao padrão estético oferece a realização e felicidade, criando uma imagem fundada na idealização (VERAS, 2010).

Visto que o padrão ideal de beleza feminino é a magreza e o masculino o corpo escultural, ocorre uma impossibilidade de alcance, uma vez que a estrutura biológica dos corpos dos indivíduos podem diferir, resultando na insatisfação como sentimento cada vez mais comum. Na tentativa de se conseguir o corpo ideal e belo perante o social, podem-se desenvolver inúmeros problemas de física, social e mental (COPETTI; QUIROGA, 2018).

2.4 Impactos das Redes Sociais e do Padrão de Beleza

Insatisfação com a aparência física, muitas vezes, acarreta complicações no relacionamento com a autoestima, desfavorável ao bem-estar físico e psíquico, propiciando o surgimento das doenças ou transtornos relacionados a percepção da autoimagem, ou seja, associados a aparência física. Diversos autores discorrem que esses problemas são caracterizados por distúrbios alimentares: compulsão alimentar, bulimia nervosa, anorexia nervosa e pelas distorções da autoimagem(RIBEIRO, 2016).

Segundo Abreu, Eisenstein e Estefenon (2013) uso inadequado das plataformas sociais pode ocasionar distorções cognitivas acerca da significância de postagens, fotos, amigos virtuais, assim como a procura por reforçadores positivos, oriundos dos *likes* em redes sociais. O adolescente fica tendencioso a supervalorização da opinião alheia sobre si e

sobre os outros, desvalorizando sua autopercepção, ocasionando a falta de confiança. Outro impacto, portanto, além da baixa autoestima, seria a influência em sua capacidade crítica, no autoconceito (NEUFELD, 2017).

Além dos problemas associados a alimentação e imagem, os adolescentes expostos à frustração por não alcançarem o padrão de beleza virtual são inundados de sentimentos negativos como a insatisfação, tristeza, inferioridade, estresse, raiva, inadequação e podem desenvolver a tendência ao isolamento, temor a rejeição social, comparações injustas e inúmeras outras angústias (RIBEIRO, 2016; SANTOS; MOTA; SILVA, 2021).

Outras contribuições negativas das redes sociais resultantes no adoecimento mental, são os transtornos ansiosos, depressivos, síndrome do pânico, dependência tecnológica, comportamentos compulsivos, intolerância, individualismo, ideação suicida, baixa autoestima, violência e na busca de alterações corporais estéticas como preenchimentos e cirurgias (SANTOS; MOTA; SILVA, 2021; FREITAS et al; 2021).

Além dos problemas de saúde mental, o uso acessivo das redes pode causar danos a saúde física, como cefaleias e distúrbios do sono, perdas auditivas, problemas de visão, sedentarismo e riscos cardíacos, desvio da coluna, dor nas articulações, falta de cálcio nos ossos (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

2.5 A relação entre a importância da psicologia, redes sociais e adolescência

A instauração da psicologia enquanto ciência se deve apartir da criação do primeiro laboratório de pesquisa no ano de 1879, Leipzig, por Wundt. Até aquele momento a psicologia era vista como uma bifurcação da filosofia, os fenômenos psicológicos, como: a percepção, memória, aprendizagem, inteligência eram estudados através da reflexão, metodologia está sujeita falhas devido à essência subjetiva (CORDIOLI; GREVET, 2019).

De acordo com Bock, Furtado e Teixeira (2001) se questionado sobre o objeto de estudo da psicologia a psicólogos e pesquisadores de abordagens diferentes, também obterá respostas diferentes, entretanto encontrara o homem como ser central em todas. O objeto da Psicologia, portanto, teria que reunir uma multiplicidade de fenômenos psicológicos.

Na contemporaneidade é possível discorrer que a psicologia favorece o estudo da subjetividade humana: em resumo, é síntese individual e única que cada indivíduo constrói de acordo com seu desenvolvimento e de suas experiências, vivências sociais e culturais, em outras palavras, são as ideias, significâncias, emoções, constituição biológica. A subjetividade é nascente das manifestações do afeto e comportamento (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2001).

A Psicologia, enquanto Ciência Humana, proporcionou um conhecimento extensivo acerca do ser humano. É notório que atualmente se tem uma compreensão maior sobre as emoções, sentimentos, comportamentos, sobre desenvolvimento e aprendizagem, e conhecimento acerca das alegrias, angustias, vivências e inquietações que são o material de trabalho da psicologia (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2001).

A relação entre a Psicologia e as Tecnologias Digitais foram esboçadas nos fundamentos teóricos de Elias (1997), que apontam não haver chances do ser humano ser estudado, exceto por de uma rede social da qual ele depende totalmente (apud SOUZA; CUNHA, 2019). Com a ampliação das tecnologias e de seu desenvolvimento são expostos alguns obstáculos ao ser humano e aos profissionais da área de psicologia em sua atuação. Nesta perspectiva é relevante entender que com a sucessão dos anos são criados códigos novos de comunicação, que podem resultar em uma interferência nas relações sociais entre os adolescentes e com o mundo (ALMEIDA et al; 2017).

Santos, Mota e Silva (2021) afirmam a importância de destacar que a autoestima possui relacionamento direto aos estados afetivos, sociais e psicológicos dos sujeitos e exatamente por estes fatos ela é considerada um indicativo da saúde mental, que, está ligada a autoimagem. Considerando essa conceituação e a exposição aos corpos perfeitos nas redes sociais, a autoestima pode ser afetada pelo sentimento de inferioridade, devido a comparações injustas as figuras expostas nessas plataformas.

Considerando a ligação direta entre a autoestima com a saúde psicológica dos adolescentes, deve ser ressaltado o impacto de alguns conteúdos, que servem como gatilho aos reforçadores de estereótipos, padrões de vida inalcançáveis e o consumismo exacerbado sem consequências (SANTOS; MOTA; SILVA, 2021).

Esses sentimentos, a familiaridade e o apoio gerados por estas comunidades aos adolescentes trazem a luz a relevância dos profissionais da saúde em apropriar-se do novo meio de comunicação, para obter uma comunicação mais dinâmica e assertiva com esses adolescentes. Também cabem aos pais, familiares, amigos, a rede de apoio em geral observar e identificar as características e problemáticas para agirem de maneira preventiva, auxiliando os filhos, a si mesmo e os profissionais da psicologia (COPETTI; QUIROGA, 2018).

Evidencia-se então a importância dos profissionais da Psicologia em realizar intervenções com os adolescentes ao nível de psicoeducação sobre suas emoções e outros aspectos de modo a prevenir ou diminuir a vulnerabilidade frente ao contexto digital e suas adversidades, diminuindo a possibilidade de comportamentos destrutivos e aumentando os assertivos e construtivos (COPETTI; QUIROGA, 2018).

2.5.1 O papel do Psicólogo e sua Relevância

Um dos conceitos de interesse é o do Psicólogo como profissional de saúde. Um especialista, ao lado de muitos outros que aplica seus conhecimentos e técnicas psicológicas à promoção da saúde. A atividade do psicólogo enquanto profissional da saúde será caracterizada pela aplicação de seus conhecimentos teóricos da psicologia no sentido de intervenções específicas com indivíduos, grupos e organizações, visando o autoconhecimento, desenvolvimento pessoal, coletivo e institucional, parapromover a saúde (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2001).

No sentido da psicologia clínica pode-se defini-la como uma intervenção que visa modificar problemas de ordem emocional, cognitiva e comportamental. Portanto, a psicoterapia como campo de estudo pressupõe que as pessoas estão sujeitas a mudanças e transformações (CORDIOLI; GREVET, 2019).

Logo a psicoterapia compreende ao espaço, onde o sujeito trabalha suas crenças e pensamentos. O psicólogo deve auxiliar seus pacientes na melhora de sua autoestima e em suas habilidades sociais, trazendo de volta ao sujeito conhecimento, autoaceitação e bem-estar de viver consigo mesmo. A prática psicológica relacionada ao tema da autoestima e da digitalidade contribui para a resolução desse problema através de estratégias de ação implementadas de acordo com cada situação (SATO, 2020 apud SOUZA, 2018).

Os Psicólogos devem avaliar a autoestima dos adolescentes durante a intervenção ainda em sua fase inicial, esta avaliação pode ser executada por intermédio de instrumentos, testes psicológicos e exercícios que visem a identificação das crenças e percepções a respeito de si. Quando já constatado níveis baixos na autoestima é de suma importância identificar os reforçadores da visão negativista de si (NEUFELD, 2017).

É relevante elucidar que o psicólogo clínico na contemporaneidade estende seu atendimento com os indivíduos de maneira a buscar compreender todo o contexto em que se está inserido. Nesse sentido, a família é um ambiente que deve ser explorado pelo psicólogo uma vez que é um dos meios sociais mais significativos na convivência. Deve-se investigá-la de modo a extrair informações fidedignas, precisas e contextualizadas a respeito da demanda do sujeito (RIBEIRO, 2016).

Por vezes são encontrados na família dos adolescentes comportamentos que reforçam crenças e pensamentos, tornando-se um risco, visto que um valor descomedido poderá ser atribuído à realização, à rejeição, à rigidez dos papéis sociais, ao aumento da disposição para o sacrifício, dentre outros comportamentos (RIBEIRO, 2016). Para que isso não aconteça ou

deixe de acontecer a Psicoeducação com os pais é essencial, a Psicoeducação promove o aprendizado para que os pais reforcem comportamentos positivos e aprendam a não reforçar padrões desadaptativos (FRIEDBERG; MCCLURE; HILLWING, 2011).

Estimular pais e filhos a desenvolverem uma relação próxima e espontânea, mas não invasiva, é uma das formas de intervenção essencial para a proteção dos adolescentes aos riscos da digitalidade à saúde mental. As orientações sobre os riscos podem habilitar os cuidadores a serem mais participativos da vida virtual dos adolescentes, bem como a se absterem de “*pré-conceitos*” e de atos invasivos. Esses fatores podem ser trabalhados tanto na psicoterapia e na abordagem cognitivo-comportamental, quanto nas escolas e instituições em momentos oportunos (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Também se faz necessário investigar sintomas de possíveis transtornos psicológicos associados à baixa autoestima, bem como se fazem presentes ideações ou tentativas de suicídio, autolesão e autoextermínio. Na Terapia Cognitiva Comportamental (TCC), por exemplo, são utilizadas Técnicas Cognitivas (seta descendente, questionamento socrático, registros de pensamento) e Comportamentais (ensaios comportamentais, treino de resolução de problemas) que estimulem características positivas da personalidade, competências e relações interpessoais do adolescente que podem auxiliar na melhora de sua autoestima e na modificação de possíveis distorções cognitivas presentes nas crenças sobre si (NEUFELD, 2017).

Apesar de a família ter um papel muito importante no reforçamento de pensamentos, crenças e comportamentos, as redes sociais também podem influenciar uma visão negativa de si e podem-se manifestar por meio de distorções cognitivas. As Distorções cognitivas, mais comuns dos adolescentes navegantes virtuais, podem se apresentar como “tudo que é postado é verdade”, “se não obter curtidas nas minhas postagens, não possuo valor ou não sou interessante, sou um fracasso” ou “se não me respondem imediatamente as minhas mensagens, devo ficar nervoso, ansioso, preocupado”, precisam ser ressignificadas com base nas evidências situacionais que fomentem a crítica ao pensamento disfuncional (NEUFELD, 2017).

O terapeuta deve fortalecer os pontos fortes e positivos do adolescente e auxiliar no controle da impulsividade e imediatismo, aspectos próprios da juventude. A utilização da tecnologia pelos adolescentes deve ser usada como base na psicoterapia (NEUFELD, 2017). Durante os atendimentos, também é relevante investigar e trabalhar as habilidades de identificação das emoções, visto que a adolescência é uma fase de intensidade emocional, portanto os adolescentes devem saber reconhecê-las e nomeá-las, técnicas de regulação de

emoção são bastante úteis (ABREU; EISENSTEIN; ESTEFENON, 2013).

