



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
Escola de Ciências Sociais e da Saúde Curso de Psicologia

Redes Sociais e Autoestima: Uma Revisão Integrativa da literatura

Ernane Gonçalves
Julio Neves
Orientador:
Dra. Arianne Fidelis

Ernane Gonçalves e Júlio Neves

Redes Sociais e Autoestima: Uma Revisão Integrativa da literatura

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Ciências Sociais e da Saúde da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Psicologia, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Ariana Fidelis.

Goiânia 2026

Pró-Reitoria de Graduação – PROGRAD

Curso de Psicologia

Eixo: Integração e Prática

Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso II

Professor(a): Dra. Ariana Fidelis

**ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO
DE CONCLUSÃO DE CURSO**

No dia 12 de Junho de 2026 às 20 horas, o (a)(s) estudante(s) **Ernane Gonçalves Ribeiro e Julio Cesar de Carvalho**, do curso de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, expôs, em Sessão Pública de Apresentação de Trabalho de Conclusão de Curso, o trabalho intitulado **Redes sociais e autoestima: uma Revisão da literatura** para a Banca de Avaliação composta pelos (as) docentes: **Me. Flavio da Silva Borges (membro interno); Esp. Frederico Vellasco (membro externo)**.

O trabalho da Banca de Avaliação foi conduzido pelo (a) docente Presidente que, inicialmente, após apresentar os docentes integrantes da Comissão, concedeu 20 minutos ao (a) estudante (a) para que este (a) expusesse o trabalho. Após a exposição, o (a) docente Presidente concedeu a palavra a cada membro convidado da Comissão para que estes arguissem o (a) estudante. Após o encerramento das arguições, a Banca de Avaliação, reunida isoladamente, avaliou o trabalho desenvolvido e o desempenho do (a) estudante na exposição, considerada a trajetória deste (a) no desenvolvimento do TCC. Como resultado da avaliação, a Banca de Avaliação deliberou pela:

☒ **Aprovação;**

() Aprovação, condicionado às correções recomendadas pelos membros da banca;

() Reprovação.

Aprovação, condicionada às correções recomendadas pelos membros da banca:

A Banca de Avaliação conclui que o(a) estudante está APROVADO(A) condicionado às correções de forma e/ou conteúdo recomendados. As correções deverão ser indicadas no formulário de Avaliação Final de Trabalho de Conclusão de Curso. O(A) estudante terá o prazo de _____ dias para os ajustes e entrega da versão final ao professor (a) orientador (a), contado a partir da data da sessão de apresentação pública do TCC.



Professor(a) Orientador (a) - Presidente



Professor(a) Convidado (a) – Avaliador (a)



Professor(a) Convidado (a) – Avaliador (a)

RESUMO

A presença estruturante das redes sociais na rotina dos jovens adultos contemporâneos, combinada ao aumento das evidências sobre seus efeitos na autopercepção, torna urgente compreender como essas plataformas interferem na construção da autoestima e da autoimagem nessa população. O presente estudo teve como objetivo investigar como as redes sociais influenciam esses processos em jovens adultos ao ampliarem e intensificarem a comparação social. Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, conduzida na base de dados PubMed, com recorte temporal de 2020 a 2026, seguindo a estratégia PICO adaptada e as diretrizes do PRISMA. Ao final do processo de triagem, 14 artigos foram selecionados para análise. Os resultados foram organizados em cinco eixos temáticos: ecossistema digital e dinâmicas de uso; padrões estéticos transmitidos, do thin ideal ao athletic ideal; mediação psicológica pelo processo de comparação social; construção da autoestima e da autoimagem em jovens adultos; e consequências patológicas e transtornos associados. Os achados indicam que o uso intenso das plataformas expõe os jovens a padrões corporais simultâneos de magreza e definição muscular, desencadeando comparações predominantemente ascendentes que corroem a autopercepção positiva. A autoestima torna-se progressivamente dependente de métricas externas de validação — curtidas, seguidores e comentários —, enfraquecendo referenciais internos de valor pessoal. Quando esse ciclo persiste sem mediação crítica, os desfechos incluem risco elevado de transtornos alimentares, transtorno dismórfico corporal e uso problemático das próprias plataformas. Identificou-se ainda uma crescente vulnerabilidade masculina associada ao ideal atlético, embora as mulheres permaneçam o grupo mais severamente afetado pela comparação social online. Conclui-se que os impactos das redes sociais sobre a saúde mental ultrapassam o ambiente digital, interferindo diretamente na estabilidade do autoconceito dos jovens adultos, e que intervenções eficazes precisam considerar tanto a arquitetura das plataformas quanto os processos subjetivos por ela moldados.

Palavras-chave: redes sociais, autoestima, autoimagem, comparação social, jovens adultos, revisão integrativa

ABSTRACT

Social media has become a structuring presence in the daily lives of young adults, and so has the evidence that these platforms affect how people see themselves. This integrative review examined how social media shapes self-esteem and body image among young adults by intensifying social comparison processes. Fourteen studies were selected from PubMed (2020–2026) using an adapted PICO framework and PRISMA guidelines. The analysis was organized around five themes: digital ecosystem and usage patterns; aesthetic standards from the thin ideal to the athletic ideal; psychological mediation through social comparison; self-esteem and body image formation; and pathological outcomes. Findings show that heavy platform use exposes

young adults to body ideals combining thinness with muscular definition, triggering predominantly upward comparisons that erode positive self-perception. Self-esteem becomes tied to external validation metrics — likes, followers, and comments — weakening internal standards of personal worth. When this cycle goes unchecked, outcomes include elevated risk of eating disorders, body dysmorphic disorder, and problematic platform use. A growing male vulnerability linked to the athletic ideal was identified, though women remain the group most severely affected by online social comparison. The evidence points to digital platform impacts that extend well beyond the screen, directly disrupting the stability of young adults' self-concept. Effective interventions need to address both platform architecture and the subjective processes it shapes.

Keywords: social media, self-esteem, body image, social comparison, young adults, integrative review

Sumário

Introdução.....	6
Metodologia.....	7
Resultados e Discussões.....	12
Considerações Finais.....	21
Referências.....	23

Introdução

Hoje, acordar e pegar o celular se tornou uma tarefa quase imperceptível. O gesto, aparentemente trivial, diz algo sobre como as rotinas cotidianas foram reorganizadas pela presença constante dos dispositivos digitais. Dados do relatório *Digital 2024*, publicado pela DataReportal (Kemp, 2024), indicam que o tempo médio de uso de telas em dispositivos conectados à internet supera seis horas diárias entre adultos, com tendência crescente entre os mais jovens.

Essa conectividade permanente alterou a arquitetura das interações humanas, modificando padrões relacionais e a maneira como os indivíduos se percebem e se posicionam no mundo, conforme argumenta Castells (1999) em *A Sociedade em Rede*. Dentro desse ambiente hiperconectado, as redes sociais passaram a ocupar posição central na construção de presença social.

As redes sociais intensificaram as possibilidades de conexão, mas essas relações passaram a se realizar de maneira predominantemente mediada pela lógica das plataformas digitais. Instagram, TikTok e YouTube operam por algoritmos que priorizam determinados conteúdos orientados por métricas de engajamento. Ao quantificarem a aceitação social em curtidas e visualizações, esses mecanismos conferem às interações uma dimensão avaliativa que, aliada à volatilidade dos vínculos contemporâneos descrita por Bauman (2001), substitui com frequência a profundidade pelo alcance. Simultaneamente, a exposição contínua ao conteúdo alheio aciona processos de comparação social, fenômeno descrito por Festinger (1954) como a tendência dos indivíduos a avaliarem suas próprias características a partir da observação de outras pessoas.

Nas plataformas digitais, a comparação social opera de forma permanente e abrangente, embora não seja uma criação do ambiente digital, mas um elemento constitutivo da própria trajetória humana. Na obra de Festinger (1954) sistematizou essa dinâmica ao demonstrar que, na ausência de critérios objetivos, os indivíduos recorrem à comparação social para obter orientação e validação pessoal. Esse processo cumpre uma função construtiva ao contribuir para a formação identitária, o estabelecimento de metas e o senso de pertencimento, conforme demonstrado por Wood (1989) em *Theory and Research Concerning Social Comparisons of Personal Attributes*.

