ReGeo
ISSN: 2177-3246

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM DO ADOLESCENTE: UMA REVISÃO DE LITERATURA[1]

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE CONSTRUCTION OF ADOLESCENTS' SELF-IMAGE: A LITERATURE REVIEW

LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AUTOIMAGEN DE LOS ADOLESCENTES: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

10.56238/revgeov16n4-007

Maria Isabella Pereira de Alencar
Acadêmica do Curso de Bacharelado em Psicologia
Instituição: Instituto de Ensino Superior do Sul do Maranhão (IESMA/Unisulma)
E-mail: alencarisabella229@gmail.com

Maria Eduarda Bonfim Oliveira
Docente do Curso de Bacharelado em Psicologia
Instituição: Instituto de Ensino Superior do Sul do Maranhão (IESMA/Unisulma)
E-mail: mmarinhobonfim@gmail.com

RESUMO
A era digital trouxe as redes sociais como uma parte significativa da vida dos jovens, proporcionando conexões rápidas e convenientes com amigos, familiares e colegas, além de criar uma sensação de comunidade virtual. No entanto, estudos evidenciam a relação entre o uso dessas plataformas e a insatisfação corporal, devido às pressões sobre a aparência transmitidas pelos meios de comunicação tradicionais e sociais, com um foco excessivo em padrões de beleza irreais. Dessa forma, o objetivo deste artigo é analisar o impacto das mídias sociais na autoimagem dos adolescentes e desenvolver estratégias de intervenção para promover melhores autoimagens nesse grupo. Foi realizada uma revisão bibliográfica, com busca em bases de dados como Scielo e Portal Periódico Capes, selecionando artigos publicados nos últimos 5 anos e disponíveis para leitura na íntegra. Os resultados destacam a profunda influência das redes sociais na autoimagem dos jovens, evidenciando a relação entre a exposição a padrões de beleza irreais e a insatisfação corporal. Por fim, o trabalho aponta para a necessidade de desenvolver estratégias de intervenção para promover uma autoimagem saudável entre os adolescentes, visando mitigar os impactos negativos da exposição nas redes sociais na saúde mental desse grupo.

Palavras-chave: Autoestima. Influência Digital. Insatisfação Corporal. Redes Sociais.

ABSTRACT
The digital age has brought social networks into a significant part of young people's lives, providing quick and convenient connections with friends, family and colleagues, as well as creating a sense of virtual community. However, studies have highlighted the relationship between the use of these

[1] Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Psicologia do Instituto de Ensino Superior do Sul do Maranhão – IESMA/Unisulma

platforms and body dissatisfaction, due to the pressures on appearance transmitted by traditional and social media, with an excessive focus on unrealistic beauty standards. Thus, the aim of this article is to analyze the impact of social media on adolescents' self-image and to develop intervention strategies to promote better self-images in this group. A literature review was carried out, searching databases such as Scielo and Portal Periódico Capes, selecting articles published in the last five years and available to read in full. The results highlight the profound influence of social networks on young people's self-image, highlighting the relationship between exposure to unrealistic beauty standards and body dissatisfaction. Finally, the study points to the need to develop intervention strategies to promote a healthy self-image among adolescents, in order to mitigate the negative impacts of exposure to social media on the mental health of this group.

Keywords: Self-esteem. Digital Influence. Body Dissatisfaction. Social Networks.

RESUMEN

La era digital ha hecho de las redes sociales una parte importante de la vida de los jóvenes, ya que proporcionan conexiones rápidas y cómodas con amigos, familiares y compañeros, además de crear un sentimiento de comunidad virtual. Sin embargo, los estudios han destacado la relación entre el uso de estas plataformas y la insatisfacción corporal, debido a las presiones sobre la apariencia transmitidas por los medios de comunicación tradicionales y sociales, con un enfoque excesivo en estándares de belleza poco realistas. El objetivo de este artículo es, por tanto, analizar el impacto de los medios sociales en la autoimagen de los adolescentes y desarrollar estrategias de intervención para promover una mejor autoimagen en este colectivo. Se realizó una revisión bibliográfica, buscando en bases de datos como Scielo y Portal Periódico Capes, seleccionando artículos publicados en los últimos cinco años y disponibles para su lectura completa. Los resultados enfatizan la profunda influencia de las redes sociales en la autoimagen de los jóvenes, destacando la relación entre la exposición a estándares de belleza poco realistas y la insatisfacción corporal. Por último, el estudio señala la necesidad de desarrollar estrategias de intervención para promover una autoimagen saludable entre los adolescentes, con el fin de mitigar los impactos negativos de la exposición a las redes sociales en la salud mental de este colectivo.

