



CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS

Recredenciado pela Portaria Ministerial nº 1.162, de 13/10/16, D.O.U. nº 198, de 14/10/2016
AELBRA EDUCAÇÃO SUPERIOR - GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO S.A.

Egmara de Aquino Cabrera

AUTOESTIMA DE MULHERES JOVENS NO INSTAGRAM

Palmas – TO
2021

Egmara de Aquino Cabrera

AUTOESTIMA DE MULHERES JOVENS NO INSTAGRAM

Pesquisa elaborada e apresentada como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) II do curso de Bacharelado em Psicologia do Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientador: Prof. Me. Sonielson Luciano de Sousa

Egmara de Aquino Cabrera

AUTOESTIMA DE MULHERES JOVENS NO INSTAGRAM

Pesquisa elaborada e apresentada como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) II do curso de bacharelado em psicologia do Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientador: Prof. Me. Sonielson Luciano de Sousa

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Sonielson Luciano Sousa

Orientador

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Profa. Dra. Irenides Teixeira

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Profa. Me. Muriel Correa Neves Rodrigues

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Palmas -TO
2021

Dedico este estudo aos meus pais pelo apoio e incentivo. Conteí com todo o carinho e parceria ao longo da graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por tudo que vivenciei na graduação.

Agradeço aos meus pais, por terem me apoiado em minhas escolhas.

Agradeço ao meu orientador, por toda troca e suporte na pesquisa.

“Quem olha para fora sonha, quem olha para dentro desperta” **(Carl Jung)**

RESUMO

CABRERA, Egmaria de Aquino. **Autoestima de mulheres jovens no Instagram.** 2021. 47f. Trabalho de Conclusão de curso (Graduação) – Curso de Psicologia, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO,2021.

Este trabalho teve como objetivo compreender a influência da rede social Instagram na autoestima de mulheres jovens e para obter essa reflexão acerca dessa relação, que apresenta enorme influência na saúde mental de jovens, a investigação se deu por meio de pesquisa bibliográfica. Foi importante problematizar o papel que a rede social Instagram tem exercido na vida das mulheres jovens, para entender o quanto esse assunto tem apresentado efeito negativo na subjetividade feminina. Nesse sentido, foi compreendido alguns aspectos que contribuiu para uma baixa autoestima, além de ter discorrido sobre os impactos provocados. De maneira mais aprofundada conheceu os possíveis efeitos, especialmente o assunto relacionado à imagem corporal e padrão de beleza, sendo eles relevantes para se chegar às conclusões acerca da relação entre autoestima e Instagram. O estudo foi feito a partir do método de revisão sistemática, referente à pesquisa básica, de cunho exploratório e qualitativa. Foi apresentado no estudo a importância de alcançar algumas respostas sobre os efeitos provocados na autoestima feminina, no qual se esperou – como hipótese - que a rede social Instagram exerça na vida da mulher jovem, risco à saúde mental. Diante disso, o auxílio de algumas teorias que colaboram para o entendimento e compreensão da temática foi imprescindível.

Palavras - chave: Autoestima. Instagram. Padrão de Beleza. Mulheres jovens.

ABSTRACT

CABRERA, Egmara de Aquino. **Self-esteem of Young women on Instagram.** 2021. 47f. Course Conclusion Paper (Graduation) – Psychology Course, Lutheran University Center of Palmas, Palmas/ TO, 2021.

This work aims to understand the influence of the social network Instagram on the self-esteem of young women and to obtain this reflection on this relationship, which has an enormous influence on the mental health of young people will be is through bibliographic research. It is important to problematize the role that the social network Instagram has played in the lives of young women, to understand how much this subject presented has had a negative effect on female subjectivity. In this sense, understanding some aspects that contribute to low self-esteem is essential, in addition to discussing the impacts caused. In a more in-depth way to know the possible effects, especially the subject related to body image and beauty pattern, which are relevant to reach conclusions about the relationship between self-esteem and Instagram. The study will be done using the systematic review method, referring to basic research, exploratory and qualitative. It is presented in the study the importance of reaching some answers about the effects caused in the female self-esteem, in which the social network Instagram is expected to exert in the young woman's life, a risk to mental health. Therefore, having the help of some theories that collaborate for the understanding and understanding of the theme is essential.

Keywords: Self-esteem. Instagram. Beauty pattern. Young women.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de usuários da internet entre 2016 e 2017.....	16
Gráfico 2 – Perfil dos Autores.....	34
Gráfico 3 – Perfil Geográfico.....	34

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Esquema de Metodologia.....	26
Quadro 2 – Artigo 1.....	31
Quadro 3 – Artigo 2.....	32
Quadro 4 – Artigo 3.....	32
Quadro 5 – Artigo 4.....	33
Quadro 6 – Artigo 5.....	33
Tabela 1 – Resultado geral das três bases de dados.....	30
Tabela 2 – Resultado das três bases de dados.....	30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BVS	Biblioteca Virtual em Saúde
CEULP	Centro Universitário Luterano de Palmas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PROF. ^a	Professora
PROF.	Professor
TCC I	Trabalho de Conclusão de Curso I
TCC II	Trabalho de Conclusão de Curso II
UFT	Universidade Federal do Tocantins
ULBRA	Universidade Luterana do Brasil

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Redes sociais e a influência na sociedade	13
2.2 Os impactos do Instagram na autoestima de mulheres jovens	17
2.3 Padrão de beleza e imagem corporal no Instagram	21
3. METODOLOGIA	25
3.1 Desenho de estudo	25
3.2 Local e período de realização da pesquisa	27
3.3 Critérios de inclusão e exclusão	27
3.4 Instrumentos de coleta de dados, estratégias de aplicação, registro, análise e apresentação dos dados	27
3.5 Aspectos éticos	28
3.6 Desfechos	28
3.6.1 Primário	28
3.6.2 Secundário	28
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	422

1 INTRODUÇÃO

O surgimento das redes sociais permitiram uma conexão entre vários usuários como forma de manter comunicação e interação social através do meio virtual. As redes sociais, como afirma Carvalho (2011), citado por Bordignon e Bonamigo (2017), conseguiram obter muitos usuários, além de favorecer dentro dos espaços virtuais compartilhamentos de informações uns com os outros. Além disso, as redes sociais também podem criar ou manter vínculos entre as pessoas, por meio dos conteúdos publicados, que geralmente apresentam algo pessoal de cada usuário que se encontra em conexão.

Falar sobre redes sociais é dialogar sobre uma complexidade no âmbito virtual. Desse modo é importante destacar a presença das interações sociais nas redes como *Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp e Instagram*. Sendo, este último, o principal aplicativo a ser abordado e discutido nesta pesquisa. Nesse sentido, “percebe-se que a ferramenta possui foco no compartilhamento de imagens, sejam elas fotográficas ou em formato de vídeo” (SEVERO, 2017, p.60). Cabe ressaltar que o aplicativo Instagram desempenha papel importante na comunicação entre seus usuários, através de conteúdos visuais que são compartilhados no “*feed*” da rede social.

A área virtual desempenha papel interativo entre seus usuários, proporcionando novas descobertas e aprendizados para a população jovem a partir dos conteúdos exibidos nas principais páginas, que mediante as exigências providas dos meios sociais acabam partindo de um processo de aceitação e confirmação da qualidade pessoal vinda do outro. Na contemporaneidade o que mais observa é a forma que a juventude lida com a tecnologia, no qual ela impacta na saúde mental e como a inovação faz com que os jovens procurem por um novo conhecimento. A inserção no mundo digital faz com que o usuário se aproprie da rede social, tornando-a como parte de sua vida, além disso a procura do jovem por reconhecimento no ambiente virtual faz com que ele se sinta pertencente a esta rede de interação (ROSA, 2016).

É relevante mencionar que a rede social, além de manter a conexão entre seus usuários, é também um ambiente em que o usuário expõe sua vida, compartilhando com outras pessoas sua privacidade. A publicação de conteúdo sobre sua vida ao público abarca uma situação de exibicionismo, que de forma facilitadora consegue mostrar por meio de um simples aplicativo os momentos da vida de um usuário. Cabe ressaltar que alguns conteúdos visuais publicados, têm relação com o padrão estético

de beleza, lugar perfeccionista e vida bem-sucedida, que engloba total nível de felicidade. Nesse sentido, a rede social tem sido um espaço que busca a cada momento por valorização, fazendo desse modo que o usuário que compartilha sua vida pessoal seja bem visto pela sociedade (CÁSSIA, 2016).

É importante compreender a relação que a rede social Instagram desempenha sobre a autoestima da mulher jovem, entendendo seu impacto e o quanto ela exerce influência. Além disso, a autoimagem pode sofrer efeito negativo e, sobretudo o meio social, com sua exigência e cobrança torna como regra a ser seguida na sociedade o padrão de beleza corporal, que exerce influência na vida da jovem mulher. O impacto ocasionado pela rede social Instagram em relação a autoestima pelo conteúdo exibido através do meio fotográfico, que é tirado e publicado, acaba causando interferência na vida da usuária pelo fato de demonstrar um padrão de vida inalcançável (COPETTI; QUIROGA, 2018)

É interessante destacar que a rede social Instagram, inúmeras vezes propaga em suas páginas imagens idealizadas e perfeccionistas, nas quais os discursos realizados pelos meios sociais influenciam as pessoas buscarem perfis padronizados exibidos pelos meios virtuais. É relevante que “a modernidade líquida nos projeta num mundo em que tudo é ilusório” (CABRAL, 2011, p. 05 *apud* BAUMAN, 2001, p. 30). A maneira como as pessoas enxergam as publicações nas redes sociais transmitem para a realidade delas uma vida imposta e fantasiosa.

Para acompanhar esse assunto é necessário entender que o modelo de beleza feminino foi construído a partir das mudanças ocorridas no cenário social. Desde a antiguidade até os tempos contemporâneos, a consideração do “belo” e “perfeito” tem passado por diversas transformações, dependendo da cultura é enxergado um padrão de beleza. Nesse sentido, é observado que a conceituação sobre beleza é um termo antigo que traz reflexão acerca do modo como a sociedade determina e estabelece ao longo dos anos o padrão de beleza, além disso o modelo daquilo que é considerado belo se constrói a partir da civilização decorrente de cada época e cultura (SCHUBERT, 2009).

A busca pelo modelo padronizado de corpo perfeito que é exigido na sociedade, em especial sobre a mulher jovem, pode contribuir como aspecto negativo na vida da usuária do Instagram, que ao tentar atingir esse ideal pode gerar incômodo ao perceber que o modelo fantasioso e desejado, encontra-se distante de ser alcançado como aponta Silva (2019), e desse modo acaba afetando de maneira negativa a

autoestima feminina, que tendo acesso ao conteúdo visual torna-se influenciador. Percebe-se atualmente que o uso da rede social Instagram de acordo com Macêdo (2016), é bastante utilizada, principalmente pelo público jovem. Cabe ressaltar que essa população faz o uso frequentemente dessa rede social. Com isso, é fundamental o aprofundamento teórico para entender sobre a autoestima de mulheres jovens e a influência do Instagram na vida das usuárias.