Além da atuação clínica, o psicólogo social e escolar também pode contribuir com essa temática, através da escuta diferenciada, no desenvolvimento de grupos e palestras no intuito de realizar uma atuação preventiva. Escutar, para o psicólogo, significa acolher a queixado indivíduo, mesmo que não seja importante ou relevante para o diagnóstico ou tratamento (RIBEIRO, 2016).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, será desenvolvido o processo metodológico adotado para realização do presente trabalho, apresentam-se os métodos e procedimentos que compõem e estruturam a pesquisa que será realizada. A coleta de dados teóricos presentes na revisão de literatura, para clarificar a compreensão do tema deste foi realizada por leituras de livros e artigos científicos, datando do ano de 2000 até o momento, os materiais foram encontrados em plataformas digitais como Google Acadêmico, Scielo, Pepsic, Cartilhas Ministeriais, Regulamentações, Revistas Acadêmicas e Livros.

3.1 Tipo de Pesquisa

A Ciência é composta por um conjunto de saberes sobre elementos da realidade, que se configuram como objeto de estudo, expressado por vocábulos rigorosos. O conhecimento é obtido de maneira programada, sistemática e controlada, para ser validada. Essa característica da produção científica possibilita sua sequência, um novo saber é sempre embasado em outro já produzido. Eles são negados, reconfirmados, novos aspectos são descobertos, portanto, a ciência está cada vez mais avançada. Nesse sentido, a Ciência caracteriza-se como um processo(BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2001).

Por metodologia, entende-se como uma forma de pensar e uma prática de abordagem da realidade. Em outras palavras, o método a inclui tanto a teoria da abordagem (método), a ferramenta para operar o conhecimento (a técnica) e a criatividade do pesquisador (sua experiência, vida pessoal) (DESLANDES; GOMES, 2007).

Gil (2002), define a pesquisa como procedimento sistemático e racional cujo objetivo é solucionar os problemas propostos. Ela é desenvolvida a partir dos conhecimentos já disponíveis, métodos e técnicas. A pesquisa que será realizada neste trabalho, possui objetivo exploratório, ou seja, a de ser uma pesquisa de campo, com análise qualitativa. O foco do

estudo são as percepções dos indivíduos a cerca de um determinado lugar e atividade, visando esclarecimento e obtenção de informações através do problema já definido.

Lakatos, Marconi (2003) clarificam a pesquisa de campo como sendo aquela utilizada objetivando conseguir informações, visando conseguir informações ou conhecimentos em relação a um problema, em direção a obter uma resposta, ou hipótese, que se queira confirmar, ou investigar novos fenômenos e as relações entre eles. Constitui-se na observação de fatos e fenômenos ocorridos espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis que se julgarem relevantes, para analisá-los.

A pesquisa de campo com o objetivo exploratório constitui-se de investigações empíricas, objetivando a formulação do problema com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar familiaridade do pesquisador com o fenômeno e empregar procedimentos sistemáticos para obtenção de análise de dados. Uma variedade de procedimentos de coleta de dados também pode ser utilizada como entrevistas, observações e análise de conteúdos e ocorre com pequenos grupos de amostra (LAKATOS, MARCONI, 2003).

Segundo Flick (2013) a pesquisa qualitativa visa obtenção das significâncias subjetivas do problema através da percepção de seus participantes. Deslandes, Gomes (2007), completam que essa categoria de pesquisa empenha-se no mundo de significados, motivações, aspirações, valores, crenças e atitudes. Portanto, se têm sínteses verbais como resultados do estudo, com análises estatísticas muito pequenas (SHAUGHNESSY; ZECHMEISTER; ZECHMEISTER, 2012).

Nesse sentido, para o desenvolvimento da pesquisa foi formulado pela pesquisadora um questionário a fim de conhecer e compreender as percepções de adolescentes entre 16 e 17 anos acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima.

3.2 População e Amostra

Conforme Lakatos, Marconi (2003) a amostragem pode ser definida como uma porção da população, selecionada para participar da pesquisa. Seu valor da amostra dependerá da suficiência de sua representatividade e se contem os traços característicos numa proporção relativa à realidade do universo.

Portanto, o trabalho foi realizado com a população do município de Sinop-MT, mais especificamente com os adolescentes que nela residem. A amostra de adolescentes correspondeu a ambos os sexos, entre 16 e 17 anos, que estudavam no Segundo e Terceiro Ano do Ensino Médio de Três Escolas Estaduais e também de forma *online* com o auxílio da plataforma Google Forms. O número da amostra ajustou-se em 45 adolescentes conforme se

encontravam matriculados nas turmas em curso, esses adolescentes foram entrevistados através de um questionário impresso e *online* mediante a aprovação dos responsáveis legais através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

3.3 Técnicas de Coleta de Dados e Análise de Dados

No primeiro semestre do ano de 2022 foi elaborada toda fundamentação teórica vigente neste trabalho que serviu como base para o desenvolvimento de um questionário para investigar o problema levantado e a confirmação da hipótese ou não. O questionário possui 22 questões, nele estão presentes informações como nome, idade, redes sociais que mais utiliza, quanto tempo passa na frente das telas, questões voltadas a autoimagem, autoestima e sentimentos relacionados, bem como a influência digital e a percepção sobre as contribuições da psicologia neste enlace. O material conta com questões optativas, ou seja, objetivas e questões abertas, descritivas de fácil compreensão.

No segundo semestre de 2022, mas especificamente no mês de outubro, o questionário foi aplicado e seus resultados levantados. A aplicação foi realizada presencialmente através de sua versão impressa em três escolas estaduais do município de Sinop, onde foi explicado do que se trata a pesquisa, sua relevância e esclarecimento de dúvidas, bem como sobre o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), o material impresso foi disponibilizado para ser levado para casa e entregue no dia seguinte, uma vez que os pais precisam ter ciência e autorizar a pesquisa.

A pesquisa também foi realizada de forma *online* através da plataforma Google Forms, por intermédio da disponibilização de *link* de acesso (<https://forms.gle/W3yYNLdP3B1pnvVV8>) do questionário no aplicativo WhatsApp. O *link* foi enviado a pessoas que possuíam filhos ou parentes adolescentes entre 16 e 17 anos, assim como o TCLE em versão PDF para ser assinado e reenviado.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Neste capítulo serão comunicados os resultados da pesquisa a partir da análise dos dados coletados.

4.1 Análise dos Dados

A análise dos resultados se obteve mediante a interpretação das respostas dos participantes, expostas em forma de gráficos e quadros, com o propósito de proporcionar ao leitor a obtenção de uma maior e melhor compreensão a respeito das singulares percepções destacadas.

4.1.1 Características Sociodemográficas

Conforme as características sociodemográficas, apresentadas no Quadro 3, pode-se observar que a idade da amostra equivale a 16 e 17 anos, dito isso 55,56% dos participantes possuem 17 anos e 44,44% 16 anos.

Quando ao sexo biológico, ambos os sexos foram incluídos, entretanto, em sua maior parte a pesquisa foi composta pelo sexo feminino com 73,33% e 26,67% composto pelo sexo masculino, já no que diz respeito a escolaridade 31,11% corresponde aos alunos matriculados no Terceiro Ano do Ensino Médio e 68, 89% corresponde aos alunos matriculados no Segundo Ano do Ensino Médio.

Quadro 3 – Distribuição da amostra, segundo as características sociodemográficas

Número do participante	Iniciais do Nome	Idade	Sexo Biológico	Escolaridade
01	G.K	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
02	J. V	17	Masculino	Terceiro Ano do Ensino Médio

03	A. G	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
04	I	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
05	E. R	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
06	J.P	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
07	I. P	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
08	B	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
09	W	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
10	A. I	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
11	G.P	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
12	M. S	16	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
13	C. E	17	Masculino	Terceiro Ano do Ensino Médio
14	G. C	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
15	M. O	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
16	J.F	17	Masculino	Terceiro Ano do Ensino Médio
17	M. A	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
18	L. A	16	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
19	A. R	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
20	D. M	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
21	M.F	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
22	A. C	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino

				Médio
23	J. N	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
24	A. W	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
25	C.R	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
26	D. M	17	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
27	P.A	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
28	F. K	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
29	V	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
30	R. T	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
31	L. E	17	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
32	A. Y	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
33	C.R	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
34	J.S	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
35	J. I	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
36	M.E	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
37	D.I	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
38	K	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
39	A. K	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
40	R. S	16	Masculino	Segundo Ano do Ensino Médio
41	A. A	16	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio

42	L. D	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
43	M. R	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio
44	R. G	17	Feminino	Terceiro Ano do Ensino Médio
45	C. G	17	Feminino	Segundo Ano do Ensino Médio

Fonte: Própria (2022).

4.1.2 Concepção dos adolescentes sobre autoestima

No que diz respeito à concepção sobre autoestima, conforme o Quadro 4, é notório que a uma pluralidade de significâncias do termo aos adolescentes, mas, mesmo sendo manifestos de formas diferentes, estão direcionados a visão e avaliação que se tem de si mesmo, tanto fisicamente, quando em suas capacidades, podendo ser vista de forma negativa ou positivamente.

Esses resultados vão de encontro com o que Braden, (2002) afirma ser a definição de autoestima, que está inter-relacionada a dois componentes, a autoeficácia e autorrespeito. A autoeficácia significa confiar no funcionamento de sua mente, em sua capacidade de pensar, compreender, aprender, tomar decisões, compreender a realidade e fatos de seu interesse e necessidade, autoconfiança e autossuficiência, já o autorrespeito refere-se à garantia de seu valor, uma atitude de afirmar seus pensamentos, desejos e necessidades.

Papalia e Feldman, (2013), completam que a autoestima corresponde ao julgamento que o individuo faz sobre si e seu valor, baseando na capacidade cognitiva de se definir-se. Para Assis e Avanci, (2004) inteiram que a autoestima possui relação com os êxitos e fracassos adquiridos desde a infância, as situações adversas da vida possuem papel importante na avaliação de si mesmo, portanto uma autoestima alta está ligada a capacidade de ser resiliente, ser maleável e ter convicção e força de encarar obstáculos, ser criativo, otimista e esperançoso.

Quadro 4 –Concepção dos adolescentes sobre o conceito de autoestima

Participante	Idade	Resposta
E. R	16	“É o cuidado e o amor que damos a nós mesmos”.
A. R	16	“Sentir-se bem consigo mesmo”.
A. I	17	“Como você mesmo se vê”.

L. A	16	“Eu entendo que é você estar bem consigo mesma e enxergar a sua beleza sem ficar se comparando com padrões de beleza”.
F. K	17	“A forma como você pensa e cuida de si próprio”.
J. I	17	“Uma avaliação de nós mesmos, sendo positiva ou negativa”.
L. D	17	“Poder acreditar que o que você faz é bom, que você tem capacidade ou que é bonito, que todos somos diferentes, porém únicos e especiais e coisinhas pequenas não abalam nosso ser”.
R. G	17	“Autoestima é a percepção que o indivíduo tem em relação a sua aparência ou jeito de ser, de forma positiva”.
A. G	17	“Para mim, autoestima é minha opinião sobre o que penso sobre mim, sendo ela positiva ou negativa”.
D. M	16	“É você estar feliz com sua própria imagem”.
C. R	17	“É a forma como você se vê e se sente”.
P. A	17	“Se achar bonita a todo o momento”.
C. R	17	“É se sentir bem em relação ao seu corpo em um todo”.
M. E	16	“Uma pessoa segura de si”.
J. V	17	“Como você se vê em relação com a sociedade”.

Fonte: Própria (2022).

