

# A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA AUTOESTIMA DOS USUÁRIOS E POSSÍVEIS RISCOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE TRANSTORNOS MENTAIS

## THE INFLUENCE OF INSTAGRAM ON USERS' SELF-ESTEEM AND POSSIBLE RISKS FOR THE DEVELOPMENT OF MENTAL DISORDERS

|  |  |
|--|--|
| <b>Fernanda da Silva Costa</b>           | Centro Universitário Geraldo di Biase, Volta Redonda/RJ, Brasil<br>fernanda.sc18@hotmail.com   |
| <b>Wendel Alves Cardoso</b>              | Centro Universitário Geraldo di Biase, Volta Redonda/RJ, Brasil<br>wendelsg98@gmail.com  |
| <b>Vitor Siqueira de Moraes Mesquita</b> | Centro Universitário Geraldo di Biase, Volta Redonda/RJ, Brasil<br>vitor.smm@gmail.com   |
| <b>Resumo</b>                            | A invenção da internet, na década de 1960, trouxe grandes mudanças tecnológicas. Destaca-se o surgimento redes sociais, que transformaram expressivamente a forma das pessoas se relacionarem. Dentre as várias redes sociais existentes, uma das mais populares é o Instagram. Esta mídia social tem como principal objetivo permitir que os usuários compartilhem fotos e vídeos entre si e se comunicar através de mensagens. Este trabalho teve como objetivo geral compreender a influência do Instagram em relação autoestima dos usuários da rede ao comparar estilos de vida dos usuários e como objetivos específicos: identificar as características do Instagram relacionadas a redução da autoestima dos indivíduos; descrever os impactos negativos do Instagram na saúde mental dos sujeitos e analisar as consequências psíquicas que o Instagram pode produzir nos usuários. Trata-se de uma revisão bibliográfica, a fim de trazer um aprofundamento do tema proposto, sintetizando estudos e pesquisas sobre a temática. Foram utilizados trabalhos publicados nas seguintes bases de dados: Biblioteca Virtual em Saúde, SciELO e PePSIC. Através das pesquisas foi possível concluir que atualmente existe uma relação considerável entre a autoestima e o Instagram, bem como transtornos de ansiedade e depressão, tendo em vista que cada vez mais as pessoas tendem julgar a si mesmas e aos outros se baseando no que é exposto online. |
| <b>Palavras-chave</b>                    | Instagram. Autoestima. Ansiedade. Depressão  |
| <b>Abstract</b>                          | The invention of the internet, in the 1960s, brought significant technological changes. One notable development is the emergence of social networks, which have profoundly transformed the way people interact. Among the various social networks in existence, one of the most popular is Instagram. This social media platform primarily aims to allow users to share photos and videos with each other and communicate through messages. The general objective of this study was to understand the influence of Instagram on the self-esteem of its users by comparing the lifestyles of users. The specific objectives were to identify Instagram features related to the reduction of individuals' self-esteem, describe the negative impacts of Instagram on the mental health of subjects, and analyze the psychological consequences that Instagram can have on its users. This is a literature review designed to provide an in-depth exploration of the proposed topic, summarizing studies and research on the subject. Works published in the following databases were utilized: Virtual Health Library, SciELO, and PePSIC. Through the research, it was possible to conclude that there is currently a significant relationship between self-esteem and Instagram, as well as anxiety and depression disorders, as people increasingly tend to judge themselves and others based on what is presented online.                                      |
| <b>Keywords</b>                          | Instagram. Self-esteem. Anxiety. Depression.   |



Licença de Atribuição BY do Creative Commons  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Aprovado em 20/02/2024  
Publicado em 30/04/2024

## 1 INTRODUÇÃO

A criação da internet mudou a forma do mundo se conectar e ressignificou as ideias de tempo, espaço e distância. Sua primeira aparição ocorreu na década de 1960, porém somente na década de 90 que ela se popularizou e trouxe diversas mudanças na sociedade e sua forma de se relacionar. Uma das mudanças mais influentes foi a possibilidade de pessoas se conectarem e compartilharem informações de diferentes partes do mundo, o que foi um grande marco para a sociedade moderna. A partir desta evolução, surgem também as redes sociais, nas quais os indivíduos podem compartilhar conteúdos sobre sua vida pessoal e profissional. Dentre as várias redes sociais existentes, uma das mais populares é o *Instagram*. Esta mídia social tem como principal objetivo permitir que os usuários compartilhem fotos e vídeos entre si e se comunicar através de mensagens. Em contrapartida, por ter se popularizado muito nos últimos anos, o que antes era comumente utilizado para exibir situações do cotidiano, se tornou uma ferramenta em que pessoas constantemente expõem somente o que querem que seja visto, apresentando padrões de corpos e vida “perfeitos”. Este fato pode apresentar grande risco a saúde mental de usuários, pois estes acabam comparando o que é visto na rede social com a própria realidade.