Na sociedade contemporânea a forma de comunicação e interação social tem se expandido vertiginosamente para o campo da virtualidade, de modo que a rede social Instagram exerce influência especialmente na vida de jovens mulheres. Desse modo, compreender o impacto ocasionado na autoestima feminina pelo uso da rede social permite abrir espaço para aprofundamento teórico sobre a temática do uso do Instagram. Levando em consideração a seguinte pergunta que problematiza em que medida o Instagram influencia na autoestima de mulheres jovens. Destaca-se o objetivo geral, que é compreender em que medida o Instagram influencia na autoestima de mulheres jovens. Dentro dos objetivos específicos: descrever os impactos das redes sociais na sociedade; identificar os efeitos do Instagram na autoestima de mulheres jovens; demonstrar a distorção da imagem da mulher no contexto do Instagram e descrever as cobranças da sociedade em relação ao feminino.

Esta pesquisa justifica-se no âmbito pessoal, tendo em vista o interesse da pesquisadora sobre a temática, que entende a importância de trazer à tona assuntos referentes a rede social Instagram e autoestima de mulheres jovens. A pesquisadora percebeu o uso exorbitante do Instagram em seu círculo próximo de amizade e observado o acesso constante de mulheres jovens à rede. O interesse pessoal na realização da pesquisa foi na necessidade de obter uma explicação e compreensão sobre a influência do Instagram sobre a autoestima feminina.

Em relação à dimensão acadêmica, a pesquisa contribuiu para fins de saberes e aprofundamento teórico sobre o assunto explorado. A relevância de ter pesquisas locais/regionais sobre a temática é um caminho que ajuda a percorrer para a contribuição da ciência. As observações realizadas perante as bases de dados próximas, tem em vista que, não encontrada pesquisas regionais nas instituições como ULBRA e UFT sobre a temática pesquisada, leva em consideração a importância da pesquisa.

Por fim, como relevância social, o leitor poderá compreender a influência e os impactos que as redes sociais têm exercido sobre as jovens mulheres. Em relação à saúde mental de mulheres jovens, é necessária uma atenção especial, sobretudo porque no campo social, o tema interessa os gestores de políticas públicas porque contribui para a criação de práticas e estratégias que favoreçam a qualidade de vida e o bem-estar psicológico em relação a autoestima de jovens mulheres.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Redes sociais e a influência na sociedade

Ao longo dos anos a sociedade tem vivenciado diversas modificações, sobretudo na área da tecnologia, que exerce um poder influenciador sobre as pessoas. A definição de rede social apoiado no embasamento teórico, é uma via de comunicação virtual que interage os sujeitos um com os outros. Observa-se “as redes sociais digitais como um meio de possibilidades, estabelecido a partir dos elementos virtuais e das relações entre os indivíduos usuários” (SANTOS; SANTOS, 2014, p.310).

Nessa perspectiva, as redes sociais têm exercido importante papel dentro da sociedade, principalmente nas relações estabelecidas entre os usuários. A comunicação virtual é facilitadora do processo de interação na sociedade, uma vez que ela mantém a conexão entre os sujeitos. Segundo Novaes (2013), as relações são desenvolvidas pelas pessoas no decorrer da vida e as inclui na sociedade, e tais relações ajudam a fortalecer todo o convívio social entre os indivíduos mantendo a rede de intercomunicação. São constituídas em várias esferas, inclusive nos espaços *on-line* das redes sociais. Destaca-se também as relações na vida familiar, social, cultural e ambiental.

Em contributo, entende-se que os espaços *on-line* e *off-line*, oferecem possibilidades de interações sociais entre os sujeitos, que segundo Farias e Monteiro (2012), sendo estabelecidas encontra-se ligadas aos “compartilhamentos” de assuntos importantes e pessoais, que são visualizados entre os usuários que tem acesso as redes sociais. Nesse sentido, é comum visualizar na sociedade a utilização da rede social digital e o crescente número de pessoas que desenvolvem interações por meio da internet. Além disso, a facilidade de acesso permite ao usuário realizar suas publicações e está constantemente envolvido com outras pessoas por meio da área tecnológica – internet.

Com as transformações da sociedade ao longo dos tempos e a evolução tecnológica das redes sociais, entende-se o quanto a internet tem exercido seu “poder” influenciador sobre a sociedade. Com isso, compreende-se que “é possível falarmos em um poder de comunicação instantâneo, que evidencia que o mundo agora se organiza desse ponto de vista, em redes de comunicação e informação antes não possíveis” (SANTOS; SANTOS, 2014, p. 320). As redes têm atualmente um poder

gigantesco quando o assunto é comunicação virtual entre os indivíduos, contribuindo para o avanço da tecnologia de maneira mais acessível e facilitadora a todos.

Segundo Vermelho (2014), a tecnologia referente a comunicação possibilitou um novo acesso entre seus usuários, no qual o envolvimento da sociedade com a rede social na contemporaneidade resultou em uma maneira mais eficaz de interação, permitindo espaço flexível, as pessoas que buscam por autonomia e sendo inseridas no campo virtual, conseguem apresentar as suas próprias formas de pensar sobre determinado assunto, além do compartilhamento de informação na rede social, que ao participar do convívio na era virtual com outro usuário, favorece em um momento de troca de opinião acerca de sua própria vivência.

As redes sociais também exercem na vida de seus usuários alguns aspectos negativos como o individualismo juntamente com o distanciamento da vida em sociedade, no qual esse novo ambiente é bastante influenciador entre as pessoas, sendo um fenômeno cada vez mais presente na sociedade. Nesse sentido, a vida social de muitos usuários da rede social foi substituída pela virtual, sendo visível o afastamento do contato físico. Além disso, esse aprisionamento que as redes digitais ocasionam, fazem com que os usuários vivam como bastidores dos influenciadores que expressam em suas publicações modelos perfeccionistas a serem seguidos (CARISTINA, 2016).

Para compreender sobre a temática da rede social na sociedade é entendido que para entrar no mundo virtual são estabelecidas algumas regras importantes, no qual é necessária uma identificação do usuário para conectar. Diante disso, é importante ressaltar, que essas informações são variáveis de acordo com o tipo de rede social que o usuário tem acesso, no qual o cadastro dos dados pessoais é exposto nas áreas virtuais. Destaca-se que “quando o indivíduo entra em uma rede social, ele deve criar um “perfil” respondendo a uma série de perguntas para definir quem é ele” (CORREA; JUNIOR, 2018, p. 550). Nesse sentido, a rede social pode ser também alvo de informações que não condiz com a realidade, e não apenas marcadas por conteúdos visuais fantasiosos.

É relevante destacar que na contemporaneidade as redes sociais têm alcançado um vasto número de pessoas, permitindo o acesso à internet, tendo como marca registrada no Brasil mais de “116 milhões” de pessoas conectadas a era digital, no qual a população juvenil está mais propensa a viver no mundo da virtualidade, além disso a internet tem se tornado uma das principais armas geradoras dos efeitos

negativos entre seus usuários (SOUZA; CUNHA, 2019). Nesse sentido, o envolvimento de tantas pessoas nas redes sociais tem ocasionado efeitos problemáticos, em que a ocorrência de distanciamento do contato físico e interação face a face nas relações se tornaram mais evidentes. Diante disso,

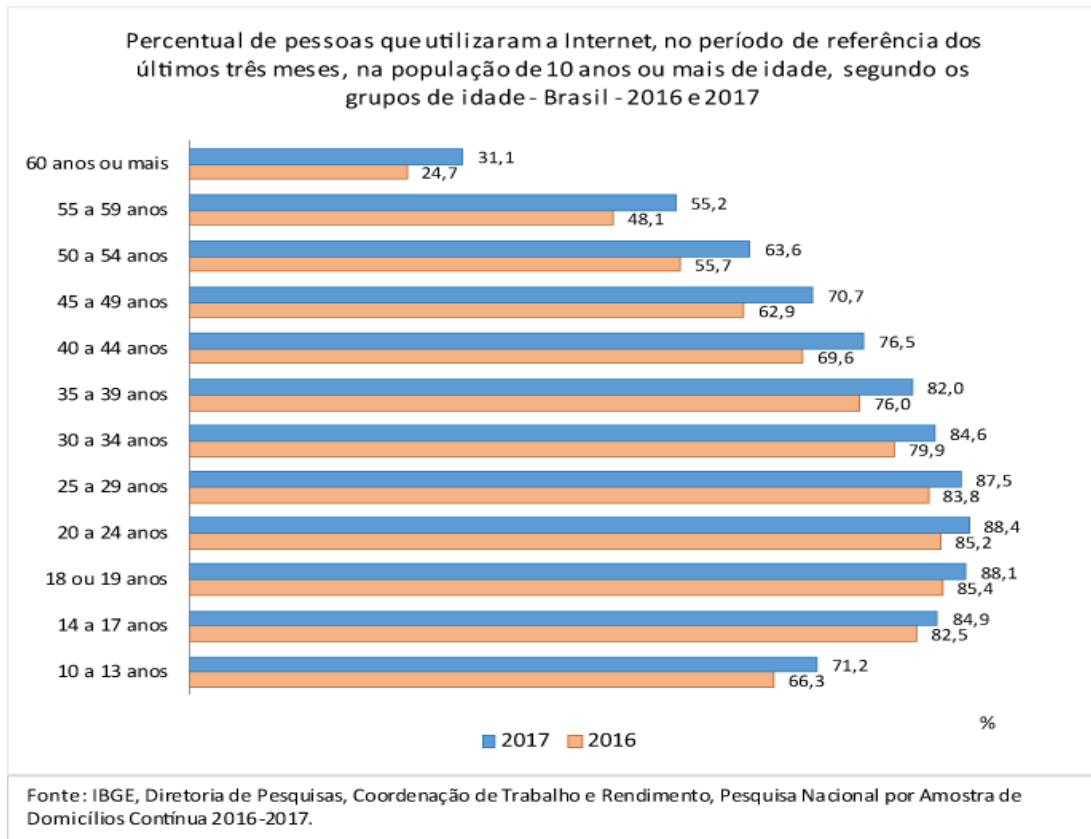
Com a crescente entrada da tecnologia digital no cotidiano do ser humano, novos problemas sociais e comportamentais surgem. Diante desse cenário, o acesso fácil e irracional às tecnologias pode acarretar uma dependência digital (SILVA; SILVA, 2017, p.91).

A dominação que as mídias sociais exercem na sociedade influencia diretamente no modo como os usuários manuseia seus conteúdos na era virtual. Cabe ressaltar, que na “sociedade do espetáculo” descrita pelo autor Guy Debord pode-se dizer sobre uma denominação importante sobre o espetáculo, no qual “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 2003, p.12). Nessa perspectiva, é comum visualizar na rede social a presença de um perfil no Instagram no qual a imagem nele publicada é sempre transparecendo um aspecto bom de imagem, visto que a vitrine virtual passa a impressão de que a todo momento existe espectadores que reconheça aquilo que é apresentado na rede social.