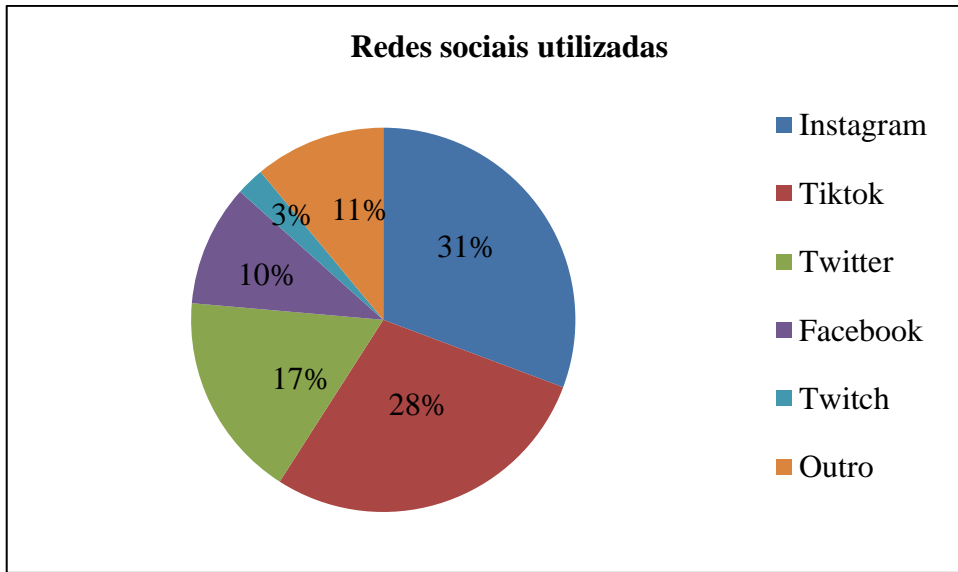
4.1.3 Redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes

Conforme as apurações presentes no Gráfico 1, no que se refere às redes sociais mais utilizadas pelo público adolescente, pode se notar em primeiro lugar com 31% o Instagram, logo em seguida o TikTok com 28%, em terceiro o Twitter com 17%, o com 10%, enquanto outras redes sociais não especificadas com 11% e finalmente com 3% a Twitch.

Em concordância com os resultados obtidos, Freitas et al, (2021) destaca em sua pesquisa com 71 adolescentes brasileiros como sendo Instagram uma das redes mais utilizados nesta idade. Em 2019, o Instagram foi a aplicação mais usada pelos adolescentes americanos, bem como nos adolescentes italianos, do Reino Unido e na Islândia (LONGOBARDI et al, 2020 apudCAMPOS, 2021).

Os autores ainda complementam que apesar de o aplicativo Instagram ser um dos mais populares, também é o que mais afeta negativamente a saúde mental e bem-estar de seus usuários, principalmente os adolescentes, elevando os níveis de ansiedade e ocasionando principalmente no sexo feminino problemas autoimagem (SOUZA, 2018; CAMPOS, 2021).

Gráfico 1: Redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes



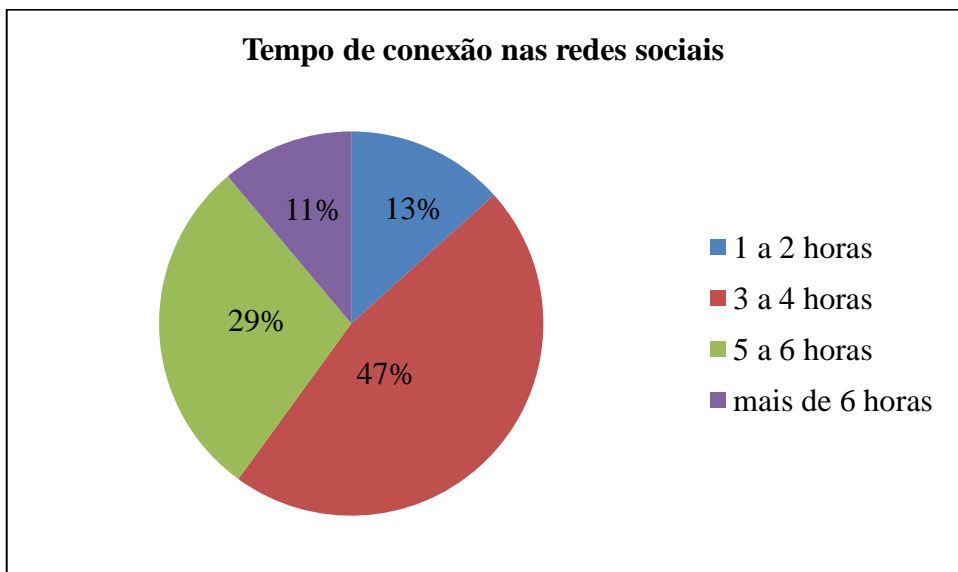
Fonte:Própria (2022).

4.1.4 Tempo de conexão nas redes sociais

Segundo os resultados expostos no Gráfico 2, referente a quantidade de horas em que os adolescentes passam navegando nas redes sociais, foi possível perceber que 47% do público da pesquisa passa de 3 a 4 horas conectados, 29% de 5 a 6 horas, 13% de 1 a 2 horas e 11% mais de 6 horas.

Os resultados se alinham com a pesquisa de Rideout, (2019) onde afirma que 62% dos adolescentes entre 13 e 18 anos,dedicam em média mais de 4 horas por dia a suas telas digitais somente com a finalidade recreativa.

Gráfico 2:Tempo de conexão nas redes sociais



Fonte:Própria (2022).

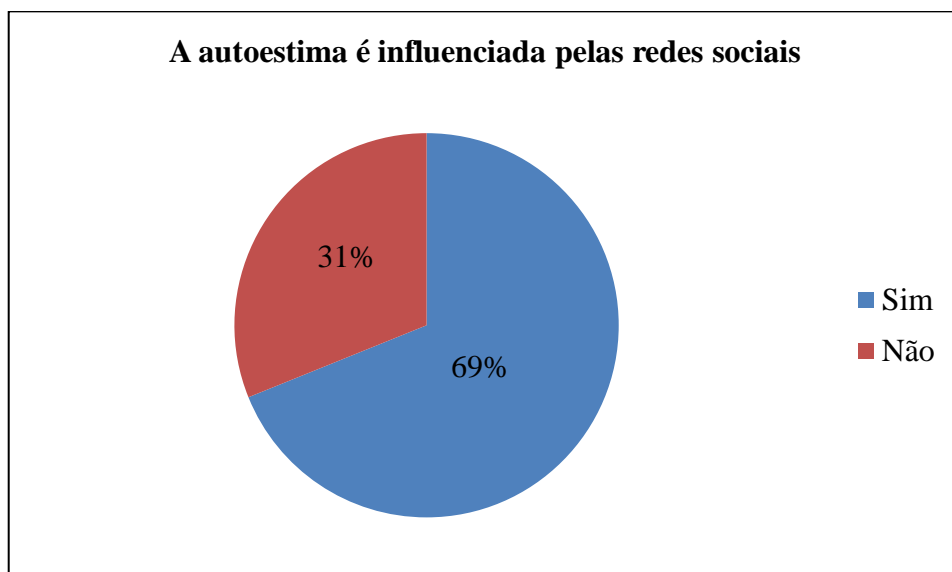
4.1.5 Influência das redes sociais na Autoestima dos Adolescentes

Conforme a percepção e análise dos participantes da pesquisa referente ao fator influência da autoestima devido o uso das redes sociais, pode-se perceber por meio do Gráfico 3, que 69% dos participantes concorda que as redes sociais exercem influência sobre sua autoestima e 31% acreditam que ela não é influenciada.

Em conformidade aos dados da pesquisa, Abreu, Eisenstein e Estefenon, (2013) afirmam que a adolescência corresponde a um período de transformações, que envolvem lembranças, crises, conflitos e riscos. Atualmente a tecnologia também faz parte desse processo, influenciado todo o desenvolvimento dos adolescentes.

A autoestima possui relação direta com o estado afetivo, psicológico e social do sujeito, o que por sua vez a torna um indicador de saúde mental. Saúde mental e autoestima dependem então das avaliações que o individuo faz sobre si, de sua visão sobre suas capacidades, valores e de sua autoimagem, Santos, Mota e Silva, (2021) afirmam que as pessoas expostas ao ambiente das redes sociais podem sofrer influência em sua autoestima através da comparação e sentimentos de inferioridade.

Gráfico 3: A autoestima é influenciada pelas redes sociais



Fonte: Própria (2022).

4.1.6 As redes sociais geram influência negativa ou positiva

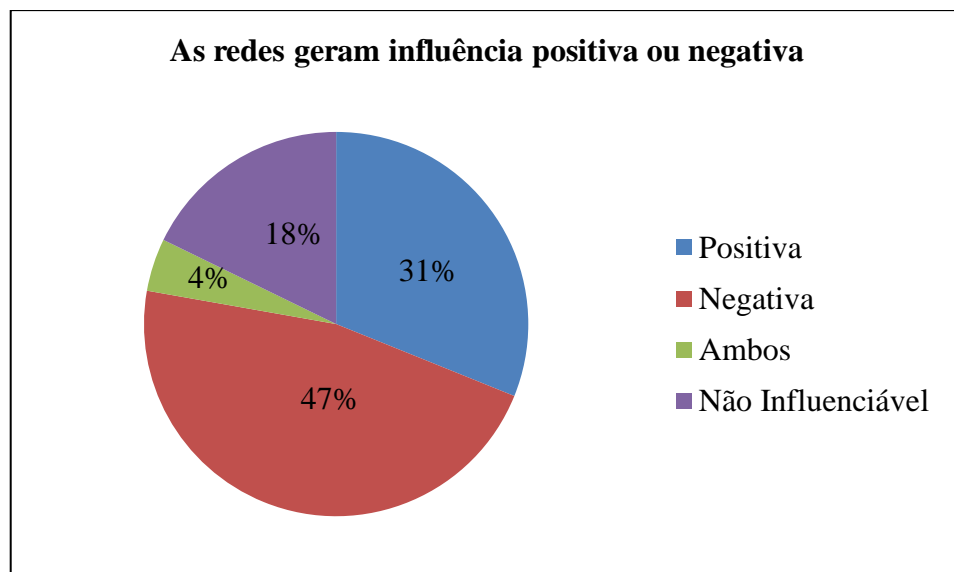
No que se refere a influência exercida pelas redes sociais os participantes julgaram a natureza de tal influência, uma vez que pontuaram anteriormente no Gráfico 3 que essa influência existe de fato. Pode-se perceber então, que no Gráfico 4 a influência negativa encontra-se em 47% e a Positiva com 31%, 18% acreditam que as redes sociais não as

influência e 4% acredita que as influências são positivas e negativas. É de grande importância mencionar que alguns participantes que responderam não haver influência em sua autoestima no Gráfico 3, na pergunta correspondente ao Gráfico 4, responderam que há influência negativa aos outros adolescentes, mas não a eles.

Abreu, Eisenstein e Estefanon, (2013) afirmam que a internet e suas redes podem ser benéficas ou não, dependendo da quantidade de horas conectados, qualidade dos materiais de consumo e da bagagem de quem as consomem, se os indivíduos passam muito tempo *online* e não possuem repertório crítico para analisar as publicações, comentários e interações a influência será negativa em sua autoestima.

Copetti e Quiroga, (2018) confirmam os resultados, afirmando que as redes sociais, diretamente ou não, podem influenciar negativamente a autoestima, diminuindo-a, além de promover a necessidade de se enquadrar ao padrão de beleza, o que pode influenciar até mesmo no comportamento alimentar.

Gráfico 4: As redes geram influência negativa ou positiva



Fonte: Própria (2022).

4.1.7 Percepção dos adolescentes sobre a influência das redes sociais

Os relatos, embora expressos de maneiras diferentes pelos adolescentes no Quadro 5, estão inclinados a justificar qual é a influência que as redes sociais provocam sobre a autoestima, a maioria relata ser negativa devido gerar comparações, inseguranças, frustrações, de não se encaixarem ao padrão e de como é vendido a ideia de uma falsa realidade perfeita.

De encontro com as percepções dos adolescentes Copetti e Quiroga, (2018) reiteram que a insatisfação dos adolescentes com sua imagem é ocasionada pela idealização do corpo perfeito que a sociedade cria, disseminado pela mídia. O corpo perfeito é idealizado como magro e escultural, mas não é biologicamente possível para todas as pessoas, causando frustração com a aparência e no desenvolvimento de uma autoimagem negativa e distorcida.

