



## O uso das redes sociais on-line e a relação com o bem-estar subjetivo e autoconceito em adultos

The use of online social networks and the relationship with subjective well-being and self-concept in adults

El uso de las redes sociales en línea y la relación con el bienestar subjetivo y el autoconcepto en adultos

Thamires Maria Sarmiento Ribeiro da Silva<sup>1</sup>, Alessandra Priscila Rodrigues dos Santos<sup>1</sup>, Ana Paula Ribeiro Kobarg<sup>2</sup>.

### RESUMO

**Objetivo:** Investigar como as redes sociais virtuais influenciam no bem-estar subjetivo e autoconceito de adultos. **Métodos:** Trata-se de um estudo transversal, qualitativo, realizado em março de 2024, através de um grupo focal. A amostra foi composta por 15 adultos de diferentes gêneros, universitários, residentes do estado de Santa Catarina. Para a análise dos dados empregou-se a análise temática. **Resultados:** Verificou-se uma variação no tempo de uso das mídias sociais, sendo utilizadas especialmente por motivos profissionais. Houve consenso de que o bem-estar subjetivo e autoconceito se entrelaçam. O uso de selfies e filtros varia entre os participantes, refletindo diferentes atitudes sobre autoimagem e autenticidade. Os efeitos das ferramentas nos fenômenos influem positivamente ou negativamente. **Considerações finais:** O estudo revelou que o uso das redes sociais está profundamente enraizado na vida cotidiana dos adultos, influenciando no bem-estar subjetivo e autoconceito de maneiras complexas e variadas. A consciência e a reflexão sobre o uso dessas plataformas são cruciais para manter uma relação saudável com as redes sociais virtuais, evitando seus efeitos negativos e promovendo uma melhor qualidade de vida.

**Palavras-chave:** Rede social, Bem-estar subjetivo, Autopercepção, Ciberpsicologia.

### ABSTRACT

**Objective:** To investigate how virtual social networks influence the subjective well-being and self-concept of adults. **Methods:** This is a cross-sectional, qualitative study carried out in March 2024 through a focus group. The sample consisted of 15 adults of different genders, university students, living in the state of Santa Catarina. Thematic analysis was used to analyze the data. **Results:** There was a variation in the length of time social media was used, especially for professional reasons. There was a consensus that subjective well-being and self-concept are intertwined. The use of selfies and filters varied among participants, reflecting different attitudes about self-image and authenticity. The effects of the tools on the phenomena have a positive or negative influence. **Final considerations:** The study revealed that the use of social networks is deeply rooted in the daily lives of adults, influencing subjective well-being and self-concept in complex and varied ways. Awareness and reflection on the use of these platforms are crucial to maintaining a healthy relationship with virtual social networks, avoiding their negative effects and promoting a better quality of life.

**Keywords:** Social networking, Subjective well-being, Self-perception, Cyberpsychology.

<sup>1</sup> Centro Universitário Uniasselvi de Blumenau, Blumenau – SC.

<sup>2</sup> Florida Christian University (FCU), Orlando – FL.

## RESUMEN

**Objetivo:** Investigar cómo influyen las redes sociales virtuales en el bienestar subjetivo y el autoconcepto de los adultos. **Métodos:** Se trata de un estudio transversal, cualitativo, realizado en marzo de 2024 a través de un grupo focal. La muestra consistió en 15 adultos de diferentes géneros, estudiantes universitarios, residentes en el estado de Santa Catarina. Se utilizó el análisis temático para analizar los datos. **Resultados:** Hubo una variación en el tiempo de uso de las redes sociales, especialmente por razones profesionales. Hubo consenso en que el bienestar subjetivo y el autoconcepto están entrelazados. El uso de selfies y filtros varió entre los participantes, lo que refleja diferentes actitudes hacia la autoimagen y la autenticidad. Los efectos de las herramientas sobre los fenómenos tienen una influencia positiva o negativa. **Consideraciones finales:** El estudio reveló que el uso de las redes sociales está profundamente arraigado en la vida cotidiana de los adultos, influyendo en el bienestar subjetivo y el autoconcepto de maneras complejas y variadas. La concienciación y la reflexión sobre el uso de estas plataformas son cruciales para mantener una relación saludable con las redes sociales virtuales, evitando sus efectos negativos y promoviendo una mejor calidad de vida.