O campo virtual reúne inúmeros usuários tornando cada vez mais na sociedade a conexão e o envolvimento. Por meio dessa área um grande número de pessoas conseguiu evitar a sociabilidade real, passando a conectar com a tecnologia de forma mais frequente, com isso faz-se necessário destacar que a utilização constante da rede social pela sociedade pode ocasionar diversas consequências na vida de seus usuários e das pessoas próximas, no qual “a rede aproxima pessoas que estão distantes, e pode-se dizer que afasta as que estão próximas” (ARAUJO, 2012, p. 10). Diante disso, é perceptível observar como efeito negativo o distanciamento que as redes sociais podem ocasionar na vida das pessoas.

É importante destacar que grande parte da sociedade vive conectada o tempo todo nas redes sociais, e é comum observar crianças, jovens, adultos e idosos com computadores e celulares em mãos. Segundo dados de pesquisa da Agência de Notícias IBGE (2018), a utilização da internet por meio do celular aumentou de “94,6% (2016) para 97,0% (2017)”. Por outra parte, a utilização da internet por microcomputadores diminuiu de 63,7% para 56,6%. Sendo assim, entre os anos de 2016 a 2017 houve um crescente número na utilização da internet através do uso de smartphones. A partir da pesquisa realizada pelo IBGE aponta-se na tabela a seguir o percentual da utilização da internet baseada em cada faixa etária.

Figura 1 – Percentual de usuários da internet entre 2016 e 2017



Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios contínua 2016-2017 *Apud* Agência de Notícias IBGE (2018).

Quanto a pesquisa de 2016 a 2017 é visível que a faixa etária de 20 a 24 anos demonstrado na tabela tem maior acesso à internet, com percentual de (88,4%) no ano de 2017. E o menor percentual observado encontra-se no grupo etário de 60 anos ou mais com um percentual de (31,1%). Entende-se por meio dos dados que a população jovem é a mais propensa na utilização da rede, enquanto a classe de pessoas idosas são as que menos fazem uso da internet. Com isso, entende que mesmo com a diferença na frequência de utilização da internet entre as idades, é visível compreender que essa tecnologia tem conectado milhões e milhões de pessoas de todas as idades, sobretudo, os jovens.

Desse modo, é relevante destacar que perante a sociedade moderna e o constante avanço relacionado a área da tecnologia, faz-se necessário entender que os jovens na contemporaneidade “têm nova maneira de ver, pensar e apreender o contexto que os envolve, pois estão imersos em um mundo de tecnologias avançadas” (DUARTE, 2016, p.16). Diante disso a relação entre rede social e juventude permite a partir da ligação estabelecida entre ambos, novos conhecimentos e informações a

respeito de conteúdos oferecidos nos espaços virtuais. A nova forma de enxergar e pensar à cerca de diversos assuntos encontrados nas redes sociais acabam por influenciar os jovens conectados.

As redes sociais, especialmente o Instagram são vias de comunicações que chamam rapidamente à atenção das pessoas pelos assuntos compartilhados nessas áreas virtuais, sendo muitas vezes, as postagens de conteúdos virtuais que mais atraem a população jovem. Além disso, a facilidade que a rede social Instagram propõe de interação entre seus usuários, desperta o interesse especialmente entre os jovens sendo “aqueles que mais despendem tempo no aplicativo” (HAJE, 2017, p.26). Com envolvimento constante das pessoas jovens nas redes sociais é notável alguns impactos que estejam interligados com os momentos gastos na frente de um aplicativo como: afastamento das pessoas próximas, o não aproveitamento da companhia do outro e ausência do contato físico. Nesse sentido, estar por muito tempo envolvido na rede social acaba gerando consequência na saúde mental como angústia, tristeza, frustração e ansiedade (FONSÊCA *et al.*, 2018).

A diversidade de redes sociais existentes e a função que cada uma exerce inclusive o Instagram. Segundo Novaes (2013), as redes sociais, além de exercerem funções interativas entre os usuários, também são vistas como redes sociais “recreativas”. É importante ressaltar que existe um campo vasto das redes sociais, e cada uma exerce uma função além de servir como entretenimento na vida daqueles que fazem uso. Compreendendo a diversidade das redes sociais, é relevante destacar o Instagram, que adiante encontra-se contextualizado sua breve história e a relação estabelecida com a autoestima de jovens mulheres.

A rede social Instagram surgiu no dia 06 de outubro de 2010, criado por Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, ambos engenheiros que ao desenvolver o aplicativo conseguiram atingir milhares de pessoas logo após os primeiros meses de sua criação. Compreende-se o quanto a rede social tem alcançado espaço na sociedade no qual garante um acesso facilitado e com isso proporciona maior envolvimento de usuários ao aplicativo. Além disso, o Instagram consegue ser baixado pelo *Apple Store* e o *Google Play* por meio de smartphone e tablet (MACÊDO, 2016).

2.2 Os impactos do Instagram na autoestima de mulheres jovens

Levando em consideração a autoestima de mulheres jovens no Instagram, faz-se necessário compreender que a autoestima se refere a maneira como a pessoa se autoavalia e percebe a si (VIEIRA, 2019). Nesse sentido, a autoestima está relacionada à autoavaliação, maneira esta que as pessoas têm sobre si mesmas, formada a partir da experiência vivida no social. Pode apresentar uma visão positiva e negativa de perceber seus próprios valores a partir do autoconceito estabelecido sobre si ao longo da vida. A autoestima é a valorização que cada pessoa possui sobre sua vida, podendo adquirir segurança ou não de suas características próprias, além do reconhecimento ou desvalorização de suas qualidades.

A construção da autoestima é um processo que parte do meio interno para o externo, no qual o desenvolvimento formado a partir da experiência com terceiro, ou seja, seu responsável/ cuidador, e esta interação primária pode reverberar por toda a vida do sujeito em que, “se a criança é inserida num ambiente de respeito, afeto, aceitação e amor, no qual se compreende seus sentimentos, atitudes e comportamentos, ela pode vivenciar uma experiência plena” (SCARTEZINI, 2013, p.6). Com isso, a autoestima exerce uma vinculação a partir da vivência estabelecida com o outro de maneira enriquecedora.

A autoestima encontra-se ligada as experiências anteriores que as mulheres adquiriram ao longo da vida juntamente com pessoas e situações que ocorreram ao redor de si. Nesse sentido, é fundamental apresentar que:

As experiências do passado exercem influência significativa na auto-estima quando adultos. Perde-se a autoestima quando passa por muitas decepções, frustrações, em situações de perda, ou quando não se é reconhecido por nada que faz. O que abala não é só a falta de reconhecimento por parte de alguém, mas principalmente a falta de reconhecimento por si próprio. A baixa auto-estima geralmente está relacionada a falsos valores. Crença que é necessária aprovação da mãe ou pai. Ela tem as seguintes características: insegurança, inadequação ao meio que vive, perfeccionismo, dúvidas constantes, incerteza do que se é, sentimento vago de não ser capaz de realizar nada (depressão), não se permite errar, necessidade de agradar (TAVARES; NAVARRO; FRANZEN, 2007, p.5).

É importante ressaltar que a autoestima se encontra ligada as opiniões e pensamentos acerca de si própria. As mulheres produzem os seus autoconceitos a respeito da sua autoimagem, uma vez que são influenciadas por fatores externos como as redes sociais que passam exibindo qual padrão deve ser seguido, com isso os efeitos provocados são maiores do que realmente é observado. Alguns impactos ocasionados são direcionados pela constante mudança no corpo, nível alto de ansiedade e depressão, os transtornos relacionados a bulimia e anorexia, fadiga e

frustração, uma vez que quando não atingido o que se espera tais consequências se torna visíveis (BATISTA, 2016).

Nesse sentido, nota-se a importância do autoconhecimento na vida da mulher, visto que o conhecimento sobre si mesmo, traz consigo a maneira de enxergar sua própria particularidade, além de abrir espaço para a descoberta de sua identidade. Levando em consideração que este reconhecimento do “eu” e do “outro” manifesta uma forma de individualização. Com isso, a mulher que perde sua própria identidade ou que realiza uma comparação com o outro, pode apresentar baixa autoestima, que é manifestada por meio da busca da aprovação do outro, no que diz respeito ao esquecimento de sua característica e qualidade buscando sempre um modelo a ser seguido (RUIZ, *et al.*, 2015).

A baixa autoestima na vida de uma pessoa pode desencadear uma série de fatores, uma vez que, “a falta de autoestima influi, de forma notável, no bem-estar espiritual, no próprio nível de satisfação e, acima de tudo, na própria saúde e capacidade psíquica” (COLACITI, 2006, p. 4). Alguns problemas relacionados a autoestima podem agravar o estado psicológico, quando a percepção sobre si mesmo é manifestada de forma negativa, sendo influenciada pelo meio social.

A influência da rede social tem exercido um papel de “poder” sobre a sociedade, ocasionando sofrimento psíquico relacionando a autoestima que influi sobre o olhar da mulher na percepção sobre si mesma. Com isso, “a aprovação do olhar do outro e a sanção social de cada autorretrato ajudaram a circunscrever um novo território social de compartilhamentos de imagens” (SILVEIRA, 2017. p. 18). Cabe ressaltar que as usuárias do Instagram realizam as publicações de sua própria imagem com o desejo de mostrar aos outros, perfis do seu autorretrato, e ao mesmo tempo observar as imagens apresentada no “*feed*” de outros perfis mantendo uma relação na rede social entre “identidades” (HAJE, 2017).

É importante destacar, que a autoestima está ligada com o processo de aceitação de si própria, no qual destaca que:

O indivíduo se autoavalia de acordo com os sentimentos e pensamentos introjetados durante o processo de formação de sua identidade. Essa avaliação vinda de fora enfatiza as diferenças entre os indivíduos e as rotula de boas ou más, adequadas ou inadequadas, desenvolvendo processos de rejeição ou de aceitação. O indivíduo pode apresentar comportamentos agressivos e de defesa ou afastar-se do meio por sentir-se posto de lado na medida em que não percebe nada de bom e produtivo que venha de si (SHULTHEISZ; APRILE, 2013, p.38).

A autoestima na rede social Instagram provoca alguns impactos na infância das pessoas, por está em fase de formação de identidade. Esses impactos são mais propensos em pessoas que segue um perfil influenciador, sendo que o Instagram permite a conexão com vários usuários (MACÊDO, 2016), no qual existe uma forma de integração no aplicativo em que o usuário escolhe quem ele quer seguir, podendo acompanhar quantos perfis desejar e ser também seguido por outras pessoas. Muitas das usuárias da rede e todos aqueles que acompanham tem acesso a suas publicações.