Palabras clave: Autoestima. Influencia Digital. Insatisfacción Corporal. Redes Sociales.

1 INTRODUÇÃO

A adolescência, como estágio intermediário entre a infância e a idade adulta, é uma fase crucial de desenvolvimento marcada não apenas por mudanças físicas, mas também por transformações psicológicas e sociais, um processo moldado por fatores históricos, culturais e sociais (MORAES; WEINMANN, 2020). Durante este período, os jovens estabelecem relacionamentos mais maduros, além de adquirirem valores que nortearão suas ações ao longo da vida (COLEMAN, 2022).

Essas mudanças estão intimamente ligadas à influência das mídias sociais. Este termo refere-se às diversas plataformas digitais que permitem aos usuários interagir entre si, verbal e visualmente (AICHNER et al., 2021). Como os consumidores mais ávidos de tendências, os jovens são os principais usuários das mídias sociais, utilizando-as não apenas como ferramentas de comunicação, mas também como fontes de informação e entretenimento (MOREIRA DE FREITAS et al., 2021).

Diante dessa forte interação das mídias sociais, a autoimagem dos jovens é influenciada de forma profunda e multifacetada. A preocupação com a imagem corporal é uma das questões centrais durante a adolescência, uma vez que os jovens estão reconstruindo sua identidade e buscando se encaixar nos padrões culturais idealizados (GONÇALVES, 2022).

O conceito de autoimagem corporal envolve a representação do próprio corpo conforme construído na mente do indivíduo. Muitas vezes, a imagem corporal real e a imaginada podem ser totalmente opostas, levando à autoestima negativa ou a desgosto com o próprio corpo, que pode ser causada pela comparação com padrões de beleza ideais socialmente aprovados e internalizados na mente do indivíduo (BURNASHEVA; SUH, 2021).

Assim, para os adolescentes, a sensação de pertencimento e a autoestima social desempenham papéis cruciais em sua saúde emocional e interação social. As mídias sociais surgem como uma plataforma que atende a essas necessidades, fornecendo um espaço virtual onde podem expressar-se, interagir com os outros e experimentar diferentes facetas de suas personalidades (YANG, 2023). Com isso, a maioria dos adolescentes aspira a um modelo de corpo que corresponda aos padrões de beleza divulgados pela mídia. Entretanto, isto pode levar a conflitos e comprometer a autoestima quando a imagem real não corresponde ao idealizado (DA SILVA, 2023).

Diante disso, o presente trabalho apresenta uma revisão bibliográfica sobre as mídias sociais e sua influência na autoimagem do adolescente. Com isso, conseguiu-se analisar o fenômeno e seus desdobramentos no desenvolvimento e autoestima do jovem. Por meio do aprofundamento da compreensão dessa dinâmica complexa, é possível desenvolver estratégias de intervenção para induzir melhores autoimagens entre os jovens da era digital.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Neste estudo foi realizada uma revisão bibliográfica utilizando as bases de dados Scielo, Portal Periódico Capes como principal ferramenta de busca. As palavras-chave utilizadas foram “mídia social”, “adolescente”, “psicologia” e “autoestima” e as mesmas em língua inglesa (“social media”, “teenager”, “psychology” e “self-image”).

Os artigos foram selecionados considerando os seguintes critérios: associados diretamente à temática em questão, serem publicados no período dos últimos 5 anos (2019 a 2024), sendo tanto nacionais quanto internacionais, caso fossem de acesso aberto ou disponível para leitura na íntegra. Também foram considerados livros e artigos de grandes psicólogos da área, desde que contribuíssem para a análise dos dados. A coleta de dados seguiu uma abordagem sequencial, incluindo uma leitura exploratória de todo o material selecionado, seguida por uma leitura seletiva das partes mais pertinentes aos objetivos da revisão.