O uso excessivo e sem cautela de redes sociais pode acarretar em diversos problemas psicológicos para seus usuários. Uma pesquisa realizada por Foroughi *et al.* (2021) revelou que existe uma associação entre o uso do *Instagram* com os transtornos de ansiedade e depressão.

A maioria dos usuários da rede se constitui de jovens e adultos, ou seja, são o público com maior exposição aos conteúdos compartilhados e a maioria acessa seus perfis pelo menos uma vez por dia (PERRIN; ANDERSON, 2019). Ao serem bombardeados com padrões de beleza e de vida “ideais” de influenciadores nas redes sociais, os usuários tendem a se sentir inseguros e insuficientes se comparando a eles. A partir desses elementos, faz-se relevante o questionamento: Como o uso frequente do *Instagram* pode influenciar na autoestima dos indivíduos e quais transtornos mentais podem surgir a partir de problemas com a autoestima, entre eles, a ansiedade e a depressão?

O presente trabalho trata-se de uma revisão bibliográfica, a fim de trazer um aprofundamento do tema proposto, sintetizando estudos e pesquisas sobre a temática. Foram utilizados trabalhos publicados nas seguintes bases de dados: Biblioteca Virtual em Saúde, *SciELO* e *PePSIC*.

Logo, o objetivo geral desse estudo foi compreender a influência do *Instagram* em relação autoestima dos usuários da rede ao comparar estilos de vida dos usuários e os objetivos específicos foram: identificar as características do *Instagram* relacionadas a redução da autoestima dos indivíduos; descrever os impactos negativos do *Instagram* na saúde mental dos sujeitos e analisar as consequências psíquicas que o *Instagram* pode produzir nos usuários.

## Metodologia

Este trabalho trata-se de uma revisão bibliográfica, tendo como finalidade trazer um aprofundamento do tema proposto, limitando estudos e pesquisas sobre a temática. Foram utilizados trabalhos publicados nas seguintes bases de dados: Biblioteca Virtual em Saúde, *SciELO* e *PePSIC*. A pesquisa bibliográfica é realizada principalmente através de materiais já publicados, como artigos científicos, livros e *sites* relacionados ao tema estudado. Deste modo, é possível compreender o assunto a partir do que já foi pesquisado sobre ele (FONSECA, 2002).

A revisão foi conduzida de maneira rigorosa, seguindo as etapas a seguir: estabelecimento do objetivo principal e dos específicos; seleção dos artigos com base em seus resumos e na leitura integral; em seguida, coleta de dados dos estudos incluídos; análise e interpretação dos resultados e, por fim, apresentação da síntese do conhecimento gerado.

## A popularização do *Instagram* na sociedade

Vive-se em um grande período de globalização e com a tecnologia, os processos de troca de informações, conhecimentos e interação estão cada vez mais acessíveis. Por isso, o uso de redes sociais se tornou mais recorrente na vida das pessoas e se transformou em uma das principais formas de se relacionar (SILVA, 2021). Elas podem ser definidas como um reflexo de relacionamentos afetivos e/ou profissionais entre dois ou mais indivíduos que se encontram a partir de interesses mútuos e constroem comunidades através de trocas realizadas online (ZENHA, 2018). De acordo com a pesquisa “*Social Media Use in 2021*”, publicada em 2021 e realizada pelo *Pew Research Center*, o *Instagram* se encontra entre as redes sociais mais utilizadas.

Criado em outubro de 2010, o *Instagram* é uma rede social focada principalmente na imagem, em que os usuários podem compartilhar fotos e vídeos curtos e também interagir com outros usuários da rede. O aplicativo conta com funções de edição de fotos e diversos filtros, que podem alterar a aparência original dos materiais, diferenciando-os da realidade. Os usuários do aplicativo também podem seguir e acompanhar as postagens e atividades de outros, ou seja, o seu número de seguidores também influencia na visibilidade do seu perfil (HU; MANIKONDA; KAMBHAMPATI, 2014).

A interface do *Instagram* é constituída por um perfil (contém número de seguidores, publicações feitas pelo usuário, informações básicas); histórias ou *stories* (seção cujo os usuários publicam vídeos ou fotos disponíveis por 24 horas); *feed* ou *timeline* (página em que aparecem publicações de outros perfis seguidos pelos usuários); aba “explorar” (local no qual aparecem fotos e vídeos

mais populares na rede) e o *Instagram Direct* (um espaço destinado à troca de mensagens de forma privada entre os usuários), como ressaltam Silva *et al.* (2019). Além disso, o aplicativo também conta com a possibilidade de dar *like*, ou curtir, e comentar as publicações de outros, e assim, o número de curtidas e comentários impactam diretamente no engajamento do perfil do usuário. Sendo assim, as pessoas sempre procuram as melhores formas de obter maiores quantidades de *likes* na plataforma.