Para Silva (2019) a usuária da rede social Instagram pode alimentar um desejo em obter aquilo que encontra exibido no “*feed*” por outra pessoa, sendo que o conteúdo visual do influenciador digital é permeado por um mundo fantasioso e perfeccionista que faz com que a usuária enxergue distorcidamente elementos que deseja ter para si. Sendo, muitas vezes o ideal de beleza, os melhores lugares do mundo, companhia de vários amigos e com ar de felicidade constante (SOUZA; FREITAS; BIAGE, 2017). Diante disso, a busca e o desejo pela vida apresentada na rede social, fazem com que inúmeras pessoas passem a acreditar que os conteúdos exibidos são realidades e por isso acabam buscando o padrão de beleza apresentado apenas por meio de uma simples fotografia.

É notável, segundo Santos (2016), que existe um número de pessoas que interagem por meio de publicações de imagens, ou seja, “conteúdo visual”. Percebe-se que encontra um número cada vez maior de mulheres usuárias das redes sociais, inclusive no Instagram que se “comunicam” por meio de imagens e fotos. Nesse sentido, “os influenciadores digitais compõem suas imagens através das variadas interações estabelecidas cotidianamente com seus seguidores, a mídia e o contexto social” (SÁ, 2017, p.29). A maneira de comunicar-se por meio de imagens e vídeos faz com que as usuárias permaneçam presas a uma bolha de imagens inalcançáveis e que se retroalimenta com o uso constante de interações que excluem os aspectos mais duros da existência e realçam apenas características consideradas positivas entre as usuárias.

O Instagram tem exercido forte impacto na vida das mulheres jovens, especialmente quando o assunto é referente a beleza, tendo em vista que a imagem publicada no “*feed*” da rede social chama à atenção das mulheres e influencia fortemente a personalidade das mesmas, alimentando na vida das seguidoras o desejo em estabelecer e adquirir o mesmo padrão de vida (VIEIRA, 2019).

2.3 Padrão de beleza e imagem corporal no Instagram

A busca pelo padrão de beleza se tornou desde a antiguidade algo a ser conquistado e imposto pela sociedade nos diferentes lugares e culturas. Além disso, cabe ressaltar que em cada época os estilos de vida e os modelos de corpos ideais passaram por constantes modificações, nos quais as imposições provindas da sociedade sobre o ideal de corpo perfeito tornou-se cada vez mais influenciador, levando em consideração que “a beleza faz parte de uma construção social” (SOARES; BARROS, 2014, p. 107). Nesse sentido, é entendido que a exigência da sociedade coloca a beleza como estereótipo a ser seguido, ou seja, modelo construído e idealizado de corpo perfeito.

É importante destacar as mudanças ocorridas nos padrões de beleza corporal que se estende desde a Grécia Antiga até a contemporaneidade. Diante disso, conforme Barbosa; Matos; Costa (2011) os gregos enalteciam o corpo mostrando por meio de esculturas e pinturas a nudez que simbolizava a beleza e a qualidade de vida saudável. O corpo era visto como um sinal de “saúde” no qual os gregos tinham como algo bonito e perfeito de ser exibido, diferente do ideal de beleza feminino na Idade Média que mesmo existindo eram combatidas pela igreja, nos quais muitas práticas ligadas ao culto ao corpo e beleza eram consideradas erradas (SUENEGA, *et al.*, 2012).

A evolução no campo da estética relacionado ao padrão de beleza corporal das mulheres, é cercado pela influência do meio social no qual as postagens nas mídias de corpo perfeito e ideal deve ser aquele cujo aparenta ser magro, sem nenhuma imperfeição como cravo, espinha, mancha na pele, corpos definidos com grandes volumes nas pernas e seios grandes (HEINZELMAN, 2012). Algumas pessoas para encontrar uma adequação nas normas optam por buscar o ideal de beleza imposto pela sociedade e acabam sendo influenciados por um modelo exposto na mídia.

Em consideração as transformações no decorrer dos tempos, percebe-se em cada cultura a exigência e a busca daquilo que é considerado como belo na sociedade. Com isso é entendido que “a cobrança da beleza da mulher é um fato – desde sempre” (MATTAR, 2004, p. 03 *apud* SOARES; BARROS, 2014, p. 107). Na contemporaneidade o corpo perfeito tornou-se algo idealizado no qual as publicidades e propagandas influenciam por meio do conteúdo visual – a imagem – de um corpo

idealizado em que a preocupação por algumas pessoas em aderirem ao belo se tornou algo valorativo (RUSSO, 2005).

O padrão de corpo perfeito mostrado pela mídia social tem poder de persuasão na vida de inúmeras pessoas, no qual a sociedade movida pelo discurso que um corpo necessariamente deve ser magro e sem nenhuma imperfeição, muitas vezes tendo isto como sinônimo de perfeição e modelo a ser seguido. Esses conteúdos expostos e visualizados nos meios de comunicações acabam presos nos ideais de beleza impostos na sociedade e pelo fato de quererem alcançar, muitas mulheres acabam deixando de lado sua própria aparência e vai em busca de procedimentos estéticos, ou seja, aos excessos de cirurgias plásticas com intuito de modificar seu corpo (CUNHA, 2020).

Nessa perspectiva o belo se tornou algo desejado pelas pessoas e a busca pelo corpo perfeito como resposta de reconhecimento e valorização, sendo cada vez mais almejado, uma vez que “para conseguir ser aceito na sociedade o sujeito busca se adequar aos padrões exigidos. E se não forem aceitos ou não alcançarem, acabam insatisfeitos” (SCHMITT, 2013, p. 4). A procura pelo padrão de beleza tornou-se dentro da sociedade cada vez mais rígido e o corpo idealizado passou a ter exigências que não sendo atingidas acabam provocando frustrações na vida dos sujeitos.

Levando em consideração que a rede social Instagram mantém uma comunicação entre seus usuários através de conteúdos visuais, é notável que as fotos e vídeos apresentadas no aplicativo de um modelo padronizado a ser seguido e conquistado, faz surgir entre os seguidores uma conexão “narcísica” pelo fato que os usuários que seguem um perfil influenciador na rede social se espelham na imagem perfeccionista e com isso o seguidor deseja o corpo e o modo de vida do outro apresentado no “*feed*” pelos influenciadores digitais que sempre passam uma imagem corporal perfeita (APROBATO, 2018).

Para melhor entendimento sobre os padrões de beleza e imagem corporal, é necessário a compreensão do conceito de ambas. Freitas (2010) corrobora quando diz que:

O padrão de beleza corporal passaria, então, a se consubstanciar em um corpo que servisse de base para avaliação, ou seja, que fosse o parâmetro ao qual, com o objetivo de ser qualificado como belo, um segundo corpo fosse comparado. Quanto à definição de número três, mais estreitamente conectada com o exercício físico, o padrão se concretizaria em um corpo que forneceria as formas a serem copiadas na construção de outro corpo que buscasse ser belo. (FREITAS et al., 2010, p. 392).

Nessa perspectiva, o modelo de corpo perfeito, bonito e idealizado por muitas mulheres, sendo à estrutura física agradável e atraente aos olhos, serve como padrão estético para outro corpo. De acordo com Russo (2005), conforme citado por Alves *et al.* (2009), é fundamental que o corpo se comporte de acordo com as normas e as leis criadas pela sociedade, e o padrão de beleza por uma referência estética estabelecida de forma “comercial”. Entende-se que as regras que a sociedade impõe são baseadas em uma imagem perfeccionista de um corpo estrutural.

Segundo Fagundes (2019), a imagem corporal exerce influência sobre a autoestima. A maneira como uma pessoa se vê pode influenciar na relação que tem com seu próprio corpo, uma vez que, a imagem perfeita publicada no Instagram de um corpo definido, consegue impactar de maneira negativa a vida de uma jovem mulher, que busca por esse padrão ou que tenha uma imagem sobre si negativa, com baixa autoestima. Pode-se destacar que além disso, muitas vezes vivencia um sofrimento quando não consegue alcançar o corpo exigido pela sociedade (SCHMITT, 2013).

A sociedade, cada vez, mais tem exercido diversas cobranças quando o assunto é beleza, uma vez que, “os nossos corpos são vitimizados pela sociedade, que nos classificam, estigmatizam, recalcam, identificam, alterando por completo a imagem que temos de nós próprios e a imagem que temos dos outros” (AGUIAR, 2014, p.26). Compreende-se que a sociedade exerce um papel fortemente influenciador na subjetividade, inclusive na saúde mental do indivíduo.

Levando em consideração o padrão de beleza imposto pela sociedade e a ligação estabelecida com o aplicativo Instagram, faz-se necessário discutir que o aplicativo oferece na vida das usuárias diversas funções, entre elas: “manipular a imagem antes do compartilhamento, os já famosos filtros” (SILVA, 2013, p. 26). Registrar uma fotografia e, logo após, recorrer a algumas funções do Instagram para editá-la, tornou-se algo comum na vida de milhares de usuárias que recorrem ao aplicativo utilizando brilhos, cores e luzes nas fotografias com intenção de chamar atenção nas imagens e vídeos compartilhados (PIZA, 2012).

O Instagram permite acesso a conteúdo apresentado na página da rede social, no qual os compartilhamentos de imagens e vídeos fazem com que muitas usuárias do aplicativo olhem para o conteúdo visual de influenciadores digitais que, “em suas contas no Instagram, eles expõem seus estilos de vida e geram interação entre seus seguidores” (GOMES, 2019, p. 2). Além disso, a apresentam um padrão de beleza

ideal, sendo muitas vezes uma imagem perfeccionista. Nesse sentido, a busca pela imagem ideal faz algumas pessoas que seguem tais perfis influenciadores terem percepções negativas em suas vidas com os próprios modos de serem, no qual esses elementos visuais exposto no Instagram podendo ser “nocivo” a autoestima de acordo com (SILVA *et al.*, 2019).

Diante disso, a imagem ideal comparada a real ocasiona também impactos na autoestima e autoimagem. Nessa perspectiva, as mulheres jovens almejam ter o corpo ideal e ao mesmo tempo chegam a pensar que o modo de vida “perfeito” existe e se encontra na rede social por meio das publicações. As comparações realizadas entre as jovens podem ocasionar impactos na saúde mental que, segundo Vieira (2019), quando exagerada requer uma atenção maior, visto que cada usuária da rede social Instagram tem sua própria identidade, imagem, modo de ser e pensar, por isso a comparação com outras mulheres pode impactar negativamente na autoestima e percepção de si mesmo em relação à imagem corporal e suas características pessoais, sobretudo em relação às suas qualidades e defeitos.

3. METODOLOGIA

3.1 Desenho de estudo

A presente pesquisa teve finalidade básica, com objetivo metodológico exploratório, cuja natureza é qualitativa, de método dedutivo e procedimento bibliográfico. Sendo, portanto, a finalidade deste estudo definida como pesquisa básica, entendida como aquela que, “objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais” (SILVA; MENEZES, 2001, p. 20). Uma pesquisa pura produz novas questões diante de materiais já existentes, e a partir dos assuntos já produzidos, cria-se um conhecimento na área pesquisada, de acordo com Minayo (2002).