Todos os artigos utilizados neste estudo foram devidamente citados, e os dados coletados foram empregados exclusivamente para fins científicos, respeitando os princípios éticos e legais relacionados à pesquisa acadêmica.

3 RESULTADOS

3.1 MÍDIAS SOCIAIS E SEUS EFEITOS NA AUTOIMAGEM DO ADOLESCENTE

Na era digital, as redes sociais passaram a ser uma parte importante da vida dos adolescentes (KOJIMA et al., 2019). Conectar os adolescentes com seus amigos, familiares e colegas de forma rápida e conveniente é uma das maiores vantagens das mídias sociais. Estas plataformas fornecem um local para partilhar interesses, vivências e sentimentos, reforçando os laços sociais e criando uma sensação de comunidade virtual (AICHNER et al., 2021).

Dessa forma, os jovens têm a oportunidade de expressar sua personalidade e criatividade através das redes sociais. Ao compartilhar publicações, fotos e vídeos, podem expressar os seus pensamentos, opiniões e habilidades a uma audiência diversificada, construindo assim uma narrativa pessoal e melhorando as suas competências em comunicação e media (IVIE et al., 2020).

Em consonância, compartilhar facilmente e receber feedback imediato podem ativar a liberação de dopamina no cérebro dos usuários, trazendo sensações de prazer e contentamento. Durante essa fase crucial de desenvolvimento, os adolescentes buscam reconhecimento e validação, tornando esse aspecto particularmente significativo para eles (YANG, 2023).

Por outro lado, embora haja vantagens na era digital, as redes sociais exercem um impacto significativo na autoimagem dos adolescentes, resultando frequentemente em comparações com padrões de beleza inatingíveis, pressão para se conformar a estereótipos e aumento da insatisfação corporal (PRIELER; CHOI; LEE, 2021).

Além disso, as mídias sociais promovem estereótipos de comportamento, personalidade e estilo de vida, além dos padrões de beleza. Os adolescentes podem sentir uma pressão para conformar-se a esses estereótipos, mudando seu comportamento e aparência para corresponder às expectativas impostas pela cultura online (DA SILVA, 2023). Isso pode prejudicar o desenvolvimento saudável da identidade e autoimagem dos adolescentes, levando à supressão da individualidade e à perda da autenticidade (SOUZA; XIMENES CARNEIRO DA CUNHA, 2019).

Adicionalmente, isso ainda pode colaborar para a perpetuação de estereótipos prejudiciais e discriminatórios, reforçando conceitos de superioridade e inferioridade fundamentados na aparência física. A exclusão de grupos que não se encaixam nos padrões convencionais de beleza pode surgir dessa situação, aumentando os problemas relacionados à discriminação e à exclusão social (KELES; MCCRAE; GREALISH, 2020).

3.2 O IMPACTO PSICOLÓGICO DA INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS

A exposição constante a padrões de corpo magro, definido e cabelos de certa maneira são geralmente irreais e podem exercer uma pressão significativa sobre os adolescentes, levando-os a buscar incessantemente a conformidade com esses ideais inatingíveis. Procurar a perfeição física pode resultar em problemas de saúde mental, incluindo baixa autoestima, distúrbios alimentares, ansiedade e depressão (BITTAR; SOARES, 2020).

Dado que o ideal de magreza e corpo escultural proposto é biologicamente impossível para muitas pessoas, a insatisfação corporal está se tornando cada vez mais comum (ABRANTE; CARBALLEIRA, 2023). A insatisfação com a sua aparência pode afetar o desenvolvimento de uma imagem distorcida e negativa do próprio corpo (MECCA CHAGAS et al., 2019). A exposição constante a perfis influentes e a queda das relações sociais estão ligadas a uma autoimagem negativa, baixa autoestima e sentimentos de inferioridade (BURNASHEVA; SUH, 2021).

Albert Bandura (1977) argumenta que a observação de modelos nas mídias sociais pode influenciar a autoimagem e a autoconfiança das pessoas, o que é conhecido como sua teoria da autoeficácia. Jean Twenge (2017), em suas pesquisas sobre a geração do smartphone, revelou que o uso intenso de mídias sociais está correlacionado com a diminuição da autoestima entre os jovens.