O problema se coloca quando os referenciais de comparação se tornam sistematicamente assimétricos: quando o que se observa no outro é consistentemente superior ao que o indivíduo percebe em si mesmo, o processo pode gerar sentimentos de inadequação e insatisfação persistentes, conforme demonstrado por Buunk et al. em *The Affective Consequences of Social Comparison*, publicado no *Journal of Personality and Social Psychology* (1990). As redes sociais aprofundam esse risco porque os conteúdos ali circulantes são, em grande medida, curados e idealizados — versões selecionadas da vida e da aparência alheias. Os efeitos desse cenário recaem diretamente sobre a maneira como os jovens adultos percebem a si mesmos, afetando a autoestima e a autoimagem.

Nesse contexto, o ambiente digital contemporâneo expõe seus usuários a representações

constantes de beleza, sucesso e estilo de vida construídas sob lógica de curadoria e exibição. Rogers (1959), em sua obra *A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships*, diferencia o autoconceito — a percepção que o indivíduo elabora sobre si mesmo — do self ideal, que compreende os atributos que ele deseja ou acredita dever possuir. Quando a distância entre essas duas dimensões se torna pronunciada, instala-se o que Rogers denominou incongruência: um estado de tensão interna que afeta o bem-estar, a autoestima e a percepção de adequação pessoal. As redes sociais, ao renovarem permanentemente modelos de como se deve parecer, produzir e existir, têm potencial de intensificar essa incongruência — especialmente entre indivíduos que ainda estão em processo de consolidação identitária.

Jovens adultos, geralmente compreendidos como aqueles entre 18 e 29 anos, são o grupo mais exposto a essas dinâmicas: a frequência de uso das plataformas é consideravelmente mais alta nessa faixa etária do que em qualquer outra, conforme aponta o levantamento *Americans' Social Media Use*, publicado pelo Pew Research Center (2024), e a busca por pertencimento e validação é característica central dessa fase do desenvolvimento. A validação externa, quando mediada por métricas digitais, pode ocupar o lugar de processos internos de construção do autoconceito, tornando a autoimagem dependente de reconhecimento externo e, portanto, menos estável, conforme demonstrado por Crocker & Park (2004) em *The Costly Pursuit of Self-Esteem*, publicado no *Psychological Bulletin*.

Diante desse cenário, este trabalho tem como objetivo geral investigar como as redes sociais influenciam a construção da autoestima e da autoimagem em jovens adultos ao ampliarem e intensificarem os processos de comparação social. Assim, busca-se compreender de que maneira essas mediações digitais contribuem para a formação de referências individuais, bem como seus impactos profundos na percepção de si.

Metodologia

Trata-se de uma revisão integrativa de literatura, método que tem como finalidade sintetizar resultados obtidos em pesquisas sobre um determinado tema ou questão, de maneira sistemática, ordenada e abrangente. Para a construção desta pesquisa, foram seguidas seis etapas: 1) identificação do tema e seleção da hipótese ou questão de pesquisa; 2) estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão dos estudos; 3) definição das informações a serem extraídas e categorização dos estudos; 4) avaliação dos estudos incluídos; 5) interpretação dos resultados; e 6) apresentação da revisão e síntese do conhecimento (Mendes et al., 2008).

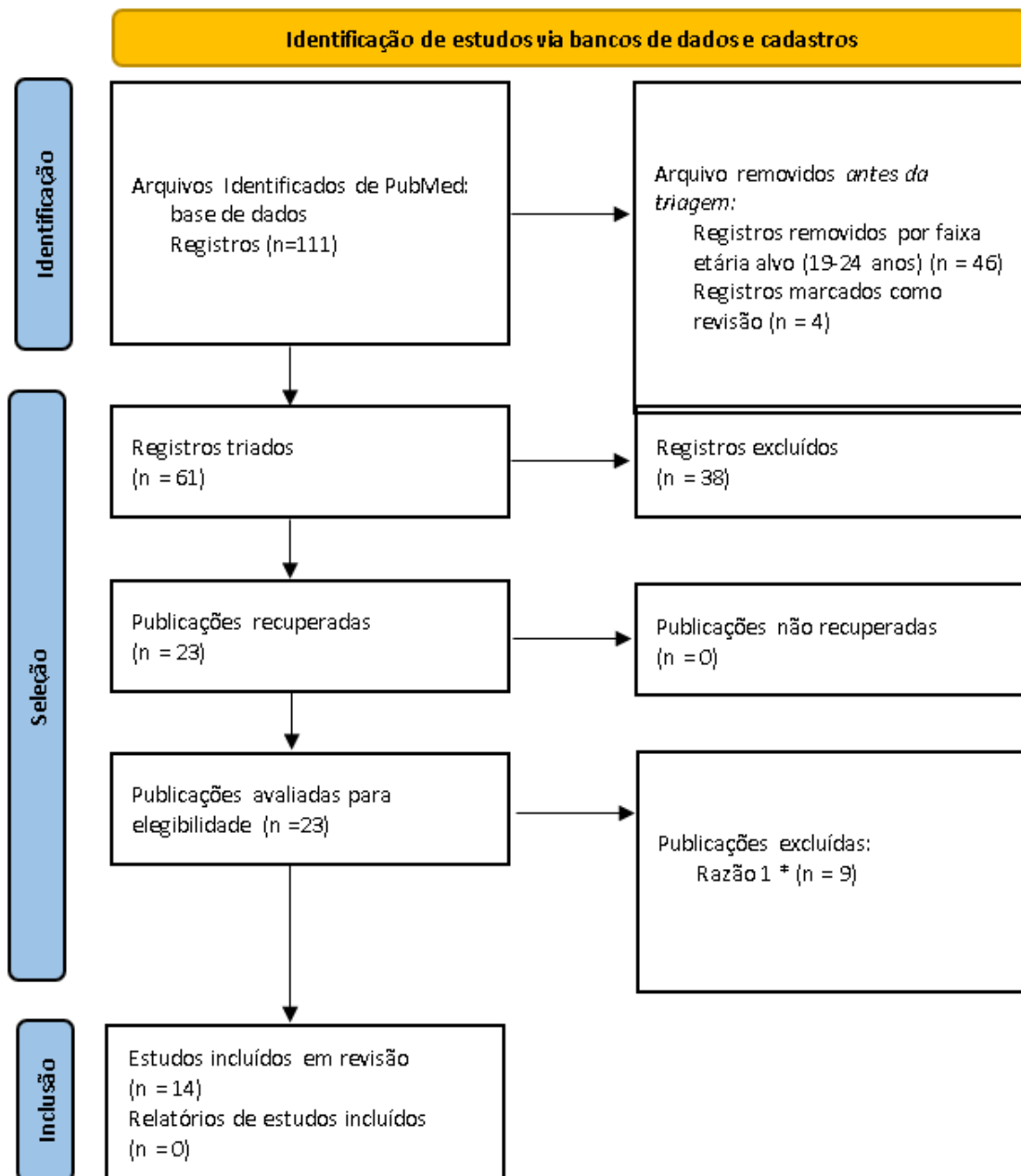
Para alcançar os objetivos propostos, a revisão foi construída com base na estratégia PICO adaptada, na qual cada letra representa um componente da questão norteadora da pesquisa. Neste estudo, utilizou-se a estrutura P (população), I (interesse) e CO (contexto). Assim, definiu-se: P: jovens adultos; I: uso das mídias sociais e sua influência na construção da autoestima e da autoimagem; CO: redes sociais. A partir dessa estrutura, foi elaborada a seguinte questão norteadora: Como o uso das redes sociais influencia a construção da autoestima e da

autoimagem em jovens adultos?

O processo metodológico seguiu as recomendações do Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA), que consiste em um checklist acompanhado de um fluxograma dividido em quatro etapas (identificação, seleção, elegibilidade e inclusão), amplamente utilizado como base para a condução e apresentação de revisões sistemáticas e integrativas.