Em relação ao objetivo metodológico, tratou-se de uma pesquisa exploratória, a qual, como propõe Gil (2002), possibilita uma proximidade com o problema, tornando-o visível ou a levantar possibilidades. Deste modo, essa é a maneira mais sugerida para a clareza da temática a ser pesquisada no referente estudo. Gil (2008) faz um destaque relevante quando afirma que:

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipótese pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento (GIL, 2008, p. 27).

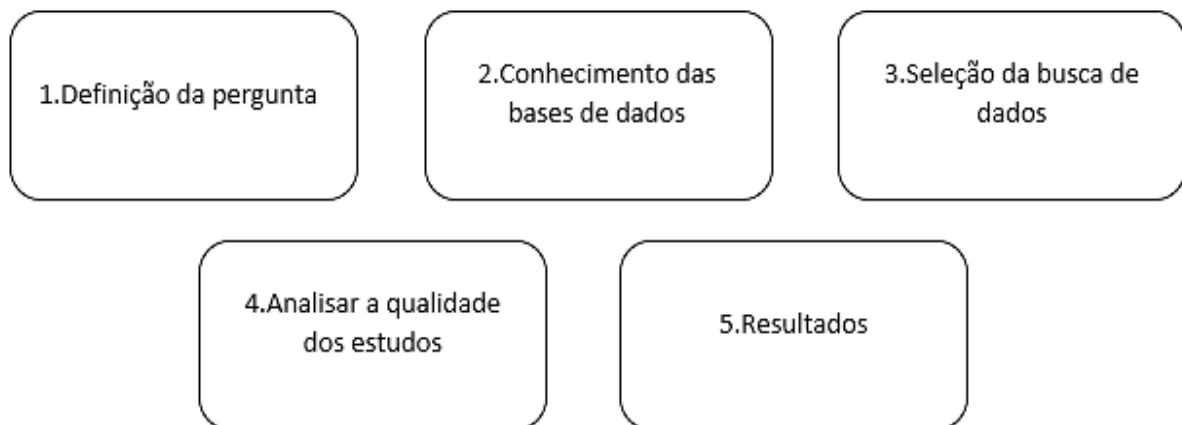
Em relação à sua Natureza/Abordagem, se classificou como qualitativa, uma vez que, “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas” (SILVA; MENEZES, 2001, p. 20). Com isso, a pesquisa não se apoiou em dados estatísticos, ou seja, em bases de números, mas trouxe consigo a atribuição que ajuda encontrar significados desses fenômenos que são importantes e básicos no processo da pesquisa. A abordagem qualitativa teve foco interpretativo perante os resultados.

Quanto ao método utilizado na pesquisa foi considerado como dedutivo, que segundo Gil (2008), é o método que inicia através do aspecto geral para chegar ao resultado. Visto que, duas opiniões construídas podem chegar apenas em uma, ou seja, a partir das “premissas” é possível obter uma conclusão. Em continuidade, o método “parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões” (GIL, 2008, p.9). Nesse sentido, por meio de uma lógica estabelecida que permita encontrar o resultado particular.

Quanto ao procedimento metodológico da pesquisa se caracterizou como revisão sistemática de literatura que teve como finalidade “localizar os estudos mais relevantes existentes com base em questões de pesquisas formuladas anteriormente para avaliar e sintetizar suas respectivas contribuições” (CAIADO *et al.*, 2016, p.2). A partir das revisões dos artigos científicos que abordaram os assuntos pesquisados já existentes, foi necessária uma organização de todos as matérias encontradas na literatura como artigos, livros e textos científicos.

Segundo Sampaio e Mancini (2007), existiu etapas que colaboraram na elaboração de um estudo de revisão sistemática e que ajudaram no processo de construção da pesquisa. Destacam-se cinco etapas do processo. Entre as etapas estão: (1) Definição da pergunta; (2) Conhecimento das bases de dados; (3) Seleção da busca de dados; (4) Analisar a qualidade dos estudos; (5) Resultados:

Quadro 1 – Esquema de Metodologia



Fonte: SAMPAIO; MANCINI (2007)

De acordo com Sampaio e Mancini (2007), a revisão sistemática passa por etapas, sendo que foi necessário apresentar na primeira, uma pergunta clara e precisa. O objetivo desta pergunta requereu uma resposta a partir da pesquisa realizada. A segunda etapa correspondeu a uma busca de dados em artigos que foram importantes para a pesquisa realizada. Em seguida, foi realizada uma seleção dos estudos, a partir de uma breve leitura e avaliação do título e resumo dos artigos, observando aqueles que couberam nos critérios de inclusão e exclusão. A quarta etapa consistiu em analisar a qualidade dos estudos e sua validade, sendo relevante identificar os erros que foram surgindo. Por fim, ocorreu a apresentação dos

resultados da pesquisa em quadros que apresentaram suas características principais: nome dos autores, ano de publicação, número de indivíduos, comparação e principais resultados.

3.2 Local e período de realização da pesquisa

O período de realização da pesquisa, ocorreu entre os meses de agosto de 2020 a junho de 2021, nas plataformas da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Google Acadêmico e Scielo.

3.3 Critérios de inclusão e exclusão

Como critérios de inclusão, foram adotadas algumas considerações para o desenvolvimento da pesquisa, no qual artigos publicados que estavam relacionados com as palavras-chave: Instagram, Autoestima, padrão de beleza e mulheres jovens fizeram parte da pesquisa. Foram utilizados na pesquisa: monografias, dissertações e artigos científicos encontrados nas plataformas - Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Google Acadêmico e Scielo - entre os anos de 2010 a 2019. Foram incluídos os artigos cuja centralidade teve como foco as idades entre 14 e 28 anos de mulheres jovens utilizadoras da rede social Instagram.

Para o critério de exclusão, foram também adotadas algumas considerações como artigos não encontrados com as palavras-chave: Instagram, Autoestima, padrão de beleza e mulheres jovens. Foram descartados artigos que não estavam dentro das plataformas - Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Google Acadêmico e Scielo - entre os anos de 2010 e 2019, no qual foram descartados, e aqueles que não apresentaram idades entre 14 e 28 anos, além de excluir todos os artigos que não tinham como foco a pesquisa com mulheres jovens.

3.4 Instrumentos de coleta de dados, estratégias de aplicação, registro, análise e apresentação dos dados

A partir do instrumento que foi utilizado na pesquisa, apresenta-se que, “coleta de dados por observação é seguida de um processo de análise e interpretação, o que lhe confere a sistematização e o controle requeridos dos procedimentos científicos” (GIL, 2008, p.101). Nessa perspectiva, para a coleta de dados foi realizada uma

pesquisa na internet das principais palavras: Autoestima, Instagram, Mulheres jovens. Com enfoque na busca de dados nas plataformas da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Google Acadêmico e Scielo para o desenvolvimento da pesquisa. A partir, deste estudo, foi realizado a seleção dos artigos que serviriam de base na elaboração e produção de toda a pesquisa.

Diante disso, a leitura do título e resumo foram relevantes, reunindo todos os materiais, que traziam conteúdos e produções científicas relacionadas ao mesmo assunto, iniciou-se o processo de análise dos conteúdos encontrados nas bases de dados que ajudaram a desenvolver uma relevante apresentação do que foi realizado a seguir, como apresentação de resultados em tabelas e gráficos.

3.5 Aspectos éticos

É importante salientar que a pesquisa foi realizada com fontes físicas e eletrônicas, não envolvendo nenhum experimento com seres humanos. Todavia, é relevante expressar que, os cuidados foram necessários ao utilizar como base, conteúdos de outros autores, (fontes primárias), evitando todo e qualquer tipo de plágio, sabendo utilizar os materiais de maneira exata.

Vale destacar que foi importante manter o cuidado para não distorcer as ideias e assuntos dos autores que foram pesquisados. Foi relevante criar uma construção teórica baseada no respeito ao ser humano, rejeitando tudo aquilo que desrespeita seus direitos. Apresentando como destaque a resolução 466/12 do ministério da saúde.

3.6 Desfechos

3.6.1 Primário

A partir da pesquisa, esperou-se a possibilidade de compreensão da influência do Instagram na autoestima, e desse modo, tendo uma visão recente do uso da rede social na personalidade de mulheres jovens, entendeu que a saúde mental na contemporaneidade sofre efeito negativo ocasionado pela rede social.

3.6.2 Secundário

Esperou compreender a construção do feminino dentro da sociedade, uma vez que são influenciadas pelos padrões midiáticos. Além disso, entendeu como as mulheres têm-se apresentado na rede social Instagram.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a composição da pesquisa, foram utilizados um conjunto total de palavras-chave quais sejam: Autoestima, Instagram, padrão de beleza e mulheres jovens, mantendo o critério de inclusão e exclusão. Inicialmente, foram encontrados cinco (05) artigos dentro da plataforma Google Acadêmico, todos em língua portuguesa com intervalo de ano entre 2010 e 2019. A pesquisa foi ineficiente nas plataformas Scielo e Biblioteca Virtual em Saúde, ambas as bases de dados não apresentaram nenhum artigo referente ao critério de inclusão. Logo, o conjunto de palavras-chave pesquisadas foram encontradas apenas na plataforma Google Acadêmico que serviu na busca de artigos que estão em repositórios de universidades brasileiras.

Tabela 1: Resultado geral das três bases de dados

Palavras- chave	SciELO	BVS	Google Acadêmico
Autoestima, Instagram, padrão de beleza e mulheres jovens	0	0	05
Total Geral			05

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Em outra rodada de pesquisa foram utilizados a combinação de termos de palavras-chaves, nos quais foram encontrados 10 artigos, correspondendo 0 na plataforma Scielo, 01 na Biblioteca Virtual em Saúde e 09 artigos no Google Acadêmico. Com isso o quadro 02 identifica o cruzamento de palavras que foram realizadas na composição da pesquisa, sendo utilizados os termos “Autoestima x Instagram”, “Instagram x padrão de beleza” e “Instagram x mulheres jovens”, todas correspondendo ao critério de inclusão de ano e idioma.

Tabela 2: Resultado das três bases de dados

Palavras-chave	SciELO	BVS	Google Acadêmico
Autoestima x Instagram	0	0	03
Instagram x padrão de beleza	0	0	03
Instagram x Mulheres jovens	0	01	03

Total Parcial	0	01	09
Total Geral			10

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Contabilizando os artigos do quadro 01 e 02 correspondem ao número de 15 artigos. Com isso, foi realizado uma maior filtragem dos artigos com leitura flutuante do título, resumo e considerações finais e, a partir do estudo aprofundado, foram descartados 10 artigos que não correspondiam aos critérios de inclusão. Desta forma, sobraram 05 artigos para a composição dos resultados.

