



# REDES SOCIAIS: OS POSSÍVEIS IMPACTOS NA AUTOESTIMA DE ADOLESCENTES

*Alexandre de Carvalho Lisboa<sup>1</sup> ; Marília da Mata Silva<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Acadêmico do Curso de Psicologia, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Bolsista PIBIC/ICETI-UniCesumar. alexandredclisboa@hotmail.com

<sup>2</sup>Orientadora, Docente do Curso de Psicologia, Campus Maringá-PR, na Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Mestre em Promoção da Saúde. Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Promoção da Saúde (Bolsista Docente). marilia.silva@unicesumar.edu.br

## RESUMO

A tecnologia cresce de forma exponencial, e as redes sociais trazem um sentimento de pertencimento e de identificação importantes na fase da adolescência, mas também, trazem consigo malefícios como a comparação e a insatisfação corporal, ocasionando o adoecimento mental, como por exemplo, transtornos alimentares e a incapacidade do indivíduo em avaliar seu autoconceito e autoestima (FAGUNDES *et al.*, 2020). Desta forma, a presente pesquisa tem como objetivo entender como adolescentes de 16 e 17 anos de escolas públicas e privadas da cidade de Maringá-PR são impactados com as redes sociais como o Instagram e TikTok. Essa pesquisa se constitui em um estudo qualitativo descritivo e a metodologia utilizada será a aplicação da Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) e um questionário semi estruturado para avaliar questões como tempo dedicado no aplicativo e o tipo de conteúdo acessado. Os questionários serão analisados através da Análise de Conteúdo de Bardin (2011). Os dados textuais serão tratados com o auxílio do software QSR NVivo versão 11 para Windows. Após toda a seleção realizada pelo programa, será a etapa de inferência e interpretação dos resultados, relacionando-os com as pesquisas mais recentes sobre o tema a ser estudado (BAZELEY; JACKSON, 2013).

**PALAVRAS-CHAVES:** Autoconceito; Adolescência; Promoção da Saúde.

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a tecnologia vem crescendo de forma exponencial, temos o uso do celular, laptops, computadores, aplicativos e programas para múltiplas atividades, as plataformas digitais fazem parte da vida das pessoas. Segundo Lima *et al.* (2011), os jovens estão conectados, “interligados”, interagindo virtualmente com pessoas de todo o mundo, as redes sociais são espaços na internet que permitem o compartilhamento dados e informações das mais diversas formas como textos, arquivos, fotos e vídeos, assim como o estabelecimento de grupos de pessoas por afinidade, funcionando como espaços de discussão e de apresentação de temas variados (LIMA *et al.*, 2011).

Tais plataformas digitais apresentam benefícios para a vida dos indivíduos, tanto profissional quanto pessoal, proporcionando a comunicação com aqueles que estão distantes, e a aquisição de novos conhecimentos porém, essa utilização traz consequências que são preocupantes, principalmente para as novas gerações que crescem “ligadas” a internet, as vantagens e o acesso fácil alcançado, muitas vezes é ignorado pela população sobre os possíveis riscos para a saúde mental e física, como o isolamento do indivíduo, levando à uma alienação da realidade (LEMOS, 2019). Atualmente, vincular redes sociais e autoestima se torna compreensível, pois os indivíduos avaliam a si mesmos e aos outros constantemente, em seu convívio social, essas ações são feitas nos espaços virtuais com base nas exposições na internet. Assim como, a ideia de felicidade relacionado ao corpo e a uma vida perfeita, criam armadilhas que dificultam o relacionamento e aceitação da vida e de suas emoções, bem como do próprio corpo (KOPSELL, 2022 apud SILVA, 2021).

De acordo com Nunes *et al.* (2019) a autoestima tem como conceito referência ao pensamento que o indivíduo faz acerca de si mesmo. A sua formação está ligada a uma



construção cognitiva, sendo os pensamentos que a pessoa tem sobre ela mesma. Um indivíduo com uma autoestima saudável possui confiança na capacidade de pensar e enfrentar os desafios e confiança no direito da sua felicidade, ser admirado e expressar suas necessidades e carências, ao contrário o indivíduo com baixa autoestima, onde apresentam tendência à generalização, pensamento dicotômico, filtro negativo, autculpabilização, personalização e reação emocional ou pouco racional (NUNES et al., 2019). Pinto (2022), complementa dizendo que indivíduos com baixa autoestima tendem a apresentar cognições distorcidas acerca da visão dos outros acerca de si próprio, dificuldades na regulação emocional e a sentir maior risco de relações interpessoais desvalorizadas na interação social frente a frente (PINTO, 2022).