Vários estudos respaldam essa preocupação, evidenciando a relação entre o uso de mídias sociais e a insatisfação corporal. Por exemplo, o estudo de Ando et al. (2021) destaca que os participantes sofrem fortes pressões sobre a aparência transmitidas pelos meios de comunicação tradicionais e sociais, com um foco avassalador na extrema magreza como um dos principais temas abordados.

Bissonette Mink e Szymanski (2022) mostram que as mídias sociais têm relação com a insatisfação corporal devido às comparações ascendentes da aparência e à maior vigilância corporal,

formando um ciclo prejudicial. Outro estudo específico sobre o impacto do Instagram mostram que a exposição às imagens nessa plataforma é especialmente prejudicial à imagem corporal das mulheres (BROWN; TIGGEMANN, 2020).

Em consonância com estes problemas, os adolescentes também podem desenvolver uma relação prejudicial com a comida e uma obsessão pela perda de peso devido à exposição a imagens de corpos considerados “ideais” e às pressões para se encaixar em padrões de beleza irreais, contribuindo no desenvolvimento e manutenção de distúrbios alimentares, como anorexia e bulimia (CARDOSO et al., 2020). Do mesmo modo, as redes sociais podem criar um ambiente para propagar comportamentos alimentares prejudiciais e formar comunidades de apoio para pessoas com distúrbios alimentares, agravando assim o problema (ASSIS; GUEDINE; CARVALHO, 2020).

No livro "O Mito da Beleza", Naomi Wolf (2018) analisa como a mídia pode promover padrões de beleza inatingíveis que contribuem para uma obsessão pela busca de uma aparência física ideal. Especialistas, como Christopher Fairburn, que pesquisaram distúrbios alimentares, destacam o papel das mídias sociais na criação de uma percepção distorcida do corpo e na busca obsessiva da perfeição (FAIRBURN; SHAFRAN; COOPER, 1999).

Estudos como os de Melo et al. (2023) evidenciam o impacto das redes sociais no comportamento alimentar dos jovens, indicando uma ligação entre o uso dessas plataformas e a manifestação de distúrbios alimentares, tais como a ortorexia nervosa. Num contexto mais ampliado, Costa et al. (2019) identificaram o Instagram como a plataforma principal em termos de acessos entre 127 estudantes, especialmente em temas relacionados à estética e alimentação saudável.

Pesquisas como a de Abrante e Carballeira (2023) descobriram que pessoas com excesso de peso ou obesidade tendem a enviar menos fotos mostrando metade ou todo o corpo do que pessoas com peso normal ou abaixo. Contudo, essa diferença não é necessariamente causada pelo peso em si, mas sim pela valorização e representação de seus corpos na sociedade e nas redes sociais. A importância de reconhecer e desafiar os estereótipos prejudiciais perpetuados pelas mídias sociais é enfatizada por essas descobertas, promovendo uma cultura mais inclusiva e diversificada.

Além disso, a saúde física e a qualidade do sono dos adolescentes também podem ser negativamente afetadas pelo uso excessivo das redes sociais (KOJIMA et al., 2019). Ficar acordado até tarde rolando o feed de notícias ou interagindo com amigos online pode causar distúrbios do sono e fadiga durante o dia. Além do que o tempo dedicado às telas pode substituir a prática de atividades físicas e interações sociais presenciais, promovendo um estilo de vida sedentário e isolamento social (SOUZA; XIMENES CARNEIRO DA CUNHA, 2019).

Pesquisas, como a conduzida por Kojima et al. (2019), apontam que jovens viciados em internet, incluindo aqueles viciados em redes sociais, têm menor propensão a praticar exercícios físicos e atividades físicas, além de dormirem menos horas. O aumento dos sintomas de depressão está ligado

a esses fatores, destacando como o uso excessivo das redes sociais impacta na saúde mental e física dos adolescentes.

Além disso, Bhargava e Velasquez (2021) sustentam que o vício em redes sociais deve ser encarado como um sério problema ético devido à sua influência prejudicial sobre o bem-estar dos adolescentes. Błachnio e Przepiorka (2019) reforçam essas preocupações ao mostrar que o vício em redes sociais está ligado ao isolamento social e à solidão, prejudicando as relações interpessoais e a saúde emocional dos jovens.