Lira et al, (2017) complementa que aos nascidos na era digital as referências são buscadas nas redes sociais para questões do dia a dia. Se imagens de corpos perfeitos são vistos frequentemente, começa-se a acreditar que aquela é a realidade e não alcançá-lo é motivo para sentimentos de frustração e insatisfação.

Quadro 5: Percepção dos adolescentes sobre a influência das redes sociais

Participante	Idade	Resposta
A. A	16	“Negativamente, se vejo alguma mulher bonita nas redes sociais, logo fico me comparando com ela, e fico com a autoestima baixa”.
J. I	16	“Negativamente, muitas pessoas usam para poder ofender as pessoas”.
A. k	17	“Negativamente, pois as pessoas costumam postar uma falsa realidade nas redes”.
M. E	16	“Negativamente, quando vejo meninas bonitas me sinto feia”.
F. K	17	“Negativamente, em sua maioria a vida na internet parece perfeita, o que acaba gerando insegurança e frustração”.
J. I	17	“Positivamente, mas, na verdade, varia muito dos conteúdos em que assistimos, se é um conteúdo que nos ajuda é influenciado positivamente, caso contrário negativamente”.
A. I	17	“Ambas são as influências, depende muito do dia e de qual plataforma estou utilizando, a que mais meche com a minha autoestima é o TikTok, pois, a maioria das pessoas tende a ser perfeitas lá”.
R. G	17	“Na verdade, há variantes em relação a como as redes sociais influenciam, porém, na grande maioria é de forma negativa”.
A. G	17	“Uso com muita responsabilidade minhas redes sociais, então acredito que elas me influenciam positivamente”.
I. P	16	“Negativamente, porque ao ver as pessoas numa beleza padrão isso faz com que as pessoas se comparem e fiquem mal consigo mesmo”.
J. S	16	“Positivamente, pois na internet tem muitas dicas sobre saúde e autoestima”.
M. O	17	“Negativamente, apesar de não achar que sou influenciada, acredito que ela tenha total controle porque ao utilizá-la não consigo me separar dela e isso me afeta”.

R.T	17	“Negativamente, porque fico me comparando com outras pessoas”.
R. S	16	“Não tem pontos positivos ou negativos, é que não sou muito de postar fotos e vídeos, então não ligo muito, sou mais de jogar e ver TikTok”.
C. G	17	“Negativamente, os padrões são muito altos me deixando confusa sobre o que acho de mim mesma”.

Fonte:Própria (2022).

4.1.8 Percepção dos participantes sobre sua imagem corporal

O quadro 6, expõe a percepção que os participantes possuem de sua própria imagem corporal, pode-se perceber que elas se encontram mais voltadas a instabilidade da autoestima que varia de média a baixa e sobre a necessidade de sempre melhorar, nunca estar totalmente satisfeito com o próprio corpo.

Similarmente Assis e Avanci, (2004) comunicam que autoestima é uma das variáveis mais crítica, adolescentes com baixo autoestima apresentam mecanismos que distorcem a relação entre seus pensamentos e sentimentos, apresentando sintomas de ansiedade, isolamento, tendem a desistir com facilidade, serem sensíveis à crítica, não conseguem afirmar suas necessidades e opiniões, etc.

A necessidade de sempre ter o que melhorar em seus corpos, está ligada a insatisfação consigo mesmo e a preocupação em controlar e moldar seu físico, para serem ideais e saudáveis, independentemente do risco de seus comportamentos, recorrendo a anabolizantes, dietas rigorosas e procedimentos estéticos (JESUS; et al, 2016).

Quadro 6: Percepção dos participantes sobre sua imagem corporal

Participante	Idade	Resposta
L.D	17	“Disforia de gênero, por ver pessoas mais andrógenos que eu ou mais masculinos do que eu, me afeta, agora está me afetando sobre meu peso”.
R. G	17	“Não me considero uma pessoa de baixa autoestima, porém, nem sempre me vejo de maneira positiva”.
I. P	16	“Eu me vejo como uma beleza média a baixa”.
R. T	17	“Ruim, comecei a academia na intenção de mudar, mas não deu certo”.
J. I	17	“Uma autoestima elevada, não tenho problema com isso, claro existem dias e dias”.
L. A	16	“Eu entendo que sou linda desse jeito, não preciso seguir padrões para me sentir bem comigo mesma”.

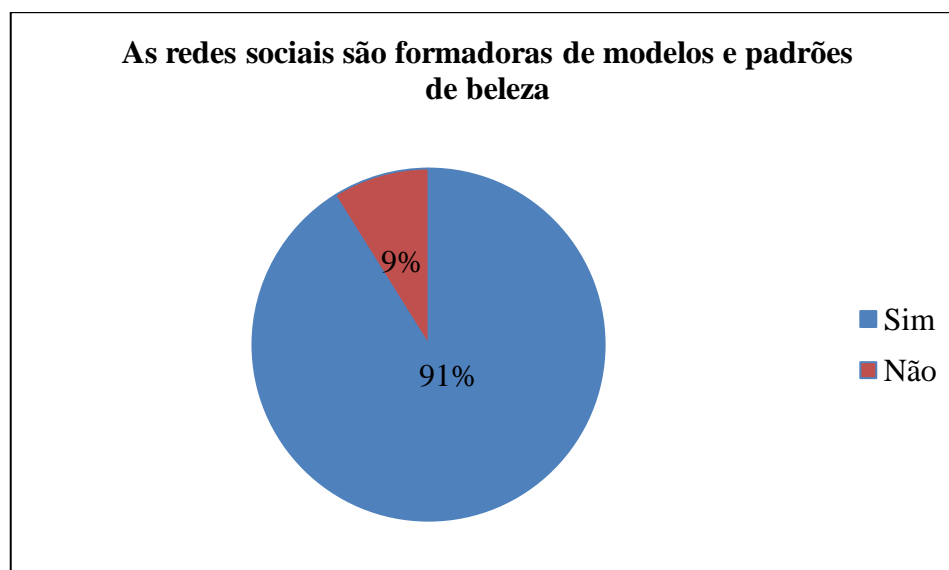
F. K	16	“Ela geralmente varia, às vezes gosto da imagem que vejo e às vezes não”
A. R	16	“Me sinto mediana, nunca me encaixo”.
G. L	17	“Pratico musculação por que eu gosto, mas ainda não cheguei onde eu quero”.
A. Y	16	“Sobre o meu corpo, posso cuidar mais dele, eu não vejo nada de ruim nele”.
A. K	17	“Normalmente instável, mas atualmente me vejo como alguém realizada”.
P. A	17	“Ruim porque não gosto da minha imagem”.
L. E	17	“Boa, mas ainda com a intenção de melhorar”.
W	16	“Que sou mais ou menos, mas mais para feio”.
D. I	16	“Eu particularmente me sinto bem com meu corpo”.

Fonte:Própria (2022).

4.1.9 As redes sociais são formadoras de modelos e padrões de beleza

No Gráfico 5, a perspectiva da amostra constatou que 91% acreditam que as redes sociais fornecem modelos e padrões de beleza a serem seguidos e somente 9% acredita que não. Santos, Mota e Silva, (2021) manifestam que o acentuado uso de redes sociais atualmente, potencializou a idealização e em consequência seu impacto, portanto as redes sociais tornam-se uma vitrine de padrões através dos *influencers* que induzem e impõem tanto corpos ideais, quanto estilos de vida perfeitos.

Gráfico 5: As redes sociais são formadoras de modelos e padrões de beleza



Fonte:Própria (2022).

4.1.10 Características do padrão de beleza feminino e masculino

Conforme o Quadro 7, as características pertinentes ao padrão de beleza feminino seriam um corpo magro e definido, alto, com cintura fina, peito e bunda maiores, sem imperfeições na pele, cabelos claros, lisos e longos e olhos claros, já enquanto ao padrão masculino resumem se a um corpo malhado, alto, com uma pele livre de imperfeições loiro e de olhos claros.

O ideal de corpo perfeito imposto como padrão nas redes sociais configura-se como corpo magro, longilíneo e jovial nas mulheres e nos homens um corpo definido e musculoso (COPETTI; QUIROGA, 2018). Oliveira e Machado, (2021) em sua pesquisa com adolescentes também obtiveram resultados semelhantes, onde o padrão estético é composto, além de um corpo magro e musculoso, por cabelos lisos, pele e olhos claros.

Quadro 7: Características do padrão de beleza feminino e masculino

Participante	Idade	Resposta
R.G	17	“Feminino: mulheres altas, magras, com busto e quadris largos, sem estrias e celulite, cabelos lisos e bem cuidados”.
A.G	17	“Corpo e pele ideal (sem espinhas ou rugas, lisa)”.
C. G	17	“Feminino: corpo magro, mas bem definido, cabelo sempre sedoso, lábios carnudos, cílios longos”.
A.A	16	“Feminino é um corpo magro com bastante bunda e peitos e masculino é um corpo musculoso”.
K	17	“Corpo magro e pele perfeita”.
P. A	17	“Feminino: magra, sem manchas, sorriso bonito e cabelo liso”.
C. R	17	“A mulher é sempre representada sem estriais, sem rugas, magra e o homem com boa aparência e em forma”.
I. P	16	“No padrão feminino, cabelo liso e comprido, pele bonita, olhos e cabelo claro, ser magra e ter entre 1,60 a 1,70”.
J. I	17	“Uma pessoa magra e/ou com o corpo definido e com rosto fino”.
A. R	16	“A mulher sempre corpulenta e depilada e o homem sempre forte, como se não pudesse demonstrar fraquezas”.
G. C	17	“Magro ou musculoso, sem gordurinhas”.
A. C	16	“Normalmente por pessoas magras, brancas e loiras”.
L. E	17	“Feminino: cabelo liso, cintura fina, loira, olhos azuis e masculino: corpo malhado, cabelo grande e olho azul”.

M. E	16	“Masculino: magro e faça academia, olhos claros e bonito”.
A. K	17	“Pele perfeita, corpos magros, altos, cabelos longos e lisos”.

Fonte: Própria (2022).

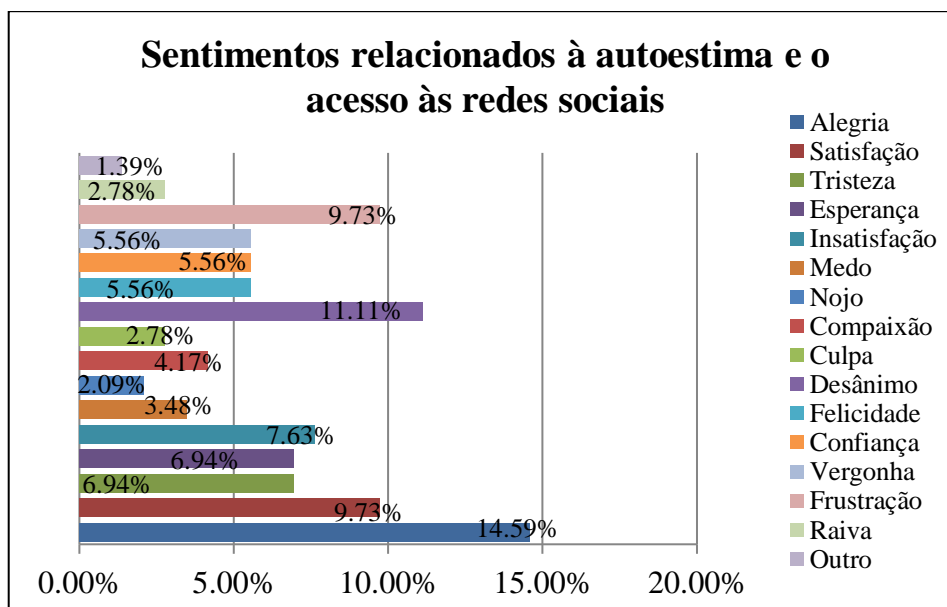
4.1.11 Sentimentos relacionados à autoestima e o acesso às redes sociais

Em relação aos sentimentos respectivos, a autoestima e sua relação com as redes sociais exibidos no Gráfico 6, pode-se notar que sentimentos positivos e negativos encontram-se em proximidade. Cada participante considerou três ou mais reações emocionais, entre eles a alegria com 14,59%, desânimo com 11,11%, 9,73%, se sentiam frustrados, 9,73% satisfeitos, 7,63% insatisfeitos, 6,94% tristes, 6,94% esperançosos, 5,56% vergonha, 5,56% felizes, 5,56% confiantes, 4,17% compaixão, 3,48% com medo, 2,78% culpados, 2,78% com raiva e outros sentimentos 1,39%.