Tais afirmativas dão sentido à visão da distorção da autoestima relacionada às redes sociais. Silva (2021) afirma que as redes sociais impactam profundamente os valores da nossa sociedade, tornando através das aparências, status e idealizando uma “vida perfeita”, sendo que isso pode se transformar em “gatilho” para o sofrimento psíquico, pois diariamente é apresentado estereótipo de beleza e estilo de vida que não é facilmente alcançado (SILVA, 2021).

No caso do Instagram e TikTok os algoritmos foram feitos para reter a atenção do usuário, proporcionando assim maior tempo gasto no aplicativo, como afirma Fagundes *et al.* (2020), as redes sociais desempenham um papel relevante na forma como os indivíduos interagem e se apresentam na atualidade, essa interação ao mundo pode impactar na formação do autoconceito e na capacidade do indivíduo de avaliar sua autoestima. As redes sociais satisfazem em parte a necessidade de ligação social, porém, o ambiente virtual pode ser fonte de sofrimento por propiciar condições de comparações com outros usuários e influenciar na forma como o indivíduo se percebe (FAGUNDES, *et al.* 2020 apud VERDUYN, *et al.* 2017).

No Brasil as redes sociais mencionadas são acessadas com uma maior frequência, de modo geral, o jornal da USP (2022), apresenta que no ano de 2021, o Brasil ficou em terceiro lugar no ranking de países que mais consumiram conteúdos nas redes sociais, o levantamento mostrou que o brasileiro gastou em média 3 horas e 42 minutos navegando nas redes sociais (USP, 2022). Desta forma, podemos pensar em como esse tempo diário impacta a vida de adolescentes brasileiros. Já com dados mais recentes, as empresas We Are Social e Meltwater (2023) afirmam que no início de 2023 no Brasil o Instagram tinha aproximadamente 113,5 milhões de usuários e o Tik Tok com mais de 82 milhões de usuários (WE ARE SOCIAL E MELTWATER, 2023).

Sobre os adolescentes brasileiros, usuários das redes sociais o Comitê gestor da internet no Brasil (2022) publicou um ranking das redes sociais em que adolescentes entre 15 a 17 anos possuem perfil, o Instagram fica em segundo lugar perdendo apenas para o Whatsapp, e o Tik Tok fica em terceiro, em outro ranking analisado, é avaliado a rede social mais utilizada, entre os adolescente de 15 a 17 anos e o Instagram lidera, logo em seguida o Tik Tok ficando em segundo lugar, diante disso, cerca de 12,3 milhões de adolescentes na idade entre 9 a 17 anos residem em domicílios com computador e internet (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2022).

Com tais dados expostos, e correlacionando sobre o processo de construção da autoestima na fase da adolescência, na visão de Uchôa (2020), nessa fase, ocorrem diversas mudanças sociais e corporais durante e após a puberdade, que podem ter forte impacto na imagem corporal do indivíduo e se acentua no final da adolescência. Uchôa (2020), promoveu uma pesquisa em Fortaleza-CE em adolescentes de escolas privadas e públicas e constatou que há discrepância nos alunos de ambas as escolas referente a insatisfação corporal e a autoestima. Em relação a tal problemática, as redes sociais podem



fragilizar a autoestima e conseqüentemente a imagem corporal desses adolescentes usuários (UCHÔA, 2020).

Espera-se a compreensão das relações humanas e a tecnologia, explorando seu impacto social futuro, visto que, tal estudo busca entender a construção da autoestima de adolescentes em relação ao uso de redes sociais, investigando a interação entre tempo, conteúdo acessado e a autoestima.

## **2 MATERIAIS E MÉTODOS**

Trata-se de uma pesquisa qualitativa e descritiva. Para Medeiros, (2012) a pesquisa qualitativa é utilizada como um processo que proporciona ao pesquisador aproximar-se do entrevistado de forma que possa conhecer o mundo simbólico e particular das experiências subjetivas, visando compreender os processos inerentes a sua realidade.

A amostra investigada consistirá em 50 adolescentes entre 16 e 17 anos que estão cursando o ensino médio em escolas públicas e privadas na cidade de Maringá – PR. Serão incluídos no estudo adolescentes que são usuários das redes sociais: Instagram e TikTok. Quanto aos instrumentos, será realizada a aplicação da Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR, 1965) tendo sua modificação cultural e brasileira no ano de 2004, e um questionário semiestruturado, na qual aborda questões referentes à utilização das redes sociais. O instrumento será utilizado considerando os objetivos da pesquisa, o qual possibilitará investigar os elementos relacionados ao uso dessas redes sociais e qual o impacto na autoestima desses adolescentes, permitirá identificar possíveis transtornos associados.