Adicionalmente, a constante necessidade de aprovação nas mídias sociais revela o desejo de validação externa para reforçar a autoestima e a identidade pessoal (OLIVEIRA; MACHADO, 2021). Segundo Abraham Maslow e outros psicólogos, a necessidade de reconhecimento e aceitação está incluída na hierarquia das necessidades humanas. Se os adolescentes não recebem essa validação, podem sentir-se inadequados e rejeitados. A busca constante por aprovação pode resultar em um ciclo vicioso, levando a altos índices de depressão e ansiedade entre os adolescentes (MASLOW, 1943; ROGERS, 1974; VYGOTSKY, 1984).

3.3 CYBERBULLYING

O cyberbullying, ou bullying virtual, é outra preocupação que afeta a autoimagem do adolescente, além da constante comparação e necessidade de aprovação nas redes sociais. O uso da tecnologia para intimidar, assediar, humilhar ou difamar outras pessoas é conhecido como cyberbullying (BOZZA; VINHA, 2023).

Esta prática causa profundos impactos na saúde mental e bem-estar emocional dos jovens, especialmente em relação à sua autoimagem (ALBUQUERQUE; FRAGELLI, 2023). Henri Tajfel e John Turner propuseram a teoria da identidade social, que ressalta a importância de pertencer a grupos sociais na formação da identidade pessoal. Expor os adolescentes a comentários depreciativos e ataques compromete o sentimento de pertencimento, levando-os a questionar sua própria valia e aceitação social (GOMES, 2019).

Dessa forma, os sentimentos de solidão e isolamento entre os adolescentes podem ser amplificados pelo cyberbullying. A exposição a mensagens cruéis e humilhantes em plataformas de mídia social pode levar os jovens a se sentirem excluídos e distantes dos seus amigos (ALBUQUERQUE; FRAGELLI, 2023). John Bowlby (1982) propôs a teoria do apego, que sugere que os relacionamentos interpessoais têm um papel crucial no desenvolvimento emocional e psicológico das pessoas. O cyberbullying prejudica esses relacionamentos ao minar a confiança e a segurança emocional dos adolescentes, afetando sua autoimagem e bem-estar diretamente (BOZZA; VINHA, 2023).

Ademais, o cyberbullying não apenas tem efeitos imediatos, mas também pode afetar a saúde mental dos adolescentes por um longo período. Os jovens têm altos níveis de ansiedade, depressão e até mesmo pensamentos suicidas quando são expostos por muito tempo ao bullying virtual (SALES; COSTA; GAI, 2021).

Lazarus e Folkman (1984) propuseram a teoria do estresse, que sugere que a resposta ao estresse é influenciada pela avaliação cognitiva que fazemos da situação. No que diz respeito ao cyberbullying, os jovens podem ver os ataques como uma ameaça à sua identidade e bem-estar emocional, levando a reações emocionais negativas que têm impacto na forma como se veem e como se sentem (BOZZA; VINHA, 2023).

4 DISCUSSÃO

É essencial para o bem-estar emocional e o desenvolvimento positivo dos adolescentes que se construa uma autoimagem saudável (COLEMAN, 2022). Entretanto, a constante interação dos adolescentes com as redes sociais pode igualmente ter impactos negativos significativos na sua percepção de si e dos outros (IVIE et al., 2020).

As mídias sociais frequentemente impõem padrões de beleza que promovem uma visão distorcida do que é ser bonito ou socialmente aceito. No entanto, faz com que o adolescente se compare de maneira prejudicial e sinta inadequado (DA SILVA, 2023). Frente aos desafios trazidos pelas mídias sociais e seu impacto na autoestima, é fundamental implementar táticas que incentivem uma imagem positiva de si.

Ações como desconectar-se regularmente das mídias sociais são uma forma importante de promover uma autoimagem saudável (DINIZ, 2023). Os adolescentes têm a oportunidade de se reconectar consigo mesmos, longe das pressões e comparações constantes. Adicionalmente, desconectar-se das mídias sociais diminui a exposição a imagens idealizadas e estereotipadas, auxiliando os jovens a ter uma percepção mais realista de si e de suas vidas.