**Palabras clave:** Red social, Bienestar subjetivo, Autopercepción, Ciberpsicología.

## INTRODUÇÃO

Atualmente as redes sociais on-line assumem um papel importante na sociedade, o acesso facilitado proporciona percepções sobre o mundo e sobre si. O aumento expressivo do acesso a essas redes demonstra o quanto esse meio de comunicação têm feito parte do cotidiano das pessoas. Segundo o IBGE (2024), 92,5% das residências brasileiras (cerca de 72,5 milhões) possuíam acesso à internet em 2023. O uso cresceu a partir dos jovens adultos, esse resultado indica um aumento quando comparado ao ano de 2022. Complementando esse cenário, KEMP S (2025), aponta que, em 2024, 5,24 bilhões de usuários de Android no mundo utilizam mídias sociais, com Instagram, WhatsApp e Facebook entre as mais acessadas e com uso diário de 2 horas e 21 minutos. No Brasil, esse usuário gasta 3 horas e 44 minutos diários (LARSON S, 2025).

Nesse sentido, as mudanças na forma de se comunicar alteram as relações, assim torna-se relevante considerar como o virtual interfere no bem-estar subjetivo (BES) e autoconceito do ser humano. A noção de BES pode ser compreendida de forma tripartite. No primeiro, há uma avaliação global de um período ou ao longo da vida sobre como o indivíduo percebe a sua satisfação. Condições objetivas do ambiente podem ser influentes, porém não dominantes, assim a perspectiva particular tem maior destaque. Em segundo e terceiro lugar, o conceito envolve afetos negativos e positivos, ainda é importante mencionar que todas as competências são independentes (DIENER E, 1984). Em conformidade, influências externas como o uso da tecnologia são consideráveis, no entanto, o aspecto cognitivo como a satisfação com a vida e as avaliações afetivas são primordiais para compreender o bem-estar subjetivo.

Apesar da literatura não apresentar um consenso como o uso das mídias sociais influencia no BES dos sujeitos (FAGUNDES LS, 2019). Vries DA, et al. (2018), em seu estudo, verificaram que indivíduos habituados a fazerem comparações sociais relataram ter sentimentos negativos ao verem postagens positivas de outras pessoas no Instagram. Em contrapartida, aqueles que não tinham esse hábito tendiam a ter sentimentos mais positivos ao verem fotos de pessoas alegres. Nessa perspectiva, a singularidade é um indicador para interpretar e responder as informações acessadas nas redes. Logo, é relevante compreender o motivo pelo qual os indivíduos usam os aplicativos virtuais, pois, a partir daí, verifica-se o nível do BES impactado (CLARK JL, et al., 2018).

Já o autoconceito é construído ao longo do desenvolvimento humano, a partir de experiências pessoais e influências sociais, moldando a forma como o indivíduo se percebe (FIGUEIREDO MBF, 2022). Trata-se de um fenômeno multidimensional, abrangendo aspectos físicos, acadêmicos, sociais e emocionais, integrando percepções sobre habilidades, personalidade e comportamento (GEHLEN G, 2021). De acordo com Cherry K (2018) e Neill J (2005), o autoconceito é aprendido e sensível às interações sociais, podendo ser modificado

principalmente na infância e juventude. Na fase adulta, sua atualização torna-se mais difícil, especialmente quando há incongruência entre a autoimagem e a realidade percebida (WEHRLE K e FASBENDER U, 2019).

Assim, o impacto das redes sociais na construção do autoconceito é ambíguo. De um lado, elas oferecem espaço para expressão pessoal e troca de feedbacks; de outro, promovem padrões de beleza e estilo de vida idealizados, gerando comparações prejudiciais, baixa autoestima e insatisfação corporal (SANTOS LCO e PEREIRA FS, 2022). Silva MC (2021) destaca que a constante exposição a conteúdos que retratam vidas aparentemente perfeitas pode aumentar a ansiedade e a sensação de inadequação entre os usuários. Consoante ao exposto, o presente trabalho objetiva compreender como o uso das redes sociais on-line influencia no BES e autoconceito de pessoas adultas.

## MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo com delineamento transversal e abordagem qualitativa, por meio de fontes primárias.

### Participantes

A pesquisa foi realizada com universitários de uma instituição de ensino superior privada, participaram 15 adultos de faixa etária entre 18 à 33 anos, identificados como mulher, homem e pessoa não binária (respectivamente, n= 7; n=6; n=1), usuários das redes sociais virtuais, residentes de Santa Catarina.

Excluiu-se aqueles que não consentiram com o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), com a gravação para posterior análise, preencheram incorretamente o formulário sociodemográfico e/ou TCLE.

### Instrumentos

A coleta de dados aconteceu em março de 2024, através de um grupo focal, uma técnica relevante para explorar e conhecer em profundidade os fenômenos (SOUZA LKS, 2019). Este método é adequado devido ao objetivo investigativo da pesquisa. Durante o grupo, utilizou-se dois instrumentos, um questionário sociodemográfico, com perguntas como: nome, idade, gênero, nível de escolaridade, cidade e entre outros dados. Um roteiro modificado para os objetivos deste estudo, com base nas pesquisas de Cordeiro PRCMA e Santos QSGS (2021) e Gehlen G(2021), cuja aplicabilidade foi validada. O roteiro abordou 11 questões, onde os participantes falaram livremente sobre a sua perspectiva em relação aos fenômenos e às redes sociais.

### Análise dos dados

Os questionários sociodemográficos foram tabulados e as informações do grupo foram transcritas e revisadas juntamente com a gravação para assegurar a precisão. A técnica de análise dos dados foi a análise temática, método essencial no exame de dados qualitativos, pois visa identificar e verificar padrões (temas) nas informações coletadas. Adequada para entrevistas, grupos focais e textos. Composta por uma série de etapas não lineares que visam à flexibilidade e reflexão analítica dos pesquisadores, orientadas pelo objetivo e problema de pesquisa. Os temas não necessariamente emergem da quantificação (CLARKE V e BRAUN V, 2006; CLARKE V e BRAUN V, 2013; HERZOG C, et al., 2019; ROSA LS e MACKEDANZ LFA, 2021).

A transcrição foi inserida ao Atlas.ti, usado como ferramenta de apoio inicial para organizar a codificação e anotações. Nas leituras flutuantes sobre a transcrição, códigos foram criados, excluídos, renomeados e agrupados por semelhanças; elaborando-se assim categorias temáticas, onde foram realizadas novas revisões até a conclusão da análise.

Consoante ao exposto, a pesquisa seguiu os fundamentos éticos para estudos com seres humanos estipulados pela Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), sendo aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), sob o parecer nº 6.590.112 e o Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE) nº 75073323.3.0000.0120.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos dados permitiu a criação de uma lista de códigos que foram agrupados por similaridades e divididos em quatro temas. Os códigos estão detalhados na nuvem abaixo:

**Figura 1** - Nuvem de códigos.



**Fonte:** Silva TMSR, et al., 2025.

### Frequência de uso das redes sociais on-line

O estudo apontou diferenças marcantes no tempo dedicado e na maneira como os participantes interagem com as redes sociais. PO utiliza as redes de forma breve, cerca de 10 a 15 minutos diários, focando no Instagram e usando o WhatsApp apenas para mensagens importantes. PN também acessa o Instagram em momentos livres, mas sem frequência intensa, utilizando o WhatsApp diariamente para fins pessoais e profissionais. Já M dedica de três a quatro horas por dia ao TikTok e Instagram, enquanto L passa cerca de duas horas diárias nas redes, distribuídas em várias sessões curtas. Os usuários K e J fazem uso intensivo por razões profissionais: K permanece conectado durante o dia todo e J, cerca de quatro horas diárias.

