

IMPACTOS DO USO EXCESSIVO DAS REDES SOCIAIS NA SAÚDE MENTAL: ANSIEDADE, AUTOESTIMA E COMPARAÇÃO SOCIAL¹

Mônica Beatriz Soares Alegre²

Leonardo Martins Costa Garavelo³

RESUMO

A era digital vem transformando profundamente a forma como vivemos, nos comunicamos e interagimos, especialmente com o crescimento exponencial das redes sociais. No Brasil, cerca de 90% das residências possuem conexão com a internet. O país está entre os maiores consumidores de redes sociais no mundo, com plataformas como Instagram, Facebook e YouTube liderando o uso. Essas redes proporcionam um senso de comunidade, mas também trazem desafios significativos para a saúde mental. Este estudo teve como objetivo investigar os impactos do uso excessivo das redes sociais na saúde mental dos usuários, com ênfase na ansiedade, autoestima e comparação social. Analisa-se como o uso exagerado das plataformas digitais podem influenciar negativamente a percepção de si mesmo através das comparações constantes, o que pode levar a uma queda na autoestima. Além disso, discute-se como essa exposição e utilização podem contribuir para o aumento da ansiedade. A metodologia utilizada foi uma revisão bibliográfica da literatura de abordagem qualitativa. Para a busca, foram utilizados Periódicos Eletrônicos em Psicologia (PEPSIC), Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual da Saúde (BVS) e PubMed. Tendo como descritores “Ansiedade”, “Autoestima”, “Comparação Social”, “Redes Sociais” e “Saúde Mental”. Os estudos analisados revelaram que embora as redes sociais ofereçam oportunidades para conectar-se globalmente e compartilhar experiências, também apresentam desafios significativos para a saúde mental dos usuários, potencializando sentimentos de inadequação, ansiedade e baixa autoestima devido à constante comparação social, e a busca pela validação através de curtidas e comentários.

Palavras-Chave: Ansiedade; Auto-Estima; Comparação Social; Redes Sociais; Saúde Mental.

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharela em Psicologia pela Universidade La Salle - Canoas (Unilasalle).

² Bacharela em Psicologia pela Universidade La Salle - Canoas (Unilasalle). E-mail: monica.201320069@unilasalle.edu.br

³ Psicólogo. Doutor em Psicologia. Professor Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade La Salle - Canoas (Unilasalle). E-mail: leonardo.garavelo@unilasalle.edu.br

ABSTRACT

The digital era has profoundly transformed the way we live, communicate and interact, especially with the exponential growth of social networks. In Brazil, around 90% of homes have an internet connection. The country is among the largest consumers of social networks in the world, with platforms such as Instagram, Facebook and YouTube leading in usage. These networks provide a sense of community, but they also bring significant mental health challenges. This study aimed to investigate the impacts of excessive use of social networks on users' mental health, with an emphasis on anxiety, self-esteem and social comparison. It analyzes how the exaggerated use of digital platforms can negatively influence the perception of oneself through constant comparisons, which can lead to a drop in self-esteem. Furthermore, it is discussed how this exposure and use can contribute to increased anxiety. The methodology used was a bibliographical review of literature with a qualitative approach. For the search, Electronic Journals in Psychology (PEPSIC), Scientific Electronic Library Online (SciELO), Virtual Health Library (VHL) and PubMed were used. Having as descriptors “Anxiety”, “Self-esteem”, “Social Comparison”, “Social Networks” and “Mental Health”. The studies analyzed revealed that although social networks offer opportunities to connect globally and share experiences, they also present significant challenges to users' mental health, enhancing feelings of inadequacy, anxiety and low self-esteem due to constant social comparison, and the search for validation through likes and comments.

Keywords: “Anxiety”, “Self-esteem”, “Social Comparison”, “Social Networks” and “Mental Health”.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente estamos vivendo em tempos em que a era digital alcançou níveis exponenciais de crescimento, que estão redefinindo a maneira como vivemos, nos comunicamos e interagimos em nossa sociedade. Junto com o século XXI, a tecnologia ganha muita força, sendo cada vez mais indispensável viver sem ela, principalmente pelos meios de interações e comunicações sociais como e-mails, whatsapp e redes sociais por exemplo. Dessa forma as relações interpessoais vêm se tornando gradativamente mais virtuais, propiciando uma ampla gama de oportunidades e desafios para a saúde mental dos indivíduos (Souza & da Cunha, 2019). Segundo os últimos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

(IBGE), publicados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), 90% dos lares brasileiros têm acesso à internet no Brasil, de acordo com a pesquisa publicada em 19 de setembro de 2022 (IBGE, 2022). Com isso, o uso das redes sociais tem se tornado cada vez mais predominante na interação online entre as pessoas, pois elas oferecem plataformas para expressar opiniões de maneiras informais, compartilhar experiências e estabelecer proximidade entre pessoas que estão fisicamente distantes. Proporcionando um senso de comunidade e pertencimento, sendo possível se conectar com pessoas de todo o mundo, independentemente das barreiras geográficas ou culturais (Fagundes et al., 2021).

O ser humano possui a necessidade de se relacionar com outras pessoas, assim sendo uma característica fundamental de sua natureza. Como bem nos assegura Vygotsky, o sujeito é um ser que demanda interações sociais para o seu desenvolvimento e bem-estar, pois adquire conhecimentos a partir de relações intrapessoais e interpessoais e de troca com o meio, a partir de um processo denominado mediação (Molon, 2003). Essas relações se dão por meio de interações, tais como convívio familiar, social, escolar, no trabalho, em grupos, entre outros. Nesta perspectiva, os estudos das relações humanas hoje em dia devem contemplar as novas formas de sociabilidade, levando em consideração as comunicações virtuais. Contudo, um dos meios que vem se destacando significativamente nos últimos tempos e vem conquistando cada vez mais espaço, é a interação por meio das mídias digitais, mais especificamente as redes sociais. Branco e Matsuzaki (2009) apud Vermelho (2014) apontam que as redes sociais digitais potencializam a tendência natural do homem à comunicação, alterando profundamente as formas de interação. Elas permitem a criação de perfis públicos, a articulação desses perfis, a busca por conexões e a construção de relacionamentos mediados pelo computador. Segundo um estudo publicado pela revista Forbes em março de 2023, através do levantamento de análise de dados da empresa Comscore, o Brasil ocupava a posição de terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo, e o primeiro país da América Latina em acesso às plataformas (Pacete, 2023). Ainda de acordo com essa pesquisa, cerca de 131,5 milhões de usuários brasileiros têm dedicado cada vez mais tempo na Internet, especialmente nas redes sociais. Entre as redes mais acessadas pelos usuários nacionais estão o YouTube, Facebook, Instagram e WhatsApp. Em relação ao maior tempo de consumo pelos usuários, o Instagram e YouTube lideram as posições. Uma pesquisa mais recente da Social Media Statistics for Brazil in 2023 (Estatísticas de mídia social para o Brasil em 2023), aponta que havia 152,4 milhões de usuários de mídias sociais no Brasil em janeiro de 2023. Sendo que o Instagram tinha 113,5 milhões de usuários, o YouTube tinha 142,0 milhões de usuários

