

O IMPACTO DO *TIKTOK* NA AUTOESTIMA DOS JOVENS ADULTOS: UMA ANÁLISE QUALITATIVA

Cinzia Rafaela Martins Moreira¹

Myllena Haddad Araujo Patzlaff²

Juliana Batista Fitaroni³

RESUMO

Este estudo investiga o impacto do *TikTok* na autoestima de jovens adultas, utilizando uma abordagem qualitativa e exploratória. Foram analisados vídeos públicos de sete mulheres, com idades entre 21 e 29 anos, aplicando-se a Análise de Conteúdo de Bardin (2011). Os resultados indicam que o uso da plataforma amplifica comparações sociais desfavoráveis, gerando sentimentos de inadequação, ansiedade e insatisfação com a aparência. Apesar desses efeitos negativos, práticas como autoconhecimento e reflexão crítica demonstraram potencial para mitigar os impactos emocionais adversos. O estudo conclui que o *TikTok* desempenha um papel relevante na formação da autoimagem das participantes e recomenda futuras pesquisas com abordagens quantitativas e amostras mais diversificadas para ampliar a compreensão dos efeitos das redes sociais na autoestima.

Palavras-chave: Autoestima; Psicologia; Tik Tok; Redes sociais.

ABSTRACT

This study investigates the impact of TikTok on the self-esteem of young adult women through a qualitative and exploratory approach. Public videos of seven women aged 21 to 29 were analyzed using Bardin's Content Analysis (2011). The findings reveal that the platform exacerbates unfavorable social comparisons, leading to feelings of inadequacy, anxiety, and dissatisfaction with appearance. Despite these negative effects, practices such as self-awareness and critical reflection have shown potential to mitigate emotional harm. The study concludes that TikTok plays a significant role in shaping participants' self-image and suggests future research with quantitative approaches and more diverse samples to deepen the understanding of social media's effects on self-esteem.

Keywords: Self-esteem; Psychology; TikTok; Social media.

1 INTRODUÇÃO

A autoestima é construída a partir dos pensamentos e sentimentos que o indivíduo nutre sobre si mesmo. Nesse sentido, fatores, como autoaceitação, autoimagem e a influência social exercem impacto direto sobre a autoestima. Outro fator importante que deve ser considerado, e que pode afetar negativamente a saúde mental, é o uso indiscriminado das

¹ Acadêmica de Psicologia da Universidade de Várzea Grande - UNIVAG

² Acadêmica de Psicologia da Universidade de Várzea Grande - UNIVAG

³ Docente do curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande - UNIVAG

redes sociais (Aguiar; Ferreira, 2022). Assim, torna-se evidente a relevância do autoconhecimento e da reflexão acerca das consequências do uso dessas plataformas. É fundamental regular o uso das redes sociais para evitar danos à saúde emocional (Santos; Rodrigues, 2023).

Nesse contexto, as redes sociais se tornaram parte integrante do cotidiano, expandindo-se continuamente e ocupando um espaço cada vez maior na vida das pessoas. Como resultado, o tempo dedicado aos dispositivos digitais tem aumentado de forma quase imperceptível, ocasionando um distanciamento da realidade. Essa exposição prolongada pode acarretar prejuízos à saúde mental, além de gerar questionamentos sobre o estilo de vida e a imagem corporal, frequentemente influenciados pelas mídias sociais (Santos; Rodrigues, 2023).

Uma autoestima sólida exige harmonia entre a identidade pessoal e a percepção que a sociedade tem dos indivíduos. Comportamentos prejudiciais à autoestima incluem a troca de ideais, atitudes e valores para se adequar a um determinado grupo social. Nessa dinâmica, o indivíduo pode sentir a necessidade de provar seu valor, perdendo sua autenticidade no processo. Para manter uma visão equilibrada de si mesmo, é necessária a autoaceitação, que implica no reconhecimento tanto de defeitos quanto de qualidades (Branden, 2009).

Jovens adultos com baixa autoestima tendem a ser mais inseguros e, por não saberem quem realmente são, apresentam maior propensão a desistir diante das dificuldades. Esse comportamento gera um ciclo vicioso, em que as expectativas de fracasso levam ao fracasso real, diminuindo ainda mais a autoimagem e a autoestima (Botelho, 2006; Weinberg; Gould, 2001).

No processo de construção da autoestima, a comparação social exerce influência notável, permitindo ao indivíduo identificar-se ou distanciar-se dos outros à sua volta (Abdel-Khalek, 2016). Com o advento das plataformas sociais como meio de exposição e comunicação, fica evidente seu papel como veículo de comparação social, influenciando diretamente a autoestima dos usuários (Caminaço, 2022).

A autoestima está diretamente relacionada à autoaceitação ou à rejeição de si, influenciando a confiança, os relacionamentos interpessoais e a saúde. A autoimagem, definida pela forma como a pessoa se percebe, é influenciada pelo ambiente e reflete-se em seus sentimentos, podendo impactar tanto a autoestima quanto seus comportamentos (Floriani; Silva; Braggio, 2014). Atualmente, jovens adultos e adolescentes vivenciam

experiências diversas com as redes sociais, sendo plataformas visuais como *Instagram*, *Snapchat*, *Tumblr*, *TikTok* e *Facebook* especialmente populares entre esse público (Anderson; Jiang, 2018).