O padrão de plataformas preferidas aponta para o uso predominante do Instagram, WhatsApp e TikTok, com o Twitter sendo pouco citado. O Instagram destacou-se como a rede mais mencionada, o que confirma dados do estudo de Dixon SJ (2025) que aponta essa plataforma como a mais usada por adultos, devido à sua multifuncionalidade para socialização, entretenimento e negócios.

Quanto à consciência de uso, PC demonstrou postura crítica ao checar informações em diferentes fontes para evitar *fake news*. PJ também destacou a importância da verificação antes de tomar decisões. Por outro lado, A e C relataram não tomar decisões importantes baseadas nas redes, embora isso possa sugerir uma falta de reflexão quanto à influência indireta do conteúdo consumido. PI admitiu ter feito compras influenciado pelas redes sociais, mas refletiu sobre essa prática posteriormente, indicando consciência retroativa.

A análise temática dos códigos demonstrou discrepâncias significativas no quanto cada indivíduo interage com as plataformas digitais: alguns optam por um acesso moderado e intencional, enquanto outros passam várias horas por dia on-line. A consciência sobre o uso das redes sociais é um fator crucial para mitigar os impactos negativos, como desinformação e dependência digital. Equilibrar o tempo de uso e refletir sobre os

propósitos e influências das redes sociais pode ajudar os usuários a manterem uma relação mais saudável e produtiva com essas plataformas.

### **Percepções de bem-estar subjetivo (BES) e autoconceito**

Inicialmente, o BES foi definido pela maioria dos participantes como: estar bem consigo; estar em estado de calma; experienciar segurança em lugares e nas relações interpessoais; ter tempo com pessoas significativas; ter qualidade financeira; estar em equilíbrio nas diferentes áreas da vida. Além disso, alguns apenas o avaliaram através de notas, o que demonstra a complexidade em descrever o fenômeno.

Para alguns entrevistados, alcançar metas e contribuir para o desenvolvimento de outras pessoas é relevante, como relatam B e K, respectivamente:

*“Bom, eu penso que o autoconceito está muito ligado com os nossos objetivos pessoais, os sonhos que cada um tem, o que move cada um [...]”;*

*“[...] é me sentir útil de algum modo, seja numa roda de conversa, seja pra ouvir alguém [...]”.*

Sendo assim, os pontos de vista refletem a percepção de si, uma vez que, compreender o autoconceito abrange como o sujeito se relaciona consigo e com os outros. A satisfação e a realização pessoal apresentadas acima demonstram como alguns participantes se veem socialmente e individualmente, sendo as conquistas necessárias para a avaliação dessa última dimensão (FIGUEIREDO MBF, 2022).

Como parte importante no autoconceito, reconhecer, valorizar e reforçar as suas potencialidades torna esse processo mais honesto consigo. Não afirmar seus esforços possibilita sentimentos negativos, como infelicidade e incapacidade de considerar o seu valor (SANTOS TCA e RODRIGUES KLA, 2023). Um achado interessante, mencionado pela minoria dos participantes, demonstra que quando a forma como se veem passa pela falta de reconhecimento das suas qualidades, há uma possibilidade de frustração porque as coisas não acontecem da forma idealizada e a avaliação do BES também passa despercebida, principalmente quando este é sinônimo de uma vida financeira estabilizada e o cumprimento de metas.

O BES é a forma como um sujeito analisa ou sente que sua vida está se desenrolando satisfatoriamente ou não, qualquer elemento que interfira na direção em que as pessoas traçam seus objetivos, compreendem as suas necessidades, autoavaliação e emoções são determinantes. De maneira geral, o construto é impactado por condições internas e externas (DAS KV, et al., 2020; DIENER E, et al., 2018). O conceito está dividido nas dimensões cognitivas e emocionais, podendo ser influenciado pelo autoconceito (fatores internos) e aspectos do ambiente social. Conectando-se com a resposta da maioria dos participantes, ao perceberem um vínculo entre os fenômenos abordados,

*“Eu acho que o autoconceito e o bem-estar estão ligados sim, porque a gente precisa estar bem consigo mesma para querendo ou não ter uma felicidade[...]” (PE);*