Os adolescentes nativos digitais, ou seja, que se desenvolveram no mundo digital digitalidade são vorazes consumidores das ferramentas tecnológicas, em que se conectam afetivamente de forma acentuada, por estarem mais passíveis de sofrerem influências emocionais, correm o risco de disporem de flutuação e instabilidade do humor, assim como exacerbação emocional (NEUFELD, 2017).

Silva,(2021) complementa que as emoções variam conforme as experiências que se tem nas redes, portanto se o sujeito não recebe a aprovação pelos outros e se importa com isso, poderá ser impactado com sentimentos negativos (tristeza, frustração, etc.), mas se as obtêm pode se ter emoções alegres e prazerosas momentaneamente.

Gráfico 6: Sentimentos relacionados à autoestima e o acesso às redes sociais



Fonte:Própria (2022).

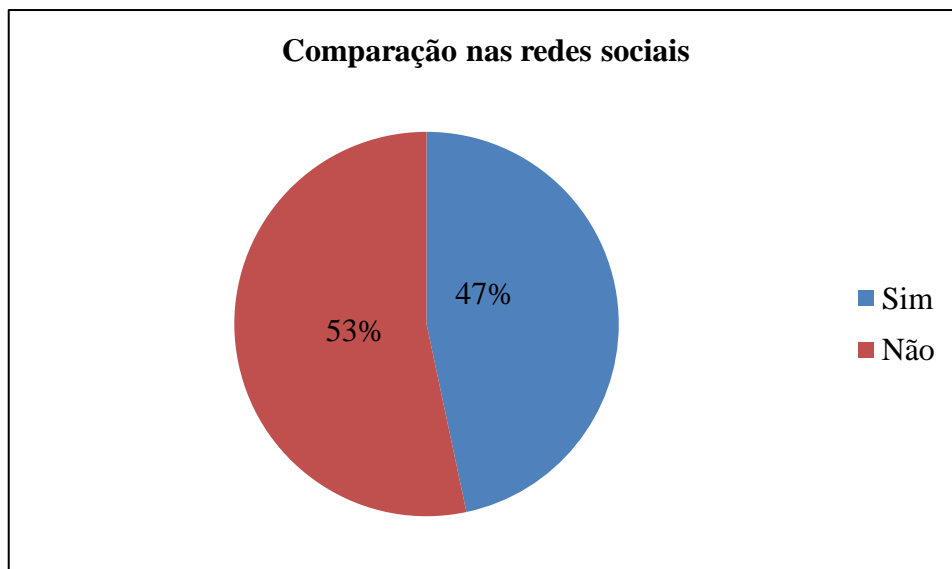
4.1.12 Comparação nas redes sociais

Referente ao Gráfico 7, conforme os resultados obtidos com a pesquisa, 53% dos participantes afirmou não se comparar nas redes sociais, enquanto 47% concordou que tende a se comparar com outras pessoas nessas plataformas, uma diferença mínima de apenas 3%.

De acordo com Neufeld, (2017) a comparação social entende-se como mecanismo pelo qual as imagens idealizadas interfere o modo como os indivíduos se autoavaliam. A comparação ocorre com indivíduos considerados superiores, levando a internalização e a tentativa de encaixar-se nos ideais sociais.

Essa afirmativa corrobora com a pesquisa de Fortes et al, (2013) envolvendo 273 adolescentes onde evidenciou a relação entre exposição de imagens presentes nas redes sociais e a internalização do padrão de beleza, o qual constatou que a internalizaçãodo ideal de corpo foi um importante preditor da insatisfação com o peso e a aparência física em jovens meninas.

Gráfico 7: Comparação nas redes sociais



Fonte:Própria (2022).

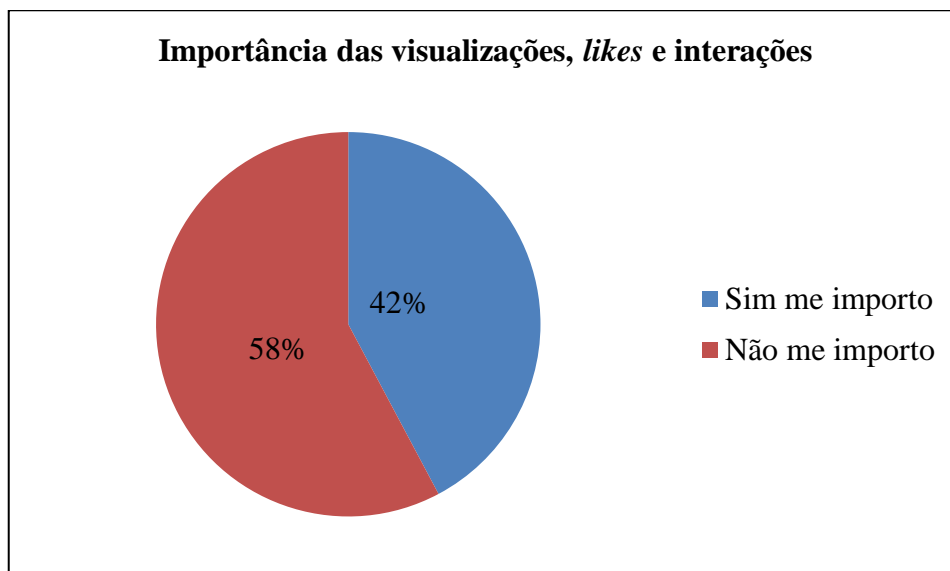
4.1.13 Importância das visualizações, likes e interações

Segundo o Gráfico 8, a amostra deveria julgar se importavam com as visualizações, likes e interações em suas redes sociais, 58% alegou não se importar com isso, e 42% afirmou que se importam.

Contrariamente aos resultados da pesquisa Neufeld, (2017) destaca que os adolescentes tendem a buscar reforços positivos, através dos *likes* nas redes sociais, corroborando a tendência a supervalorizar opiniões alheias sobre si, deixando de lado sua autopercepção, gerando insegurança.

Entretanto, essa contrariedade pode ser explicada por Campos, (2021) as interações (*likes*, postagens, seguidores, comentários) possuem o potencial de ativar o sistema de recompensa e levar aos comportamentos dependentes. O sistema de recompensa libera a substância dopamina, logo se os resultados sociais *online* são bons, ocorre o aumento do uso das redes sociais e deixando de ocorrer a frustração e insegurança.

Gráfico 8: Importância das visualizações, *likes* e interações



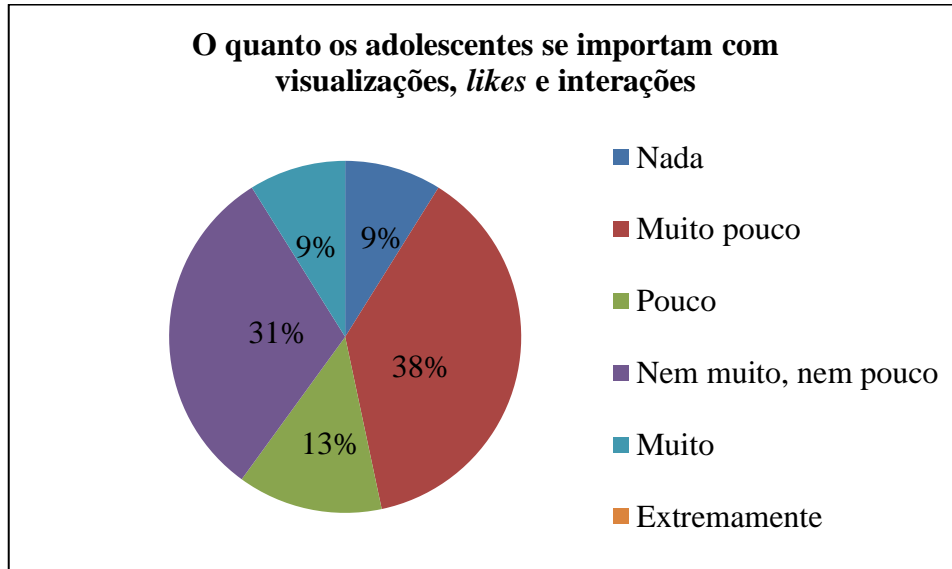
Fonte: Própria (2022).

4.1.14 O quanto os adolescentes se importam com visualizações, *likes* e interações

Quanto ao nível de importância relacionados as visualizações, *likes* e interações expostos no Gráfico 9, fica em evidência que 38% da amostra tende a se importar muito pouco, 31% nem muito, nem pouco, 13% pouco, 9% muito e 9% nada.

Isso pode ser explicado, por uma atitude mais passiva do que ativa dos adolescentes, que consomem mais conteúdos digitais de outras pessoas, do que os criam, publicam e engajam em suas redes sociais, Campos, (2021) ainda afirma que tanto o uso passivo quando o ativo estão relacionados aos sintomas de humor depressivo e ansiedade, porém maiores e mais significativos através do uso passivo.

Gráfico 9: O quanto os adolescentes se importam com visualizações, *likes* e interações



Fonte: Própria (2022).

4.1.15 Reação mediante a quebra de expectativa nas redes sociais

Conforme as reações mediante a quebra de expectativa nas redes sociais, relacionadas a visualizações, *likes* e interações expostas no Quadro 8, foram expostas reações diversas voltadas ao desânimo e frustração, mas em sua maior parte aos adolescentes afirmaram não se importar muito, ou não ligar, entre tanto tendiam a apagar as publicações quando não atingiam o que queriam.

Souza, (2019) afirma que a busca incessante, as quantidades crescentes de *likes*, comentários e interações, se enquadram ao uso problemático das redes sociais. Quando as expectativas dos adolescentes são frustradas em relação ao seu engajamento (comentários, curtidas e compartilhamentos) nas plataformas de relacionamento *online*, ocorre uma tendência a deletar suas publicações, por não alcançarem o nível engajamento que queriam.

Quadro 8: Reação mediante a quebra de expectativa nas redes sociais

Participante	Idade	Resposta
R. S	16	“Não me importo com isso, eu não tenho nenhuma reação”.
I. P	16	“Fico só um pouco desanimada”.
L. D	17	“Eu fico num estado de desânimo, principalmente na minha arte que não alcança o mesmo engajamento que o amiguinho”.

F. K	17	“Me sinto frustrada e insatisfeita”.
L. A	16	“Eu nem olho quantas curtidas ou interações nos posts que eu faço, se respondeu beleza, se não tudo bem também”.
B	17	“Excluo a postagem”.
C. E	17	“Fico calmo, pois o que posto é porque gosto e me interessa”.
G. L	17	“Nada, às vezes apago os stories”.
A. Y	16	“Eu não ligo, não acho que me agrega muito”.
A. I	17	“Apago depois de um tempo e substituo por outra”.
V	16	“Fico chateada”.
D. I	16	“Normal, pois minhas redes sociais são privadas”.
M. O	17	“Eu não me importo, acho que meu psicológico está ruim demais para se importar com isso”.
K	17	“Nada, mas fico insatisfeita”.
A. K	17	“Não sou muito ligada a isso, então normalmente não me importo”.