Figura 1

Fluxograma Prisma



Nota. Razão 1: Foram excluídos os artigos não disponíveis na íntegra.

Para a busca dos estudos, utilizou-se exclusivamente a base de dados PubMed, por apresentar maior relevância e adequação ao tema proposto. As demais bases foram inicialmente consideradas, porém não demonstraram resultados suficientemente pertinentes à temática. A estratégia de busca foi realizada por meio de descritores combinados com operadores booleanos, conforme segue: ("social media" OR "social networking sites" OR Instagram OR TikTok) AND ("self image" OR "body image" OR "self-esteem") AND ("young adults" OR "emerging adults"). A busca foi conduzida considerando os termos no texto completo dos artigos.

Foram estabelecidos como critérios de inclusão: estudos que abordassem a relação entre o uso de redes sociais e a construção da autoestima e/ou autoimagem em jovens adultos (19 a 24 anos), publicados nos últimos seis anos (2020-2026) e disponíveis para leitura na íntegra. Como critérios de exclusão, consideraram-se estudos de revisão, que não se relacionavam diretamente com a temática proposta ou que não atendiam aos recortes definidos.

A busca inicial resultou em 111 artigos na base PubMed. Em seguida, aplicou-se o filtro de faixa etária, restringindo-se a jovens adultos (19 a 24 anos) e retirou-se os estudos de revisão presentes, conforme classificação da própria base, o que resultou na exclusão de mais 50 artigos, totalizando 61 estudos para análise. Após a leitura dos títulos e resumos, 38 artigos foram excluídos por não atenderem aos critérios de inclusão, restando 23 estudos para leitura na íntegra. Destes, apenas 14 estavam disponíveis integralmente para acesso, enquanto 9 foram excluídos por indisponibilidade do texto completo. Assim, a amostra final desta revisão foi composta por 14 artigos científicos.

Para a organização e compreensão do referencial metodológico desta revisão integrativa, procedeu-se à sistematização dos 14 artigos selecionados por meio de um fichamento padronizado, consolidado na Tabela 1 (Dados gerais de cada artigo), e, uma organização temática progressiva dividida em cinco blocos, detalhada na Tabela 2 (Divisão por blocos). Ambas as tabelas foram elaboradas com o suporte da ferramenta NotebookLM, o que otimizou a sistematização das principais ideias, conceitos e etapas descritos pelos blocos.

Os dados detalhados de cada estudo, incluindo autoria, ano de publicação, objetivos e principais desfechos, encontram-se sistematizados na Tabela 1.

Tabela 1*Dados gerais de cada artigo*

Autor/Ano	Método	Amostra	Principais achados
El-Khoury et al. (2020)	Quantitativo transversal	Universitários (n=68)	40% realizaram detox digital voluntário, associado à melhora do humor, sono e ansiedade. Instagram apresentou maior resistência à interrupção (75%).
DiBisceglie & Arigo (2021)	Survey transversal	Fitstagrammers (n=65) e seguidores (n=270)	Visualização de fitspiration associou-se à prática de exercícios. Mulheres e seguidores relataram maior impacto emocional negativo.
Klier et al. (2022)	Pesquisa online quantitativa	Jovens adultos (n=285)	Comparação corporal e pressão estética correlacionaram-se à insatisfação corporal e internalização do ideal atlético.
Stefana et al. (2022)	Quantitativo transversal	Mulheres usuárias de Instagram (n=1.172)	Comparação social mediou integralmente a relação entre uso do Instagram, autoestima, depressão e atitudes alimentares.
Ahrens et al. (2022)	Análise longitudinal de conteúdo	400 imagens de Instagram	Influenciadores exibiram maior frequência de corpos “fit” e conteúdo sexualizado que marcas esportivas.
Zhang et al. (2023)	Modelagem de equações estruturais	Universitários (n=1.004)	Uso das redes associou-se ao bem-estar via autoestima e suporte social. Cyberbullying moderou negativamente essa relação.
Ariana et al. (2024)	Métodos mistos	Geração Z (n=507; qualitativo n=32)	Comparação ascendente e internalização do ideal de magreza reduziram a satisfação corporal. Literacia midiática atuou como fator protetivo.
Vagka et al. (2024)	Quantitativo transversal	Graduandos (n=1.408)	Nomofobia associou-se ao maior engajamento em redes sociais e níveis elevados de ansiedade.
Jaruga-Sękowski et al. (2025)	Quantitativo (CAWI)	Jovens adultos (n=261)	Dietas restritivas e edição de fotos correlacionaram-se ao maior risco de transtornos alimentares.
Sekaran et al. (2025)	Quantitativo transversal	Adultos emergentes (n=204)	Uso problemático das redes correlacionou-se negativamente com autoestima e busca por validação social.

Imtiaz et al. (2025)	Quantitativo transversal	Jovens usuários ativos (n=709)	Uso intensificado de Instagram e Snapchat associou-se ao agravamento de sintomas de dismorfia corporal.
Liu Xianan (2025)	Métodos mistos	Universitários chineses (n=2.418)	Comparação social predisse autoestima negativa. Mulheres apresentaram maior pressão por magreza e homens por muscularidade.
Czubaj et al. (2025)	Quantitativo transversal	Jovens adultos (n=211)	Exposição a imagens atléticas reduziu autoestima, especialmente entre mulheres.
Lo Coco et al. (2026)	Regressão de efeitos mistos	Adultos jovens (n=5.933)	Maior tempo em redes sociais associou-se à menor satisfação corporal e maior comparação de aparência.

A presente revisão abrange artigos publicados entre 2020 e 2026, evidenciando a atualidade e o vigor acadêmico do tema. Geograficamente, a amostra apresenta abrangência global, com contribuições da Europa (Polônia, Itália, Alemanha, Escócia e Grécia), Ásia (China, Líbano, Paquistão, Indonésia e Índia) e América do Norte (EUA), além de um estudo multicêntrico envolvendo oito nações.

Metodologicamente, observa-se o predomínio de estudos quantitativos transversais ($n=10$), complementados por abordagens de métodos mistos ($n=2$) e análise longitudinal de conteúdo. O público-alvo concentra-se em jovens adultos (18 a 26 anos), majoritariamente universitários de ambos os sexos. As investigações convergem para a análise dos impactos de plataformas como Instagram, TikTok e Snapchat na imagem corporal, nos processos de comparação social e no bem-estar psicológico.

Resultados e Discussão

O presente estudo teve como objetivo geral investigar como as redes sociais influenciam a construção da autoestima e da autoimagem em jovens adultos ao ampliarem e intensificarem os processos de comparação social. Para tanto, buscou-se compreender de que maneira as mediações digitais contribuem para a formação de referências individuais e para a percepção de si nessa população. A fim de alcançar esse objetivo, foram analisados 14 artigos científicos selecionados por meio de revisão integrativa da literatura, publicados entre 2020 e 2026, com amostras compostas majoritariamente por jovens adultos universitários de diferentes contextos culturais. A partir desse corpus, os dados foram organizados de forma a evidenciar a articulação entre o ambiente digital, os processos psicológicos de mediação e os desfechos na saúde mental dos indivíduos.

Os resultados serão apresentados e discutidos em cinco blocos temáticos, estruturados de maneira progressiva, do contexto mais periférico ao núcleo central da problemática investigada. Essa organização parte da caracterização do ecossistema digital e das dinâmicas de uso das plataformas, avança pela identificação dos padrões estéticos transmitidos e pelos mecanismos psicológicos de mediação — com destaque para o processo de comparação social —, passa pela análise da construção da autoestima e da autoimagem em jovens adultos e culmina na discussão das consequências patológicas associadas à exposição ao conteúdo de redes sociais, incluindo os Transtornos Alimentares (TA), o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) e o Uso Problemático de Redes Sociais (PSMU). Tal estruturação visa proporcionar uma leitura analítica coesa, evidenciando como os fatores contextuais e comportamentais se articulam progressivamente para produzir impactos na saúde mental dos indivíduos.