*“Eu também acredito que tenha profunda ligação entre autoconceito e bem-estar [...]” (PK).*

A separação dos conceitos aconteceu para fins didáticos, mas neste estudo há um consenso de que os construtos se entrelaçam. Diferentes perspectivas foram atribuídas ao BES, algumas mencionadas a partir do mundo interior ou da interação social, entretanto, a maioria das análises trazem percepções positivas sobre o assunto. A satisfação e realização pessoal, mostraram-se importantes para as percepções de autoconceito. O reconhecimento e reforço das qualidades pessoais são significativos para uma visão positiva de si e para um estado de bem-estar. Por fim, a criticidade dos adultos entrevistados e complexidade do tema, indicam que não é possível resumir a subjetividade.

### **A relação da autoestima e a utilização de filtros para fotos e selfies**

A análise desse tema mostrou diferentes atitudes dos participantes em relação à autoimagem e autoconhecimento. PF valoriza a naturalidade nas fotos e evita filtros:

*“Tiro bastante fotos [...], mas quando acontece, não gosto de colocar filtro [...]. O que eu mexo só é na luminosidade da câmera mesmo [...]. Minhas fotos vocês vão ver tudo sem filtro [...], porque se eu tinha uma foto assim, não, ficou legal, tinha que colocar um filtro feito, não sou eu mais”.*

Ela também relatou frustração no passado pelo uso excessivo de filtros:

*“Quando eu era mais nova eu utilizava bastante, mas isso de alguma forma gerava frustração [...] acabava querendo ser algo que eu não sou, então sim, prejudica bastante principalmente na autoestima.”*

Os filtros foram percebidos como capazes de distorcer a autoimagem e gerar insatisfação, confirmando que a autoimagem e a autoestima, embora relacionadas, são conceitos distintos — a primeira ligada à percepção de si e a segunda ao sentimento sobre essa percepção (JESUS PBR, et al., 2015; SILVA FK, 2019).

O autoconhecimento apareceu como um fator central para o bem-estar e a resistência à comparação social. PF destacou:

*“para mim o bem-estar é meu autocontrole, meu autoconhecimento e ter qualidade, tempo de qualidade com a minha família”.*

Já PH refletiu:

*“pode ser negativo [...] onde a felicidade é constante vista de um viés [...] parece que a vida de todo mundo é perfeita, o que não é verdade”.*

M e L reforçaram a importância de manter o foco em si mesmo:

*“Eu sei que eu faço tudo que eu posso [...] não me deixa influenciar pelas coisas que eu vejo”.*

O progresso pessoal também foi mencionado como resultado do autoconhecimento e da terapia. PN afirmou:

*“graças a muita força de vontade, esforço e terapia [...] Eu já estou muito melhor, mas sei que posso evoluir um pouquinho mais ainda”.*

PI relatou:

*“eu evolui bastante emocionalmente [...] apesar de estar bem ansiosa [...] tento lembrar que é um processo”.*

Já PM reconheceu estar mais próximo da pessoa que deseja ser:

*“estou mais próxima de me tornar quem eu queria [...] cursando aquilo que eu quero, casada, próxima dos meus pais”.*

Desta forma, a análise integrada revela que o autoconceito, a autoimagem, a busca de autoconhecimento, bem como, a valorização pessoal e a realização pessoal estão profundamente interconectados. A prática de tirar *selfies* e o uso de filtros ilustram como essas facetas da identidade são influenciadas e expressas na era digital. Através de um processo contínuo de reflexão, autoconhecimento e validação pessoal, os indivíduos podem construir uma identidade positiva e autêntica, adaptando-se às influências externas enquanto permanecem fiéis a si mesmos.