Os usuários que possuem grandes quantidades de seguidores geralmente são conhecidos como influenciadores digitais, que usam seus perfis na plataforma e em outras redes sociais digitais (*Facebook, TikTok, Twitter, YouTube* etc.) para interagir com seu público sobre seu cotidiano e hábitos de consumo. São indivíduos que exercem certa influência em um considerável número de pessoas, ou até mesmo em um nicho específico, capaz de utilizar da força de sua marca para formar um público fiel e engajado (GRIEGER; BOTELHO-FRANCISCO, 2019).

Existem muitos influenciadores digitais no *Instagram* que expõem sua vida como uma fonte de inspiração almejada por seus seguidores. Esta forma de exibição não apenas serve como uma maneira de validar a si mesmos, mas também surge da necessidade de se conectar, ser observado e se destacar no meio social. A plataforma é uma realidade distorcida, que afeta a saúde mental do utilizador, resultando em um tempo distante do mundo real e muitas horas online. A prática de compartilhar imagens no *Instagram* tem efeitos negativos na autoimagem, gerando incertezas sobre modos de vida (SILVA *et al.*, 2019).

### **Os impactos negativos do Instagram na saúde mental dos usuários**

A realidade que é exibida no *Instagram* corresponde à vida real de poucas pessoas e torna-se o ideal para muitas. A incapacidade de alcançar certas conquistas e a frustração resultante por não atingir as expectativas estão diretamente ligadas à maneira como a pessoa se enxerga e, por sua vez, têm um impacto na sua autoestima (SILVA, 2021). Da mesma forma, a exposição frequente a fotografias altamente editadas e irrealistas nas redes sociais pode dar às pessoas a impressão de que outras vivem vidas mais felizes e mais conectadas, o que pode fazer com que as pessoas se sintam socialmente isoladas (PRIMACK *et al.*, 2017).

Ao fazer uma publicação na rede social, os usuários anseiam por *likes*, comentários e compartilhamentos, visando uma felicidade momentânea, satisfação pessoal e realização, fatores que estão relacionados a autoestima, o que enfatiza ainda mais a relação entre esses dois fatores (SILVA, 2021). Existe uma forte preocupação com a opinião dos outros e uma busca por realização pessoal e novos seguidores.

Quando a interação desejada na rede social não ocorre como o esperado, como por exemplo,

poucas “curtidas”, poucos seguidores ou poucas visualizações nos *stories*, as expectativas do usuário podem não ser realizadas, e assim, abre-se espaço para frustrações. Estas podem trazer episódios de raiva, tristeza, solidão, angústia e sentimentos de inferioridade. A busca *feedback* positivo pode se tornar uma medida de validação pessoal, levando a um ciclo de dependência emocional das redes sociais e à deterioração da autoestima (TWENGE, 2017).

Outro grande impacto negativo causado pelo *Instagram* está relacionado ao consumo de produtos exibidos por influenciadores digitais. Com sua notoriedade, criadores de conteúdos são capazes de utilizar seu alcance para formar um público fiel e engajado e, através disso, possuir grande valor para empresas de vários seguimentos. Eles conseguem atribuir valor e importância aos produtos divulgados por eles (GRIEGER, BOTELHO-FRANCISCO, 2019). O estudo intitulado “Pesquisa sobre o *Instagram* no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do *Instagram*”, publicado em 2023 pelo site *Opinion Box*, revelou que 70% dos usuários seguem algum influenciador (D’ANGELO, 2023). Além disso, 15% desses indivíduos também afirmam que são muito influenciados pelos *influencers* ao comprar e consumir algum produto. Outro dado relevante da pesquisa é que 61% assumiram já ter comprado algo indicado ou usado por algum influenciador.

Quando um usuário não consegue alcançar os hábitos de consumo propostos por algum desses influenciadores, o mesmo pode se sentir impotente por não possuir o poder aquisitivo para comprar os produtos que são exibidos como tendência e “extremamente necessários”. Kasser (2002) argumenta que a busca por riqueza e bens materiais pode minar a autoestima e promover uma sensação de vazio emocional.

A cultura do consumismo cria uma pressão constante para que os indivíduos alcancem um certo padrão de vida e uma imagem idealizada de sucesso. Isso pode levar a comparações sociais constantes e sentimentos de inadequação, caso não correspondam às expectativas impostas pela sociedade e pela cultura do consumismo. Além disso, o consumismo excessivo pode levar a um ciclo vicioso, no qual as pessoas buscam continuamente mais bens materiais na tentativa de aumentar sua autoestima, mas acabam se sentindo insatisfeitas e nunca plenamente satisfeitas (TWENGE, 2006).