Tem-se, assim, o seguinte resultado:

O artigo “Narrativas sobre o corpo no Instagram: Os Discursos de aceitação corporal como contraponto à imposição do padrão de beleza” tem como autoria Gabriella Carvalho Silva (2019), foi publicado no repositório da Universidade Federal Fluminense, e aborda os temas “Autoaceitação, aceitação corporal, padrão de beleza, Instagram, redes sociais, saúde mental”, com total adesão à finalidade da pesquisa.

Quadro 2 – Artigo 1

Título	Narrativas sobre o corpo no Instagram: Os Discursos de aceitação corporal como contraponto à imposição do padrão de beleza
Autor(res)	Gabriella Carvalho Silva
Região do país	Niterói
Base de dados	Repositório UFF
Ano de Publicação	2019
Palavras-chaves	Autoaceitação. Aceitação corporal. Padrão de beleza. Instagram. Redes Sociais. Saúde Mental.

Fonte: Elaboração própria, 2021

Já o artigo “O Imaginário social feminino e a prática fotográfica do selfie no Instagram”, da autoria de Kaline Aragão Barbosa (2019), publicado no repositório da Universidade Federal de Paraíba, aborda os principais temas, “Selfie, Instagram, feminino, consumo, mídia digital” com adesão ao objetivo da pesquisa.

Quadro 3 – Artigo 2

Título:	O Imaginário social feminino e a prática fotográfica do selfie no Instagram
Autor(res)	Kaline Aragão Barbosa
Região do país	João Pessoa
Base de dados	Repositório UFPB
Ano de Publicação	2019
Palavras-chave	Selfie. Instagram. Feminino. Consumo. Mídia digital

Fonte: Elaboração própria, 2021

O artigo “Espelho, Espelho Meu: O culto ao corpo e a promoção de ideais de beleza no Instagram e os efeitos sobre a autoimagem corporal das mulheres” tem como autoria Maria Letícia de Melo Silva (2018), foi publicado no repositório da Universidade de Brasília, e aborda os temas “Instagram, influenciadoras digitais, fenômeno fitness, padrões de beleza, autoimagem corporal”, com total adesão a finalidade da pesquisa.

Quadro 4 – Artigo 3

Título:	Espelho, Espelho Meu: O culto ao corpo e a promoção de ideais de beleza no Instagram e os efeitos sobre a autoimagem corporal das mulheres
Autor(res)	Maria Letícia de Melo Silva
Região do país	Brasília
Base de dados	Repositório UNB
Ano de Publicação	2018

Índice de termos	Instagram. Influenciadoras digitais. Fenômeno fitness. Padrões de beleza. Autoimagem corporal.
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaboração própria, 2021

No caso do artigo “Instagram, autoestima e transtornos alimentares: resultados do grupo focal” disponível no repositório da Universidade Metodista de São Paulo, da autoria de Milena Cristina Peres e Kátia Zanvetor Ferreira (2018) aborda temas importantes como, “Anorexia, autoestima, bulimia, influência, Instagram”.

Quadro 5 – Artigo 4

Título:	Instagram, autoestima e transtornos alimentares: resultados do grupo focal
Autor(res)	Milena Cristina Peres; Kátia Zanvetor Ferreira
Região do país	São José dos Campos – São Paulo
Base de dados	Repositório UNESCO/UMESP
Ano de Publicação	2018
Palavras-chaves	Anorexia. Autoestima. Bulimia. Influência. Instagram.

Fonte: Elaboração própria, 2021

O artigo “Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram” disponível no repositório da Universidade Católica de São Paulo, da autoria de Helena Jacob (2014), aborda temas importantes como, linguagem, redes sociais, semiótica da cultura, biopoder.

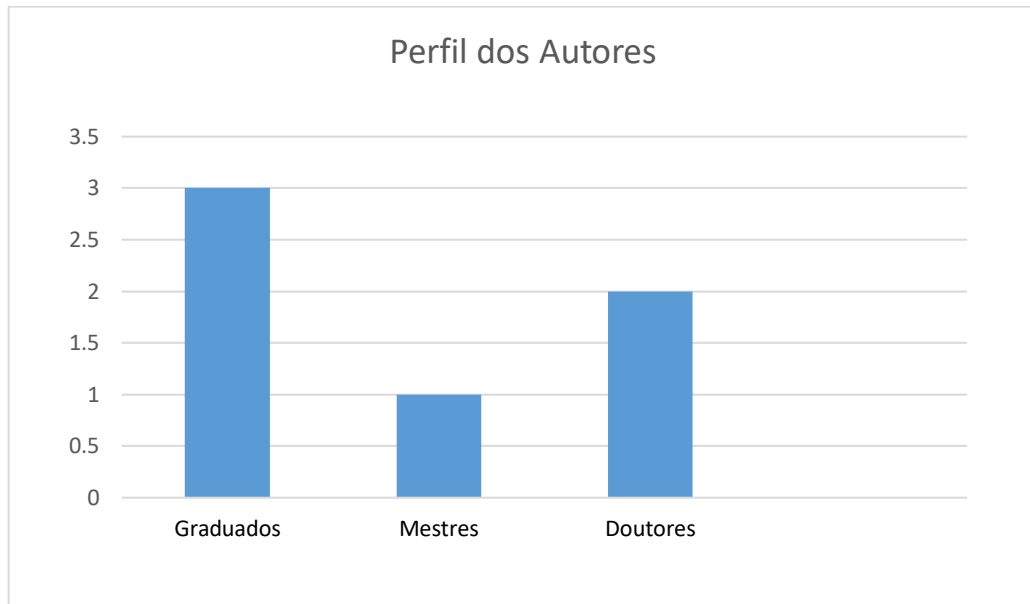
Quadro 6 – Artigo 5

Título:	Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram
Autor(res)	Helena Jacob
Região do país	São Paulo
Base de dados	Repositório Cásper Líbero
Ano de Publicação	2014
Palavras-chaves	Linguagem. Redes sociais. Semiótica da cultura. biopoder.

Fonte: Elaboração própria, 2021

Em relação à representatividade autorais, faz-se importante ressaltar aqui, que há uma predominância de graduados entre os autores dos trabalhos, sendo três no total. Já doutores, são apresentados dois e, apenas um, mestre.

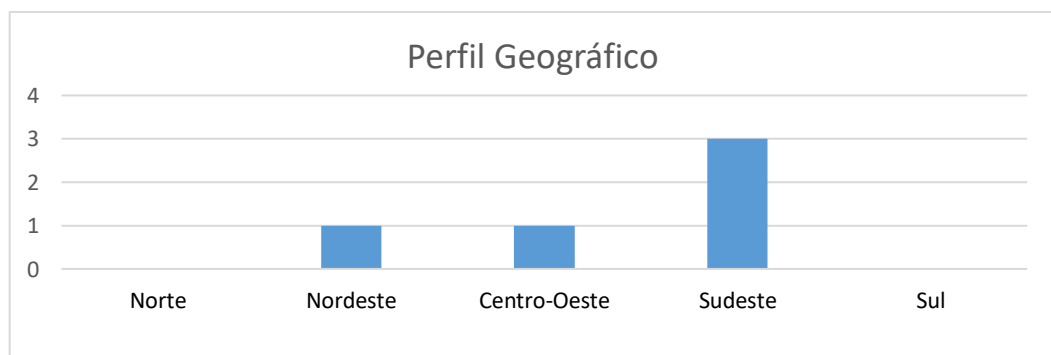
Gráfico 2 – Perfil dos Autores



Fonte: Elaboração própria, 2021

Em relação à representatividade geográfica, a região nordeste e centro-oeste apresentou um trabalho cada e, na região sudeste, três. Desta forma, não foi identificado nenhum trabalho realizado na região norte e sul do Brasil.

Gráfico 3 – Perfil Geográfico



Fonte: Elaboração própria, 2021

É importante destacar que todos os artigos, de alguma forma, estão relacionados as influências da rede social Instagram e aos padrões de beleza e autoimagem feminina. Cabe ressaltar que, por meio das associações realizadas a

partir da abordagem teórica deste estudo, foi possível observar que as mídias sociais têm exercido, sobre as mulheres, impactos negativos.

A autora Silva (2019) destaca em sua pesquisa questões sobre a autoaceitação de mulheres jovens na rede social Instagram. Em seu trabalho aborda que a sociedade desde sempre exerce uma pressão sobre as mulheres quando o assunto é voltado a beleza e à imagem corporal. O compartilhamento de imagens no “feed” da rede social Instagram de maneira perfeccionista é alvo para o público feminino que, na maioria das vezes, se comparam com as imagens de outras mulheres que sempre demonstram uma vida idealizada. Esses conteúdos publicados são gatilhos que, de alguma maneira, pode interferir na subjetividade feminina e sendo prejudicial à saúde mental da usuária.

Em continuidade, a autora ressalta que a busca pela aprovação e aceitação do outro, de algum modo, está interligada a um vazio. A busca constante de uma alimentação adequada, horas prolongadas em academias, preocupação excessiva com a estética, é um perigo quando focada em agradar os olhos do outro. Diante disso, percebe-se vários problemas relacionados a este tipo de comportamento, dentre os quais podem ser citados a ansiedade e depressão.

Para falar sobre a rede social Instagram e o impacto provocado na autoestima de mulheres jovens, é importante conhecer de maneira ampliada a história do autorretrato e a sua evolução. Segundo Barbosa (2019) desde a antiguidade a imagem pela pintura estabelece uma forma de interação entre os indivíduos, tendo em vista que o autorretrato já era usado nas belas obras de artes e esculturas. Essa representação da imagem passou, com o tempo, a ser visualizada em capa de revista e, após a invenção da internet e surgimento da rede social Instagram passa a ser vista de outra forma, agora sendo observada no campo da virtualidade. É notável o compartilhamento frequente de imagens de mulheres jovens no “feed” do Instagram transparecendo um autorretrato perfeccionista provocando constantemente modificações no imaginário da usuária.

A autora Silva (2018) em sua pesquisa observou que a sociedade tem exercido influência na vida das mulheres, e que, a partir da evolução histórica da humanidade, as transformações foram ocorrendo, as formas de beleza sofreram adequações ao longo do tempo e a conceituação de beleza é compreendida de acordo com o valor e cultura de cada sociedade.

Nesse sentido, desde a Grécia antiga, passando pelo período da era medieval e renascença, chegando a contemporaneidade, compreende que a conceituação do ideal de beleza sofreu diversas modificações e que a busca de algumas mulheres em atingir esse padrão está ligada a necessidade de reconhecimento e aceitação de outras pessoas, ocasionando, desse modo, impacto em sua autoestima, sendo prejudicial à saúde de algumas mulheres na maneira como percebem seu corpo, ocasionando desse modo psicopatologias relacionadas aos transtornos alimentares (PERES; FERREIRA, 2018).

A autora Barbosa (2019) esclarece o fato que levou a escolher como objeto de estudo mulheres que frequentemente são bombardeadas e pressionadas pela sociedade quando o quesito é beleza, ou seja, a curiosidade em manter maior conhecimento acerca da relação da mulher com a beleza. Nesse sentido, com a influência da rede social muitas mulheres acabam sendo influenciadas e perdem sua própria identidade e percebem a si mesma de forma distorcida e indiferente. Silva (2019) também traz esse pensamento que o ideal de beleza propagado pela mídia faz com que muitas mulheres sejam incentivadas a mudar seu próprio corpo, seguindo o padrão que a sociedade construiu no decorrer da história.