e o Facebook tinha 109,1 milhões de usuários, dados de números de usuários brasileiros até o início de 2023 (We Are Social, 2023).

Com isso emergem inúmeros desafios de proporções impactantes para a saúde mental dos usuários, pois as mídias sociais podem levar a uma maior exposição à comparação social, onde indivíduos se equiparam constantemente com outras pessoas, o que pode acarretar a sentimentos de inadequação, ansiedade e baixa autoestima. O Instagram por exemplo, visto anteriormente como sendo uma das plataformas mais utilizadas, é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos, com a capacidade de aplicar filtros às imagens, modificando cores, luminosidade, contraste e nitidez, buscando aperfeiçoar a realidade. Uma ferramenta para interagir, expor e observar a vida de outras pessoas. Além de decidir o conteúdo que será exibido e compartilhado, o usuário tem a liberdade de ajustar as estéticas da imagem conforme desejar (Fagundes, 2019, p.9). Essa plataforma de mídia social pode servir como um meio para exibir a vida pessoal, sem necessariamente representá-la de forma autêntica, em vez disso, podendo transmitir uma realidade distorcida. As imagens, cuidadosamente selecionadas para publicação, podem levar outros usuários a se compararem, questionando em consequência, a qualidade da sua própria existência por julgarem a vida dos outros como melhor ou mais interessante (Fagundes, 2019, p. 10, apud Wiederhold, 2018). Outro fator muito importante que têm o potencial de influenciar na autoavaliação do indivíduo, afetando diretamente sua autoestima são os comentários, tanto positivos quanto negativos, especialmente vindos de pessoas que são consideradas importantes pelo expositor do conteúdo. O uso excessivo e a exposição diária nas redes sociais, podem acarretar em expectativas e padrões de estilos de vida inatingíveis por muitos usuários, podendo ser um grande disparador de gatilhos para as pessoas. Sendo capaz de causar uma série de consequências afetando a saúde mental das pessoas, tais como depressão, ansiedade, oscilações de humor, isolamento social, transtornos do sono, além disso, podendo contribuir para a baixa autoestima e a tendência à comparação social. Embora o uso excessivo das redes sociais seja um fenômeno amplamente discutido, há uma notável escassez de estudos na literatura científica que definam claramente o que constitui um uso excessivo em termos de horas. Ainda que alguns estudos considerem o uso diário de 2 horas como elevado, é importante destacar que, dependendo do contexto do indivíduo, até mesmo poucos minutos podem ser suficientes para serem considerados exagerados. Neste artigo será utilizado o termo “excessivo” para se referir ao uso prolongado dessas plataformas digitais.

Com base nas pesquisas realizadas, a autoestima e as redes sociais on-line têm sido frequentemente relacionadas, e para um melhor entendimento é necessário estabelecer uma

distinção em relação ao autoconceito. Segundo Bandura (1986, apud Guimarães, 2012), o autoconceito se refere à percepção global de si mesmo, o conjunto de crenças que o indivíduo possui sobre si mesmo, com base em suas experiências e nas interações com pessoas significativas, e a partir disso desenvolvem aspectos significativos na formação do eu e da identidade pessoal. Já a autoestima é a postura, seja ela positiva ou negativa, em relação ao autoconceito, é a autoavaliação do indivíduo. Existe um consenso considerável sobre o processo de desenvolvimento da autoestima, sendo eles as interações sociais, visto que os seres humanos são sociais, dependendo uns dos outros e buscam validações externas. É através dos sentimentos e pensamentos internalizados ao longo de sua formação enquanto pessoa, que o indivíduo realiza uma avaliação de si próprio. Os relacionamentos familiares desempenham um papel de extrema importância na percepção e aceitação que a criança tem de si mesma. As novas interações sociais e a educação formal também influenciam na formação da autoestima, e são a partir dessas impressões, que o indivíduo faz uma avaliação de si mesmo, alinhado também de como ele é percebido pelas figuras significativas em seu meio social (Fagundes, 2019 apud Fiske & Taylor, 2008, pág 11). Com base nessa perspectiva, as interações nas redes sociais podem ter um impacto tanto positivo quanto negativo na autoestima dos usuários. Outro aspecto importante vinculado ao uso das redes sociais é a prática da comparação social, o Instagram por exemplo, é uma rede social onde predomina o conteúdo visual, um meio propício para que os usuários exerçam as comparações com os seus seguidores através da visualização de imagens publicadas. É fundamental destacar que os usuários possuem total liberdade para se apresentarem em seus perfis, de acordo com a impressão que desejam transmitir, se apresentando de maneira favorável propagando uma imagem socialmente desejável e idealizada, muitas vezes os distanciando de suas realidades. Com isso também ocorre a comparação por outros participantes da rede que acessam o seu perfil e se deparam com a publicação das imagens, por vezes intencionalmente alteradas (Vogel et al., 2014). Diante do contexto em questão, o artigo em foco tem por objetivo investigar quais são os impactos do uso excessivo das redes sociais, particularmente do Instagram, na saúde mental dos usuários, influenciando na autoestima, comparação social e ansiedade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A era digital

Em 1969, a partir da necessidade dos Estados Unidos de estabelecer uma rede de comunicação que pudesse operar e funcionar independentemente, mesmo quando algumas regiões viessem a ser afetadas por eventuais ataques nucleares. Assim então surge a ARPANET, desenvolvida na instituição de pesquisa da época conhecida como ARPA (Advanced Research Projects Agency). Com isso emerge em 1995 a primeira rede social, o ClassMates, um site que tinha como propósito conectar estudantes universitários dos Estados Unidos e do Canadá. Com o grande sucesso da ARPANET, a internet foi se tornando cada vez mais popular e expansiva em todo o mundo (Vasocelos, 2022).