Outro ponto negativo a ser explorado é o *cyberbullying*, que se refere ao ato de praticar *bullying* por meio de tecnologias digitais. Esse tipo de comportamento pode ocorrer em plataformas de mídia social, aplicativos de mensagens, jogos online e dispositivos móveis e envolve atitudes repetidas com a intenção de assustar, enfurecer ou envergonhar as pessoas que são alvo dessa prática (UNICEF, 2020). A ideia de anonimato e a falta de privacidade proporcionadas pelas redes sociais contribuem para a prática dessa forma de violência, o que afeta a saúde mental dos indivíduos atingidos (ABJAUDE *et al.*, 2020).

Em uma pesquisa realizada pelo *Pew Research Center*, no ano de 2022, observou-se que 46% dos

adolescentes entrevistados já sofreram alguma forma de *cyberbullying* (VOGELS, 2022). Além disso, outra pesquisa conduzida pelo *Ditch the Label* em seu relatório anual, *Annual Bullying Survey*, de 2017, mostrou que 42% dos casos de *cyberbullying* acontecem através do *Instagram* (DITCH THE LABEL, 2017). Normalmente, esta ação ocorre por meio de comentários maldosos, postagem de fotos humilhantes da pessoa, edição de fotos de outras pessoas ou criação perfis falsos (HOSSEINMARDI *et al.*, 2015).

No geral, o *cyberbullying* tem maiores impactos se comparado ao conceito clássico de *bullying*, pois o primeiro tem o potencial de alcançar mais pessoas em pouco tempo. Apesar do *cyberbullying* não parecer causar danos físicos diretamente a vítima, existem grandes riscos à saúde mental tais como depressão, perda de auto confiança e até tentativas de suicídio (HOSSEINMARDI *et al.*, 2014). Tais incidentes apontam a gravidade destas formas de violência, principalmente através das redes sociais, em que as vítimas não têm para onde fugir e constantemente estão expostas a agressão (ABAIDO, 2020).

O *cyberbullying* tem um grande impacto negativo na autoestima dos usuários (LEI *et al.*, 2019). As principais ofensas desta prática são relacionadas à imagem ou forma corporais das vítimas (PIRES; VIEIRA; BRANCO, 2020). Dependendo da importância que as pessoas atribuírem a sua imagem corporal, as ofensas podem afetar diretamente a autoaceitação e autoestima das vítimas, prejudicar o convívio social e seus relacionamentos (CARVALHO; SPAMER, 2022).

Diferente das outras redes sociais, o *Instagram* tem seu foco no compartilhamento de fotos. Somado à isso, os usuários tem maior facilidade para se identificar visualmente com imagens, e por isso, os impactos na autoestima são maiores através da rede social (JIANG; NGIEN, 2020).

### **A influência do *Instagram* na autoestima dos usuários**

Sendo o *Instagram* uma rede social essencialmente focada na imagem, muitos usuários costumam fazer uma comparação social com o perfil de outros. Com isso, visam partilhar em seus perfis apenas conteúdo positivo e muitas vezes editado das suas vidas. Logo, quem consome esse conteúdo de sucesso e popularidade tende a sentir-se inferior e inútil (CAMPANIÇO, 2022).

As redes sociais e os meios de comunicação online tiveram um profundo impacto nos princípios que orientam nossa sociedade, promovendo a ênfase na imagem, na posição social e na idealização de uma “vida perfeita”. Essa alteração nos valores, embora em contínua evolução, tem o potencial de desencadear angústia, uma vez que o indivíduo é frequentemente expostos a um ideal de beleza e padrão de vida que se revela difícil de alcançar, o que pode resultar em desconforto emocional.

Ao se adotar a estética como ponto de referência, está se alimentando a diminuição da autoestima, enfraquecendo não apenas os vínculos interpessoais, mas também o relacionamento com a própria imagem corporal (SILVA, 2021).

Branden (2002) define a autoestima como a autoavaliação da confiança e respeito que o sujeito tem por si mesmo. O autor afirma que autoestima é uma necessidade humana essencial:

1. Confiança em nossa capacidade de pensar; confiança em nossa habilidade de dar conta dos desafios básicos da vida; e 2. Confiança em nosso direito de vencer e sermos felizes; a sensação de que temos valor e de que merecemos e podemos afirmar nossas necessidades e aquilo que queremos alcançar nossas metas e colher os frutos de nossos esforços (BRANDEN, 2002, p.22).

Campaniço (2022) traz a autoestima como uma avaliação própria que o indivíduo faz das habilidades, realizações, princípios morais e virtudes em diversas situações e experiências ao longo da vida, com base em um conjunto específico de critérios que considera como positivos ou negativos. A autora também constata que indivíduos que possuem níveis mais elevados de autoestima geralmente se consideram capazes, alcançam com sucesso objetivos almejados e também são mais diligentes em diversas áreas.

A autoestima é influenciada pelas relações interpessoais e contexto social em que está inserida. Assim, a consciência e a construção de identidade de si nascem da interação com o outro. O outro funciona como um espelho: a partir de como ele me vê, eu construo a perspectiva da minha imagem e a minha autoestima (RUIZ *et al.*, 2015).