Silva (2018) contribui novamente na pesquisa, quando menciona no seu estudo sobre os resultados de um grupo pesquisado com quinze (15) mulheres jovens usuárias da rede social Instagram, que acabam sofrendo pressão por parte da sociedade que impõe determinado padrão estético a ser seguido, no qual a aparência física é posta em primeiro lugar, e quando a mídia começa a interferir na vida de algumas usuárias, pode gerar, dentro de cada uma delas, sentimento de insegurança com sua aparência física, além de influenciar, de maneira negativa, a autoestima feminina, ocasionando uma insatisfação com seu próprio corpo.

Ao falar sobre a influência do Instagram na autoestima feminina, a pesquisa das autoras Peres e Ferreira (2018), expõem alguns resultados importantes que foram desenvolvidos a partir da pesquisa com algumas mulheres adolescentes que utilizavam frequentemente o Instagram, no qual foram realizado um grupo focal com oito (8) usuárias para que elas pudessem relatar sobre seus sentimentos gerados ao visualizarem os conteúdos fantasiosos na rede social.

Com isso, as palavras relatadas pelas usuárias da pesquisa estavam relacionadas ao sentimento de insegurança e desânimo, no qual as autoras tiveram

conclusões acerca do uso do Instagram e a influência que exerce na autoestima feminina.

Silva (2018) aborda sobre a trajetória do corpo feminino e o padrão de beleza exposto na rede social, especialmente no Instagram, e como a influência dessa rede impacta na autoimagem das mulheres. Com isso, foi verificado no resultado dessa mesma pesquisa que um determinado grupo de usuárias ao ser influenciadas pela rede social Instagram, apresentaram sentimentos negativos como inferioridade, insegurança, ansiedade, depressão e baixa autoestima, está última pelo motivo de realizar comparações com outras mulheres, pelo fato de sentir-se incapazes de alcançar aquilo que é exposto na rede social. Outro aspecto relacionado é a cobrança de si mesmo e não aceitação de como elas são, provocando, desse modo, profunda tristeza com sua própria imagem.

É importante destacar que a autora Jacob (2014) apresenta em sua pesquisa temas relacionados ao corpo, rede social e mulheres. É entendido, que o assunto desenvolvido pela autora tem ligação com aquilo que a pesquisadora apresenta em seu estudo. Percebe-se, mais uma vez, a presença de um padrão de beleza exposto na rede social Instagram, tendo um discurso midiático sobre a vida fitness, que sendo apresentada a algumas usuárias de maneira fantasiosa, podem impactar na forma como se sentem consigo mesmas.

A pesquisa apresenta que a imagem observada por algumas mulheres que sofrem efeitos negativos da rede social, é inúmeras vezes aquela que demonstra felicidade por seguir dieta correta, obtenção do corpo ideal e alimentação adequada, mostrando que a construção da autoestima, bem-estar e felicidade se resumem a esses tipos de comportamentos.

É observado também que algumas mulheres desejam atingir o padrão imposto pela sociedade sendo constantemente apresentada pela rede social Instagram, e como já citados, podem provocar desse modo comparações e sentimentos negativos, quando não atingidos. É entendido que o impacto pode repercutir na autoestima feminina e tem ligação com a imagem idealizada de beleza exposta na área na virtualidade, sendo que

“Nesse universo digital, contudo, dada a importância e os efeitos negativos que as imagens de beleza difundidas em larga escala em espaços como o Instagram podem ter sobre a percepção da autoimagem corporal feminina, tendo impacto sobre a autoestima e até mesmo sobre o senso de valor da mulher” (SILVA, 2018, p. 125).

Cabe apresentar outro ponto importante dentro da pesquisa das autoras Peres e Ferreira (2018) sobre o assunto Instagram e autoestima de mulheres, tema que apresenta uma proximidade com a temática do estudo. As autoras procuraram compreender e identificar como as publicações no “feed” da rede social Instagram relacionadas ao corpo e dieta tem influenciado um grupo específico de usuárias e seguidoras desses perfis, além de observar como algumas mulheres se posicionam perante esse assunto, uma vez que o Instagram é uma plataforma que sugere facilmente o compartilhamento de fotos e vídeos, e que, por meio desse conteúdo visual, acontece a interação entre as usuárias.

Silva (2018) menciona sobre os possíveis reflexos acerca do Instagram e a maneira que a mulher enxerga a si mesma, com isso a importância de levar em consideração os relatos de várias jovens em sua pesquisa, que mostra em seu discurso o quanto a valorização da estética e a pressão que a sociedade exerce sobre a mulher está presente.

Nesse sentido, a insatisfação com sua própria imagem é um assunto que permeia a vida de algumas mulheres, em especial aquelas observadas na pesquisa, que mantêm um desejo e necessidade de realizar procedimentos estéticos para obter o corpo ideal apresentado pela rede social.

Jacob (2014) aborda sobre a magreza e a obsessão feminina, além do desejo de almejá-lo, trazendo apenas uma confirmação do pensamento de outros autores já citados no estudo. Nesse sentido, a autora retrata que a rede social Instagram se tornou um espaço de disputa quando se fala de beleza e exposição da imagem feminina na busca excessiva de um padrão imposto pela mídia. Destaca sobre a exposição de corpos magros, passando uma linguagem para algumas usuárias do Instagram, repercutindo na maneira como se sentem ao desejar um padrão inalcançável, uma vez que sentem pressionadas e obrigadas a aderirem determinados estilos.

Na pesquisa das autoras Peres e Ferreira (2018) foram apresentados dois perfis do Instagram de influenciadoras digitais que abordaram assuntos sobre exercício físico e alimentação, além dos reflexos negativos que esses perfis públicos provocam na autoestima de um grupo específico de mulheres jovens, que frequentemente utiliza o Instagram. Na pesquisa as usuárias descreveram como se sentiam ao visualizar cada imagem no “feed” da rede social, além de apresentar preocupação com o excesso de peso e pedido as influencers sobre orientações para

obter o mesmo corpo. Com isso, é observado que algumas usuárias se sentiram incapazes e não confiaram na sua própria imagem, uma vez que a cultura a todo momento desperta o desejo em obter o corpo sarado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados apresentados, fica perceptível que nos estudos relacionados a autoestima de mulheres jovens no Instagram, encontrou-se pesquisas em outras áreas profissionais como o jornalismo e comunicação, levando à reflexão sobre a importância que o profissional de psicologia deve ter sobre essa temática, pois são assuntos que envolvem aspectos psicológicos e emocionais quando se refere a autoestima feminina, além de obter uma compreensão sobre a influência que a rede social Instagram tem exercido na vida das mulheres jovens, que frequentemente fazem uso da mesma.

Diante disso, esse estudo identificou vários efeitos negativos provocados pela utilização exagerada do Instagram, em determinados grupos de estudo com mulheres. É importante ressaltar que a pesquisa não teve o objetivo de generalizar a temática a todas as mulheres, uma vez que os dados coletados de artigos foram restritos apenas a determinados grupos de cada estudo. É fundamental que esta pesquisa, ao identificar os impactos negativos contribuam para que novas investigações aconteçam e que outros pesquisadores possam aprofundar na temática proposta para voltar a confirmar ou não a hipótese.

Nesse sentido, foi notável que os impactos negativos na autoestima feminina são maiores, de acordo com a pesquisa realizada o desejo em obter um padrão imposto de beleza pode ter resultados de cobrança e problemas com a autoimagem de algumas usuárias. Conclui que temáticas envolvendo padrão de beleza, imagem corporal, dietas e exercícios físicos são assuntos observados em todos os artigos catalogados nesta pesquisa que tem maior atenção de algumas mulheres que sempre estão preocupada com a autoimagem e a maneira como percebe seu corpo, provocando inúmeras vezes um conflito com sua aparência.

Cabe ressaltar ainda, que os efeitos negativos provocados pela rede social Instagram são fatores que geram adoecimento na vida de algumas mulheres, tendo maior gravidade na forma como elas se percebem fisicamente afetando sua saúde mental. O acesso à conteúdos visuais perfeccionistas influencia a levantarem expectativas em relação a sua própria imagem que muitas vezes comparada busca alcançar algo que não condiz com a realidade, ocasionando sérios riscos a sua saúde física e mental.

A pesquisa possibilitou o conhecimento da temática abrindo espaço para que futuras pesquisas sejam realizadas e que, a partir deste estudo, possa ser favorecido uma compreensão maior do assunto abordado. Diante disso, a pesquisadora reforça, mais uma vez, que temas como esse são fundamentais para serem discutidos e deixa incentivos para que outros profissionais da área da psicologia desenvolvam trabalhos e estudos sobre o tema, pois alguns problemas como escassez de conteúdos desenvolvidos por psicólogos foram notados.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Sara Filipa Alves de. **O meu corpo e eu: a imagem corporal e a auto-estima na adolescência**. 2014. 92 f. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Psicologia Clínica do Instituto Universitário Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida, Lisboa, 2014.
- APRILE, M.R; SCHULTHEISZ, T.S.D.V. Autoestima, conceitos correlatos e avaliação. **Revista Equilíbrio Corporal e Saúde**, [S.L], v. 5, n. 1, mai. 2013. Disponível em: <https://revista.pgsskroton.com/index.php/reces/article/view/22>. Acesso em: 30 ago.2020.
- APROBATO, V.C. Corpo digital e bem estar na rede Instagram – um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade. **SciELO**, São Paulo, v. 38, n. 95, p. 157 – 164, set. 2018.
- ARAUJO, B. P. Redes sociais na Internet e novas formas de sociabilidade: Um estudo do Facebook. **Intercom**. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Chapecó - SC – 31/05 a 02/06/2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/r30-1239-1.pdf>. Acesso em: 27 set. 2020.
- BARBOSA. K. A. O imaginário social feminino e a prática fotográfica do selfie no Instagram. 2019. 70f. Dissertação do Curso de comunicação e culturas midiáticas, João pessoa, 2019. Disponível em: [https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/18800/1/KalineArag%*c3*%*a3*oBarbosa_Dissert.pdf](https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/18800/1/KalineArag%c3%a3oBarbosa_Dissert.pdf). Acesso em 1 abr. 2021.
- BARBOSA, M.R. *et al.* Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia e Sociedade**, [S.I.], v. 23, n.1, p. 24-34, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/psoc/v23n1/a04v23n1.pdf>. Acesso: 01 set. 2020.
- BATISTA, G. S. **Composição urbana como mobilizador social de representatividade da mulher na mídia**. 2016. 48f. Monografia (Graduação) – Curso de Graduação de Design da Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/15689/1/2016_GabrielaScottiBatista_tcc.pdf. Acesso em 5 set. 2020.
- BORDIGNON, C.; BONAMIGO, I.S. Os jovens e as redes sociais virtuais. **SciELO**, [S.L], mai. 2017. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ppp/v12n2/06.pdf>. Acesso em: 23 set. 2020.
- CABRAL, Z.A. **A identidade do sujeito na linguagem cibernética**. E-I@dis, Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2011.
- CAIADO, R et al. Metodologia de revisão sistemática de literatura com aplicação do em todo de apoio multicritério à decisão smarter. **Inovarse**. XII Congresso Nacional

de Excelência em Gestão e III INOVARSE, 2016. Disponível em:
https://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_002.pdf. Acesso em: 10 ago. 2020.