Tabela 2

Divisão por blocos

Bloco Temático	Foco do Conteúdo
1. Ecossistema Digital e Dinâmicas de Uso	Caracterização das plataformas (Instagram, TikTok, Snapchat), tempo de exposição e o fenômeno da "Desintoxicação Digital".
2. Padrões Estéticos Transmitidos: Do "Thin-Ideal" ao "Athletic-Ideal"	A transição da magreza extrema para o corpo "fit" e musculoso. O papel dos influenciadores fitness e a sexualização do conteúdo.
3. Mediação Psicológica: O Processo de Comparação Social	Como o conteúdo se transforma em impacto: a Comparação de Aparência Ascendente (UAC) e a internalização de ideais inalcançáveis.
4. Construção da Autoestima e Autoimagem em Jovens Adultos	O ponto central: como a manipulação da própria imagem (filtros/edição) e o feedback social (likes) moldam a autovalorização.
5. Consequências Patológicas e Transtornos Associados	O estágio final do impacto: Risco de Transtornos Alimentares (ED), Transtorno Dismórfico Corporal (BDD) e Uso Problemático (PSMU).

Bloco 1: Ecossistema Digital e Dinâmicas de Uso

No primeiro bloco temático, os artigos verificados evidenciam um padrão consistente de uso intenso das redes sociais entre jovens adultos, com variações relevantes entre plataformas, perfis de gênero e contextos culturais.Primeiramente se destaca o estudo de El-Khoury et al. (2020), que em estudo piloto conduzido com 68 estudantes universitários no Líbano (55% homens, 45% mulheres; faixa etária de 18 a 30 anos), identificaram que 37% dos participantes passavam de 2 a 4 horas diárias nas redes sociais, enquanto 24% relataram uso de 4 a 6 horas por dia. Apenas 9% declararam utilizar as plataformas por menos de 30 minutos diários. No que se refere às plataformas, o Instagram foi identificado como a rede mais difícil de abandonar: entre os 27 estudantes que realizaram algum período de detox digital — definido pelo Dicionário Oxford como um período durante o qual uma pessoa se abstém de usar dispositivos eletrônicos, visto como oportunidade para reduzir o estresse ou focar na interação social no mundo físico —, 75% apontaram o Instagram como a rede de maior resistência à interrupção.

Em paralelo, Imtiaz et al. (2025), em um estudo transversal realizado em Karachi, Paquistão, com 709 participantes jovens (56,3% do sexo feminino; idade média de 19,5 anos; faixa etária de 15 a 28 anos), encontraram que 49,8% dos participantes utilizavam as redes sociais por 4 a 6 horas diárias, e 21,3% por mais de 6 horas diárias. Nessa amostra, o Snapchat foi a plataforma mais utilizada (25,4%), seguido pelo YouTube (14,2%), Instagram (13,5%), Facebook (13,5%) e Twitter (9,4%). Ademais, 72,4% dos participantes concordaram que as redes sociais exercem grande influência sobre sua aparência física, e 61,5% afirmaram seguir conteúdo relacionado à

moda.

Em um estudo multinacional abrangente, Lo Coco et al. (2026) conduziram um estudo multinacional com 5.933 jovens adultos (idade média de 21,54 anos; 67,6% do sexo feminino), provenientes de oito países — Austrália, Bélgica, Canadá, China, Itália, Japão, Espanha e Estados Unidos — com coleta de dados realizada entre julho de 2018 e março de 2019. Os resultados indicaram que 94% dos participantes utilizavam redes sociais, com tempo médio semanal correspondente a aproximadamente 6 a 7 horas. As mulheres apresentaram um tempo de uso das redes sociais superior ao dos homens ($M = 3,44$ vs. $M = 3,17$; $p < 0,001$), embora, em dimensões como a busca por musculatura, o impacto do tempo de uso tenha sido mais pronunciado entre os participantes do sexo masculino. Com exceção da China — onde apenas 63% relataram uso — mais de 95% dos participantes em todos os outros países declararam utilizar redes sociais regularmente.

No âmbito da regulação do uso, El-Khoury et al. (2020) destacaram que 57% dos universitários libaneses acreditavam gastar tempo excessivo nas plataformas e desejavam reduzir esse uso, e 40% já haviam voluntariamente realizado algum período de detox digital. O conceito de detox digital foi reconhecido por 62% dos estudantes da amostra, embora sua aplicação tenha apresentado ampla variabilidade quanto à duração e à abrangência.

Os dados apresentados revelam a existência de um ecossistema digital que, em múltiplos contextos culturais, representa mais do que uma escolha secundária no cotidiano de jovens adultos, mas pelo contrário, o uso de redes sociais acabou se tornando uma presença estruturante. Tais achados foram historicamente apontados por Turkle (2011), que argumenta que a hiperconectividade digital produz um paradoxo central: indivíduos cada vez mais vinculados às plataformas, ao mesmo tempo em que experimentam novas formas de isolamento emocional. Para a autora, a tecnologia tornou-se a arquiteta de nossas intimidades, moldando não apenas a comunicação, mas as expectativas sobre si e sobre o outro.

Partindo desse pressuposto, ainda segundo o que observa Turkle (2015) a constante disponibilidade tecnológica redefine os limites entre conexão e solidão, gerando uma relação ambivalente na qual jovens buscam aprovação e pertencimento, apesar do custo subjetivo desse investimento. Tal ciclo — ilustrado pelo reingresso universal nas plataformas após períodos de detox identificado por El-Khoury et al. (2020) — evidencia que a arquitetura digital é desenhada para o engajamento contínuo, tornando a desvinculação estruturalmente desfavorecida. Por fim, a abrangência global dos dados de Lo Coco et al. (2026) reforça a dimensão sistêmica dessa transformação: trata-se de uma reconfiguração transcultural das formas de sociabilidade e autopercepção cujos efeitos atravessam fronteiras geográficas com consistência analítica relevante, o que demonstra como essas plataformas passaram a fazer parte de quase todos os aspectos da vida dos jovens, moldando profundamente a maneira como eles se enxergam e se relacionam com o próprio corpo.

Bloco 2: Padrões Estéticos Transmitidos — Do Thin Ideal ao Athletic Ideal

No segundo bloco, a análise dos artigos selecionados evidencia uma transição nos padrões corporais idealizados nas redes sociais: Thin Ideal caracterizado como o corpo magro cede progressivamente espaço ao Athletic Ideal, descrito por uma estética simultaneamente esbelta e musculosa. O primeiro artigo a ser analisado nesse bloco expõe essa transição mencionada, Klier et al. (2022), em pesquisa com 285 jovens adultos na Alemanha, descrevem esse novo padrão físico e estético como um desdobramento da crescente valorização do esporte mediada pelas plataformas digitais. Os autores observam que o treinamento resistido (foca em aumentar a força e a massa muscular com cargas elevadas e menos repetições) substituiu o foco exclusivo em exercícios de “endurance” (atividades de resistência aeróbica voltadas ao desempenho cardiovascular de longa duração) refletindo a evolução dos ideais de beleza digitais. Nessa amostra, 71,9% dos participantes já haviam sido expostos a esses padrões, com disparidades de gênero notáveis: 25% das mulheres afirmaram emular frequentemente tais ideais, contra apenas 9,9% dos homens. Além disso, a comparação corporal atingiu 47,8% do público feminino e 35,6% do masculino. Entre aqueles com autoimagem negativa, identificaram-se correlações fortes entre a visualização de posts fitness e a insatisfação corporal ($r = 0,59$; $p = 0,001$), bem como a percepção de pressão social para atingir a perfeição estética ($r = 0,50$; $p = 0,001$).