Quando mencionamos redes sociais, estamos nos referindo a um conjunto de indivíduos, organizações ou outras entidades sociais, interligadas através de laços sociais, impulsionadas pela amizade e vínculos profissionais ou pela troca de informações, essas conexões contribuem para a formação e reconfiguração da estrutura social (Tomaél; Marteleto, 2006). Com o grande avanço da internet, inúmeros aplicativos foram criados, como o Instagram, o Twitter, o TikTok, Facebook, entre vários outros. Uma pesquisa recente mostrou que os brasileiros desbloqueiam o celular, em média 78 vezes ao dia, subindo para 101 vezes ao dia entre pessoas de 18 a 24 anos (Lima e Primo, 2021). De acordo com essa mesma pesquisa, esse processo ocorre por consequência da ansiedade dos indivíduos, com o intuito de verificar chamadas, notificações, entrar nas redes sociais para se certificar quem visualizou suas publicações e mensagens, resultando no uso inconveniente do celular tanto para o próprio usuário quanto para as pessoas ao seu redor.

O grande problema está no uso exacerbado das redes, onde acaba por tornar as relações superficiais, também desencadeando ansiedade e déficits de atenção. Implica, além disso, nas relações familiares, pois com a diminuição do diálogo, os conflitos aumentam em intensidade e frequência (Silva e Silva, 2017). O uso demorado das redes contribui também para a influência de mudanças de hábitos e discórdias nas relações interpessoais, através de mensagens mal interpretadas, podendo causar mudanças de comportamentos e conflitos nas interações entre as pessoas, assim aumentando os quadros depressivos (Souza, 2019).

2.2 Autoestima e redes sociais

Atualmente, é bastante comum estabelecer uma relação entre as redes sociais e a autoestima, tendo em vista que as pessoas avaliam a si mesmas e aos outros com base em suas atividades nas plataformas digitais. Somos seres que possuímos a necessidade de nos relacionar com outras pessoas, e ao idealizar a felicidade em um estilo de vida irreal, criamos

armadilhas que podem complicar a relação com a nossa vida real, principalmente quando associado ao uso excessivo das redes sociais. Autoestima refere-se às crenças que o indivíduo possui sobre si mesmo, isto é, sua autopercepção (Heatherton & Wyland, 2003). Portanto, de modo geral, essa avaliação tende a permanecer constante ao longo da vida e está presente em todos os sujeitos (Chung et al., 2014). De acordo com Guilhardi (2002), pelo fato da autoestima ser um comportamento moldado e influenciado pelo ambiente social em que estamos inseridos, significa que um comportamento também sofre efeitos das circunstâncias presentes nas redes sociais enquanto meio de interação social. Para o mesmo autor a autoestima é um sentimento e, portanto, não sendo algo que se nasce com, mas que se forma com as interações sociais ao longo da vida, principalmente no contexto familiar. Com base na análise do comportamento, o autor caracteriza a autoestima como um “produto”, onde através do reforçamento positivo, como carinho, afeto, atenção, sorrisos quando uma criança demonstra um comportamento específico, servem como reforços que aumentam a autoestima da criança. Porém, quando ao contrário, se a criança recebe críticas ou se os pais se distanciam dela, isso pode ser percebido como uma forma de punição, o que afeta negativamente sua autoestima (GUILHARDI, 2002, p. 7). Na perspectiva do autor, o reconhecimento que os pais demonstram em relação aos comportamentos do filho é crucial para o desenvolvimento da autoestima. A autoestima está ligada à maneira como os elogios são expressos, demonstrando maior valor à pessoa que se comporta, e não ao comportamento em si. Com isso, os elogios refletem um maior valor atribuído à pessoa, e não ao comportamento propriamente dito (GUILHARDI, 2002, p. 8). Assim, a autoestima, é aprendida conforme vemos outras pessoas gostando de nós, e conforme as demonstrações vindas dos outros, por vez, passamos a nos comportar da mesma maneira com nós mesmos. Ao se sentir amado, aprende-se a se amar. E o resultado disso é que a pessoa torna-se independente de outros, não necessitando somente de reforços positivos para se sentir bem. Sendo capaz de criar suas próprias razões para se sentir feliz e completo (GUILHARDI, 2002).

Você me deixou feliz com seu boletim” é muito melhor que “As notas do seu boletim me deixaram feliz”; “Que mangas deliciosas você apanhou na mangueira da vovó” não é uma frase tão rica quanto “Você conseguiu apanhar na mangueira da vovó umas mangas deliciosas (GUILHARDI, 2002, p. 8)

No entanto, certas circunstâncias do dia a dia podem afetar a autoestima e conseqüentemente podendo desencadear mudanças significativas no comportamento. Um

exemplo claro sobre tal situação, quando uma pessoa ao postar uma foto e receber poucas curtidas, pode acabar fazendo uma avaliação negativa sobre si, levando-a sentir-se indigna da aprovação dos outros, reforçando crenças negativas, e conseqüentemente podendo afastá-la das interações sociais devido à insegurança e medo de futuras rejeições. Segundo Beck (1976) os esquemas são uma rede estruturada e entrelaçada de crenças que guiam o indivíduo em suas atitudes e comportamentos diante dos diversos eventos em sua vida. Sendo assim, as crenças são sinônimos de esquemas ou empregam-nas dessa maneira. Desde a infância, os indivíduos desenvolvem certas crenças sobre si mesmos, sobre outras pessoas e sobre o mundo, chamadas de crenças centrais, aqueles entendimentos mais essenciais, nucleares e profundos de uma pessoa consideradas como verdades absolutas (Beck, 1964, citado por J. Beck, 1997, p. 174). Com base na pesquisa de Brunelli, Amaral e Silva (2019), a suposta valorização de uma pessoa aumenta conforme o número de curtidas que ela recebe. Evidenciando como o sentimento que os sujeitos têm de si mesmos, suas crenças e esquemas, também passa a depender de um suposto valor que é dado conforme as curtidas nas redes sociais. Silva (2021) apresenta resultados semelhantes nos resultados de sua pesquisa, onde foi possível encontrar discursos destacando como os usuários das mídias veem a aprovação social como algo de extrema importância, sendo uma aprovação que podem ou não receber.