CARISTINA, J. E. A. As redes sociais e a virtualização do consumo: Desafiando a publicidade e o direito. **Revista de Direito, Curitiba**, v.2, n. 2, p. 80-99, jul./dez.2016. Disponível em:
<https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1353/0>. Acesso em 24 ago.2020.

CÁSSIA, M.A. Entre curtir e compartilhar: um olhar sobre a visibilidade, privacidade e subjetividade contemporânea nas redes sociais virtuais. **Pretextos – revista da graduação em psicologia da puc minas**, v.1, n.1, jan./jun. 2016. Disponível em:
<http://periodicos.pucminas.br/index.php/pretextos/article/view/13592>. Acesso 27 ago.2020.

COLACITI, A.K. (2006). A construção do Autoconhecimento na infância: sua importância no processo de desenvolvimento da criança. **Revista Científica Eletrônica de Psicologia**, IV (7), pp. 1-18.

COPETTI, A.V.S.; QUIROGA, C.V. A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. **Revista de Psicologia da IMED**, passo Fundo, v. 10, n.2, p. 161-177, jul./dez. 2018. Disponível em:
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpi/v10n2/11.pdf>. Acesso em: 26 ago.2020.

CORRÊA, D.R; JUNIOR, M.D. Perfis fakes, avatares e exibicionismo virtual: o ciberespaço sob a lente da teoria psicanalítica freudiana. **Pretextos**, Minas Gerais, v.3, n.6, jul./dez. 2018. Disponível em:
<http://periodicos.pucminas.br/index.php/pretextos/article/view/15968.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2020.

CUNHA, F. A. **Um olhar sobre o corpo feminino**: As performances das fãs de Anitta nos *stories* do Instagram. 2020. 175 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de pós-graduação em ciências da comunicação da universidade do vale do rio dos sinos, são Leopoldo, 2020.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Coletivo Periferia: São Paulo, 2003. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2018000200003. Acesso em: 30 ago.2020.

DUARTE, M. T. **Redes sociais virtuais, sociabilidade juvenil: os sentidos atribuídos por um grupo de jovens do ensino médio da rede pública de educação de Porangatu**. 2016. 153 f. Dissertação (Pós-Graduação) – Programa de pós Graduação em Educação Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2016.

FAGUNDES, L.S. **Auto-estima e bem estar subjetivo no Instagram: o impacto da comparação social e da personalidade**. 2019. 76 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Psicologia Clínica da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em:
<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/46666/46666.PDF>. Acesso em 31 mar. 2021.

FARIAS, L. MONTEIRO, T. A identidade adquirida nas redes sociais através do conceito de persona. **Intercom**, [S.L], 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/r32-1497-1.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2020.

FÔNSECA, P. N. et al. Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. **SciELO**, [S.L], mai. 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arbp/v70n3/14.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2020.

FREITAS, C.M. M. et al. O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **SciELO**, [S.L], 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbefe/v24n3/a10v24n3.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de psicologia social**. 6º. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GOMES, K. *et al.* O poder dos influenciadores digitais sobre a sociedade do consumo por meio do Instagram. **Intercom**, São Luis, mai/jun 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-1137-1.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2020.

HAJE, Z. C. M. Jovens adultos em redes: significados dos autorretratos postados no Instagram. 2017. 97 f. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Psicologia Clínica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

HEINZELMAN, F. L. *et al.* Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na vogue brasil. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v.18, n. 3, p. 470 – 488, dez 2012. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v18n3/v18n3a09.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2020.

IBGE. **PNAD Contínua TIC 2017**: Internet chega a três em cada quatro domicílios do país. [S.L], 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27515-pnad-continua-tic-2018-internet-chega-a-79-1-dos-domicilios-do-pais>. Acesso em: 06 set. 2020.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/08/Redes-sociais-mulheres-e-corpo.pdf>. Acesso em 23 mar. 2021.

MACÊDO, I. L. N. **O Instagram como ferramenta de consumo de moda**: uma análise do papel das líderes de opinião para o comportamento de compra de adolescentes. 2016. 112 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

MINAYO, M.C.S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21. Ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

NOVAES, T. F. **Identidade: as diversas faces em uma sociedade em rede**. 2013. 96 f. Dissertação (Pós-Graduação) – Programa de Pós Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

PERES, M. C.; FERREIRA, K. Z. Instagram, autoestima e transtornos alimentares: resultados do grupo focal. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, São José dos campos, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/pensacom2018/textos/milena-cristina-peres.pdf>. Acesso em 19 mar. 2021.

PIZA, M.V. **O fenômeno do Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012. 48 f. Monografia (Graduação) – Curso de Graduação em Ciências Sociais com habitação em sociologia da Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

ROSA, A. L. M., *et al.* O uso de tecnologias digitais em uma instituição de ensino superior: apontamentos sobre a saúde do jovem. **Saúde e Pesquisa**, Maringá, v. 9 n.3 set./dez. 2016.

RUIZ, J. *et al.* Os seis pilares da autoestima e a integração corpo e mente. **Temas em Educ. e Saúde**, vol. 11, jan./dez., p. 27 -34, 2015.

RUSSO, R. Imagem Corporal: Construção através da cultura do belo. *Movimento & Percepção*, [S, L], v. 5 n. 6, 2005. Disponível em: <http://ferramentas.unipinhal.edu.br/movimentoepercepcao/viewarticle.php?id=39>. Acesso em: 10 set. 2020.

SÁ, P. F. **Gabriela Pugliesi no Instagram: influenciadores digitais e a convergência dos meios**. [monografia]. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.

SAMPAIO, R.F; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **SciELO**, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbfis/v11n1/12.pdf>. Acesso em: 10 set.2020.

SANTOS, R. S. **A influência do Instagram na atitude do consumidor: o caso Levi Strauss & Co**. 2016. 80 f. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Marketing Digital da Universidade Europeia, Lisboa, 2016.

SANTOS, V. L.; SANTOS, J. E. As redes sociais digitais e sua influência na sociedade e educação contemporâneas. **Holos**, Rio Grande do Norte, ano 30, v. 6, dez. 2014. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/1936>. Acesso em 12 set. 2020.

SCARTEZINI, L. G. *et al.* A necessidade de autoestima em Carl Rogers. **Revista FAEF**, 2013. Disponível em:

http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/hkNYQZ4GFZuVXwL_2013-5-13-15-59-41.pdf. Acesso em: 12 set. 2020.

SCHMITT, S. A mídia e a ilusão do tão desejado “corpo perfeito”. **Psicologia.pt**, Petrópolis, 2013. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0693.pdf>. Acesso em 12 set. 2020.

SCHUBERT, C. A construção do conceito estético ocidental e sua implicação na formação valorativa e no processo educacional. **Intercom**, Blumenau, 28-30 mai. .2009. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/r16-1303-1.pdf>. Acesso em: 15 set. 2020.

SEVERO, M. L. **Leia-me como uma história:** mulheres e a construção de narrativas da felicidade no Instagram. 2017. 162. f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro do sul, Porto Alegre, 2017.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 2001. 121 f. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001. Disponível em:

<http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcb/files/2011/03/Metodologia-da-Pesquisa-3a-edicao.pdf>. Acesso em 12 jun. 2020.

SILVA, T. O. & SILVA, L. T. G. (2017). Os impactos sociais, cognitivos e afetivos sobre a geração de adolescentes conectados às tecnologias digitais. **Revista Psicopedagogia**, 34(103), 87-97.

SILVA, A. V. *et al.* A influência do Instagram no cotidiano: possíveis impactos do aplicativo em seus usuários. **Intercom**, São Luís, mai./jul. 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0490-1.pdf>. Acesso em: 2 set. 2020.

SILVA, G. C. Narrativas sobre o corpo no Instagram: Os discursos de aceitação corporal como contraponto à imposição do padrão de beleza. 2019. 65 f. Monografia (Graduação) – Curso de comunicação social, publicidade e propaganda da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em:

<http://comunicacao.uff.br/wp-content/uploads/sites/306/2020/10/Gabriella-Carvalho-Silva-Narrativas-sobre-o-corpo-no-Instagram.pdf>. Acesso em 6 abr. 2021.

SILVA, M. L. M. Espelho, Espelho Meu: O culto ao corpo e a promoção de ideais de beleza no Instagram e os efeitos sobre a autoimagem corporal das mulheres. 2018. 141f. Monografia (Graduação) – Curso de jornalismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em:

https://bdm.unb.br/bitstream/10483/22037/1/2018_MariaLeticiaDeMeloSilva_tcc.pdf. Acesso em 16 mar. 2021.

SILVA, S. G. **Entre filtros e hashtags: o Instagram, o novo espelho do narciso.** 2013. 51 f. Monografia (Graduação) – Curso de Comunicação Social, Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2013.

SILVEIRA, V. R. **Corpos e beleza no Instagram: estetização em busca de likes.** 2017. 134 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/20216>. Acesso em 3 set. 2020.

SOARES, A. E. C.; BARROS, N. C. F. As propagandas da revista feminina (1914-1936): a invenção do mito da beleza. **Oficina do Historiador**, Porto Alegre, v. 7, n. 1, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/oficinadohistoriador/article/view/14655>. Acesso em: 01 set. 2020.

SOUZA, G. *et al.* A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade. **Akrópolis**, Umuarama, v. 25, n. 2, p. 117-128, jul./dez 2017.

SOUZA, K.; CUNHA, M. X. C. (2019). Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. **Educação, Psicologia e Interfaces**, v. 3, n.3, p. 204-217.

SUENGA, C. *et al.* **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética.** 2012. 18 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Graduação em Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina, 2012. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>. Acesso 20 set. 2020.

TAVARES, K. S.; NAVARRO, F., & FRANZEN, C. (2007). Treinamento de força como terapia para adolescentes depressivos e com baixa auto-estima. **Revista Brasileira de Prescrição e Fisiologia do Exercício (RBPFE)**, 1(3), 1.

VERMELHO, S. C. *et al.* Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 35, n. 126, 2014.

VIEIRA, A. G. A. **Instagram: Possíveis influências na construção dos padrões hegemônicos de beleza entre mulheres jovens.** 2019. 63 f. Monografia (Graduação) – Curso de Psicologia da Faculdade de Ciências da Educação e Saúde do Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13440/1/21484866.pdf>. Acesso em 10 set. 2020.