### **Influência das redes sociais *on-line* e formas de uso saudáveis das ferramentas**

Ao analisar os efeitos que as redes virtuais exercem nos fenômenos, surgiram diferentes percepções; alguns não percebem nenhuma conexão; já a maioria concorda que dependendo do estado emocional do usuário há uma possibilidade desse ambiente influenciar os construtos de forma positiva ou negativa. Como demonstram os relatos:

*“Eu acho que uma pessoa que está com um bem-estar bem equilibrado, uma imagem interna bem equilibrada, ela não está focada nisso, entendeu? A rede social não é o âmbito de influência dela, claro que acaba usando e tudo mais, mas as pessoas que eu conheço, que estão no bem-estar, que a gente chama de felicidade, naquele êxtase de vida, não está nem perto da rede social” (PJ).*

*“Bom, eu penso que sim, interfere e novamente existe um dualismo, penso que as redes sociais elas são potencializadores, se eu penso de uma forma positiva eu vou utilizar aquela ferramenta de uma forma que agregue algo a mim, mas se os meus pensamentos decaem pro lado negativo aquela ferramenta vai potencializar uma depressão, um mal-estar e assim por seguinte” (PB).*

Em consonância, Araújo HTS, et al. (2021), em sua pesquisa com adultos de diferentes gêneros, identificaram que através da visualização de postagens e publicações nas redes virtuais, é possível verificar uma influência positiva ou negativa no senso de satisfação com a vida. Outro estudo brasileiro, realizado com adolescentes, comunica que o uso pode ter efeitos benéficos ou prejudiciais nos fenômenos (GEHLEN G, 2021). Assim, nota-se respostas semelhantes da influência entre as diferentes faixas etárias.

O acesso às ferramentas virtuais oferecem um grande número de informações, segundo a opinião de alguns participantes. Esse excesso relaciona-se à ansiedade devido à variedade de notícias; à diminuição de momentos em relacionamentos significativos; à priorização do entretenimento on-line em detrimento de se concentrar em objetivos pessoais e na saúde emocional. A superinformação nesse ambiente pode causar efeitos na saúde e na convivência social. Dependendo do sentido e intensidade dessas comunicações, níveis de sobrecargas podem se manifestar (MAIA MR e BIOLCHINI JCA, 2019; SANTOS TCA e Rodrigues KLA, 2023). Nesse sentido, verificar a qualidade e a intensidade das informações acessadas, pode trazer uma estabilidade no excesso e possíveis consequências; inclusive aquelas que têm impacto nos construtos e na saúde.

Como característica da época atual, a aceleração da vida e visualização do mundo através do virtual podem causar sentimentos desagradáveis (BRITO RCC e SILVA JBF, 2019; SANTOS TCA e RODRIGUES KLA, 2023). Dessa forma, alguns entrevistados ressaltaram que o uso das redes desperta o desejo de alcançar metas não previstas, além dessa cobrança gerar estresse, ansiedade e ser injusta para consigo e com os outros, uma vez que se tem acesso apenas a recortes da vida alheia. Assim, questionar até que ponto as perspectivas de felicidade se adequam aos seus ideais ou são, de fato, reais, pode auxiliar o indivíduo a encontrar caminhos diferentes para lidar com as tensões desse ambiente.

Diante de um espaço onde é possível observar uma diversidade de rotinas, como estilos de vida com viagens, *hobbies*; conquistas profissionais, pessoais; exposição física e etc. A supervalorização de conteúdos possibilita a comparação social, ou seja, a capacidade de avaliar a sua vida com base na régua de vida do outro (SANTOS LCO e PEREIRA FS, 2022). Dessa forma, os participantes destacaram contextos em que vivenciam a comparação: homens mencionaram conquistas e os estilos de vida; a pessoa não binária, o estilo de vida; mulheres, comparação física, estilos de vida e conquistas.

Nessa direção, Fagundes LS (2019), indica que o uso frequente do Instagram por adultos de diferentes gêneros é um indicador de comparações sociais. Embora o uso excessivo esteja associado a emoções negativas no BES, não há uma diminuição da satisfação geral com a vida. Entretanto, as mulheres com níveis elevados de comparação apresentam um alto índice de sentimentos negativos e um declínio no BES. A pesquisa também aponta que, quando as redes sociais são usadas para comparação, os níveis de autoestima podem diminuir, o que interfere no autoconceito. Corroborando com o presente estudo, onde percebe-se uma baixa nos fenômenos quando existe a comparação social.