Esses jovens são frequentemente expostos a imagens altamente editadas de colegas, celebridades e “influenciadores”, que incluem corpos magros e tonificados, além de promoverem exercícios e alimentação saudável. Essa exposição, por vezes, envolve imagens sugestivas de corpos ultrafinos, incentivando a perda de peso (Tiggemann; Zaccardo, 2018; Ghaznavi; Taylor, 2015). Com a transição da adolescência para a fase adulta, ocorrem mudanças emocionais, psicológicas e somáticas, que resultam em maior preocupação com a aparência. Isso pode aumentar o risco de insatisfação corporal e a busca por padrões estéticos impostos pela sociedade, muitas vezes de forma inadequada (Fernandes, 2007).

Atualmente, é evidente que as redes sociais exercem uma influência sutil, mas significativa, na autoestima, destacando a relevância dos padrões de beleza, o que molda a maneira como jovens adultos se percebem e se alimentam. Essa influência pode desencadear riscos sérios para a saúde mental e física, como transtornos alimentares (Ribeiro, 2016). Embora alguém possa alcançar sucesso em várias áreas da vida, ser admirado e possuir bens materiais, isso não garante uma autoestima saudável. É crucial compreender que a autoestima é um aspecto interno, formado pelos pensamentos e sentimentos que cultivamos em relação a nós mesmos (Branden, 2009).

Conforme destacado por Campos (2019), o impacto das redes sociais na saúde mental dos usuários advém, em grande parte, da influência que esse meio digital exerce sobre suas rotinas diárias, comportamentos e identidades. Os usuários, frequentemente, sentem-se pressionados a se assemelhar às personas idealizadas apresentadas nas redes sociais, o que pode gerar uma pressão para manter uma presença on-line constante e visível.

A escolha do *TikTok* como objeto de estudo foi feita considerando seu crescimento exponencial e sua capacidade de engajamento, especialmente entre jovens adultos, que compõem a maior parte de seus usuários. Diferentemente de outras plataformas como *Instagram* ou *Facebook*, o *TikTok* se destaca por seu formato dinâmico de vídeos curtos e viralização rápida de conteúdo, o que exerce uma influência singular sobre a autoestima e autopercepção dos usuários.

Diante desse cenário, o presente artigo tem como objetivo compreender e investigar como a rede social *TikTok* afeta a saúde mental e a autoestima dos jovens adultos. Serão

analisados os impactos psicológicos das interações nas redes sociais na autoestima desses indivíduos, além de avaliar a percepção dos jovens adultos sobre sua própria autoimagem e autoestima em relação às comparações sociais promovidas pelas redes sociais, com foco em jovens na faixa etária de 21 a 29 anos.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa teve como objetivo analisar detalhadamente os impactos das mídias sociais na autoestima de jovens adultos, por meio de um estudo exploratório fundamentado em uma revisão teórica. Buscou-se compreender como as mídias sociais influenciam a autoestima, considerando o uso disseminado dessas plataformas pelo público-alvo. O propósito principal deste estudo foi gerar insights e novas ideias, proporcionando familiaridade com o fenômeno estudado e formulando possíveis hipóteses. O planejamento da pesquisa foi flexível, permitindo a consideração de diferentes aspectos relacionados ao fenômeno em análise (Gil, 2002, p. 41).

A plataforma *TikTok* foi escolhida como principal fonte de coleta de dados devido à sua popularidade entre jovens adultos e ao formato dinâmico de vídeos curtos, o que facilita uma análise rápida e objetiva dos conteúdos. A escolha do *TikTok* se justifica pelo fato de a plataforma oferecer um ambiente propício para observar interações e experiências pessoais ligadas à autoestima, além de permitir uma ampla exposição de conteúdos que refletem as comparações sociais frequentemente observadas nas redes sociais. A plataforma foi selecionada em detrimento de outras redes devido à sua alta adoção entre o público-alvo, que consome ativamente conteúdos relacionados à autoimagem e à vida pessoal.

A amostra foi intencional, com vídeos selecionados com base em critérios específicos que permitissem uma análise qualitativa. Como resultado, os achados não são generalizáveis para todas as usuárias de mídias sociais, mas fornecem *insights* sobre o grupo estudado. A coleta de dados foi realizada no mês de maio de 2024, garantindo a atualidade das informações obtidas. Foram selecionados vídeos de jovens adultos com idades entre 21 e 29 anos, faixa etária escolhida por representar uma fase de transição da vida, em que questões relacionadas à identidade, carreira e relações sociais são amplamente discutidas (Schoen-Ferreira *et al.*, 2003). O critério de inclusão considerou vídeos que continham relatos pessoais sobre o impacto das redes sociais na autoestima e na autoimagem, especialmente no contexto das comparações sociais promovidas pelas mídias.

Os vídeos selecionados tinham a duração máxima de até seis minutos, garantindo que o conteúdo fosse suficientemente denso para uma análise detalhada, mas não excessivamente longo, o que poderia dificultar a transcrição e interpretação dos dados. Durante a coleta, foram excluídos vídeos que se limitavam a explicações teóricas ou acadêmicas sobre o tema, sem incluir relatos pessoais, a fim de manter o foco nas experiências individuais. Também foram descartados vídeos de participantes do sexo masculino e aqueles que não atendiam ao critério de duração de até seis minutos.