Os adolescentes precisam aprender a valorizar outras qualidades além da aparência física. Promover atividades e interesses que não estão ligados à imagem externa, como habilidades artísticas, acadêmicas ou esportivas, pode alcançar isso (SOUZA; RIBEIRO, 2022). Estimular a expressão criativa, o desenvolvimento de habilidades sociais e a prática da gratidão pelo que se consegue realizar também ajuda a promover uma autoimagem mais equilibrada e positiva.

Além disso, para promover uma autoimagem saudável, é fundamental buscar apoio emocional e construir relacionamentos na realidade. Contar com amigos, familiares e mentores que valorizam e respeitam os jovens pelo que são, sem se importar com sua aparência ou popularidade nas redes sociais, pode fortalecer a autoestima e identidade (SOUZA; RIBEIRO, 2022). Por sua vez, o contato presencial

oferece oportunidades concretas para conexão e validação emocional, auxiliando os jovens a construir relacionamentos significativos e satisfatórios.

Além disso, os adolescentes podem ser ajudados pelos psicólogos a desenvolver uma visão positiva de si, promovendo assim a autoaceitação e a valorização pessoal. Carl Rogers, famoso por sua abordagem centrada na pessoa, deu ênfase à importância do autoconceito positivo para a saúde mental (ROGERS, 1974). Os adolescentes podem ser assistidos pelos psicólogos com técnicas terapêuticas, tais como a terapia cognitivo-comportamental (TCC) e a terapia de aceitação e compromisso (ACT), para reconhecerem e desafiarem pensamentos negativos sobre si, promovendo autoaceitação e valor.

Na sua teoria do desenvolvimento cognitivo, Jean Piaget enfatizou a importância do diálogo e da interação social para o desenvolvimento saudável dos jovens (BOVET, 1976). Os adolescentes podem discutir suas experiências nas mídias sociais em espaços terapêuticos seguros oferecidos pelos psicólogos, auxiliando-os a desenvolver uma compreensão crítica e consciente dos impactos dessas plataformas em sua autoimagem e bem-estar emocional.

Albert Ellis, o criador da terapia racional emotiva e comportamental (TREC), destacou a importância de reconhecer e questionar crenças irracionais que causam sofrimento emocional (ELLIS; DRYDEN, 1997). Os psicólogos podem auxiliar os jovens na aquisição de habilidades para questionar e avaliar criticamente as mensagens e imagens das redes sociais, além de promover estratégias eficazes para lidar com o estresse e a pressão social.

5 CONCLUSÃO

A influência das redes sociais na construção da autoimagem dos jovens é inegável e variada. Durante esta série de análises, é evidente que as plataformas digitais desempenham um papel significativo na vida dos jovens, proporcionando benefícios como conexões sociais, expressão da personalidade e feedback imediato. No entanto, também é claro que as redes sociais podem exercer um impacto negativo na autoimagem dos adolescentes, levando a comparações com padrões de beleza irreais e contribuindo para a insatisfação corporal e desencadeando distúrbios alimentares, depressão e ansiedade entre os jovens.

Diante desse cenário, é crucial desenvolver estratégias de intervenção para promover uma autoimagem saudável entre os jovens da era digital. Essas estratégias podem incluir a promoção de uma relação mais consciente e equilibrada com as redes sociais, o incentivo à diversidade e aceitação de diferentes tipos de corpos, a educação sobre a manipulação de imagens nas mídias sociais e o fortalecimento da autoestima e resiliência dos adolescentes.

Os psicólogos têm um papel crucial na formação da autoimagem dos adolescentes, ao oferecer suporte terapêutico, promover a autoaceitação e ensinar habilidades de enfrentamento saudáveis. Ao estabelecer ambientes seguros para os jovens explorarem suas vivências nas redes sociais e

desenvolverem uma compreensão crítica das influências externas, os psicólogos auxiliam os adolescentes a fortalecer sua autoimagem de forma positiva e resiliente.