Outro resultado indicou como os participantes percebiam os fenômenos antes das redes e os possíveis efeitos após se tornarem usuários. A maioria estava entre infância e adolescência, portanto, não lembram claramente como viam os construtos. No geral, a influência no desenvolvimento dos participantes foi negativa, pois sentimentos como culpa e pressão para frequentar o ambiente digital surgiram cedo em suas vidas, além

de causar mudança nas relações físicas para as virtuais. As pressões sociais para se adequar a um grupo são inerentes ao desenvolvimento humano. O pertencimento a este grupo através do virtual pode ter repercussões positivas e negativas, como o sentimento de culpa e isolamento social. Independentemente da faixa etária, o uso moderado das redes é indispensável para um bom desenvolvimento e boas relações sociais (LARANJEIRAS ALC, et al., 2021).

Em contrapartida, alguns participantes viram uma influência positiva em sua adolescência, pois permitia a interação com amigos distantes. Com o uso das ferramentas, é possível perceber a tecnologia como aliada. A participação no espaço virtual possibilita a comunicação social, expandindo suas habilidades, mantendo as relações significativas e criando novos laços de amizade. Entretanto, estabelecer relações interpessoais no virtual não substitui as do universo físico (CORDEIRO PRCMA e SANTOS QSGS, 2021). O ideal seria viver em equilíbrio entre os ambientes. De maneira geral, os participantes refletiram que o autoconhecimento e a capacidade de estabelecer limites são aliados para a diminuição de possíveis impactos desse meio nos construtos.

Em suma, os efeitos das redes sociais on-line nos fenômenos são complexos e multifacetados, capazes de influir de modo positivo ou negativo. A análise indica que o uso dessas ferramentas afeta diferentes fatores, como excesso de informações, cobrança e comparações sociais. O uso precoce pode ter consequências significativas na saúde psicológica, autoimagem e interações sociais. Por fim, há um consenso entre os participantes que uma abordagem consciente e moderada no uso das redes sociais é essencial para fomentar uma vivência digital saudável.

## CONCLUSÃO

O estudo revela que o uso das redes sociais on-line está profundamente enraizado na vida cotidiana dos adultos, influenciando seu bem-estar subjetivo (BES) e autoconceito de maneiras complexas e variadas. Os achados sublinham a necessidade de maior autoconsciência e reflexão no uso dessas plataformas, visando mitigar seus potenciais efeitos negativos. Ao analisar as percepções dos participantes sobre a temática, a pesquisa oferece insights valiosos para futuras investigações sobre o impacto das tecnologias digitais na saúde mental e emocional. Recomenda-se explorar o tema com amostras mais representativas, em análises longitudinais, interculturais e intergeracionais. Além disso, é relevante promover e conscientizar sobre o uso saudável das redes sociais virtuais, enfatizando a importância de equilibrar o tempo on-line com off-line, o uso de aplicativos para monitorar e controlar o tempo de tela, assim como estimular práticas de autoconhecimento entre os seus usuários. As sugestões visam contribuir para o desenvolvimento de estratégias que possam ajudar os indivíduos a navegar no mundo digital mais equilibrado e consciente.

## REFERÊNCIAS

1. ARAÚJO HTS, et al. Percepção sobre o uso das redes sociais e bem-estar subjetivo em estudantes universitários. *Campo do Saber*, 2021; 7: 79-91.
2. IBGE. PNAD Contínua: Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal 2023. In: IBGE, 2024. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102107\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102107_informativo.pdf). Acesso em: 25 jun. 2025.
3. BRITO RCC, SILVA JBF. O imediatismo frente ao sofrimento psíquico. *Revista Amazônia Science & Health*, 2019; 7(4): 2318-1419.
4. CHERRY K. What is self-concept and how does it form. *Verywell Mind*, 2018; 23.
5. CLARK JL, et al. Social network sites and well-being: The role of social connection. *Current Directions in Psychological Science*, 2018; 27: 32-37.
6. CLARKE V, BRAUN V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 2006; 3(2): 1478088706qp063oa.
7. CLARKE V, Braun V. Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 2013; 26(2): 120-123.