No âmbito da criação de conteúdo para as redes sociais, Ahrens et al. (2022) realizaram uma análise longitudinal de 400 imagens no Instagram entre 2019 e 2021. Os resultados revelaram que o fit ideal (corpo magro e tonificado) estava presente em 48,6% de todo o conteúdo analisado. Contudo, essa representação foi significativamente mais acentuada nos perfis de influenciadores (67,6%) do que nas contas de marcas esportivas (27,7%). A sexualização do corpo seguiu padrão similar, sendo quase exclusiva das influenciadoras (35,2% vs. 0,6% nas marcas). Os autores destacam que essa dupla demanda — magreza somada à tonificação muscular — torna o padrão ainda menos acessível, mantendo-se estável e persistente ao longo do período analisado, sem mudanças significativas entre 2019 e 2021.

Sob uma perspectiva transcultural, Liu Xianan (2025) investigou 2.418 universitários na China, identificando padrões de internalização generificados: enquanto nas mulheres a internalização do thin ideal (corpo magro) apresentou a maior associação negativa com a imagem corporal ($r = -0,789$; $p < 0,01$), nos homens predominou a busca pela musculatura ($r = -0,501$; $p < 0,01$). Embora o conteúdo fitness tenha sido citado como motivador para o exercício, a análise qualitativa revelou uma percepção ambivalente, na qual influenciadores são vistos simultaneamente como inspiração e como promotores de padrões inalcançáveis. Essa ambivalência é reforçada por Czubaj et al. (2025) na Polônia, onde a exposição a corpos atléticos motivou 34,6% dos usuários, mas provocou queda na autoestima em 37% da amostra, com impacto significativamente mais intenso entre as mulheres ($p = 0,004$).

DiBisceglie e Arigo (2021) compararam as percepções de fitstagrammers (influenciadores de fitness no Instagram que compartilham rotinas de exercícios, nutrição e motivação) e seus

seguidores nos Estados Unidos. Enquanto os criadores de conteúdo declararam intenções altruístas de inspiração (77%), os seguidores buscavam dicas práticas de treino (81%). Apesar de uma correlação positiva entre a visualização de conteúdos e a frequência de exercícios ($r = 0,19$; $p = 0,02$), o impacto emocional foi predominantemente adverso: 64% dos seguidores relataram sentimentos negativos ao consumir imagens de fitspiration (postagens nas redes sociais destinadas a motivar exercícios e hábitos alimentares saudáveis), uma proporção superior à dos próprios produtores de conteúdo (50%; $p < 0,0001$). As mulheres apresentaram maior vulnerabilidade emocional em ambos os grupos ($p < 0,0001$), consolidando um padrão de risco de gênero transversal aos estudos.

Os resultados compilados revelam um padrão coeso: em contextos geográficos distintos, a exposição ao conteúdo fitness nas redes sociais associa-se à internalização de um ideal corporal que exige, simultaneamente, magreza e definição muscular. Sob a ótica de Durkheim (1895/2007), o Athletic Ideal (corpo esbelto e musculoso) pode ser interpretado como um Fato Social, dada a sua natureza externa ao indivíduo e sua capacidade coercitiva de moldar condutas e percepções estéticas. A convergência transcultural identificada por Lo Coco et al. (2026) evidencia a formação de uma Consciência Coletiva digital, na qual a pressão para a adequação corporal transcende fronteiras geográficas.

Esse mecanismo de pressão social é operacionalizado pela Teoria da Aprendizagem Social de Bandura (1977): a relação horizontal estabelecida com as influenciadoras digitais atua como um potente reforçador vicário, validando o fit ideal (corpo magro e tonificado) como padrão normativo e imitável. O paradoxo do engajamento persistente, apesar do desconforto emocional relatado por Czubaj et al. (2025), reflete a força dessa Consciência Coletiva descrita por Durkheim: o indivíduo sente-se compelido a participar do ecossistema digital para manter o sentimento de pertencimento ao grupo, mesmo quando a comparação direta com o modelo ideal resulta em impactos negativos à autopercepção.

Bloco 3: Mediação Psicológica — O Processo de Comparação Social

Compreendido o contexto em que os padrões estéticos são disseminados, torna-se necessário examinar os mecanismos psicológicos pelos quais essa exposição se converte em impacto subjetivo. Nesse sentido, o processo de comparação social emerge como o principal mediador entre o consumo de conteúdo nas redes e os desfechos em saúde mental, conforme demonstrado de forma convergente pelos estudos analisados.

O percurso investigativo deste bloco inicia-se com o estudo de Stefana et al. (2022), intitulado “Instagram Use and Mental Well-Being: The Mediating Role of Social Comparison” em pesquisa com 1.172 usuárias de Instagram na Itália (18 a 35 anos), revelaram que a intensidade de uso da plataforma correlaciona-se positivamente com a tendência à comparação da aparência física ($r = 0,27$; $p < 0,001$), com sintomas depressivos ($r = 0,14$; $p < 0,001$) e com atitudes alimentares disfuncionais ($r = 0,14$; $p < 0,001$). Inversamente, a intensidade de uso do Instagram associou-se

negativamente à autoestima ($r = -0,09$; $p < 0,01$). Notavelmente, a comparação da aparência física demonstrou ser um mediador completo entre a intensidade de uso da plataforma e os desfechos de sintomas depressivos, autoestima e atitudes alimentares disfuncionais ($p < 0,001$), indicando que os efeitos do Instagram sobre a saúde mental não operam de forma direta, mas são inteiramente canalizados pela tendência comparativa.

Em um estudo misto realizado na Indonésia com 507 usuários da Geração Z (17 a 26 anos) do TikTok, Ariana et al. (2024) observaram que a comparação de aparência ascendente (UAC — Upward Appearance Comparison) é influenciada tanto pela atividade baseada em vídeo (Video Based Activity) quanto pela motivação de aparência (Appearance Motivation). A internalização do ideal de magreza (TII) é influenciada de formas distintas e com magnitudes diferentes: enquanto a motivação de aparência atua como um preditor positivo que aumenta essa internalização (0,261), a literacia em mídias sociais exerce um papel protetivo, reduzindo-a (-0,14). Tanto a UAC quanto a TII impactaram negativamente a satisfação corporal dos usuários. O estudo qualitativo complementar identificou que a exposição a vídeos de corpos idealizados no TikTok, frequentemente editados e acompanhados de reações positivas, leva os usuários a internalizar o ideal de magreza como uma norma estética pessoal.

Corroborando esses achados, a perspectiva transnacional, Lo Coco et al. (2026), em investigação com 5.933 jovens adultos de oito países, demonstraram que um maior tempo despendido em redes sociais associa-se a menor satisfação e apreciação corporal, e a um maior impulso por magreza, internalização do ideal de magreza e comparação de aparência. O tempo de uso em aplicativos de namoro, por sua vez, foi associado a menor apreciação corporal e maior impulso por muscularidade. Importaneamente, as associações entre o tempo de uso e o impulso por muscularidade foram mais fortes para homens do que para mulheres, reforçando a diferenciação de gênero nos alvos da comparação social digital.

Os dados apresentados convergem para a compreensão de que a exposição a conteúdos idealizados nas redes sociais não é um fenômeno passivo, mas um catalisador ativo de processos psicológicos que afetam a autoimagem de jovens adultos. A centralidade da comparação social como mediador, conforme demonstrado por Stefana et al. (2022), encontra respaldo na Teoria da Comparação Social de Festinger (1954). Segundo Festinger, os indivíduos possuem uma necessidade inata de autoavaliação, que os impele a comparar suas opiniões e habilidades com as de outros. No ambiente digital, essa comparação tende a ser predominantemente ascendente — ou seja, com indivíduos percebidos como superiores — o que, paradoxalmente, gera insatisfação e alimenta um ciclo de busca por mais conteúdo na tentativa de reduzir a discrepância percebida entre o eu real e o eu ideal.

Esse processo é intensificado pela internalização de padrões corporais, conceito central no Modelo de Influência Tripartite de Thompson et al. (1999), que postula ser a mídia, ao lado de pares e família, um vetor primário para a adoção de ideais de beleza. Os achados de Ariana et al. (2024) e Lo Coco et al. (2026) ilustram como a exposição contínua a imagens de corpos

idealizados leva os jovens a adotar esses padrões como seus próprios objetivos estéticos, com maior vulnerabilidade feminina historicamente amplificada pelo ambiente digital.