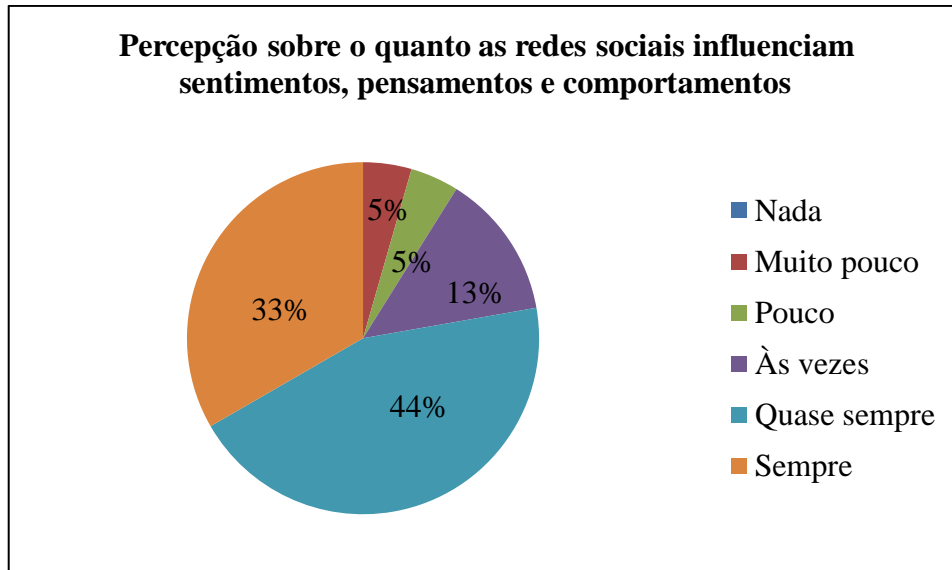
Fonte: Própria (2022).

4.1.16 Percepção sobre o quanto as redes sociais influenciam sentimentos, pensamentos e comportamentos

Segundo as apurações apontadas por intermédio do Gráfico 10, o qual possui a finalidade de quantificar a influência das redes sociais em pensamentos, sentimentos e comportamentos dos adolescentes, foi possível perceber que 44% da amostra alega que quase sempre isso acontece, 33% relataram sempre acontecer, 13% somente às vezes, 5% muito pouco e 5% pouco.

Abreu, Eisenstein e Estefenon, (2013) completam que a relação dos sujeitos com tecnologia influência e influenciará cada vez mais o modo como os indivíduos se relacionam. O mundo virtual é envolvente de tal forma que cada vez mais os adolescentes permanecem mais tempos conectados, ocasionando grandes influências a medida em que renunciam interações com o meio em que vivem para continuarem conectados as redes sociais e sua realidade virtual (NEVES; et al, 2015).

Gráfico 10: Percepção sobre o quanto as redes sociais influenciam sentimentos, pensamentos e comportamentos

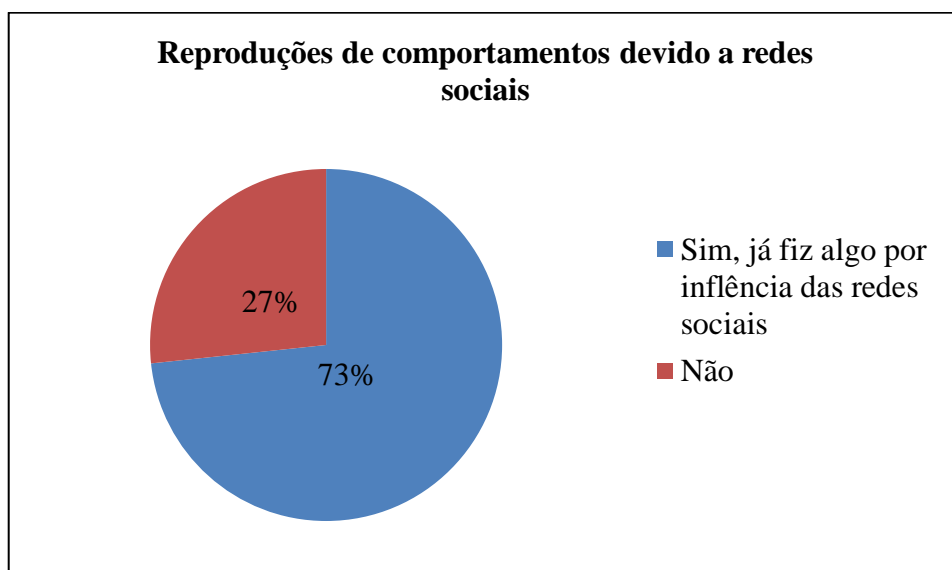


Fonte: Própria (2022).

4.1.17 Reproduções de comportamentos devido a redes sociais

No que concerne a reprodução de comportamentos instigados pelas redes sociais apresentados no Gráfico 11, observou-se que 73% da amostra alegou ter realizado algo devido à visualização de tal nas redes sociais, enquanto 27% afirmou não ter realizado nenhum ato por meio da influência destas plataformas. No que diz respeito a padrões impostos pelas redes sociais se incluem padrões de comportamentos, ou seja, repetição, onde uma determinada pessoa dita e/ou expõe um estilo de vida, e os seus seguidores buscam adequar-se a essa realidade e também vivê-la, com a finalidade de moldar-se a fim de fazer parte daquele grupo (SANTOS; MOTA; SILVA, 2021).

Gráfico 11: Reproduções de comportamentos devido a redes sociais



Fonte:Própria (2022).

4.1.18 Relato sobre comportamentos realizados por influência das redes sociais

Ao que se refere o Quadro 9, os adolescentes expuseram seus relatos sobre os comportamentos influenciados através das redes sociais, pode-se perceber então que estão voltados a tentativa de autocuidado por meio de dietas, skincare, tutoriais de maquiagem, atividade física, além de consumo de bens, receitas culinárias e experimentos.

Em relação à influência de consumo, de acordo com Gomes, Neves e Pereira, (2019) os digitais *influencers* são referência no assunto, uma vez que entregam marcas, produtos, estilos de vida, hábitos de forma natural aos seus usuários, através do sentimento de confiabilidade e familiaridade, engajando seu público no consumo.

Quadro 9: Relato sobre comportamentos realizados por influência das redes sociais

Participante	Idade	Resposta
C. R	17	“Alisei o cabelo”.
I	16	“Danças, receitas e artesanatos”.
A. Y	16	“Comprei um livro”.
J. F	17	“Fui a lugares que vi no Instagram”.
E. R	16	“Receitas e tutoriais de maquiagem”.
R. G	17	“Comprei produtos que julguei serem bons, apenas por influência das mídias”.
F. K	17	“Yoga e atividade física”.
A. Y	17	“Receitas e skincare”.
J. S	16	“Experimentos e testes”.
C. G	17	“Algumas dietas para emagrecer”.
L. D	17	“Novos estilos de desenho e estilos de corte de cabelo”.
R. S	16	“Dieta”.
A. R	16	“Usar certas roupas para me valorizar mais”.
M. R	17	“Receitas culinárias”.
A. A	16	“Tentei emagrecer de forma ruim, fazendo jejum intermitente”.

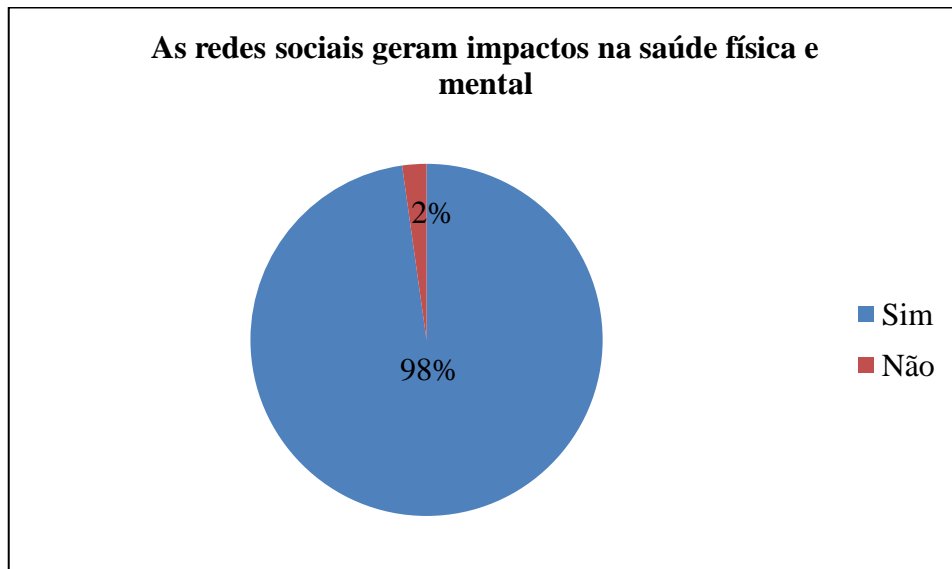
Fonte:Própria (2022).

4.1.19 Impacto das redes na saúde física e mental

No que diz respeito a saúde física e mental e seus impactos em decorrência do uso das redes sociais, os adolescentes participantes da pesquisa expressaram no Gráfico 12, que 98% acreditam sim que as redes sociais afeta a saúde, em contrapartida, somente 2% afirmam não haver efeitos na saúde.

Eisenstein e Estefenon, (2011) confirmam que possa haver prejuízos a saúde dos adolescentes que utilizam das plataformas sociais *online* que se estendem desde baixo rendimento escolar, isolamento e dificuldade de diálogo e conexões com a família. Viver em um mundo veloz e constante de transformações, pode sim gerar riscos e problemas de saúde, ainda mais em uma fase de desenvolvimento onde a maturação cerebral é estimulada pelo que é visto *online*, propiciando confusões, problemas de memória, baixa concentração, etc.

Gráfico 12: Impacto das redes na saúde física e mental



Fonte: Própria (2022).

4.1.20 Percepção sobre os impactos das redes sociais na saúde

As percepções dos adolescentes sobre as perturbações na saúde devido ao uso das redes sociais foram apresentadas no Quadro 10, compreende-se após a leitura dos relatos que os impactos são em sua maior parte negativos, voltados aos sentimentos de frustração, tristeza, cobrança, comparação, insegurança, ao desenvolvimento de transtornos depressivos, ansiosos e alimentares, bem como o desprendimento com a realidade real, baixa autoestima, autocobranças e obsessões.

Semelhante aos resultados obtidos, Neulfed, (2017) afirma que o uso problemático pode envolver consequências negativas para os adolescentes, como: distorções do

pensamento, supervalorização da opinião alheia, insegurança, baixa autoestima. Santos, Mota e Silva, (2021) complementam que a toxicidade dos conteúdos contribui com os usuários das redes sociais em seu adoecimento mental, levando ao surgimento de transtornos ansioso, depressivos, alimentares e sintomas de baixo autoestima.

Quadro 10: Percepção sobre os impactos das redes sociais na saúde

Participante	Idade	Resposta
A. R	16	“Vejo diariamente meninas não comendo por horas ou dias para ficarem magras e funcionou e isso me fez querer fazer o mesmo”.
A. G	17	“O Acesso das redes sociais muito cedo e durante muitas horas ao dia pode gerar diversos gatilhos que acaba deixando as pessoas presas aos celulares, gerando pouca convivência com a sociedade, confusão de pensamentos, tristeza, solidão, etc”.
R. S	16	“Eu não sou uma pessoa que dá muita atenção para isso, mas sei que outras pessoas cometeram até suicídio por causa delas”.
R. G	17	“No quesito de padrões de beleza, há pessoas que possuem o formato de corpo que impossibilita de ser magro e que gera insatisfação e muitas vezes transtornos alimentares como a bulimia e anorexia”.
L. D	17	“Depressão, ansiedade, dependência emocional do engajamento, alterações no sono e irritabilidade”.
E. R	16	“Problemas de visão, pois gastam muito tempo em frente as telas”.
M. S	16	“Autocomparação, cobranças e autoestima baixa”.
A. W	17	“Pode ficar fanático e viciado nas redes sociais e se esquecer do mundo real”.
L. A	16	“Acredito que gere ansiedade, tristeza e desanimo, acho que isso ocorre em pessoas que usam as redes sociais para validar seu ego”.
A. K	17	“Se bem utilizada pode gerar uma boa qualidade de vida”.
P. A	17	“Muitas meninas se frustram por não ter o que as redes sociais mostram”.
J. F	17	“A pessoa fica triste, insegura e insatisfeita consigo mesmo”.
G. L	17	“Melhorar nos treinos e para de procrastinar”.
M. R	17	“Obsessão pelo corpo perfeito”.
A. Y	17	“Depressão, ansiedade e baixa autoestima”.