Para Branden (2002), uma autoestima baixa está relacionada à irracionalidade, dificuldade em enxergar a realidade de forma objetiva, inflexibilidade, medo do desconhecido e do que não é familiar, conformismo excessivamente submisso ou controlador, e medo ou hostilidade em relação aos outros. Quando a autoestima é muito baixa, se tende a esquecer a própria identidade e sentir uma grande necessidade de provar seu valor. Isso pode levar a relacionamentos inadequados e doentios, dificuldades na comunicação e sentimentos de inferioridade em relação aos outros (RUIZ *et al.*, 2015).

A necessidade de postar frequentemente, muitas vezes após edições, é um comportamento comum entre os usuários. Essas ações podem receber aprovação ou desaprovação na forma de curtidas e comentários, funcionando como um incentivo. Quando as postagens recebem aprovação, isso pode elevar a autoestima do autor, incentivando-o a continuar compartilhando. Por outro lado, a rejeição das postagens pode ter um impacto negativo direto na autoestima da pessoa, que é a sua percepção de competência e importância. Essa percepção é influenciada por julgamentos sociais internalizados, que acabam refletindo o grau de satisfação pessoal do indivíduo (SANTOS; PEREIRA, 2022).

Como uma maneira diferente de se comunicar e se mostrar, o *Instagram* tem o potencial de afetar como as pessoas percebem a si mesmas e como avaliam sua autoestima. Há uma relação positiva

entre a autoestima e o uso excessivo das redes sociais, o que significa que indivíduos com autoestima mais baixa tendem a utilizar mais nas redes sociais (CAMPANIÇO, 2022).

A autoestima está amplamente relacionada ao bem-estar psicológico e a uma boa saúde mental. Ela tem influência em diversos aspectos da vida. Pessoas que se consideram positivas em diversas situações cotidianas tem capacidade para enfrentar e resolver adversidades com maior responsabilidade e confiança. Por outro lado, quando a autoestima está distorcida, o sofrimento psíquico tende a afetar o desempenho do indivíduo em diferentes aspectos como convívio social, familiar, pessoal, profissional, acadêmico, na compreensão de si e dos outros, na capacidade de autocrítica, resolução de problemas e na capacidade de desfrutar a vida (NUNES *et al.*, 2013).

### **Distorção da autoestima como fator de desenvolvimento de transtornos mentais**

Pesquisa realizada em 2017, por *Royal Society for Public Health*, no Reino Unido, entrevistou 1.479 pessoas entre 14 e 24 anos e revelou que 90% delas utilizavam o *Instagram*, sendo ainda mais popular entre os jovens. Além disso, a pesquisa também apontou que a rede social é a que mais afeta a saúde mental dos indivíduos, podendo influenciar diretamente no desenvolvimento de depressão, ansiedade e baixa autoestima nos indivíduos (INKSTER, 2017).

Diversos estudos relacionam o uso demasiado das redes sociais a transtornos psicológicos. Um artigo publicado por Grace Holland e Marika Tiggermann (2016) associa o uso excessivo das redes sociais a baixa autoestima e até a transtornos alimentares. As autoras apontam que ver, comentar e postar conteúdos relacionados a imagem tem grande papel na relação entre eles. Outra pesquisa identificou que utilizar as redes sociais por longos períodos e com muita frequência apresenta relação com sintomas de depressão, ansiedade e estresse psicológico (KELES; MCCRAE; GREALISH, 2019).

O hábito de se exibir nas redes sociais, com objetivo de buscar aprovação de outros, pode gerar ansiedade ao desejar atender tais expectativas dos outros, no caso, de seus seguidores. Em casos de autoestima instável, ao experimentar frustrações e se sentir rejeitado, o indivíduo pode alterar suas relações e comportamentos diante de outras pessoas (RIBEIRO; MOSCON, 2018).

Desta forma, a autoestima e a autocrítica trazem à tona uma relação considerável e negativa com a ansiedade, ou seja, um indivíduo com baixa autoestima apresenta níveis mais altos de ansiedade. Isso se deve ao fato de que esses sujeitos estão constantemente preocupados com a avaliação negativa dos outros e muitas vezes veem essas mesmas avaliações como sendo indesejáveis, devido ao fato de sempre buscarem apenas as opiniões que reforcem seus resultados negativos. Por conta dessa distorção cognitiva dos fatos, acabam por potencializar sua ansiedade (FERNANDES, 2022).

Os transtornos de ansiedade abrangem condições que apresentam sintomas de medo e ansiedade intensos, juntamente com alterações comportamentais associadas. O medo é uma reação emocional diante de uma ameaça atual ou percebida, enquanto a ansiedade envolve a antecipação de uma ameaça futura (APA, 2014). A ansiedade e o medo se diferem como patológicos quando se manifestam de maneira excessiva, desproporcional em relação à situação, ou apresentam características distintas do que é considerado típico para a faixa etária em questão, afetando negativamente a qualidade de vida, o bem-estar emocional e o funcionamento cotidiano do sujeito (CASTILLO *et al.*, 2000).