Bloco 4: Construção da Autoestima e Autoimagem em Jovens Adultos

Estabelecido o papel da comparação social como mecanismo mediador central, torna-se possível avançar para o ponto nuclear desta revisão: a forma pela qual o uso das redes sociais interfere diretamente na construção da autoestima e na formação da autoimagem de jovens adultos. Os estudos analisados revelam uma relação complexa e bidirecional, em que as redes sociais podem tanto corroer quanto, em determinadas condições, fortalecer a autopercepção positiva.

Zhang et al. (2023), em estudo com 1.004 estudantes universitários chineses (Média de idade = 23,78 anos), testaram um modelo de mediação moderada para investigar como o uso das redes sociais afeta o bem-estar psicológico (Psychological Well-Being) e subjetivo (Subjective Well-being). Os resultados revelaram que o uso de redes sociais associou-se positivamente à autoestima ($B = 0,20$; $p < 0,001$) e ao suporte social online ($B = 0,09$; $p < 0,001$), os quais atuaram como mediadores na relação entre o uso das redes e os desfechos de bem-estar.

Especificamente, o efeito indireto do uso de redes sobre o bem-estar psicológico (PWB) via autoestima foi de 0,100 (IC 95% [0,075; 0,126]), e via suporte social, de 0,046 (IC 95% [0,030; 0,063]). Esses achados indicam que, quando o engajamento digital é permeado por interações afirmativas e suporte social genuíno, as redes sociais podem constituir um ambiente propício ao fortalecimento da autoestima e do bem-estar. Contudo, os mesmos autores identificaram um importante fator moderador: o cyberbullying operou como moderador negativo significativo nessa relação, enfraquecendo substancialmente o efeito protetor da autoestima sobre o bem-estar psicológico ($B = -0,11$; $p < 0,001$). Em contextos de alta exposição ao cyberbullying, o efeito indireto do uso de redes sobre o bem-estar psicológico via autoestima reduziu-se de 0,128 (nível baixo) para 0,056 (nível alto), evidenciando a fragilidade condicionada desse processo.

Os achados de Zhang et al. (2023) ganham contraste relevante quando confrontados com os de Vagka et al. (2024), que investigaram 1.408 estudantes de graduação gregos (18 a 25 anos). O estudo revelou que participantes com autoestima baixa apresentaram menores chances de checar redes sociais via smartphone (OR = 0,49; $p < 0,001$), menor número de amigos digitais ($B = -216,3$; $p = 0,013$) e menos seguidores online ($B = -109,8$; $p = 0,037$) em comparação àqueles com autoestima normal ou alta. Esse padrão pode sugerir que baixa autoestima não implica, necessariamente, maior engajamento nas plataformas; ao contrário, pode estar associada a menor participação ativa, embora os dados não permitam inferência causal pela natureza transversal do estudo.

Adicionalmente, o estudo identificou que níveis elevados de nomofobia — caracterizada como o medo irracional de estar sem acesso ao smartphone — correlacionaram-se positivamente com maior engajamento em redes sociais ($p < 0,001$), e que ansiedade severa estava associada ao

aumento do volume de mensagens diárias trocadas ($B = 3,2$; $p = 0,028$), sugerindo que estados emocionais negativos podem redirecionar o uso digital para padrões mais compulsivos e menos gratificantes.

Em uma perspectiva diretamente centrada na auto imagem, Czubaj et al. (2025), em pesquisa com 211 jovens adultos na Polônia (média de 27 anos), constataram que a exposição a imagens atléticas nas redes sociais reduziu a autoestima em 37% dos participantes, com efeito significativamente mais acentuado em mulheres ($p = 0,004$). Adicionalmente, o gênero influenciou em grau elevado a tendência de comparar-se com indivíduos atléticos ($p = 0,02$), e o índice de massa corporal (IMC) não mostrou associação significativa com a percepção da própria imagem corporal ($p = 0,05$), indicando que o impacto das redes sobre a autoimagem é mais dependente de fatores psicológicos e de gênero do que de características físicas objetivas.

Complementarmente, Sekaran et al. (2025), em estudo com 204 adultos emergentes na Índia (18 a 22 anos), identificaram que o uso problemático de redes sociais (PSMU) correlacionou-se inversamente com a autoestima dos participantes ($r = -0,270$; $p < 0,0001$), sugerindo que quanto mais disfuncional o padrão de uso, mais comprometida tende a ser a autopercepção do jovem. Dentre os preditores do uso problemático, destacou-se a necessidade percebida de acumular seguidores, reforçando a hipótese de que a autoestima de uma parcela significativa dos usuários passa a ser regulada externamente por métricas de validação social digital — likes, seguidores e comentários — em vez de por referenciais internos de valor pessoal.

A articulação entre os achados dos quatro estudos revela um quadro interpretativo de dupla face: quando o uso das redes é moderado e permeado por interações sociais de qualidade, como verificado por Zhang et al. (2023), as plataformas podem atuar como vetores de fortalecimento da autoestima. No entanto, quando o engajamento digital é orientado pela comparação ascendente, pela busca de validação externa e pela exposição reiterada a padrões estéticos inatingíveis, o resultado é sistematicamente a queda da autopercepção positiva.

Essa dualidade encontra suporte na Sociometer Theory de Leary et al. (1995), segundo a qual a autoestima funciona como um barômetro interno do nível de inclusão e aceitação social percebido pelo indivíduo. No contexto das redes sociais, esse barômetro passa a ser calibrado por métricas quantificáveis — curtidas, seguidores, comentários —, tornando a autoestima estruturalmente dependente de um sistema de aprovação externo, volátil e comparativo.

Adicionalmente, no contexto das redes sociais, a prática de edição e manipulação de fotografias antes de publicá-las emerge como um fator de particular relevância na construção da autoimagem. No estudo de Jaruga-Sękowska et al. (2025) identificaram que 27,6% dos participantes que frequentemente editavam suas fotos demonstravam risco elevado de transtornos alimentares ($p = 0,005$). Os autores interpretam a edição fotográfica como uma forma de autopressão para conformidade com padrões irreais de beleza — um processo ativo no qual o jovem não apenas consome, mas também produz e reforça os próprios ideais que o afetam negativamente, criando um circuito de retroalimentação entre a autoimagem desejada e a

insatisfação com a imagem real.

Bloco 5: Consequências Patológicas e Transtornos Associados

O percurso analítico percorrido até este ponto — do ecossistema digital aos padrões estéticos, dos mecanismos comparativos ao efeitos na autoestima — converge para o estágio final e mais significativo do impacto das redes sociais sobre a saúde mental dos jovens adultos: a eclosão de quadros psicopatológicos. Os estudos analisados identificam três principais categorias de desfechos clínicos associados ao uso intenso e comparativo das plataformas digitais: o risco de Transtornos Alimentares (TA), o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) e o Uso Problemático de Redes Sociais (PSMU).

No que se refere aos Transtornos Alimentares, Jaruga-Sękowska et al. (2025) conduziram um estudo com 261 participantes poloneses entre 16 e 25 anos, utilizando o Eating Attitudes Test-26 (EAT-26) e a Escala de Autoestima de Rosenberg (SES). Os resultados revelaram uma prevalência alarmante de risco de TA em 47% da amostra, com maior concentração entre estudantes do ensino médio (56,6%). Contrariando premissas tradicionais que associavam os transtornos alimentares predominantemente ao sexo feminino, o estudo identificou que meninos do ensino médio apresentaram risco ainda mais elevado (64%), possivelmente em decorrência da crescente pressão social por musculatura e definição física direcionada ao público masculino nas redes sociais.

Os principais preditores de risco foram a adoção de dietas restritivas (estimativa = 0,9239; $p < 0,001$) e a manipulação de fotografias pessoais antes da publicação online ($p = 0,005$). Significativamente, a autoestima, medida pela SES, não demonstrou associação direta e significativa com o risco de TA (estimativa = 0,00503; $p = 0,977$), sugerindo que o risco é conduzido primariamente por fatores externos — como a comparação social e a pressão estética das redes — em vez de por avaliações internas de valor pessoal.