Com o apoio e a orientação psicológica, a conscientização sobre os impactos das mídias sociais pode auxiliar os adolescentes a lidar com os desafios da era digital de maneira mais saudável e fortalecida. Promovendo uma cultura de aceitação, valorização pessoal e autoconfiança, os jovens podem ser capacitados para navegar pelas complexidades das mídias sociais enquanto cultivam uma autoimagem forte e positiva que os acompanhará ao longo de suas vidas.

Em suma, a compreensão dos impactos das mídias sociais na autoimagem dos adolescentes é essencial para mitigar os efeitos negativos e promover um ambiente online mais saudável e positivo para o desenvolvimento dos jovens. Ao adotar abordagens proativas e empáticas, é possível contribuir para o bem-estar emocional e a autoaceitação dos adolescentes na era digital.

REFERÊNCIAS

ABRANTE, D.; CARBALLEIRA, M. Self-exposure on instagram and bmi: Relations with body image among both genders. Europe's Journal of Psychology, v. 19, n. 2, p. 180–191, 31 maio 2023.

AICHNER, T. et al. Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, v. 24, n. 4, p. 215–222, 1 abr. 2021.

ALBUQUERQUE, P. P. DE; FRAGELLI, R. M. Impactos do Bullying na Autoestima e Autoimagem. Revista Psicologia e Saúde, p. 57–69, 23 mar. 2023.

ANDO, K. et al. Beauty ideals, social media, and body positivity: A qualitative investigation of influences on body image among young women in Japan. Body Image, v. 38, p. 358–369, set. 2021.

ASSIS, L. C. DE; GUEDINE, C. R. DE C.; CARVALHO, P. H. B. DE. Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 69, n. 4, p. 220–227, dez. 2020.

BANDURA, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. Psychological Review, v. 84, n. 2, p. 191–215, 1977.

BHARGAVA, V. R.; VELASQUEZ, M. Ethics of the Attention Economy: The Problem of Social Media Addiction. Business Ethics Quarterly, v. 31, n. 3, p. 321–359, 6 jul. 2021.

BISSONETTE MINK, D.; SZYMANSKI, D. M. TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations. Body Image, v. 43, p. 205–216, dez. 2022.

BITTAR, C.; SOARES, A. Mídia e comportamento alimentar na adolescência. Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional, v. 28, n. 1, p. 291–308, 2020.
BŁACHNIO, A.; PRZEPIORKA, A. Be Aware! If You Start Using Facebook Problematically You Will Feel Lonely: Phubbing, Loneliness, Self-esteem, and Facebook Intrusion. A Cross-Sectional Study. Social Science Computer Review, v. 37, n. 2, p. 270–278, 1 abr. 2019.

BOVET, M. Piaget's Theory of Cognitive Development and Individual Differences. Em: Piaget and His School. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 1976. p. 269–279.

BOWLBY, J. Formação e rompimento dos laços afetivos. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

BOZZA, T. C. L.; VINHA, T. P. Cyberbullying, cyber agressão e riscos on-line. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, p. e023059, 5 set. 2023.

BROWN, Z.; TIGGEMANN, M. A picture is worth a thousand words: The effect of viewing celebrity Instagram images with disclaimer and body positive captions on women's body image. Body Image, v. 33, p. 190–198, jun. 2020.

BURNASHEVA, R.; SUH, Y. G. The influence of social media usage, self-image congruity and self-esteem on conspicuous online consumption among millennials. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, v. 33, n. 5, p. 1255–1269, 20 abr. 2021.

CARDOSO, L. et al. Insatisfação com a imagem corporal e fatores associados em estudantes universitários. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 69, n. 3, p. 156–164, jul. 2020.

COLEMAN, J. C. Relationships in Adolescence. London: Routledge, 2022.

COSTA, M. L. et al. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. Brazilian Journal of Health Review, v. 2, n. 6, p. 5898–5914, 2019.

DA SILVA, I. G. Publicidade e beleza: O papel de influencers digitais na idealização de estereótipos e estigmas corporais. Revista FOCO, v. 16, n. 6, p. e2230, 12 jun. 2023.

DINIZ, G. C. O impacto das mídias sociais na saúde mental: Desafios e perspectivas. Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v. 9, n. 1, p. 1–15, 2023.

ELLIS, A.; DRYDEN, W. The Practice of Rational Emotive Behavior Therapy. 2. ed. New York: Springer Publishing, 1997.