Pessoas ansiosas tendem a sofrer com diversos transtornos que envolvem avaliação e percepção falhas, interpretação exagerada e/ou incorreta de situações de perigo e frequentemente geram gatilhos em julgamento irreal e irracional, se transformando em um processamento equivocado dos fatos. Alguns estudos demonstraram que os indivíduos ansiosos consideram sua condição como problemática, crônica e inevitável. Outras pesquisas também apontaram as consequências dos casos de ansiedade a longo prazo, podendo ser adoecimento mental, estresse, déficit cognitivo e emocional, abuso de substâncias, ideações suicidas e tentativas de suicídio (BUENO, 2018).

David A. Clark e Aaron T. Beck, no livro *Terapia Cognitiva para os Transtornos de Ansiedade*, mostram como a autoestima pode influenciar em quadros de ansiedade:

Há três suposições sobre a natureza da autoestima baixa na ansiedade. Primeiro, a falta de autoconfiança é altamente específica às preocupações ansiosas do indivíduo. [...] Segundo a falta de autoconfiança será um determinante significativo de respostas autoprotetoras em situações ansiosas, tais como fuga e evitação, e de desempenho deficiente para lidar com a situação. E terceiro, a falta de autoconfiança para responder a certos tipos de ameaça percebida se origina da primeira infância e de outras experiências de aprendizagem e, portanto, atua como um fator de vulnerabilidade para o posterior desenvolvimento de um transtorno de ansiedade (CLARK; BECK, 2011, p.121-122).

Além da ansiedade, a baixa autoestima pode ser um fator para o desenvolvimento de quadros depressivos caracterizados pela presença de um estado de espírito melancólico, desolado ou irritável, acompanhado por mudanças físicas e mentais, que têm um impacto substancial na capacidade de uma pessoa funcionar adequadamente. O que os distingue é a variação em termos de duração, *timing* ou causa presumida (APA, 2014).

A baixa autoestima é um atributo característico da depressão. A autodesvalorização aparentemente faz parte do padrão dos pacientes deprimidos de verem a si mesmos como deficientes dos atributos que lhes parecem especificamente importantes: capacidade, desempenho, inteligência, saúde, força, atratividade pessoal, popularidade ou recursos financeiros. Muitas vezes o sentimento de deficiência se expressa em declarações como “eu sou inferior” ou “eu não estou à altura”. Este sintoma foi descrito por 81% dos pacientes com depressão grave e por 38% dos pacientes não deprimidos (BECK; ALFORD, 2011, p. 29-30).

Sinais e sintomas de depressão têm sido relacionados ao uso do *Instagram*. Somado a isso, maiores níveis de solidão e estresse e diminuição da autoestima impactam direta e negativamente na saúde mental dos usuários. Hawi & Samaha (2016) identificaram dados que relacionam o uso das redes sociais aos níveis de satisfação, no qual afirmaram que este está positivamente ligado ao estresse, ansiedade e depressão, e por consequência, uma relação negativa com a satisfação da vida. A partir de uma análise feita por Yeşilyurt & Solpuk Turhan (2020), foi possível constatar que existe uma relação negativa entre o uso de redes sociais e a satisfação da vida. De acordo com eles, os níveis de satisfação de vida diminuem conforme o uso das redes sociais aumenta.

### Considerações finais

O presente trabalho buscou compreender a influência do *Instagram* na autoestima de seus utilizadores e como isso pode contribuir no desenvolvimento de transtornos mentais. Através das pesquisas, foi possível concluir que atualmente existe uma relação considerável entre a autoestima e o *Instagram*, bem como transtornos de ansiedade e depressão, tendo em vista que cada vez mais as pessoas tendem a julgar a si mesmas e aos outros se baseando no que é exposto online.

O *Instagram*, por se tratar de uma rede em que frequentemente são expostos aspectos da vida pessoal do indivíduo, acaba por abrir oportunidades para julgamentos e opiniões negativas de outros usuários. Tais características, primordialmente internas e individuais, acabam sendo deslocadas a pessoas desconhecidas, que passam a validar se os conteúdos apresentados são ou não relevantes.

O uso excessivo pode ter um impacto negativo na autoestima desse público, levando a comparações e inseguranças em relação à aparência física. Somado ao fator de comparação, também foram encontradas outras características que afetam negativamente os usuários da plataforma, como o *cyberbullying* e o incentivo de compra de produtos divulgados por influenciadores digitais.

Deve-se considerar também que nem sempre uma baixa autoestima está relacionada aos transtornos ansiosos e depressivos, e nem sempre estes estão relacionados a baixa autoestima. A relação entre estes fatores é complexa e depende da individualidade de cada pessoa. Ainda, não é possível afirmar que todos os utilizadores do *Instagram* desenvolvem transtornos mentais, porém, certas vulnerabilidades individuais podem ser agravadas pelo uso excessivo desta rede social.