Fonte:Própria (2022).

4.1.21 Percepções sobre a contribuição da psicologia aos adolescentes

No que diz respeito as contribuições que a psicologia e o profissional psicólogo poderiam gerar aos adolescentes que utilizam as redes sociais, encontram-se as exposições dos adolescentes presentes no Quadro 11. Consoantes as respostas reproduzidas de maneira diversificadas, os profissionais auxiliariam o adolescente em seu autoconhecimento e autoconsciência, além de proporcionar o uso mais assertivo das redes sociais e quebra de distorções relacionadas ao padrão de beleza e da falsa realidade exposta nas plataformas sociais, bem como, o manejo das emoções, escuta e tratamento de transtornos.

Se faz necessário recomendações de como transformar e utilizar a internet segura, ética, educativa e saudável de conhecimentos e de diálogos nos atendimentos dos adolescentes e de suas famílias (EISENSTEIN ; ESTEFENON, 2011).

Segundo Neufeld, (2017) deve-se estimular a capacidade crítica e reflexiva não, a fim de fomentar a falta de confiança, mas sim para fortalecer pontos positivos e do adolescente, além de afrontar o imediatismo e a impulsividade característicos da adolescência. O uso dos aplicativos e das publicações pode e devem ser usados como materiais de trabalho pelo psicólogo. Orientar e psicoeducar sobre benefícios e riscos para conseguirem empoderar os cuidadores a ser mais participativo da vida virtual dos adolescentes, mostrando-se abertos, sem preconceitos e não invasivos são fatores de proteção que podem ser trabalhados na terapia, nas escolas e em outros momentos e instituições.

Quadro 11: Percepção sobre a contribuição da psicologia aos adolescentes

Participante	Idade	Resposta
R. G	16	“Várias, a principal delas é de como cada um, enxerga a si mesmo e de como todos podem ser bons do jeito que são, sem se importarem com as redes sociais ou padrões de beleza”.
A. G	17	“Uma conscientização de como usar de modo correto, para que elas sejam favoráveis a nós, ensinar que não existem padrões de corpos ou beleza a serem seguidos, conhecer a si mesmo”.
A. I	17	“Mostrar que nada ali é real, pois nas redes sociais as pessoas se escondem suas imperfeições e inseguranças, não só para si, mas para terceiros. A terapia te ajuda a lidar com essas emoções e a entender melhor você e o próximo”.
B	17	“Podem ajudar esses adolescentes a utilizarem essas redes da forma correta, ajudá-los a se amarem ao ponto de não serem afetados pela estética estabelecida por essas redes”.
A. W	17	“Ajudar a conviver no mundo real, porque muitas vezes as redes sociais são pura ilusão, que te cega”.
J. I	17	“Buscar trazer aos pacientes perfis que os motivem e trabalhar a autoconsciência de si e de seus valores”.

A. C	16	“Diversas a adolescente precisa de alguém para ouvi-lo”.
E. R	16	“Podem ajudar a trabalhar melhor o autoconhecimento, para que não se comparem tanto a imagem vendida nas redes sociais”.
M. R	17	“Pode ajudá-los a entender que não devem se apegar ao que veem nas redes sociais”.
A. Y	16	“Pode ajudar a pessoa a se ver e não querer ser o reflexo de outra pessoa”.
I. P	16	“A psicologia melhoraria muito a saúde (física e mental) de quem já possui problemas assim”.
A. R	16	“Valorizar de forma positiva todos os traços que um ser humano tem, sem problematizar algo natural”.
L. D	17	“Esperança, diminuir a ansiedade, a vergonha, a depressão e muitos outros distúrbios e transtornos que podem ser tratados com a ajuda certa”.
M. S	16	“A psicologia pode ajudar mostrando a ele (a) que nem tudo que ele vê na internet é verdade”.
C. G	17	“Ajuda a se sentir melhor e se comparar menos”.

Fonte: Própria (2022).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração do presente trabalho proporcionou uma maior compreensão a respeito das percepções de adolescentes acerca da influência negativa das redes sociais na autoestima, explanados por meio de uma pesquisa de campo e da análise da coleta de dados, que se fizeram relevantes para a construção desta pesquisa.

Ao que se referem aos objetivos propostos nesta obra, consideram-se atingidos, pois tanto na teoria fundamentada com autores, quanto, na prática, construída através das percepções dos adolescentes, se alinham ao fato de que as redes sociais podem sim influenciar negativamente a autoestima dos adolescentes e promovem sentimentos negativos como frustração, insatisfação com o próprio corpo, distorções sobre a realidade e no desenvolvimento de transtornos ansiosos, depressivos e alimentares.

Na análise de dados constatou-se que 98% da amostra acredita que as redes sociais podem impactar na saúde dos adolescentes, 69% alega que a autoestima é influenciada pelas plataformas de relacionamento *online* e 47% da amostra afirmam ser negativamente. Em relação à formação dos padrões de beleza *online*, 91% acredita que eles existem e relatam serem pessoas vistas como magras e definidas, altas, brancas, loiras de olhos claros e cabelos lisos, 73% também já realizou algum comportamento por influência das redes sociais, desde compra de bens a tutorias e receitas culinárias.

Quanto aos sentimentos da amostra eles são ambíguos, 11,11% relata se sentir desanimado, enquanto 14,59% alegres em relação às redes sociais e autoestima, mas em seus relatos sobre autoimagem são sentimentos negativos que mais aparecem. Também relataram importar - se pouco com *likes*, comentário e interações, 38% e 53% afirma não se comparar, entretanto, isso pode ser devido a um uso mais passivo dos adolescentes, que mais visualizam conteúdos do que os criam ou pelo não reconhecimento das estratégias compensatórias que emitem, como apagar as publicações que não engajam.

As três redes atuais mais utilizadas pelos jovens foram o Instagram, Tiktok e o Twitter respectivamente, e ficam em conectados de 3 a 6 horas (76%), em média mais de 4 horas por dia e 77% afirmam que sempre e quase sempre os adolescentes são influenciados em seus pensamentos, sentimentos e comportamentos pelas redes sociais.

Em relação às contribuições que a psicologia pode promover aos adolescentes, foi possível perceber que se encontram pautadas não somente restritas ao ambiente da clínica, mas também em estratégias que poderiam ser realizadas em escolas e outras instituições pelos psicólogos a fim de atuar de maneira preventiva e psicoeducativa dos malefícios em que a rede social pode causar, no uso assertivo e saudável e na orientação de pais e familiares a melhorarem a conexão com os filhos.

Cabe ao profissional psicólogo auxiliar os adolescentes a reverter as distorções que podem possuir pela exposição a falsa realidade das redes, ao empoderamento das características positivas dos adolescentes, em seu autoconhecimento e autoconsciência, auxiliá-los no manejo de suas emoções, na diminuição de sintomas e de transtornos em desenvolvimento.

Portanto, o estudo obteve resultados que evidenciam uma influência negativa na autoestima dos adolescentes causada pelas redes sociais, falta de assertividade em seus usos e baixa capacidade crítica em relação à realidade virtual, bem como no uso de estratégias compensatórias a fim de redução das frustrações e negação das mesmas. É importante o papel do psicólogo e dos cuidadores no uso mais positivo das plataformas sociais *online*.

Por fim evidencia-se a importância de cada vez mais realizarem pesquisas sobre o impacto do mundo digital, pois faz parte da contemporaneidade e afeta não só adolescentes como inúmeras outras faixas etárias, ocasionando problemas não só de saúde mental, mais física desses indivíduos.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. N; EISENSTEIN, E; ESTEFENON, S. G. B. **Vivendo esse mundo digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais**. Porto Alegre: Artmed, 2013.

ACACIO, M. L. F. **Relação entre o uso problemático da internet, sintomas psicopatológicos e autoestima em jovens adultos**. Universidade de Évora, 2021.

ALMEIDA, G. G. S. et al. **As redes sociais e os adolescentes: um estudo a partir dos pressupostos da psicologia social**. Disponível em: <https://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/Psico/article/viewFile/414/415>. Acesso em: 20 de junho de 2022.

ASSIS, S. G. AVANCI, J. Q. **Labirinto de espelhos: formação da auto-estima na infância e na adolescência**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2004.

BELSKY, J. **Desenvolvimento humano: experienciando o ciclo da vida**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

BOCK, A. M. B; FURTADO, O; TEIXEIRA, M. L. T. **Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia**. 13ª edição. Editora Saraiva 2001.

BRANDEN, B. **Autoestima e os seus seis pilares**. 5 ed. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2002.

BRASIL. **Estatuto da criança e do adolescente**. Brasília: Ministério da Saúde, 2021.

CAMPOS, B. M.A. **Os efeitos negativos das redes sociais na adolescência. Dissertação de mestrado**. Universidade Beira Interior, 2021. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/11317/1/8208_17628.pdf. Acesso em: 10 de novembro de 2022.

CORDIOLI, A. V. GREVET, E. H. **Psicoterapias: abordagens atuais**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2019.

COPETTI, A. V. S. QUIROGA, C. V. **A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes**. Revista de psicologia da Imed, passo fundo, 2018. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistapsico/article/view/2664>. Acesso em: 20 de junho de 2022.

DEL CIAMPO, L. A; DEL CIAMPO, I. R. L. **Adolescência e imagem corporal. Adolescência e Saúde**, v.7, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/261795510_Antonio_Luiz_Ciampo_Del_Lopes_Ied_a_Regina_Ciampo_Del_Adolescencia_e_imagem_corporal. Acesso em: 2 de maio de 2022.

DESLANDES, S. F. GOMES, R. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Cecília de Souza Minayo (organizadora). 26. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

EISENSTEIN, E. ESTEFENON, S. G. B. **Geração digital: riscos e benefícios das novas tecnologias para as e adolescentes.** Rio de Janeiro: Vieira Lentz; 2011. Disponível em: https://bjhbs.hupe.uerj.br/WebRoot/pdf/105_pt.pdf. Acesso em: 11 de maio de 2022.

FLICK, U. **Introdução á metodologia de pesquisa: guia para iniciantes.** Porto Alegre: penso, 2013.

FORTES, L. S. Et al. **Internalização do ideal de magreza e insatisfação com a imagem corporal em meninas adolescentes.** 2013. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/12301>. Acesso em: 12 de novembro de 2022.

FREITAS, R. J. M. et al. **Percepções dos adolescentes sobre o uso das redes sociais e sua influência na saúde mental.** 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.6018/eglobal.462631>. Acesso em: 19 de junho de 2022.

FRIEDBERG, R. D. MCCLURE, J. M. HILLWING, J. **Técnicas de terapia cognitiva para crianças e adolescentes: ferramentas para aprimorar a prática.** Porto Alegre: Artmed, 2011.

GIEDD, J. N. **The Digital Revolution and Adolescent Brain Evolution.** Published in final edited form as: J Adolesc Health. 2012 August. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3432415/>. Acesso em: 16 de junho de 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Ed. São Paulo: Atlhes, 2002.

GOMES, K. NEVES, M. PEREIRA, D. **O poder dos influenciadores digitais sobre a sociedade do consumo por meio do Instagram.** 2019. Disponível em: <https://docplayer.com.br/154737739-O-poder-dos-influenciadores-digitais-sobre-a-sociedade-do-consumo-por-meio-do-instagram-1.html>. Acesso em: 16 de junho de 2022.

HOUZEL, S. H. **O cérebro em transformação.** Rio de Janeiro: Objetiva; 2005

JESUS, R. D. S. Et al. **A influência dos padrões de beleza impostos pela mídia.** SEMESP, 2016. Disponível em: <https://www.conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000022371.pdf>. Acesso em: 12 de novembro de 2022.

LAKATOS, E. M. MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica.** 5 ed. São Paulo: Atlhas 2003.

LEUNG, L. *Linking psychological attributes to addiction and improper use of the mobile phone among adolescents in Hong Kong.* J Child Media, 2008. Disponível em: <http://www.com.cuhk.edu.hk/ccpos/b5/pdf/mp6.pdf>. Acesso em: 1 de maio de 2022.