A influência por parte da mídia também exerce um papel de bastante interferência na autoestima das pessoas, com a imposição de padrões de beleza e promoção de consumo excessivo e desenfreado, fazendo com que os usuários procurem pelo eu ideal ao invés do eu real, transformando as curtidas em capitais simbólicos no ambiente virtual (ADORNO, 2002). Efetivando que as pessoas queiram alcançar padrões estabelecidos pela internet e influenciadores digitais, em consequência dessa imposição por parte das mídias sociais, incita os usuários a necessidade de obtenção e manutenção de "likes". E muitas vezes são por intermédio das redes que são selecionados modelos e comportamentos considerados necessários para alcançar o sucesso. Simultaneamente, quem não se identifica com esses modelos, acabam estando de fora do padrão estabelecido, conseqüentemente, tornando-se mais suscetível à sua própria insatisfação pessoal. Indivíduos dependentes da internet e das redes sociais geralmente apresentam características como baixa autoestima, timidez, falta de confiança em si mesmos e pouca iniciativa. Eles também têm dificuldades em controlar o tempo de uso e sofrem impactos negativos em outras áreas de suas vidas (Trindade, 2018).

2.3 Comparação social

A prática da comparação é característico do ser humano, e com isso buscam atender à necessidade de receber feedback constante, avaliar seus próprios comportamentos, desempenhos e resultados em diversos contextos e desenvolver habilidades e opiniões (Chayer & Bouffard, 2010; Festinger, 1954). A comparação social acontece quando as pessoas comparam suas próprias características e habilidades com as de outras pessoas (Festinger, 1954). Leon Festinger foi o pesquisador pioneiro nos estudos sobre comparação social, e presume que as pessoas sintam a necessidade de se comparar com outras para obter uma melhor compreensão do "eu". Ao comparar-se, o indivíduo aprende a se conhecer (Festinger, 1954). O autor sugere a existência de dois tipos de comparações: a de opinião e a de habilidades. A comparação social de opinião visa adquirir conhecimento sobre fatos e normas, orientando como os indivíduos se posicionam dentro de um contexto social. Por outro lado, a comparação social de habilidade implica em um julgamento de valor, no modo de quem é melhor ou pior, menos ou mais. Segundo Collins (1996), defende que essas comparações podem influenciar na autoavaliação, podendo gerar sentimentos tanto positivos quanto negativos. A comparação social acontece de maneira natural onde pessoas tendem a avaliar suas próprias habilidades, opiniões e atitudes em relação às dos outros. E com isso, as redes sociais fortalecem o compartilhamento de impressões e informações, e de modo consequente, induz ao comportamento de comparação social entre seus usuários. Ao modo que as informações de outras pessoas vão circulando pelas redes, o usuário tende a associá-las a elas e a se comparar também. Com a disseminação dessas mídias, a comparação social se tornou ainda mais presente entre as pessoas. Os usuários “seguem” outros indivíduos, observam suas vidas, monitoram como eles se apresentam, partindo desde suas atividades até suas interações (Mussweiler, Rüter e Epstude, 2006). Nas redes sociais, é bastante comum que as pessoas comparam suas vidas reais com uma representação idealizada, frequentemente produzida, da vida de outras pessoas, onde os usuários geralmente enfatizam predominantemente os aspectos positivos de si mesmos. E em consequência disso, acabam comparando sua vida real com o retrato ideal, apresentado, construído e modificado da vida de outras pessoas, podendo perceber o outro como alguém superior a si mesmo (Taylor, 2020).

Falando como a autoimagem afeta o modo como uma pessoa se apresenta no Instagram, é relevante destacar a oportunidade concedida aos usuários de se expressarem livremente e, assim, controlarem a impressão que desejam causar (Walther, 2007; Wang et al., 2017). O modo como a pessoa controla a imagem digital, permite que seja possível uma adaptação de sua exposição de acordo com seus objetivos e demandas de interação social.

Contudo, há propensão para se envolver em uma representação de si mesmo favorável, distanciando o usuário de sua realidade para apresentar-se de maneira idealizada, destacando e demonstrando características atraentes (Vogel et al., 2014). Da mesma forma, a frequência de utilização do Instagram pode predizer a comparação social, que por sua vez, influencia a autoestima (Stapleton et al., 2017). Os usuários das redes sociais experimentam tanto benefícios quanto malefícios em relação à comparação social. Pois apesar dessa comparação social no Instagram por exemplo, umas das mídias mais utilizadas para o compartilhamento de imagens, associar-se de forma negativa à autoestima, ela está positivamente correlacionada com o nível de inspiração dos usuários, podendo servir como um estado motivacional que pode ser vivenciado e experimentado em diversos aspectos da vida. E com isso, quanto mais intensa for a comparação social, menor a autoestima também (Meier & Schäfer, 2018). Por outro lado, as redes sociais permitem que os usuários construam perfis no qual os hábitos diários, experiências e conquistas possam ser compartilhadas com o intuito de gerar inúmeras funcionalidades e levar ao controle das impressões pessoais (Alfasi, 2019; Vogel et al., 2015). E são a partir dessas incongruências que existem os riscos das comparações sociais através das redes, favorecendo com que o indivíduo passa a acreditar que os outros são muito mais bem-sucedidos e felizes, o que por sua vez pode desencadear emoções negativas e reduzir os níveis de bem-estar (Alfasi, 2019). Portanto, em uma sociedade onde o uso das redes sociais é predominante, a comparação social online resulta em contrastes irregulares com a realidade, podendo levar à idealização de um indivíduo e de uma vida perfeita (Chou & Edge, 2012).