Para assegurar a validade da coleta de dados, foram utilizados os termos de pesquisa “autoestima” e “rede social relatos”, de modo a identificar vídeos relevantes que apresentassem experiências pessoais sobre o impacto das redes sociais. No total, foram analisados os 20 primeiros vídeos resultantes da busca, dos quais 6 atenderam aos critérios de inclusão, representando uma amostra intencional que contemplava diferentes perspectivas de jovens adultos entre 21 e 29 anos. A pesquisa teve caráter exploratório, embasada em uma revisão teórica preliminar que orientou a formulação de hipóteses e o desenvolvimento de categorias de análise (ver Figura 1).

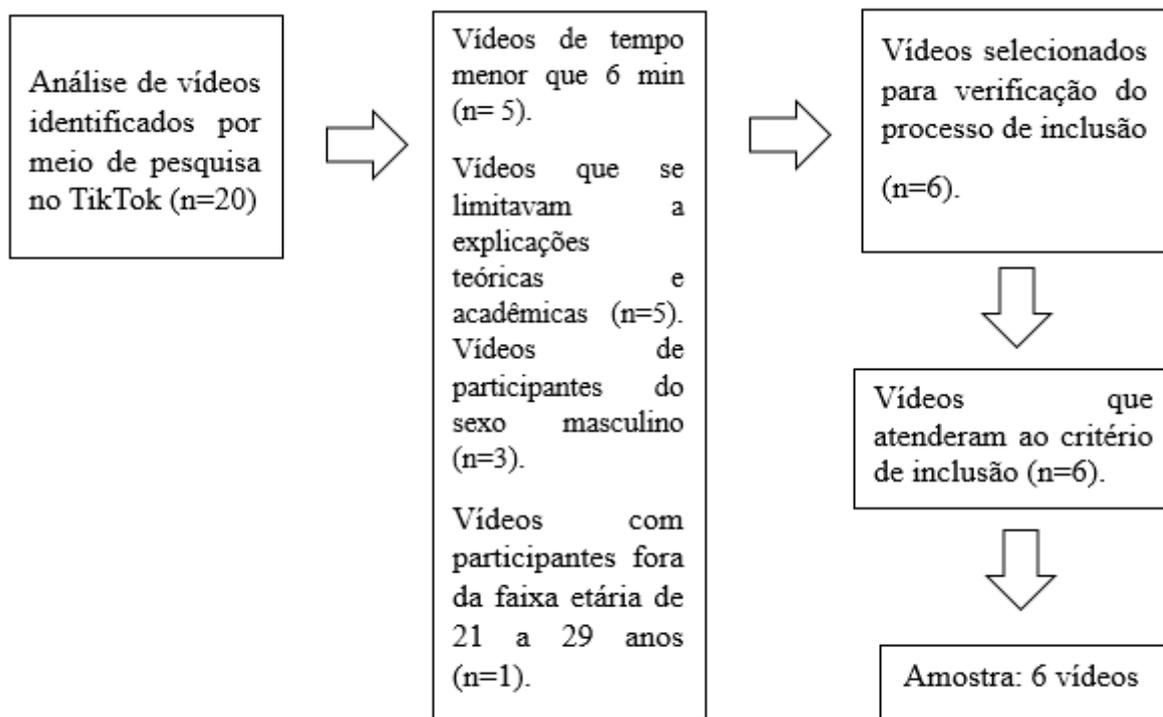


Figura 1. Fluxograma da seleção de vídeos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão.

O artigo adota uma metodologia qualitativa de natureza exploratória, fundamentada na Análise de Conteúdo de Bardin (2011), com o objetivo de interpretar os impactos das redes sociais na autoestima de jovens adultas. A coleta de dados foi realizada por meio da análise de vídeos públicos publicados no *TikTok*, selecionados de forma intencional com base em critérios específicos, como relatos pessoais sobre autoestima e comparações sociais. Embora os resultados não sejam generalizáveis devido ao caráter qualitativo e à amostra restrita, a pesquisa proporciona *insights* relevantes sobre a influência das mídias digitais na autoimagem e no bem-estar psicológico, contribuindo para uma compreensão inicial do fenômeno e sugerindo possibilidades para estudos futuros.

Os vídeos selecionados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo qualitativa (Bardin, 2010), na qual as falas das participantes foram codificadas em categorias temáticas. O processo de análise de conteúdo envolveu três etapas principais: (1) Pré-análise: seleção dos documentos que serviram de base para a formulação de hipóteses e objetivos, com a identificação de indicadores que orientariam a interpretação; (2) Exploração do material: etapa em que o material selecionado foi analisado de acordo com os critérios previamente definidos; e (3) Tratamento dos resultados: transformação dos dados coletados em informações claras e relevantes para a análise, atribuindo significado aos resultados obtidos e fazendo inferências relacionadas aos objetivos da pesquisa e a novas descobertas potenciais (Bardin, 2010). Na análise, foram investigadas menções à autoestima, comparações sociais e impactos emocionais associados ao uso das redes sociais, o que permitiu identificar padrões e insights sobre a influência das mídias sociais na autopercepção das participantes.

Quanto aos cuidados éticos, garantiu-se a confidencialidade das autoras dos vídeos analisados, sem a divulgação dos perfis selecionados. Todo o material utilizado foi mantido anônimo, respeitando a privacidade das participantes e assegurando a condução de uma pesquisa ética e responsável, em conformidade com as recomendações para estudos que envolvem dados de domínio público. Embora os vídeos analisados fossem de domínio público, optou-se por preservar o anonimato dos autores para evitar possíveis efeitos adversos, como a exposição pública indesejada. No que se refere aos cuidados éticos que devem ser tomados em todas as pesquisas, por não terem sido obtidas autorizações pelos autores das publicações, não haverá divulgação dos perfis selecionados.