8. CORDEIRO PRCMA, SANTOS QSGS. Relação entre redes sociais e bem-estar psicológico: o que dizem os jovens adultos? . Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – UNISUL, Santa Catarina, 2021; 30 p.
9. DAS KV, et al. Understanding subjective well-being: perspectives from psychology and public health. *Public Health*, 2020; 41: s40985-020-00142-5.
10. KEMP S. Digital 2025: Global Overview Report. In: DataReportal, 2025 Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>. Acesso em: 25 jun. 2025.
11. DIENER E. Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 1984; 95(3): 0033-2909.95.3.542.
12. DIENER E, et al. Advances and Open Questions in the Science of Subjective Well-Being. *Collabra Psychol*, 2018; 4:15 p.
13. DIXON SJ. Instagram - statistics & facts. In: Statista, 2025. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/>. Acesso em: 25 jun. 2025.
14. FAGUNDES LS. Autoestima e bem-estar subjetivo no Instagram: O impacto da comparação social e da personalidade. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Departamento de Psicologia. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019; 76 p.
15. FIGUEIREDO MBF. Autoconceito e envolvimento de estudantes do ensino superior: Uma investigação com alunos em regime presencial e a distância no Brasil. Tese (Doutorado em Psicologia da Educação) – Instituto de Educação. Universidade de Lisboa, Lisboa, 2022; 241 p.
16. GEHLEN G. Bem-estar subjetivo, uso de redes sociais on-line e autoconceito na infância e adolescência durante a pandemia do covid-19. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Instituto de Psicologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021; 95 p.
17. HERZOG C, et al. Analyzing Talk and Text II: Thematic Analysis. Van den Bulck, H., Puppis, M., Donders, K. & Van Audehove, L. (Eds.) (2019, in press). *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*, 2019; 18 p.
18. JESUS PBR, et al. A autoimagem e a autoestima das pessoas com transtornos de pele: uma revisão integrativa da literatura baseada no modelo de Callista Roy. *Aquichan*, 2015; 15: 75-89.
19. LARANJEIRAS ALC, et al. O uso excessivo das tecnologias digitais e seus impactos em diferentes fases do desenvolvimento humano. *Ciências Biológicas e de Saúde Unit*, 2021; 6(3): 166-176.
20. MAIA MR, BIOLCHINI JCA. Hiperinformação na era digital: Validação das informações sobre saúde. *P2P & INOVAÇÃO*, 2019; 6: p2p.2019v6n1.
21. NEILL J. Definitions of various self constructs: Self-esteem, self-efficacy, self-confidence & self-concept. *Wilderdom*, 2005.
22. LARSON S. Social Media Users 2025 (Global Data & Statistics). In: Priori Data, 2025. Disponível em: <https://prioridata.com/data/social-media-usage/>. Acesso em: 25 jun. 2025.
23. ROSA LS, MACKEDANZ LF. A análise temática como metodologia na pesquisa qualitativa em educação em ciências. *Atos de Pesquisa em Educação*, 2021; 16:1809-0354202116e8574.
24. SANTOS LCO, PEREIRA FS. Uso do Instagram: Relações com Autoestima e Autoconceito Físico em Adultos. *Revista de Psicologia da IMED*, 2022; 14: 48-66.
25. SANTOS TCA, RODRIGUES KLA. Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 2023; 9(3): rease.v9i3.8724
26. SILVA FK. Fotografia, Corpo e Autoestima Feminina. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – CEULP/ULBRA, Tocantins, 2019; 72 p.
27. SILVA MC. A Relação Entre Redes Sociais e Autoestima. *Revista Ibero-americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 2021; 7(4): rease.v7i4.976.
28. SOUZA LKS. Pesquisa com análise qualitativa de dados: Conhecendo a análise temática. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 2019; 71(2): 51-67.
29. VRIES DA, et al. Comparação social como o ladrão da alegria: consequências emocionais de ver postagens de estranhos no Instagram. *Psicologia da mídia*, 2023; 21(2): 222-245.
30. WEHRLE K, FASBENDER U. Self-concept. *Encyclopedia of personality and individual differences*, 2019; 1: 3-5.