Neste aspecto, a psicologia desempenha um papel fundamental ao desenvolver estratégias para orientar as pessoas sobre o uso saudável e responsável do *Instagram*, incluindo outras redes sociais, uma vez que os psicólogos estão preparados para lidar com problemas emocionais e comportamentais relacionados à saúde mental.

A psicologia pode realizar um tratamento colaborativo, junto com estas pessoas, para desenvolver uma autoimagem positiva e fortalecida, e com isso, saber lidar e tolerar as pressões sociais e culturais relacionadas a este contexto.

## Referências

ABAIDO, Ghada M. Cyberbullying on social media platforms among university students in the United Arab Emirates. **International journal of adolescence and youth**, v. 25, n. 1, p. 407-420, 2020.

ABJAUDE, Samir Antonio Rodrigues *et al.* Como as mídias sociais influenciam na saúde mental? **SMAD Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool e Drogas (Edição em Português)**, v. 16, n. 1, p. 1-3, 20 fev. 2020.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION (APA). **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. Porto Alegre: Artmed, 2014.

BECK, Aaron T.; ALFORD, Brad A. Autoavaliação negativa. *In*: BECK, Aaron T.; ALFORD, Brad A. **Depressão causas e tratamento**. Porto Alegre: Artmed, 2011. p. 29-30.

BRANDEN, Nathaniel. **Auto-estima e os seus seis pilares**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BUENO, Luiz Antonio Feitosa. **Uso de mídias sociais, ansiedade e depressão: revisão integrativa e interface**. 2018. 58 p. Monografia de Graduação em Medicina — Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

CAMPANIÇO, Mariana Rola Guerreiro. **Autoestima e satisfação de vida dos utilizadores da rede social instagram**. 2022. Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde — Instituto Piaget, Almada, 2022.

CARVALHO, Roberta Fidalgo; SPAMER, Fernanda Gomes. **Impacto das mídias sociais sobre autoimagem e autoestima de jovens**. [S. l.: s. n.], 2022.

CASTILLO, Ana Regina GL et al. Transtornos de ansiedade. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v. 22, suppl 2, p. 20-23, dez. 2000.

CLARK, David A.; BECK, Aaron T. O modelo de vulnerabilidade cognitiva. *In*: CLARK, David A.; BECK, Aaron T. **Terapia cognitiva para os transtornos de ansiedade**. Porto Alegre: Artmed, 2011. p. 121-122.

D'ANGELO, Pedro. **Pesquisa Instagram no Brasil 2022: dados dos usuários brasileiros**. 3 fev. 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

DE OLIVEIRA, Tencione *et al.* **Influência da rede social instagram nos distúrbios de imagem corporal entre adolescentes**. 2022. [S. n., s. l.], 2022.

DITCH THE LABEL. **Annual Bullying Survey**. [S. l.: s. n.], 2017.

FERNANDES, Joana Isabel Borges. **Relação entre ansiedade social, autoestima e cyberbullying em estudantes universitários Portugueses**. 2022. 58 p. Dissertação de Mestrado — Universidade Católica Portuguesa, Braga, 2022.

FONSECA, João José Saraiva da. **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

FOROUGH, Behzad *et al.* Associations between instagram addiction, academic performance, social anxiety, depression, and life satisfaction among university students. **International Journal of Mental Health and Addiction**, 17 mar. 2021.

GRIEGER, Jenifer Daiane; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Um estudo sobre influenciadores digitais: comportamento digital e identidade em torno de marcas de moda e beleza em redes sociais online. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 8, n. 1, p. 39, 5 jun. 2019.

HAWI, Nazir S.; SAMAHA, Maya. The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. **Social Science Computer Review**, v. 35, n. 5, p. 576-586, 10 ago. 2016.

HOLLAND, Grace; TIGGEMANN, Marika. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. **Body Image**, v. 17, p. 100-110, jun. 2016.

HOSSEINMARDI, Homa *et al.* Analyzing labeled cyberbullying incidents on the instagram social network. *In: SOCIAL INFORMATICS: 7TH INTERNATIONAL CONFERENCE, SOCINFO 2015, 2015, Beijing. Social informatics: 7th international conference, socinfo 2015. [S. l.]: Springer International Publishing, 2015. p. 49-66.*

HOSSEINMARDI, Homa *et al.* Towards understanding cyberbullying behavior in a semi-anonymous social network. *In: 2014 IEEE/ACM INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCES IN SOCIAL NETWORKS ANALYSIS AND MINING (ASONAM 2014), 2014, Beijing. 2014 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM 2014). [S. l.: s. n.], 2014. p. 244-252.*

HU, Yuheng; MANIKONDA, Lydia; KAMBHAMPATI, Subbarao. What we instagram: a first analysis of instagram photo content and user types. *In: PROCEEDINGS OF THE 8TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON WEBLOGS AND SOCIAL MEDIA, ICWSM 2014, 2014, An Arbor. Proceedings of the 8th international conference on weblogs and social media, ICWSM 2014. [S. l.]: The AAAI Press, 2014. p. 595-598.*

INKSTER, S. C. **Instagram ranked worst for young people's mental health**. 2017. Disponível em: <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>. Acesso em: 13 nov. 2023.