A publicação de dados ou opiniões em um sistema aberto ou semipúblico implica que estes podem ser trabalhados e divulgados pelos pesquisadores, sem a necessidade de

autorização das pessoas que os originaram ou daquelas às quais as publicações dizem respeito, perspectiva que vem sendo comumente adotada no Brasil (Bouso *et al.*, 2014). Assim, o trabalho foi realizado em conformidade com as normas exigidas para a publicação de trabalhos dessa natureza.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da metodologia adotada, utilizou-se a Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011) para a interpretação dos dados obtidos. Esse método permitiu uma exploração detalhada dos relatos das participantes, identificando padrões e temas recorrentes relacionados à influência das redes sociais na autoestima. Como resultado dessa análise, emergiram categorias temáticas que foram organizadas e detalhadas nos subitens que seguem nesta seção. Cada uma dessas categorias reflete aspectos essenciais das percepções das participantes, abordando as complexas relações entre o uso das redes sociais e os impactos na autoimagem, autoestima e saúde mental.

3.1 Caracterização das Participantes

Foram analisadas as publicações de sete mulheres, na faixa etária de 21 a 29 anos, que utilizaram as redes sociais para compartilhar suas reflexões sobre a autoestima e a influência dessas plataformas em suas vidas. Considerando as informações publicadas como confiáveis, optou-se por utilizá-las como base para o estudo, embora não seja possível verificar a veracidade dos relatos.

3.2 Autoestima das Participantes

Em seus relatos, as participantes expressaram suas visões sobre o conceito de autoestima e as dificuldades enfrentadas por ela, especialmente devido às críticas provenientes das mídias sociais. Uma delas afirmou: "Vocês já pararam pra pensar o quanto que as coisas que a gente absorve aqui nessa rede social e nas outras durante o dia inconscientemente sabotam a nossa autoestima? Vamos ao exemplo, para que vocês consigam entender e fique claro o que eu tô querendo falar. Eu tenho o cabelo alisado, o cabelo natural é cacheado, mas eu aliso desde que eu entendo por gente, assim, realmente faz muito tempo." (Participante, 27 anos).

Apesar de muitas pessoas associarem a autoestima à aceitação e ao amor próprio, as consequências negativas das redes sociais são uma realidade. A análise social surge como um obstáculo considerável, intensificando sentimentos de inadequação e insegurança. Contudo, várias participantes também compartilharam percursos de autoconhecimento que as auxiliaram a construir uma visão mais equilibrada de si mesmas, destacando a importância de práticas que favoreçam a saúde mental.

Segundo Riso (2012), a autoestima possui quatro pilares fundamentais: autoconceito, autoimagem, autorreforço e autoeficácia. Quando consolidados, esses pilares contribuem para uma autoestima estável, conforme argumenta o autor. O autoconceito refere-se à forma como o indivíduo pensa a respeito de si mesmo; assim, ele decide como quer ser tratado, compreendendo seus limites e suas exigências, tendo consciência de sua escolha em se amar ou não. O autor também enfatiza que a flexibilidade pessoal é crucial para focar nas conquistas e não se limitar apenas aos erros (Riso, 2012).

Além disso, Brunelli *et al.* (2019) descrevem que a autoestima é uma dimensão que abrange não apenas a percepção de si mesmo, mas também como essa percepção é moldada por interações sociais e contextos familiares. Essa ideia é reforçada pelos relatos das participantes, que destacam como sua autoestima é impactada por fatores externos, como a forma como se veem nas redes sociais e a comparação com padrões de beleza. As redes sociais desempenham um papel significativo na construção de sua autoestima, refletindo a pressão social para seguir padrões de beleza impostos, o que gera insatisfações com seus corpos.

A autoestima está diretamente ligada ao estado emocional, social e psicológico de um indivíduo, sendo vista como um indicador de saúde mental. A autoimagem de uma pessoa está, por sua vez, interligada à sua saúde mental (Boyd; Ellison, 2007). A análise dos relatos aponta uma interconexão entre autoestima, influências sociais e o processo de autoconhecimento, evidenciando como as redes sociais afetam a construção da autoimagem, moldada por fatores internos e externos. Esse fenômeno é ilustrado pela fala de uma das participantes, que afirmou: “A maneira como eu crio conteúdo na internet tem afetado a maneira como eu vejo o meu corpo. Isso tem acontecido desde que comecei a postar mais assiduamente no *TikTok*.” (Participante, 28 anos). Compreender essa dinâmica é fundamental para discutir os prejuízos causados à autoestima de jovens adultos

3.3 Influência das Redes Sociais

As participantes relataram que as redes sociais se tornaram um espaço para comparações constantes, onde a idealização da realidade pode levar os usuários a se sentirem inadequados em relação às suas próprias vidas. Uma delas afirmou: "O fato de eu estar criando conteúdo para a internet tem afetado a relação com meu corpo, que nunca foi saudável, e ficou pior ainda" (Participante, 28 anos). Essa fala ilustra os riscos para a saúde mental de jovens adultos expostos ao uso constante das mídias sociais, sobretudo na plataforma analisada.