Também na Polônia, Czubaj et al. (2025) reforçam esse panorama ao identificar que a maior parte dos respondentes relatou sentir que sua vida era menos atraente do que a dos outros ao navegar pelas redes sociais, e que a exposição a imagens de corpos atléticos impactou negativamente a percepção corporal de 37% dos participantes, com impacto estatisticamente mais intenso entre mulheres ($p = 0,004$). Os autores destacam que os algoritmos das plataformas desempenham papel ativo nesse processo: ao identificar o interesse do usuário por conteúdos relacionados à estética e ao corpo, as plataformas amplificam a exposição a esse tipo de material, dificultando o acesso a conteúdos promotores de saúde e criando um ciclo de retroalimentação que pode exacerbar comportamentos disfuncionais.

No que diz respeito ao Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), Imtiaz et al. (2025) realizaram um estudo transversal e os resultados revelaram uma prevalência de TDC de 6,3% — valor que excede estimativas populacionais gerais, situadas em torno de 2% — e uma associação significativa entre uso intensificado de Snapchat e Instagram e a exacerbação dos sintomas do

transtorno ($p < 0,05$). Entre os participantes que apresentaram preocupações com a aparência, 65,2% apresentaram evitar determinadas atividades em razão de falhas físicas percebidas, 55,2% citaram prejuízo em sua vida social e 59,2% referiram dificuldades no desempenho de estudos ou trabalho.

Adicionalmente, 105 participantes (64,4%) passavam mais de uma hora por dia pensando em suas falhas físicas percebidas, evidenciando o grau de comprometimento funcional associado ao transtorno. A prevalência superior do TDC nessa amostra, em relação à população geral, é consistente com a hipótese de que a exposição sistemática a imagens editadas e filtradas nas redes sociais potencializa a distorção da autopercepção corporal, criando ou agravando preocupações obsessivas com a aparência.

Quanto ao Uso Problemático de Redes Sociais (PSMU), Sekaran et al. (2025) identificaram uma prevalência de 7,8% entre os 204 adultos emergentes indianos avaliados, com correlação inversa significativa com a autoestima ($r = -0,270$; $p < 0,0001$). O estudo revelou que iniciar o uso das redes em idade precoce aumenta as chances de desenvolvimento de PSMU, assim como a necessidade percebida de acumular seguidores.

Em perspectiva complementar, Vagka et al. (2024) verificaram que níveis elevados de nomofobia correlacionaram-se fortemente com engajamento ampliado nas redes sociais ($p < 0,001$), e que estados de ansiedade severa estavam associados ao aumento do número de mensagens diárias trocadas ($p = 0,028$), delineando um perfil em que a ansiedade e o uso compulsivo do smartphone se retroalimentam mutuamente.

A articulação entre os achados compilados ao longo desta revisão revela um quadro interpretativo de mútua influência: o ecossistema digital de alto engajamento (Bloco 1) expõe o jovem a padrões estéticos inatingíveis (Bloco 2), que invariavelmente desencadeiam processos de comparação social ascendente (Bloco 3). Quando esse ciclo se mantém sem a devida mediação crítica, a erosão da autoestima e a distorção da autoimagem (Bloco 4) deixam de ser riscos latentes para se consolidarem em quadros clínicos concretos, como os transtornos alimentares, o TDC ou o uso problemático das próprias plataformas. Logo, depreende-se que a patologização da relação com o corpo na era digital não é um evento isolado, mas o estágio final de uma trajetória de vulnerabilidade psíquica alimentada pela arquitetura das redes, exigindo uma compreensão sistêmica que considere desde o design das interfaces até a subjetividade do usuário como campos de intervenção necessários.

Considerações Finais

Com o objetivo de investigar como as redes sociais, ao ampliarem e intensificarem os processos de comparação social, e como estes mecanismos influenciam a construção da autoestima e da autoimagem em jovens adultos, a revisão analisou 14 artigos, cujos resultados subsidiaram a divisão em cinco eixos temáticos. No primeiro, referente ao ecossistema digital,

observou-se um padrão crescente de uso intenso que indica aumento da dependência e vício, especialmente no Instagram, com tempo de tela superior a quatro horas diárias e resistência à interrupção voluntária. O segundo bloco evidenciou a prevalência do *ideal atlético*, pautado em corpos magros e tonificados, cuja internalização gera insatisfação corporal crônica. No terceiro, a mediação psicológica ocorre via comparação social ascendente, em que a busca por validação por métricas de engajamento intensifica sentimentos de inadequação. O quarto eixo demonstrou que a autoestima torna-se instável e dependente de reconhecimento externo, reflexo da incongruência entre o autoconceito e o self idealizado. Por fim, o quinto bloco discutiu os desdobramentos patológicos, destacando o risco elevado de dismorfia corporal e transtornos alimentares decorrentes dessa exposição sistemática.

As contribuições deste trabalho residem na sistematização de evidências que permitiram investigar como as redes sociais influenciam a construção da autoestima e da autoimagem em jovens adultos ao ampliarem e intensificarem os processos de comparação social. Os resultados reforçam que os impactos produzidos pelas plataformas ultrapassam o ambiente digital, interferindo diretamente na percepção identitária e na estabilidade do autoconceito, que passa a ser mediado por métricas de validação externa.

Nesse cenário, a revisão revelou uma crescente vulnerabilidade masculina associada aos novos padrões de muscularidade e ao ideal atlético, indicando que a pressão estética se tornou um fenômeno abrangente. Contudo, observou-se que as mulheres permanecem como o grupo mais severamente afetado pela objetificação corporal e pelos impactos subjetivos da comparação social online, evidenciando a persistência de assimetrias de gênero na vivência do corpo digital.

Tal dinâmica é potencializada pela horizontalização da influência social na era contemporânea. Diferentemente dos modelos tradicionais de mídia, nos quais os padrões eram difundidos por veículos centralizados, as redes sociais descentralizaram a produção de influência, tornando influenciadores e usuários comuns agentes ativos na disseminação de ideais comportamentais. Essa configuração torna os processos de comparação ainda mais insidiosos, uma vez que os conteúdos são percebidos como espontâneos e acessíveis, dificultando o distanciamento crítico do usuário.

Paralelamente, o trabalho oferece uma compreensão menos reducionista do fenômeno ao identificar a complexidade das interações digitais. Demonstrou-se que, embora a literatura enfatiza os riscos, as plataformas podem funcionar como espaços de acolhimento e fortalecimento emocional quando há suporte social online, sugerindo que o impacto na saúde mental depende da qualidade e da natureza das interações estabelecidas.

Por fim, a identificação de uma lacuna significativa de estudos brasileiros destaca-se como uma contribuição crítica para o campo. Esse achado sinaliza a necessidade urgente de pesquisas voltadas às especificidades culturais e socioeconômicas da realidade nacional, permitindo que futuras intervenções em saúde mental sejam desenhadas de acordo com o cotidiano e as vulnerabilidades da juventude brasileira.

No que se refere às limitações metodológicas, este estudo apresenta restrições inerentes a uma revisão integrativa de natureza teórica, fundamentando-se em dados secundários previamente publicados, sem a realização de coleta empírica própria. Dessa forma, a análise permaneceu condicionada aos recortes, metodologias e variáveis exploradas pelos estudos selecionados. Além disso, embora o uso exclusivo da base PubMed represente uma limitação metodológica, sua escolha foi justificada pela relevância técnica e científica da plataforma para pesquisas na área da saúde.

Ademais, o recorte temporal adotado mostrou-se necessário para captar as rápidas transformações das dinâmicas digitais contemporâneas e dos padrões estéticos atualmente vigentes nas redes sociais, considerando que tais plataformas sofrem mudanças constantes em suas formas de interação, validação e consumo de conteúdo. O reconhecimento dessas limitações é fundamental para conferir maturidade científica ao estudo, funcionando também como direcionamento para futuras investigações.