JIANG, Shaohai; NGIEN, Annabel. The effects of instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: a survey study in singapore. **Social Media + Society**, v. 6, n. 2, p. 205630512091248, abr. 2020.

KASSER, Tim. **The high price of materialism**. [S. l.]: The MIT Press, 2002. *E-book*. ISBN 9780262276764. Disponível em: <https://doi.org/10.7551/mitpress/3501.001.0001>

KELES, Betül; MCCRAE, Niall; GREALISH, Annmarie. A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. **International Journal of Adolescence and Youth**, v. 25, n. 1, p. 79-93, 21 mar. 2019.

LEI, Hao *et al.* The relationship between self-esteem and cyberbullying: a meta-analysis of children and youth students. **Current Psychology**, v. 39, n. 3, p. 830-842, 16 ago. 2019.

MIRANDA, Cynthia Mara. A construção do ideal de beleza feminina em comerciais de televisão. *In: I SEMINÁRIO NACIONAL DE SOCIOLOGIA & POLÍTICA. "SOCIEDADE E POLÍTICAS EM TEMPO DE INCERTEZAS"*, Paraná. **I Seminário Nacional de Sociologia & Política. "Sociedade e políticas em tempo de incertezas"**. [S. l.]: Universidade Federal Paraná, 2009.

NAF'AN, Muhammad Zidny *et al.* Sentiment analysis of cyberbullying on instagram user comments. **Journal of Data Science and Its Applications**, v. 2, n. 1, p. 88-98, 12 abr. 2019.

NUNES, Marcia Regina Mendes *et al.* Autoestima e saúde mental: relato de experiência de um projeto de extensão. **Psicologia Argumento**, v. 31, n. 73, p. 283-289, 2013.

PERRIN, Andrew; ANDERSON, Monica. **Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018**. 10 abr. 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

PIRES, Sara; VIEIRA, Diana; BRANCO, Maria Castello. Dislike:cyberbullying e psicopatologia na adolescência. **Revista de Psicologia da Criança e do Adolescente**, v. 11, n. 1, p. 39-50, 2020.  
PRIMACK, Brian A. *et al.* Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. **Computers in Human Behavior**, v. 69, p. 1-9, abr. 2017.

RIBEIRO, Michelle Porto; MOSCON, Daniela. Reflexões sobre o uso do instagram na contemporaneidade. *In: XVII SEPA - SEMINÁRIO ESTUDANTIL DE PRODUÇÃO ACADÊMICA. XVII SEPA - Seminário Estudantil de Produção Acadêmica*. [S. l.]: UNIFACS, 2018.

RUIZ, Josefa Emília Lopes *et al.* Os seis pilares da autoestima e a integração corpo e mente. **Temas de Educação e Saúde**, v. 11, 2015.

SANTOS, Layrthton Carlos de Oliveira; PEREIRA, Fernanda de Souza. Uso do instagram: relações com autoestima e autoconceito físico em adultos. **Revista de Psicologia da IMED**, v. 14, n. 1, 2022.

SILVA, Alana Vieira da *et al.* A influência do instagram no cotidiano: possíveis impactos do aplicativo em seus usuários. *In: XXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO*

NORDESTE, 2019, São Luís. **XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. 2019: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

SILVA, Marina da Conceição. Relação entre redes sociais e autoestima. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 7, n. 4, p. 417-439, 30 abr. 2021.

TWENGE, Jean M. **Generation me**. Nova Iorque: Free Press, 2006.

TWENGE, Jean M. **iGen**: Por que as crianças de hoje estão crescendo menos rebeldes, mais tolerantes, menos felizes e completamente despreparadas para vida adulta. [S. l.]: Atria Books, 2017.

UNICEF. **Cyberbullying**: o que é e como pará-lo. 2020. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/cyberbullying-o-que-eh-e-como-para-lo>. Acesso em: 13 nov. 2023.

VOGELS, Emily A. **Teens and cyberbullying 2022**. 15 dez. 2022. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/12/15/teens-and-cyberbullying-2022/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

YESILYURT, Ferahim; SOLPUK TURHAN, Nihan. Prediction of the time spent on Instagram by social media addiction and life satisfaction. **Cypriot Journal of Educational Sciences**, v. 15, n. 2, p. 208-219, 30 abr. 2020.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? **Caderno de Educação**, v. 49, p. 19-42, 2018.