Além de tudo, conforme Buunk, Collins, Taylor e Van Yperen (1990), a comparação social pode ocorrer em duas direções: ascendente, quando os indivíduos através de suas características, são percebidos como superiores àqueles a quem se comparam, ou descendente, quando os indivíduos através de suas características, são percebidos como inferiores àqueles que se comparam. Assim podendo causar efeitos positivos ou negativos para o indivíduo, influenciando em sua saúde mental e no seu bem estar psicológico (Buunk et al., 1990; Park & Baek, 2017). Com o fundamento na literatura, o ato de comparar-se a outras pessoas pode gerar tanto emoções positivas quanto negativas. Quando a comparação é considerada superior ao outro, as emoções positivas variam desde admiração, inspiração ou otimismo, e quando a comparação é considerada inferior ao outro, as emoções negativas tendem a ser vergonha, baixo autoestima, depressão, inveja, arrependimento e desprezo (Park & Baek, 2017). Atualmente, com o aumento do uso das redes sociais virtuais, o acesso à informação expandiu-se significativamente, tornando o ambiente virtual excepcionalmente propício para a comparação social (Liu et al., 2017).

2.4 Ansiedade digital

Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil está entre os primeiros países do mundo em termos de prevalência de transtornos de ansiedade, e esse problema se intensificou com a pandemia, visto que o uso das redes sociais tornou-se mais comum. As mídias sociais nos proporcionam muitos benefícios, de modo que nos oferecem acesso a inúmeras informações, conexão, networking profissional, entretenimento, conscientização, facilitam a aproximação social e até mesmo a auto expressão, entre outras possibilidades. Entretanto para a saúde mental, as redes sociais podem ser imensamente prejudiciais, podendo causar ou agravar a ansiedade, depressão, má qualidade de sono, descontentamento com a imagem corporal, comparação social, isolamento social, diminuição da autoestima, vícios, *fear of missing out* (FOMO, em português, medo de ficar de fora), entre muitos outros agravos significativos (FARIAS, 2022).

O avanço das tecnologias tiveram como intuito facilitar a vida das pessoas, porém o fato de depender desses meios e o uso excessivo dos mesmos, estão associados ao surgimento de prejuízos à saúde física, mental e social dos indivíduos, configurando adoecimento (Bortoncello e Cardoso, 2023, pág. 43). O problema se encontra quando as pessoas recorrem às redes sociais em busca de apoio emocional, uma dinâmica bastante arriscada, podendo representar um risco para o desenvolvimento de dependência e agravamento dos transtornos mentais. Especialmente quando as redes sociais não correspondem às expectativas, e com isso os usuários acabam tendo sentimentos de vazio intenso (Picon, 2015). Segundo o autor, essa sensação de vazio pode ser comparada ao dependente químico quando não está sob o efeito do uso da substância, ou quando está privado do seu uso. Outro fator agravante para a saúde mental é referente ao alto número de postagens e grande interação com os seguidores, visto que o indivíduo passa a maior parte do seu dia interagindo no meio com o objetivo de alcançar um grande número de amigos, buscando maior visibilidade obtendo o maior número de curtidas e comentários em suas postagens, através de status manipulados para obtenção de atenção diante de pessoas muitas vezes desconhecidas (Silva, 2016).

Dado que a ansiedade é um estado emocional que envolve medo, preocupação e tensão relacionada à antecipação de perigo ou ao desconhecido, é crucial compreender por que as redes sociais podem desencadear esse desconforto nos usuários. As redes sociais podem desencadear diferentes gatilhos para pessoas que estão passando por momentos de fragilidade emocional, pois não existem barreiras para acessar certas informações, visto que a

internet é um ambiente de navegação aberta, onde todo tipo de conteúdo está disponível para qualquer pessoa. Diante disso, é fundamental buscar maneiras de utilizar as redes sociais de maneira responsável, uma delas é estabelecendo limites de tempo de uso, assim passando menos tempo exposto a conteúdos que possam vir a desregular o estado emocional dos usuários, uma espécie de filtro (Hill e Moran, 2011).

3. MÉTODO

A metodologia adotada consistiu em uma revisão bibliográfica da literatura, de abordagem qualitativa, onde se é possível analisar o que já foi e do que ainda necessita ser pesquisado sobre os impactos do uso das redes sociais na saúde mental, com foco na ansiedade, autoestima e comparação social. A revisão foi conduzida para melhor compreensão da realidade, após a coleta e análise de artigos e estudos que estavam alinhados com os objetivos da pesquisa. A revisão de literatura é um método importante para gerar conhecimento, permitindo explorar temas pouco estudados e apresentar hipóteses e interpretações que podem orientar futuras pesquisas. Neste método, são estabelecidos procedimentos estruturados para identificar estudos relevantes conforme o objeto de estudo, evitando abordagens aleatórias. (SILVA, 2004).

Com o intuito de compreender os impactos do uso das redes sociais na saúde mental dos usuários, especialmente no que diz respeito à comparação social, autoestima e ansiedade, onde os objetivos são identificar e analisar tais influências. Foram conduzidas pesquisas em bases de dados científicos para buscar artigos indexados, com foco principalmente em periódicos disponíveis no (PEPSIC), Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual da Saúde (BVS) e PubMed. Após a seleção dos estudos para compor a pesquisa, foram consideradas as publicações tendo como principais descritores de busca as seguintes palavras-chaves: Ansiedade; Auto-Estima; Comparação Social; Redes Sociais; Saúde Mental. Os estudos selecionados para a análise de dados foram escolhidos com base em critérios claros de inclusão, relevância para os objetivos gerais da pesquisa e disponibilidade aberta de artigos científicos. Essa abordagem assegura acesso livre aos dados e facilitou a análise comparativa entre os estudos selecionados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O uso das redes sociais tem crescido consideravelmente, levando a um aumento dos estudos que discutem os impactos dessas plataformas na saúde mental dos usuários. Portanto, o objetivo desta revisão bibliográfica é investigar, identificar e compreender os impactos negativos mais comuns do uso das redes sociais na saúde mental dos utilizadores, incluindo ansiedade, autoestima e comparação social.