Quanto a perspectivas futuras, mostra-se premente o desenvolvimento de estudos longitudinais que investiguem o papel dos algoritmos como variáveis de controle do comportamento, com especial atenção a grupos minoritários e à vulnerabilidade masculina. Tais investigações são fundamentais para a Psicologia, visto que a dimensão digital consolidou-se como elemento estruturante da experiência contemporânea, exigindo uma prática clínica atenta aos processos de reforçamento mediado por métricas de validação e às distorções cognitivas decorrentes da comparação constante.

Em suma, embora casos extremos relacionados à busca por padrões corporais idealizados ocasionalmente ganhem grande visibilidade midiática — especialmente quando envolvem fatalidades, exposição pública ou figuras influentes do universo fitness —, observa-se que inúmeros outros sofrimentos permanecem invisibilizados no cotidiano. Jovens adultos submetidos constantemente à lógica da comparação social, da validação digital e da idealização estética frequentemente desenvolvem sintomas silenciosos, como baixa autoestima, ansiedade, distorção da autoimagem, comportamentos compulsivos e sofrimento psíquico progressivo, sem que essas experiências recebam a mesma atenção social.

Embora os estudos incluídos nesta revisão sejam predominantemente internacionais, seus achados dialogam com discussões que vêm ganhando espaço também no contexto brasileiro. A promulgação do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (Brasil, 2025) evidencia o reconhecimento, no contexto brasileiro, de que o ambiente virtual produz impactos relevantes sobre o desenvolvimento psicossocial e demanda mecanismos específicos de proteção e regulamentação. Ainda que o presente estudo tenha como foco jovens adultos, os resultados encontrados reforçam a importância dessas iniciativas ao demonstrar que a influência das plataformas digitais sobre a autoestima, a autoimagem e os processos de comparação social constitui um fenômeno amplo, cujos efeitos acompanham diferentes etapas do desenvolvimento. Nesse sentido, a aproximação entre as evidências científicas apresentadas e os debates

legislativos em curso sugere que a produção de conhecimento nessa área pode subsidiar futuras estratégias de prevenção, educação digital e formulação de políticas públicas voltadas à promoção da saúde mental.

Nesse contexto, a presente pesquisa surgiu da necessidade de compreender criticamente como as redes sociais participam da construção desses processos subjetivos e emocionais. Mais do que analisar apenas o uso das plataformas digitais, buscou-se investigar os mecanismos simbólicos e sociais que transformam a aparência física em parâmetro de reconhecimento, pertencimento e valor pessoal. Assim, este estudo pretende contribuir para reflexões que ultrapassem a superficialidade frequentemente atribuída ao tema, reconhecendo os impactos psicológicos e sociais que atravessam a relação contemporânea entre juventude, autoimagem e redes sociais.

Referências

- Ahrens, J., Brennan, F., Eaglesham, S., Buelo, A., Laird, Y., Manner, J., Newman, E., & Sharpe, H. (2022). *A longitudinal and comparative content analysis of Instagram fitness posts*. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(11), 6845. <https://doi.org/10.3390/ijerph19116845>
- Ariana, H., Almuhtadi, I., Natania, N. J., Handayani, P. W., Bressan, S., & Larasati, P. D. (2024). Influence of TikTok on body satisfaction among Generation Z in Indonesia: Mixed methods approach. *JMIR Human Factors*, 11, e58371. <https://doi.org/10.2196/58371>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida* (P. Dentzien, Trad.). Zahar. (Trabalho original publicado em 2000)
- Brasil. (2025). *Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025: Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente)*. Presidência da República.
- 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), 1238–1249. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1238>
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede* (R. V. Majer, Trad.). Paz e Terra. (Trabalho original publicado em 1996)

- Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392–414. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.3.392>
- Czubaj, N., Szymańska, M., Nowak, B., & Grajek, M. (2025). The impact of social media on body image perception in young people. *Nutrients*, 17(9), 1455. <https://doi.org/10.3390/nu17091455>
- DiBisceglie, S., & Arigo, D. (2021). Perceptions of #fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagramers and followers. *Journal of Health Psychology*, 26(8), 1233–1242. <https://doi.org/10.1177/1359105319871656>
- Durkheim, É. (2007). *As regras do método sociológico*. Martins Fontes. (Obra original publicada em 1895)
- El-Khoury, J., Haidar, R., Kanj, R. R., Bou Ali, L., & Majari, G. (2020). Characteristics of social media 'detoxification' in university students. *Libyan Journal of Medicine*, 16(1), 1846861. <https://doi.org/10.1080/19932820.2020.1846861>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Imtiaz, M., Fatima, M., Mansoori, N., Intikhab, H., Hamza, M. A., Habib, A. A., Ahmed, S. S., & Mubeen, S. M. (2025). Reflecting reality: Exploring body dysmorphic disorder in young social media enthusiasts – A cross-sectional study. *Journal of the Pakistan Medical Association*, 75(9), 1494–1498. <https://doi.org/10.47391/JPMA.22618>
- Jaruga-Sękowska, S., Staśkiewicz-Bartecka, W., & Woźniak-Holecka, J. (2025). The impact of social media on eating disorder risk and self-esteem among adolescents and young adults: A psychosocial analysis in individuals aged 16–25. *Nutrients*, 17(2), 219. <https://doi.org/10.3390/nu17020219>
- Kemp, S. (2024, janeiro). *Digital 2024: Global overview report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Klier, K., Rommerskirchen, T., & Brixius, K. (2022). #fitspiration: A comparison of the sport-related social media usage and its impact on body image in young adults. *BMC Psychology*, 10, 320. <https://doi.org/10.1186/s40359-022-01027-9>
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K., & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(3), 518–530. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.3.518>

- Liu, X. (2025). Fitness influencers in Chinese social media: Role models for youth or unattainable ideals? *Acta Psychologica*, 260, 105743.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105743>
- Lo Coco, G., Rodgers, R., Harris, E. A., Markey, C., Sicilia, A., Aimé, A., Dion, J., Salerno, L., Hayami-Chisuwa, N., White, H. J., Plateau, C. R., Granero-Gallegos, A., Mañano, C., Manzoni, G. M., Pietrabissa, G., Bégin, C., Blackburn, M.-É., Strodl, E., Fuller-Tyszkiewicz, M., & McCabe, M. (2026). Investigating the relation between social media, dating app use and body image dimensions: A cross-country study. *British Journal of Health Psychology*, 31, e70067. <https://doi.org/10.1111/bjhp.70067>
- Mendes, K. D. S., Silveira, R. C. C. P., & Galvão, C. M. (2008). Revisão integrativa: Método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. *Texto & Contexto – Enfermagem*, 17(4), 758–764.
<https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>
- Pew Research Center. (2024, 31 de janeiro). *Americans' social media use*.
<https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/>
- Rogers, C. R. (1959). A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science* (Vol. 3, pp. 184–256). McGraw-Hill.
- Sekaran, V. C., Vashe, A., Alagarraj, A., Sheng, Y. L., Elendran, Y., Choudhury, S., Gupta, S., Bhattacharya, M., & Ashok, L. (2025). To sign-up or not to sign-up: Predictors of problematic social media use among emerging adults. *La Clinica Terapeutica*, 176(3), 336–343. <https://doi.org/10.7417/CT.2025.5231>
- Stefana, A., Dakanalis, A., Mura, M., Colmegna, F., & Clerici, M. (2022). Instagram use and mental well-being: The mediating role of social comparison. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 210(12), 960–965.
<https://doi.org/10.1097/NMD.0000000000001577>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age*. Penguin Press.

Vagka, E., Gnardellis, C., Lagiou, A., & Notara, V. (2024). Smartphone use and social media involvement in young adults: Association with nomophobia, depression anxiety stress scales (DASS) and self-esteem. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(7), 920. <https://doi.org/10.3390/ijerph21070920>

Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231–248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>

Zhang, C., Tang, L., & Liu, Z. (2023). How social media usage affects psychological and subjective well-being: Testing a moderated mediation model. *BMC Psychology*, 11, 286. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01311-2>