Diante disso, ao observar a vida de outras pessoas aparentemente bem-sucedidas através de uma tela, muitos indivíduos perdem experiências importantes ou deixam de aproveitar o estágio da vida em que estão. Sentimentos de frustração, como não viajar, não festejar, não estar apaixonado ou não ter um emprego, tornam-se recorrentes. Esses sentimentos de insatisfação são perceptíveis e têm impacto significativo na saúde mental, agravando o estresse e favorecendo o surgimento de sintomas depressivos (Menezes, 2012).

O estilo de vida é um fator crucial, seja ele sedentário ou ativo, e a obsessão pelo corpo é um problema comum associado ao uso indevido da internet (Santos *et al.*, 2023). As falas das participantes reforçam que o uso inadequado das redes sociais causa prejuízos graves à saúde mental, evidenciando a necessidade de um uso ponderado. Uma delas relatou: "Faço terapia, tenho acompanhamento psiquiátrico, tomo medicação controlada, e sinto que nada tem surtido efeito para eu me sentir melhor. Isso também tem a ver com os conteúdos que consumo. Eu consumo muito *Get Ready With Me* aqui da plataforma, e eu percebi que são conteúdos de pessoas extremamente magras, longilíneas, com um corpo considerado perfeito hoje em dia, um corpo dentro do padrão, e eu não tenho. E isso faz com que eu não me sinta confortável em colocar meu corpo à mostra, pelo menos não inteiro." (Participante, 28 anos). Essa fala demonstra o quanto as mídias sociais reforçam padrões de beleza que influenciam a imagem corporal (Lira *et al.*, 2017).

Segundo Acácio (2012), a internet tornou-se uma ferramenta importante no cotidiano, especialmente entre adolescentes e jovens adultos. A exposição prolongada às redes sociais pode resultar em confusão entre o mundo real e o virtual, causando problemas sociais como isolamento, solidão e comodismo. A exposição excessiva pode ser vista como uma forma de escape para preencher um vazio social preexistente, que acaba sendo intensificado (Duarte *et al.*, 2020).

3.4. Autoconhecimento e Reflexão

O autoconhecimento e a reflexão foram mencionados pelas participantes como fatores relevantes para o desenvolvimento da autoestima e para a superação dos desafios impostos pela sociedade contemporânea. Em seus relatos, as participantes afirmaram que o processo de autotransformação afetou diretamente a maneira como se percebem e como questionam a pressão social vivida por elas. Uma das participantes relata: “Eu parei pra pensar o quanto que o que eu tava vendo ao longo do dia tava, tipo, entrando na minha cabeça e fazendo mudar as coisas que eu gosto, que eu gostava em mim, tipo, e obviamente ninguém tem culpa disso, mas é só pra, tipo, uma alerta, né?” (Participante, 27 anos). Na presente análise, destaca-se a importância do autoconhecimento para questionar padrões de beleza e comportamentos anteriormente aceitos de forma acrítica (Aranega *et al.*, 2019; Del Prette; Del Prette, 2017).

Conforme a Organização Mundial da Saúde (OMS), o autoconhecimento é uma competência essencial para a vida, caracterizada pela habilidade de reconhecer a si próprio, incluindo seu caráter, pontos fortes, limitações, desejos e desapontamentos (WHO, 1997). O autoconhecimento auxilia no manejo das emoções desagradáveis, sendo necessário desenvolver uma consciência emocional para verificar e gerenciar os estados de humor conforme as situações vivenciadas (Aránega *et al.*, 2019).

Nas falas das participantes, é possível observar como as redes sociais influenciam seus estados de humor e sua autoestima, refletindo em um ciclo de emoções desfavoráveis, como estresse, tristeza ou ansiedade. Esse ciclo intensifica a insatisfação com a própria imagem e conquistas. Uma delas afirmou: “Então assim, conforme você vai vendo pessoas cada vez mais fitness, caramba, tombadas e tal, que você fica querendo ter aquilo, você começa a ficar mais insatisfeito ainda com o seu corpo” (Participante, 27 anos). O autoconhecimento possibilita ao indivíduo reconhecer quando está estressado ou sob pressão, influenciado por fatores externos e pelas respostas comportamentais de outras pessoas (Vazire; Wilson, 2012).

Ao longo dos relatos, as participantes destacaram o impacto negativo das críticas de outros usuários sobre sua saúde mental e autoestima, especialmente pela pressão para manter corpos extremamente magros, o que prejudica a relação com seus próprios corpos. Uma das participantes compartilhou: "Postei um story desabafando, dizendo que minha autoestima estava abalada, que eu me sentia feia, e recebi várias mensagens como: 'Nossa, com esse corpo lindo, você está se sentindo assim? Como eu vou me sentir então?' ou 'Você, com esse

corpo escultural, falando isso? Como eu vou ficar?” (Participante, 28 anos). A fala aponta como as redes sociais são espaços de avaliação social, por mais que a participante busque um lugar de desabafo e recepção de apoio social.