No que se refere a comparação social, as redes sociais proporcionam aos seus usuários amplas oportunidades para realizar comparações sociais (Stapleton, Luiz & Chatwin, 2017; Vogel et al., 2014). Indivíduos com alta suscetibilidade à comparação social tendem a se julgar de forma inferior ao observarem as publicações de outras pessoas, o que pode levar a se sentirem inadequados ao compararem suas vidas com as representações idealizadas de outros (Vries & Kühne, 2015). Quando uma crença negativa sobre si mesmo está internalizada, tendemos a dar maior importância aos dados que corroboram essa crença. Este fenômeno é comumente observado nas mídias sociais, onde a visualização de numerosas postagens positivas de outras pessoas frequentemente leva à comparação entre nossa vida real, com suas imperfeições, e a vida idealizada apresentada em perfis virtuais. Acabando por esquecer que a grande maioria das publicações lançadas nas redes, mostram somente o que o dono do perfil deseja apresentar. Segundo Stapleton et al. (2017), quanto maior for a frequência de utilização das redes sociais, maiores serão os níveis de comparação. Para Wang et al. (2017), o uso das redes sociais online, se correlata positivamente com a comparação social, e ainda corrobora negativamente com a autoestima do usuário.

No contexto da autoestima, pesquisas indicam que um fator preditivo negativo é a exposição frequente e constante às redes sociais, especialmente quando acompanhada pela prática da comparação social. Servindo como um gatilho para inúmeras consequências prejudiciais à saúde mental, como ansiedade, estresse, depressão, comparação social e baixo autoestima (Gonzales & Hancock, 2011; Kircaburun & Griffiths, 2018) apud (Campaniço, 2022). Quanto maior for a utilização, a frequência do uso das redes sociais, menores são os níveis de autoestima (Lee et al., 2014). Vries et al. (2017), conforme citado por Campaniço (2022), também argumentam que a extensão do tempo de uso das redes sociais afeta a autoestima do indivíduo, pois sua autopercepção e autoavaliação são influenciadas pelo conteúdo visualizado online. Quanto mais tempo exposto a postagens irreais, maior a tendência de avaliações negativas sobre si mesmo.

E em relação a ansiedade digital, de acordo com as pesquisas, a quantidade de informações obtida diariamente pelos usuários, associados ao uso excessivo das redes sociais vem contribuindo significativamente para desencadear os transtornos de ansiedade (Kratzer e

Hegerl, 2008) apud (Cruz, 2020). Diante das pesquisas analisadas, também foi possível observar que os indivíduos altamente envolvidos em redes sociais frequentemente recorrem a um uso exacerbado dessas plataformas para mitigar seu estado de ansiedade, buscando atenção, apoio e validação de outros usuários da rede (Vannucci, Flannery e Ohannessian, 2017) apud (Cruz, 2020). Segundo Picon (2015) apud Du Mont et al. (2022), as redes sociais são formuladas de tal maneira onde os mecanismos são programados para influenciar constantemente os usuários a retornarem a elas, através de sua inteligência tecnológica extremamente avançada. Onde as notificações chegam aos celulares rapidamente, fazendo parte da rotina da maioria das pessoas, e quando são afastados das telas, os indivíduos experimentam uma grande frustração quando não recebem as curtidas, comentários e as reações esperadas sobre suas postagens. Além disso, ainda contamos com o agravo do medo de ficar de fora (FOMO), uma síndrome diretamente ligada ao uso excessivo da redes sociais, que podem desencadear questões de ansiedade, onde o medo generalizado de que os outros estejam tendo experiências gratificantes das quais não esteja experimentando, interferindo no bem-estar e acarretando em sentimentos de inadequação social, assim também contribuindo para comportamentos e sentimentos ansiosos (FARIAS, 2022).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo investigar os impactos que o uso excessivo das redes sociais digitais podem influenciar na saúde mental de seus usuários, através de uma revisão da literatura disponível nas bases de dados pesquisadas. Os resultados desta revisão destacam os impactos preocupantes que as redes sociais digitais podem causar, evidenciando os malefícios provocados pelo uso excessivo dessas plataformas.

Diante do avanço tecnológico que vem ocorrendo de modo avassalador, verificou-se mudanças impactantes na sociedade e conseqüentemente provocando variações significativas na saúde mental dos indivíduos. Frente a essas informações, percebeu-se que o uso das redes sociais digitais servem como uma ferramenta de facilitação de comunicação entre as pessoas, propiciando interações e diálogos que antes não eram viáveis, assim encurtando barreiras e distâncias geográficas e culturais. Mas há controvérsias, pois com o aumento e a preferência das interações sociais online, também ocorre uma diminuição das interações face-a-face, afetando diretamente as relações sociais. Com tudo, os agravos e as implicações do uso excessivo das redes sociais digitais para a saúde mental do usuário podem causar estragos às vezes irreparáveis.

Ademais, com base nos estudos atuais sobre o tema, verificou-se que a utilização exacerbada e equivocada das mídias sociais, acaba por influenciar para que o usuário esquiva-se do seu “eu real”, demonstrando para aos outros um “eu ideal”, diferentemente daquilo que o próprio usuário espera de si mesmo, contribuindo para uma redução de satisfação com a própria vida. Em consequência disso podendo gerar sentimentos de inferioridade e baixa autoestima, sendo capaz de culminar numa perturbação mental. Além de provocar dependência, também afetando diretamente o indivíduo, com agravos significativos na comparação e ansiedade. É importante ressaltar que essas novas tecnologias e meios digitais de comunicação, provocam inclusive transformações profundas na subjetividade dos indivíduos e em seus comportamentos.

Foi evidenciado que as redes sociais digitais além de propiciar uma temática inovadora, demandam urgentemente a implementação de estratégias e políticas para garantir a preservação da saúde mental dos usuários. Um exemplo disso é a recente solicitação das autoridades americanas para que plataformas de mídias sociais como Instagram, TikTok e YouTube incluam avisos sugerindo que o uso dessas redes podem ser prejudiciais à saúde mental. Com base nos estudos, a implementação de estratégias que incentivem os usuários a controlar e limitar o tempo de uso das plataformas é uma medida bastante cabível. A promoção de conteúdos positivos, que incentivam o bem-estar e a saúde mental, também precisam ser pensadas, a fim de contribuir para o uso mais saudável das redes sociais digitais.