Atualmente, a pesquisa está em fase de revisão da literatura e coleta de assinaturas para o devido encaminhamento para a avaliação e aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Unicesumar. Serão solicitadas na Secretaria de Educação, as escolas que poderão participar da pesquisa, os adolescentes selecionados seus responsáveis serão contatados, informados e esclarecidos a respeito dos objetivos e procedimentos da pesquisa. Após terem consentido e assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, será realizada a aplicação da Escala (EAR) e o questionário semiestruturado nas respectivas escolas. Os questionários serão analisados através da análise de conteúdo de Bardin (2011), seguindo as etapas de análise preconizadas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. Os dados textuais serão tratados com o auxílio do software QSR NVivo versão 11 para Windows pois, este programa foi desenvolvido para organizar, analisar e encontrar informações em dados não estruturados como as entrevistas, tornando os dados válidos e significativos. Após toda a seleção realizada pelo programa, será a etapa de inferência e interpretação dos resultados, relacionando-os com as pesquisas mais recentes sobre o tema a ser estudado.

## **3 RESULTADOS ESPERADOS**

A pesquisa visa ampliar a compreensão dos efeitos psicológicos resultantes do uso de redes sociais por adolescentes, com a expectativa de contribuir para um conhecimento mais abrangente sobre os impactos psicológicos decorrentes do aumento da utilização dessas plataformas. Esse estudo é especialmente relevante para lidar com as complexas questões de saúde mental que afetam os jovens. Ao aprofundar nossa compreensão desses efeitos, podemos direcionar abordagens mais eficazes para enfrentar os desafios específicos que os adolescentes enfrentam na era digital.

## **REFERÊNCIAS**



BAZELEY, P. (2020). **Qualitative Data Analysis: Practical Strategies**. London: SAGE Publications. Acesso em: 09 abr. 2023.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET DO BRASIL (2021). **Pesquisa sobre o uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil**. Disponível em: [https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20221121120124/tic\\_kids\\_online\\_2021\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20221121120124/tic_kids_online_2021_livro_eletronico.pdf). Acesso em: 07 ago. 2023.

FAGUNDES, LS; MAROT, TA; NATIVIDADE, JC. (2020). **Uso do Instagram, Comparação Social e Personalidade como Preditores de Autoestima**. Psico-USF, Campinas: v. 25. Acesso em: 09 abr. 2023.

JACKSON, K., BAZELEY, P. (2019). **Qualitative Data Analysis with NVivo**. London: SAGE Publications. Acesso em: 09 abr. 2023.

JORNAL DA USP. (2021). **O tempo excessivo nas redes virtuais pode causar desestímulos sociais**. São Paulo. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/tempo-excessivo-nas-redes-virtuais-pode-causar-desestimulos-sociais/>. Acesso em: 09 abr. 2023.

LIMA, Nádia Laguárdia de et al. (2011) **A identificação na contemporaneidade: os adolescentes e as redes sociais**: aSEPHallus. Acesso em: 09 abr. 2023.

Uchôa, M.F.N., Uchôa, N.M., Daniele, T.M.D.C., et al. (2020). **Influence of body dissatisfaction on the self-esteem of Brazilian adolescents: A cross-sectional study**. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(10), 3536. Acesso em: 10 abr. 2023.

MEDEIROS, M. (2012) **Pesquisas de Abordagem Qualitativa**. Rev Eletr Enf. 2012;14(2):224-5. Acesso em: 09 abr. 2023.

NUNES, L; FONTE, C; ALVES, S; SANI, A; ESTRADA, R; CARIDADE, S. (2019). **Comportamento e Saúde mental**: Dicionário enciclopédico, Pactor, 227-228. Acesso em: 11 abr. 2023.

PINTO, ANA RAQUEL ALMEIDA et al.(2022). **Ansiedade, ansiedade social e autoestima em utilizadores de redes sociais**: Dissertação de Mestrado. Acesso em: 13 abr. 2023.

SILVA, M. da C. 2021. **A RELAÇÃO ENTRE REDES SOCIAIS E AUTOESTIMA**. Revista Ibero-americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 7, n. 4, p. 417–439. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/976>. Acesso em: 10 ago. 2023.

WE ARE SOCIAL E MELTWATER. (2023). **Digital 2023 Brazil**: Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 13 abr. 2023.