O autoconhecimento desempenha um papel crucial no desenvolvimento da empatia, contribuindo para uma comunicação mais clara e para o fortalecimento de relações interpessoais saudáveis. Além disso, envolve a compreensão das normas sociais e dos regulamentos que regem o contexto em que o indivíduo está inserido, assim como suas repercussões pessoais. Dessa forma, o autoconhecimento abrange três aspectos principais: a) capacidades pessoais, como a habilidade de refletir sobre si mesmo, identificar competências e gerenciar emoções; b) recursos externos, que incluem o reconhecimento do apoio proveniente de familiares, da comunidade e de instituições; e c) desafios pessoais, que consistem no reconhecimento de limitações, dificuldades e fontes de estresse (Aránega *et al.*, 2019; Del Prette; Del Prette, 2017).

3.5 Comparação Social

A comparação social, destacada pelas participantes, é vista como uma fonte constante de pressão. Elas relataram que, ao observar os corpos, conquistas e estilos de vida de outras pessoas, especialmente influenciadores digitais, acabam internalizando a ideia de que precisam se adequar a esses padrões. Essa comparação vai além da aparência, afetando profundamente a percepção de valor pessoal e aceitação social. Uma das participantes compartilhou: "Hoje em dia, eu gosto do meu rosto, mas odeio o resto do meu corpo. Por quê? Porque ele não segue o padrão de beleza que considero bonito. Só após muita terapia consegui perceber que o corpo que eu queria ter é justamente o padrão" (Participante, 28 anos).

A comparação social ocorre quando o indivíduo avalia suas próprias características e habilidades em relação às de outras pessoas (Festinger, 1954). Segundo Collins (1996), a comparação pode influenciar a autoavaliação, promovendo tanto sentimentos positivos quanto negativos. No caso das participantes, essa comparação gerou sentimentos de inferioridade e uma constante sensação de insuficiência, agravando a ansiedade e prejudicando significativamente a autoestima. Uma das participantes afirmou: "Eu faço essa comparação, e ela tem destruído completamente a minha autoestima" (Participante, 28 anos).

As mídias sociais incentivam esse comportamento de comparação, pois as informações compartilhadas nas plataformas circulam rapidamente, levando os usuários a se

compararem com os outros (Alegre *et al.*, 2024). Embora algumas participantes reconheçam essa influência, elas relataram dificuldades em evitar esse comportamento. A comparação entre a vida real e o retrato idealizado dos outros frequentemente resulta em sentimentos de inadequação (Taylor, 2020).

3.6. Impactos Psicológicos

Os impactos psicológicos das redes sociais foram um tema recorrente nos relatos das participantes, destacando o quanto essas plataformas podem gerar sofrimento emocional. Um dos principais efeitos observados foi a intensificação da ansiedade e da insegurança, sentimentos que surgem das constantes comparações com padrões de beleza e estilo de vida exibidos on-line. As participantes relataram que, ao se depararem com imagens e narrativas idealizadas nas redes sociais, experimentam uma diminuição da autoestima, gerando um ciclo de autocritica e insatisfação. Uma das participantes compartilhou: "O fato de eu estar criando conteúdo para a internet tem piorado minha relação com o meu corpo, que nunca foi saudável. Já passei por distúrbios alimentares, embora não os mais conhecidos, e nunca tive uma relação saudável com a comida, com o que via no espelho, ou com meu corpo." (Participante, 28 anos). Essa comparação incessante com outras pessoas, muitas vezes irreais ou manipuladas, alimenta uma sensação de inadequação.

Outro ponto relevante foi a influência das redes sociais no humor e no estado emocional das participantes. Elas mencionaram que a exposição contínua ao conteúdo das redes pode causar oscilações de humor, sendo que, em muitos casos, o contato prolongado com padrões inalcançáveis de vida ou estética intensifica sentimentos de tristeza e frustração. Uma das participantes afirmou que: "Eu estou super infeliz com o meu corpo, e isso tá me deixando extremamente infeliz com o conteúdo que eu quero produzir" (Participante, 28 anos).

Esse impacto se torna mais agudo ao perceberem que suas vidas "reais" parecem distantes do que é apresentado nas redes, gerando um descompasso entre expectativas e realidade. Além disso, o ambiente virtual permite o acesso a uma grande variedade de opiniões, nem todas agradáveis, o que pode gerar frustrações. O enfrentamento dessas situações muitas vezes resulta em estresse, uma vez que algumas pessoas utilizam a internet sem se preocupar com o impacto de suas palavras nos outros (Menezes, 2012).

É importante destacar que emoções como raiva, sensação de inadequação, tristeza e até estados depressivos tendem a se tornar mais frequentes com o uso excessivo das redes sociais. Essas emoções também podem aparecer nas interações diárias com colegas, amigos ou familiares, dificultando o descanso da mente e a desconexão da negatividade. O uso abusivo dessas plataformas pode exacerbar essas emoções de maneira negativa, impactando o bem-estar emocional e agravando sintomas como depressão, estresse e ansiedade (Junior *et al.*, 2014).

O progresso da tecnologia teve como objetivo facilitar a vida das pessoas, porém, a dependência desses meios e o uso excessivo têm causado cada vez mais prejuízos à saúde física, mental e social, resultando no adoecimento (Bortoncello; Cardoso, 2023). O problema se agrava quando as pessoas utilizam as redes sociais em busca de apoio emocional, uma prática que pode ser arriscada e levar à dependência e ao agravamento de transtornos mentais. Isso é especialmente relevante quando as redes sociais não correspondem às expectativas dos usuários, gerando sentimentos intensos de vazio (Picon, 2015).