Alicerçados aos resultados encontrados na literatura, os estudos indicam que a utilização excessiva das redes sociais digitais estão interferindo negativamente na autoestima, comparação social e ansiedade entre os usuários, principalmente por aqueles que fazem o uso de forma exacerbada. Bem como, a diminuição do envolvimento social, interferindo significativamente para o aumento da solidão e conseqüentemente sendo um poderoso mecanismo para o desenvolvimento de ansiedade e outros agravos à saúde mental. A procura incessante de aceitação pelo outro juntamente com o sentimento de autodepreciação, corroboram para o adoecimento da saúde mental nos indivíduos. Cabe ressaltar que nos estudos analisados até o momento, não foi possível afirmar que as redes sociais sejam a causa determinante para o adoecimento mental dos usuários, mas sim o mau uso dessas plataformas e o uso excessivo das mesmas. Os resultados indicam uma correlação significativa entre o uso prolongado das redes sociais e o bem-estar mental dos indivíduos. Além disso, há outras questões pertinentes sobre os efeitos das redes sociais digitais na saúde mental. Para avançar na compreensão desses impactos, futuras pesquisas devem explorar esta área de forma mais abrangente e sistemática. Essa investigação contínua permitirá o desenvolvimento de

estratégias mais eficazes para promover um uso saudável das redes sociais e reduzir os efeitos adversos observados, contribuindo assim para o bem-estar mental dos indivíduos em um contexto digital em constante evolução.

“Existem apenas duas indústrias que chamam seus clientes de usuários: a de drogas e de software”

Tufte, 2020.

6. REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALFASI, Y. (2019). **The grass is always greener on my Friends’ profiles: The effect of Facebook social comparison on state self-esteem and depression**. *Personality and Individual Differences*, 147(April), 111–117. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.032>
BOURDIEU, Pierre. Os três estados do capital cultural. In: Regras da Arte. Rio de Janeiro: Cia das Letras.

BECK, A. T. (1964). **Pensamento e depressão: Teoria e terapia**. Arquivos de Psiquiatria Geral, 10, 561-571.

BECK, A. T. (1976). **Terapia cognitiva e os transtornos emocionais**. Nova York: Internacional Imprensa Universitária.

BRANCO, C.F.; MATSUZAKI, L. **Olhares da rede**. São Paulo: Momento, 2009.

BRUNELLI, Priscila Barbosa; AMARAL, Shirlene Campos de Souza; SILVA, Pauline Aparecida Ildfonso Ferreira de. **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 - Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*, ano 25, n 73, 2019. Acesso em: 19 abr. 2024.

BUUNK, B. P., Collins, R. L., Taylor, S. E., VanYperen, N. W., & Dakof, G. A. (1990). **The affective consequences of social comparison: either direction has its ups and downs**. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1238.

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

CERICATO, Itale Luciane. **Interações. Subjetividade e constituição do sujeito em**
CHOU, H. T. G., & Edge, N. (2012). **“They are happier and having better lives than I am”**: **The impact of using facebook on perceptions of others’ lives**. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>

CHUNG, J. M., Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Nofhle, E. E., Roberts, B. W., &

Widaman, K. F. (2014). **Continuidade e mudança na autoestima durante a idade adulta emergente**. *Jornal de Personalidade e Psicologia Social*, 106, 469-483. doi: 10.1037/a0035135.

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

COSTA, T. S. **O impacto das redes sociais na saúde mental: um estudo sobre a relação entre o uso excessivo de redes sociais e o sofrimento psíquico em usuários da internet**. 2020. São Luís, 2021. Acesso em: 04 jul. 2014

DU MONT, L. G., Veiga dos Santos Filho, ., Azevedo Pacheco, P. M. de, dos Santos Ambrosoli, S., & Silveira Goldani Pinheiro, A. M. da. (2022). **O IMPACTO DO USO DAS REDES SOCIAIS NO NÍVEL DE ANSIEDADE**. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar* - ISSN 2675-6218, 3(12), e3122418. <https://doi.org/10.47820/recima21.v3i12.2418>. Acesso em: 16 jun. 2024.

IBGE - Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>. Acesso em: 06 abr. 2024.

FAGUNDES, Luiza Seabra. **Autoestima e bem-estar subjetivo no Instagram: o impacto da comparação social e da personalidade** / Luiza Seabra Fagundes; orientador: Jean Carlos Natividade. – 2019.

FAGUNDES, L. S., Marot, T. A., & Natividade, J. C. (2021). **Uso do Instagram, comparação social e personalidade como preditores de autoestima**. *Psico-USF*, 25(4), 711–724. <https://doi.org/10.1590/1413/82712020250410>.

FESTINGER, L. (1954) Uma teoria dos processos de comparação social. *Relações humanas*, 7 (2), 117-140. DOI:10.1177/001872675400700202 » <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>. Acesso em: 27 abr. 2024.

GONZALES, A. L., & Hancock, J. T. (2011). **Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem**. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79–83. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>. Acesso em: 16 jun. 2024.

GUILHARDI, H. J. **Auto-estima, autoconfiança e responsabilidade**. In: M. Z. da S. Brandão, F. C. de S. Conte & S. M. B. Mezzaroba (Orgs), *Comportamento 38 Humano: Tudo (ou quase tudo) que você precisa saber para viver melhor*. 29pp. Santo André, SP: ESETec, 2002.

GUIMARÃES, J. V. C. (2012). **Autoconceito, autoestima e comportamentos desviantes em adolescentes**. Tese de mestrado, Psicocriminologia, ISPA - Instituto Universitário, de Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida. Orientador: Professora Doutora Maria Gouveia Pereira. Publicado em 2012. Acesso em: 12 abr. 2024.

HILL, R., Moran, N. (2011). **O marketing social encontra a mídia interativa: lições para a comunidade publicitária.** *Revista Internacional de Publicidade*, 30(5), 815–838.

HEATHERTON, T. F., & Wyland, C. L. (2003). **Avaliando a autoestima.** S. J. Lopez & C. R. Snyder (Eds.), *Avaliação psicológica positiva: um manual de modelos e medidas* (pág. 219-233). Washington: Associação Americana de Psicologia.