LIRA, A. G. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras,** 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/>. Acesso em: 10 de

novembro de 2022.

MAIA, T. R. E colaboradores. **O uso do Instagram como ferramenta de marketing: um estudo de caso em empresas do ramo da moda.** 2018. Disponível em: <https://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/1487>. Acesso em: 14 de maio 2022.

MATOS, M. G. et al. **Os adolescentes portugueses, a internet, e as dependências tecnológicas.** Lisboa, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/336233053_Os_Adolescentes_Portugueses_a_Internet_e_as_Dependencias_Tecnologicas. Acesso em: 12 de maio 2022.

NEUFELD, C. B. e colaboradores. **Terapia cognitivo-comportamental para adolescentes: uma perspectiva transdiagnóstica e desenvolvimental.** Porto Alegre: Artmed, 2017.

NEVES, K. S. S. M. **Da Infância à Adolescência: o uso indiscriminado das redes sociais.** Rev. Ambiente Acadêmico, 2015. Disponível em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/04/revista-ambiente-academico-edicao-2-artigo-7.pdf>. Acesso em: 10 de novembro de 2022.

OLIVEIRA, M. R. MACHADO, J. S. A. **O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo,** 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/JJ44yNWrLnvGVKknD3RPQkk/?lang=pt>. Acesso em: 12 de novembro de 2022.

RECUERO, R. C. **Comunidades virtuais em redes sociais na internet: proposta de tipologia baseada no fotolog.com.** Porto Alegre, UFRGS, 2006. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/8614/000582681.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 14 de maio de 2022.

RIBEIRO, V. M. M. **A psicologia e a prevenção das doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea.** Brasília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/10354#:~:text=Identificou%2Dse%2C%20na%20fala%20das,cl%C3%ADnico%2Fa%20no%20processo%20de>. Acesso em: 20 de junho de 2022.

RIDEOUT, V et al. **The Common Sense Census: media use by tweens and teens.** Common sense media, 2019. Disponível em: https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/census_researchreport.pdf. Acesso em: 10 de novembro de 2022.

ROCHA, M. N. BARRETO, L. K. S. SOUZA, L. A. **As mídias sociais digitais como ferramentas de comunicação e marketing na contemporaneidade.** QUIPUS, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/view/1273>. Acesso em: 14 de maio 2022.

SANTOS, MOTA, SILVA, 2021. **Projeto conecte em si: Redes sociais e influencers: uma ameaça à autoestima de jovens adultos habitantes de um universo de padrões.** Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/18987>. Acesso em: 1 mai 2022.

SHAUGHNESSY, J. J. ZECHMEISTER, E. B. ZECHMEISTER, J. S. **Metodologia de pesquisa em psicologia**. tradução: 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

SILVA, M. C. **A relação entre redes sociais e autoestima**. Revista Ibero- Americana de Humanidades, Ciências e Educação- REASE. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v7i4.976>. Acesso em: 01 mai 2022.

SOUZA, F. P. C. **A influência das redes sociais na constituição do padrão de Beleza feminino. Ceará, 2018. Disponível em:** <https://leaosampaio.edu.br/repositoriobibli/tcc/F%C3%A1tima%20Paloma%20Caetano%20de%20Souza.pdf>. Acesso em: 18 de Junho de 2022.

SOUZA, K. CUNHA, M. X. C. **Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura**. Educação, Psicologia e Interfaces, v. 3. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>. Acesso em: 18 de junho de 2022.

SPEAR, L. P. *The adolescent brain and age-related behavioral manifestations*. Neuroscience and Biobehavioral Reviews. Department of Psychology and Center for Developmental Psychobiology, Binghamton University, Binghamton, 2000. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-adolescent-brain-and-age-related-behavioral-Spear/60797b83231d26d3ef631a666f4595e45ecb79cd>. Acesso em: 11 de maio, 2022.

PAPALIA, D. E; FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento humano**. 12. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

PAPALIA, D. E. OLDS, S. W. FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento humano**.08. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

PIZA, M. V. **O fenômeno instagram: considerações sob perspectiva tecnológica**. Monografia (Graduação) – Departamento de Sociologia, Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília/DF, 2017. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf. Acesso em: 14 maio 2020

STEINBERG, L. SCOTT, E. L. *Less Guilty by Reason of Adolescence: Developmental Immaturity, Diminished Responsibility, and the Juvenile Death Penalty*. American Psychologist. Temple University University of Virginia School of Law, 2003. Disponível em: [https://faculty.weber.edu/eamsel/Classes/Child%203000/Adolescent%20Risk%20taking/Lectures/1%20-%20Intro/Steinberg%20&%20Scott%20\(2003\).pdf](https://faculty.weber.edu/eamsel/Classes/Child%203000/Adolescent%20Risk%20taking/Lectures/1%20-%20Intro/Steinberg%20&%20Scott%20(2003).pdf). Acesso em: 08 maio de 2018.

STEINBERG, L. **Risk Taking in Adolescence**. New perspectives from brain and behavioral science. *Current Direction in Psychological Science*, 2007. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.519.7099&rep=rep1&type=pdf> Acesso em: 11 de maio 2022.

TELLES, A. **A revolução das mídias sociais casos, conceitos, dicas e ferramentas - estratégias de marketing digital poderosa para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais**. São Paulo: Editora M. books, 2010.

UNGERET, R. L. S. **Cooperação sul-sul em saúde: a experiência do programa e PORTUGUÊS e da OMS.** São Paulo, 2020. Disponível em:

https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/45662/2/Tese_Regina_Lucia_Sarmiento_Ungerer_FINAL_29_09_2020.pdf. Acesso em: 11 de maio 2022.

VERAS, A. L. L. **Desenvolvimento e construção da imagem corporal na atualidade: um olhar cognitivo- comportamental.** Revista brasileira de terapias cognitivas. V6. 2010. Disponível em: DOI: 10.5935/1808-5687.20100017. Acesso em: 19 de junho de 2022.

ZENHA, L. **Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?** Caderno de Educação, 2018.

ANEXO A

SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE REALIZAÇÃO DE PESQUISA

Sinop-MT, ____ de _____ de 2022.

Eu, Bruna Monara Sona Kopsell responsável principal pelo projeto de Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Psicologia do Centro Educacional Fasipe – UNIFASIPE venho por intermédio deste, solicitar autorização da Escola ou Colégio: _____, que se encontra sob direção e/ou coordenação do (a) responsável: _____, para a realização de coleta de dados, sobre os adolescentes que frequentam o Segundo e Terceiro Ano do Ensino Médio para o trabalho de pesquisa sob o tema **Percepções de Adolescentes acerca da Influência Negativa das Redes Sociais na Autoestima**. Esta pesquisa está sendo orientada pela professora Carla Florido Bertocco. Em caso de alguma dúvida me encontro a disposição desta instituição para obtenção da autorização.

Telefone para Contato: (66) 99673-5107

E-mail: monarakopsell@gmail.com

Bruna Monara Sona Kopsell

Responsável pelo projeto

Responsável por autorizar a pesquisa no local

ANEXO B

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título: Percepções de Adolescentes acerca da Influência Negativa das Redes Sociais na Autoestima.

Pesquisador Responsável: Bruna Monara Sona Kopsell

Endereço eletrônico: monarakopsell@gmail.com

Telefone para contato: (66) 99673-5107

Prezado (a) Senhor (a)

Seu Filho (a) está sendo convidado a participar desta pesquisa a partir de sua autorização para responder a um questionário com vinte perguntas sobre: adolescência, Redes Sociais e Autoestima, de forma totalmente voluntária. Esta pesquisa possui interesse acadêmico e tem como prioridade compreender e identificar a influência das redes sociais na autoestima através da percepção de adolescentes.

Não há nenhum custo financeiro, nenhum valor será cobrado para a realização do questionário, sua colaboração neste estudo é muito importante, contribuirá para edificação dos dados coletados e finalização do conhecimento empregado nesse estudo. As informações coletadas através do questionário serão mantidas em sigilo e utilizadas exclusivamente para a realização da pesquisa, seguindo todas as normas éticas, portanto o nome do adolescente será preservado.

Ao assinar abaixo, confirmo e concordo que li as afirmações contidas neste termo de consentimento e me encontro satisfeito com as explicações, autorizando meu filho (a) a participar voluntariamente deste estudo.

Sinop-MT ____/____/____.

Assinatura do Participante de Pesquisa

Assinatura do Responsável legal do Adolescente

Bruna Monara Sona Kopsell
Assinatura do Pesquisador(a) Responsável

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE MONOGRAFIA

Chamo-me Bruna Monara Sona Kopsell, sou acadêmica do décimo semestre de Psicologia no Centro Educacional Fasipe – UNIFASIPE, localizada no Município de Sinop-MT. Este questionário se deve a uma pesquisa de campo sobre o tema **Percepções de Adolescentes acerca da Influência Negativa das Redes Sociais na Autoestima**, portanto as perguntas foram elaboradas de forma simples e de fácil compreensão e devem ser respondidas conforme o seu conhecimento, seus pensamentos e crenças, em caso de alguma dúvida me encontro a disposição.

1. Nome: _____

2. Idade:

16 Anos () 17 Anos ()

3. O que é autoestima em sua concepção?

4. Quais redes sociais você mais utiliza: Marque 3 opções

Instagram () Tiktok () Twitch ()

Facebook () Twitter () Outro ()

5. Quanto horas por dia você navega em suas redes sociais:

1 a 2 horas () 3 a 4 horas () 5 a 6 horas () Mais de 6 horas ()

6. A autoestima pode ser compreendida como a percepção que o indivíduo possui de si mesmo, esta percepção é formada a partir das experiências de vida do sujeito. Dito isso, você acredita que a sua autoestima é influenciada pelas redes sociais?

Sim () Não ()

7. Se sim, você acredita ser influenciado positivamente ou negativamente?

Positivamente () Negativamente ()

8. Por quê? _____

9. A autoestima é frequentemente associada como percepção sobre a própria imagem corporal. Qual a sua percepção sobre a sua?

10. Você acredita que as redes sociais fornecem modelos, padrões de beleza a serem seguidos?

Sim () Não ()

11. Se sim, quais características se tem no padrão de beleza feminino e masculino difundido pelas redes sociais?

12. As redes sociais são frequentemente utilizadas durante o dia a dia e a interação com elas resulta em sentimentos. Quais dos sentimentos a baixo mais se repetem durante o uso das

redes sociais sobre sua autoestima. (Marque três)

Alegria	()	Insatisfação	()	Culpa	()	Vergonha	()
Satisfação	()	Medo	()	Desanimo,	()	Frustração	()
Tristeza	()	Nojo	()	Felicidade	()	Raiva	()
Esperança	()	Compaixão	()	Confiança	()	Outro:	_____

13. Você tende a se comparar com as pessoas que segue em suas redes?

Sim () Não ()

14. É sabido que a interação social é importante para a saúde do indivíduo, com o advento da tecnologia e o surgimento das redes sociais novos padrões de interações surgiram: você se importa com visualizações, curtidas, interações em suas redes sociais.

Sim () Não ()

15. Quanto você se importa com as redes sociais, com visualizações, curtidas, interações em suas redes sociais.

Nada () Muito pouco () Pouco () Nem muito, Nem pouco () Muito ()
Extremamente ()

16. Como você reage quando não alcança o número de interações que gostaria?

17. O quanto você julga que as redes sociais influenciam os adolescentes em seus comportamentos, sentimentos e pensamentos?

Nada () Muito pouco () Pouco () Às vezes () Quase sempre () Sempre ()

18. Você já fez algo somente porque viu em uma de suas redes sociais?

Sim () Não ()

19. Cite: _____

20. As redes sociais podem impactar na saúde mental e física dos adolescentes?

Sim () Não ()

21. Caso a reposta a cima seja, sim, quais impactos ela pode gerar em sua saúde?

22. Em sua visão, quais contribuições a psicologia pode trazer aos adolescentes que utilizam as redes sociais?