Nesse contexto, as participantes refletiram sobre como o uso frequente dessas plataformas influencia sua autoimagem, alterando a percepção que têm de si mesmas. Uma delas afirmou: “O corpo é seu, a vida é sua, e você pode fazer o que quiser com ele. Mas eu parei para prestar atenção no sentimento e na razão de eu estar fazendo aquilo. Fica a reflexão, porque na época eu não conseguia perceber que aquela atitude representava uma necessidade de aprovação. Eu queria me sentir aceita; afinal, todo mundo estava postando foto de biquíni, então eu postava também. Isso aumentava meu ego, meu engajamento, curtidas, comentários e seguidores. Na verdade, eu buscava esse falso status. Por trás daquelas fotos, que mostravam muito, eu era insegura, medrosa e tinha uma necessidade de aprovação externa” (Participante, 29 anos).

As participantes demonstraram uma conscientização crescente sobre esses impactos, tanto na aparência quanto no estilo de vida, deixando marcas profundas na saúde mental e afetando a forma como se relacionam consigo mesmas e com os outros.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo investigar o impacto das redes sociais, com ênfase no *TikTok*, sobre a autoestima de jovens adultos. Os resultados confirmaram a hipótese inicial de

que essas plataformas digitais exercem uma influência negativa sobre a autoestima desse grupo. Os depoimentos das participantes revelaram que, frequentemente, elas passam por comparações sociais desfavoráveis, o que gera sentimentos de inadequação, ansiedade e insatisfação com a própria aparência. Esses achados reforçam a literatura existente, que aponta o efeito das redes sociais sobre a visão individual e o bem-estar psicológico, trazendo uma nova perspectiva ao debate sobre saúde mental na era digital.

As contribuições deste estudo para a literatura são significativas, especialmente no que tange à complexidade da relação entre autoestima e redes sociais. A análise qualitativa permitiu identificar padrões constantes nos relatos das participantes, como a importância da autopercepção e da análise crítica para lidar com a pressão social imposta pelos conteúdos digitais. Esse entendimento fornece um alicerce valioso para estudos futuros que busquem explorar medidas eficazes para mitigar os impactos negativos da comparação social e da idealização de padrões estéticos difundidos nas mídias sociais.

No entanto, é fundamental reconhecer as limitações desta pesquisa. A amostra, composta exclusivamente por mulheres de 21 a 29 anos, não reflete a diversidade do público jovem em sua totalidade, o que limita a generalização dos resultados. Além disso, o caráter qualitativo da análise impede conclusões amplas, evidenciando a necessidade de mais investigações quantitativas que possam validar e ampliar as descobertas aqui apresentadas. Para aprofundar ou expandir os achados deste estudo, sugere-se a realização de novas abordagens tanto quantitativas quanto qualitativas.

Pesquisas quantitativas poderiam fornecer dados mais amplos e generalizáveis sobre o impacto das redes sociais na autoestima, enquanto estudos qualitativos complementares poderiam explorar em profundidade as experiências individuais dos participantes. Estudos futuros podem considerar a inclusão de uma amostra mais diversa, abrangendo diferentes gêneros e faixas etárias, o que permitiria uma compreensão mais abrangente das influências das redes sociais em distintos grupos populacionais. Isso ampliaria a relevância e aplicabilidade dos resultados, além de abrir espaço para a exploração de intervenções educativas voltadas para a alfabetização midiática e o desenvolvimento da autoestima.

Também se recomenda a avaliação de outros formatos de redes sociais, com atenção especial à influência de conteúdos positivos que desafiem os padrões convencionais de beleza e sucesso propagados nesses ambientes. Ao considerar essas abordagens, podemos avançar na compreensão do papel das redes sociais na construção da identidade e no bem-estar dos

jovens adultos. Isso contribuirá para a criação de um ambiente digital mais equilibrado, inclusivo e propício ao desenvolvimento emocional saudável.

5 REFERÊNCIAS

ABDEL-KHALEK, A. M. Introduction to the psychology of self-esteem. *Nova Science Publishers*, v. 1, p. 1-23, 2016.

ALEGRE, Mônica Beatriz Soares. *Impactos do uso excessivo das redes sociais na saúde mental: ansiedade, autoestima e comparação social*. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) — Universidade La Salle, 2024.

AGUIAR, Bruna Ribeiro; FERREIRA, Daniel Júnio da Silva. *Influência das redes sociais na autoimagem de adolescentes: uma revisão integrativa*. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos, 2022.

ANDERSON, M.; JIANG, J. *Teens, social media & technology*. Pew Research Center, 2018. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2018a/05/31/teens-social-media-technology-2018/>. Acesso em: 14 out. 2024.

ARÁNEGA, A. Y.; SÁNCHEZ, R. C.; PÉREZ, C. G. Mindfulness' effects on undergraduates perception of self-knowledge and stress levels. *Journal of Business Research*, v. 101, p. 441-446, 2019. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.01.026. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.026>. Acesso em: 27 abr. 2024.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOTELHO, Anastácia Fernandes. *O desenvolvimento da autoestima através da educação física e do esporte: tendo como base a realização do Programa Segundo Tempo*. 64 f. Monografia (Especialização) – Universidade de Brasília, Fortaleza, 2006.

BOUSSO, Regina Szyllit et al. Facebook: um novo locus para a manifestação de uma perda significativa. *Psicologia USP*, v. 25, n. 2, p. 172-179, 2014.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, art. 11, 2007. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Acesso em: 14 out. 2024.