HU, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). **O que nós Instagram: Uma primeira análise do conteúdo das fotos do Instagram e dos tipos de usuários.** *Anuais da Oitava Conferência Internacional da AAAI sobre Weblogs e Mídias Sociais*, 595-598.

KRATZER, S., Hegerl, (2008). **U. Is "Internet Addiction" a disorder of its own?-a study on subjects with excessive internet use.** *Psychiatry Prax*, 35, 80-3 (2008). Acesso em 16 jun. 2024.

LEE, C., Dickson, D. A., Conley, C. S., & Holmbeck, G. N. (2014). **A closer look at self-esteem, perceived social support, and coping strategy: A prospective study of depressive symptomatology across the transition to college.** *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(6), 560–585. <https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.6.560>. Acesso em: 16 jun. 2014.

LIMA, M. E. P. de; PRIMO, A. V. D. **Influência da rede social na ansiedade do adolescente e o papel da enfermagem: revisão integrativa.** *Revista Enfermagem Atual In Derme*, [S. l.], v. 95, n. 35, p. e–021107, 2021.

MEIER, A., & Schäfer, S. (2018). **O lado positivo da comparação social em sites de redes sociais: como a inveja pode gerar inspiração no Instagram.** *Ciberpsicologia, Comportamento e Redes Sociais*, 21, 411-417. doi: 10.1089/cyber.2017.0708

MOLON, S. I. (2003). *Subjetividade e constituição do sujeito em Vygotsky.* https://books.google.com/books/about/Subjetividade_e_constitui%C3%A7%C3%A3o_do_sujeito.html?hl=&id=OG_CAAAACAAJ.

MUSSWEILER, T, Rüter, K., & Epstude, K. (2006) **O porquê, quem e como da comparação social: uma perspectiva da cognição social.** Em. *Comparação social e psicologia social: Compreendendo cognição, relações intergrupais e cultura*, 33-34, Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511584329.004 » <https://doi.org/10.1017/CBO9780511584329.004>. Acesso em: 27 abr. 2024

PACETE, L. G. **Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo.** *Revista Forbes*, São Paulo. Publicado em 09 de março de 2023. <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>. Acesso em: 07 abr. 2024.

PARK, S. Y., & Baek, Y. M. (2018). **Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being.** *Computers in Human Behavior*, 79, 83-93.

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, 201

PRESTES, F. M. D., GIUDICE, S. C., B., H. ., A., & BENEDETTI C., K. (2020). **Orientação para comparação social e o uso do facebook como influenciadores da atitude materialista de consumidores brasileiros.** Revista Alcance, 27(2),147-164.[fecha de Consulta 28 de Abril de 2024. ISSN: . Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477763751002>.

STAPLETON, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Validação de geração: **O papel da comparação social no uso do Instagram entre adultos emergentes.** *Ciberpsicologia, Comportamento e Redes Sociais* , 20, 142-149. doi: 10.1089/cyber.2016.0444. Acesso em: 28 abr. 2024.

SILVA, C.R.O. **Metodologia e organização do projeto de pesquisa: guia prático, 2004.** Disponível em: <http://www.ufop.br/demet/metodologia.pdf>. Acesso em: 23 maio 2014

SILVA, Marina da Conceição. **A relação entre redes sociais e autoestima.** Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação. São Paulo, vol 7, n 4, 2021. [Doi.org/10.51891/rease.v7i4.976](https://doi.org/10.51891/rease.v7i4.976). Acesso em: 19 abr. 2024.

SILVA, Thayse de Oliveira; SILVA, Lebiã Tamar Gomes. **Os impactos sociais, cognitivos e afetivos sobre a geração de adolescentes conectados às tecnologias digitais.** Rev., São Paulo, v. 34, n. 103, p. 87-97, 2017. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862017000100009&lng=pt&nrm=isso>. Acesso em 01 maio 2024.

SOUZA, K., & da Cunha, M. X. C. (2019). **Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura.** *Revista Educação, Psicologia e Interfaces*, 3(3), 204–2017. <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>.

SOCIAL, We Are (2023). Digital 2023: **Digital 2023 Global Overview Report | We Are Social.** Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em 07 abr. 2024.

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

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. **Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação.** *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, n. esp, p. 75-91, 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>>. Acesso em: 16 mai 2024.

TRINDADE, Joana Manuela Pires. **Um Romance Moderno.** Tese de Doutorado. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.6/9790> Acesso em 27 de Abr. de 2024.

VERMELHO, Sônia Cristina et al. **Refletindo sobre as redes sociais digitais**. Educ. Soc., Campinas , v. 35, n. 126, p. 179-196, Mar. 2014 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302014000100011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 Abr. 2024. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302014000100011>.

VANNUCCI, A., Flannery, K., Ohannessian, C. (2017). **Social media use and anxiety in emerging adults**. Journal of Affective Disorders, 207, 163–166. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>. Acesso em: 16 jun. 2024.

VASCONCELOS, Alexandre Cotrim; DOS ANJOS SILVA, Laura. **Comitê De Desarmamento E Segurança Internacional**. [S. l.: s. n.], 2022.

VYGOTSKY, L. São Paulo , v. 10, n. 20, p. 133-136, dic. 2005 . Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072005000200010&lng=es&nrm=iso&tlng=pt#enda. Acesso em: 06 abr. 2024.

VOGEL, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). **Comparação social, mídias sociais e autoestima**. Psicologia da Cultura da Mídia Popular, 3, 206. doi: 10.1037/ppm0000047. Acesso em 12 abr. 2024.

WANG, J. L., Wang, H. Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). **Os papéis mediadores da comparação social ascendente e da autoestima e o papel moderador da orientação de comparação social na associação entre o uso de sites de redes sociais e o bem-estar subjetivo**. Fronteiras em Psicologia, 8, 1-9. doi:10.3389/fpsyg.2017.00771. Acesso em 28 abr. 2024.

WIEDERHOLD, B. K. (2018). **A tênue relação entre o Instagram e a auto identidade adolescente**. Ciberpsicologia, Comportamento e Redes Sociais, 21, 215-216. doi: 10.1089/cyber.2018.29108.bkw