FAIRBURN, C. G.; SHAFRAN, R.; COOPER, Z. A cognitive behavioural theory of anorexia nervosa. Behaviour Research and Therapy, v. 37, n. 1, p. 1–13, jan. 1999.

GOMES, J. DE S. Identidade social de pessoas com condições raras e ausência de diagnóstico: contribuições a partir de Hall, Honneth e Jutel. Ciência & Saúde Coletiva, v. 24, n. 10, p. 3701–3708, out. 2019.

GONÇALVES, L. R. A influência de redes sociais no comportamento alimentar e auto-imagem de adolescentes. Trabalho de conclusão de Curso—Santos: Universidade Federal de São Paulo, 28 jan. 2022.

IVIE, E. J. et al. A meta-analysis of the association between adolescent social media use and depressive symptoms. Journal of Affective Disorders, v. 275, p. 165–174, out. 2020.

KELES, B.; MCCRAE, N.; GREALISH, A. A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. International Journal of Adolescence and Youth, v. 25, n. 1, p. 79–93, 31 dez. 2020.

KOJIMA, R. et al. Problematic Internet use and its associations with health-related symptoms and lifestyle habits among rural Japanese adolescents. Psychiatry and Clinical Neurosciences, v. 73, n. 1, p. 20–26, 4 jan. 2019.

LAZARUS, R. S.; FOLKMAN, S. Stress, appraisal, and coping. New York: Springer publishing company, 1984.

MASLOW, A. H. A theory of human motivation. Psychological Review, v. 50, n. 4, p. 370–396, jul. 1943.

MECCA CHAGAS, L. et al. Percepção da Imagem Corporal e Estado Nutricional de Adolescentes. Revista de Psicologia da IMED, v. 11, n. 2, p. 69, 30 jul. 2019.

MELO, K. J. A. DE et al. Influência da adesão de dietas restritivas e pressão estética no comportamento alimentar de estudantes universitários: uma revisão da literatura. Revista COOPEX, v. 14, n. 4, p. 2856–2872, 2023.

MORAES, B. R. DE; WEINMANN, A. D. O. Notas sobre a história da adolescência. Estilos da Clinica, v. 25, n. 2, p. 280–296, 29 ago. 2020.

MOREIRA DE FREITAS, R. J. et al. Percepções dos adolescentes sobre o uso das redes sociais e sua influência na saúde mental. Enfermería Global, v. 20, n. 4, p. 324–364, 8 out. 2021.

OLIVEIRA, M. R. DE; MACHADO, J. S. DE A. O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo. Ciência & Saúde Coletiva, v. 26, n. 7, p. 2663–2672, jul. 2021.

PRIELER, M.; CHOI, J.; LEE, H. E. The Relationships among Self-Worth Contingency on Others' Approval, Appearance Comparisons on Facebook, and Adolescent Girls' Body Esteem: A Cross-Cultural Study. International Journal of Environmental Research and Public Health, v. 18, n. 3, p. 901, 21 jan. 2021.

ROGERS, C. R. A terapia centrada no paciente. Santos: Martins Fontes, 1974.

SALES, S. S.; COSTA, T. M. DA; GAI, M. J. P. Adolescentes na Era Digital: Impactos na Saúde Mental. Research, Society and Development, v. 10, n. 9, p. e15110917800, 23 jul. 2021.

SOUZA, E. R. DE; RIBEIRO, J. M. A. Mídias sociais: A influência das redes sociais na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino. Research, Society and Development, v. 11, n. 8, p. e13311830459, 12 jun. 2022.

SOUZA, K.; XIMENES CARNEIRO DA CUNHA, M. Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. Revista Educação, Psicologia e Interfaces, v. 3, n. 3, p. 204–2017, 26 dez. 2019.

TWENGE, J. Has the Smartphone Destroyed a Generation? The Atlantic, v. 320, n. 2, p. 58–65, set. 2017.

VYGOTSKY, L. A formação social da mente. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

WOLF, N. O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Edição do Kindle ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

YANG, Y. Reasons for Teenagers' Habitual Use of Social Media: A Case Study of TikTok. SHS Web of Conferences, v. 155, p. 02006, 12 jan. 2023.