BRANDEN, Nathaniel. *Como aumentar sua auto-estima*. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

BRUNELLI, P. B.; SOUZA AMARAL, S. C.; SILVA, P. A. I. F. Autoestima alimentada por likes: uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. *Revista Philologus*, v. 25, n. 73, p. 226-236, 2019.

CAMPINAÇO, Mariana. *Autoestima e satisfação de vida dos utilizadores da rede social Instagram*. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde) – Campus Universitário de Almada, Almada, 2022.

CARDOSO, Nicolas de Oliveira; BORTONCELLO, Cristiane Flôres. *O que você precisa saber sobre dependência tecnológica e tem medo de perguntar*. Novo Hamburgo: Sinopsys Editora, 2023. ISBN 978-65-5571-120-2.

CAMPOS, G. R.; FARIA, H. M. C.; SARTORI, I. D. Cultura da estética: o impacto do *Instagram* na subjetividade feminina. 2. ed. Juiz de Fora: *Cadernos de Psicologia*, 2019. v. 1. ISBN 2674-9483.

COLLINS, R. L. Para melhor ou para pior: o impacto da comparação social ascendente na autoavaliação. *Boletim Psicológico*, v. 119, n. 1, p. 70-94, 1996. DOI: 10.1037/0033-2909.119.1.51. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.119.1.51>. Acesso em: 27 abr. 2024.

DEL PRETTE, A.; DEL PRETTE, Z. A. P. *Competência social e habilidades sociais: manual teórico-prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

DUARTE, M. de Q.; SANTO, M. A. da S.; LIMA, C. P.; GIORDANI, J. P.; TRENTINI, C. M. COVID-19 e os impactos na saúde mental: uma amostra do Rio Grande do Sul, Brasil. *Ciência e Saúde Coletiva*, v. 25, n. 9, p. 3401-3411, 2020.

FERNANDES, Ana Elisa Ribeiro. *Avaliação da imagem corporal, hábitos de vida e alimentares em crianças e adolescentes de escolas públicas e particulares de Belo Horizonte*. 2007.

FESTINGER, L. Uma teoria dos processos de comparação social. *Relações Humanas*, v. 7, n. 2, p. 117-140, 1954. DOI: 10.1177/001872675400700202. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>. Acesso em: 27 abr. 2024.

FLORIANI, Flavia Monique; MARCANTE, Márgara Dayana da Silva; BRAGGIO, Laércio Antônio. *Autoestima e autoimagem: a relação com a estética*. v. 1, 2014.

GHAZNAVI, J.; TAYLOR, L. D. Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, v. 14, p. 54-61, 2015. DOI: 10.1016/j.bodyim.2015.03.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JUNIOR, Eduardo Da Silva; SILVA, Osni Oliveira Noberto Da. A influência da mídia com autoimagem de adolescentes. *Efdeportes*, Buenos Aires, v. 19, n. 195, p. 1, ago. 2014.

LIRA, A. G.; GANEN, A. D. P.; LODI, A. S.; ALVARENGA, M. D. S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017. DOI: 10.1590/0047-2085000000166.

PICON, Felipe et al. Precisamos falar sobre tecnologia: caracterizando clinicamente os subtipos de dependência de tecnologia. *Revista Brasileira de Psicoterapia*, v. 17, n. 2, p. 44-60, 2015.

RIBEIRO, V. M. M. *A Psicologia Clínica e a Prevenção das Doenças da Beleza na Sociedade Brasileira Contemporânea*. 2016. Monografia (Graduação) – Centro Universitário de Brasília. Disponível em:
<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/10354/1/21458612.pdf>.

RISO, Walter. *Apaixone-se por si mesmo: o valor imprescindível da autoestima*. São Paulo: Planeta, 2012.

SANTOS, Tânia Cristina Alves dos; RODRIGUES, Karen Lúcia Abreu. Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 9, n. 3, p. 851-862, 2023. DOI: 10.51891/rai.v9i3.8724. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/8724>. Acesso em: 7 abr. 2024.

SCHOEN-FERREIRA, Teresa Helena; AZNAR-FARIAS, Maria; SILVARES, Edwiges Ferreira de Mattos. A construção da identidade em adolescentes: um estudo exploratório. *Estudos de Psicologia (Natal)*, v. 8, n. 1, p. 107-115, 2003. Disponível em:
<https://doi.org/10.1590/S1413-294X2003000100012>. Acesso em: 11 out. 2024.

TAYLOR, D. G.; STRUTTOM, D. O uso do Facebook leva ao consumo conspícuo? O papel da inveja, do narcisismo e da autopromoção. *Jornal de Pesquisa em Marketing Interativo*, v. 10, n. 3, p. 231-248, 2016. DOI: 10.1108/JRIM-01-2015-0009. Disponível em:
<https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2015-0009>. Acesso em: 27 abr. 2024.

TIGGEMANN, M.; ZACCARDO, M. Strong is the new skinny: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, v. 23, n. 8, p. 1003-1011, 2018. DOI: 10.1177/1359105316639436. Disponível em:
<https://doi.org/10.1177/1359105316639436>.

WEINBERG, Robert S.; GOULD, Daniel. *Fundamentos da Psicologia do Esporte e do Exercício*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *Promoting health through schools: Report of a WHO Expert Committee on Comprehensive School Health Education and Promotion (WHO Technical Report)*. Geneva: WHO, 1997.