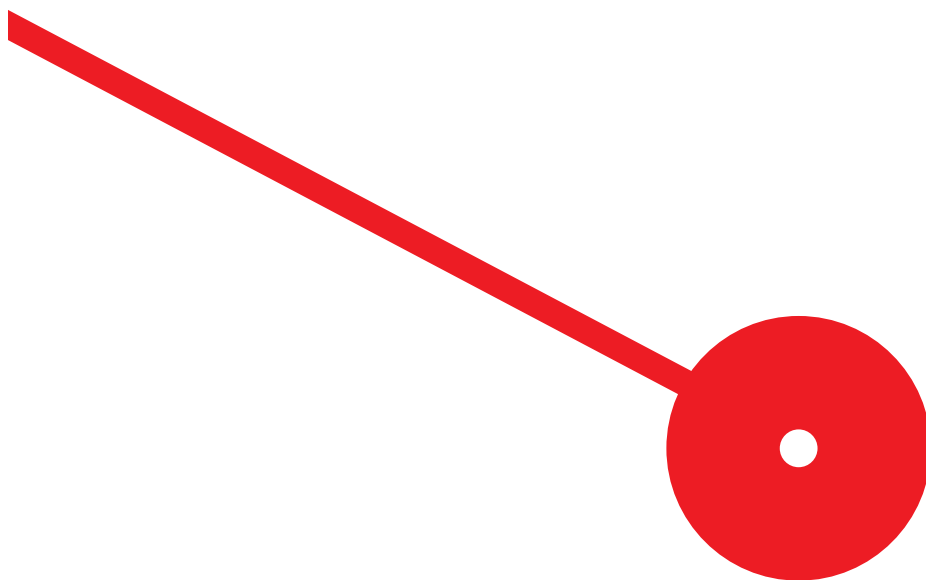




# Impacto das redes sociais na saúde mental.

Sofia Alves Gouveia

06/2025

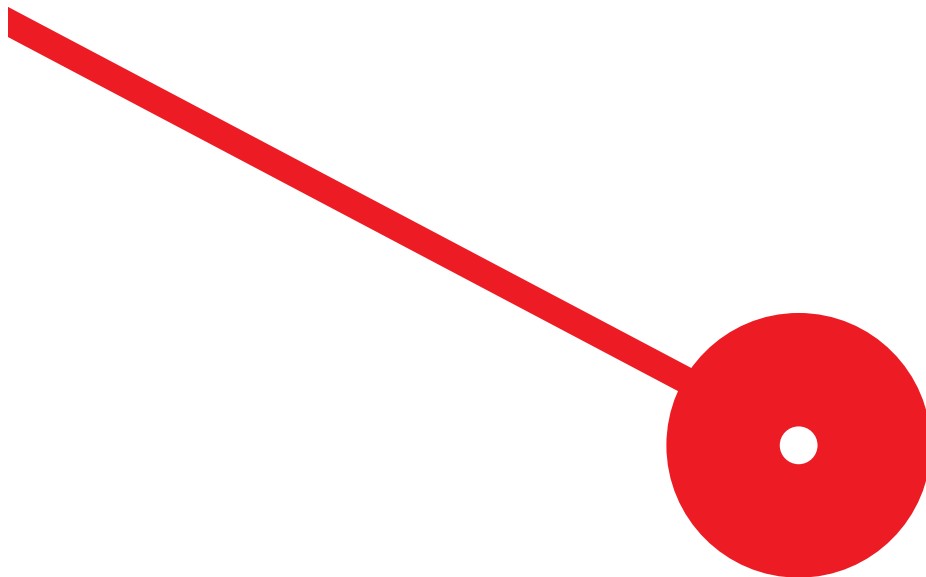




# Impacto das redes sociais na saúde mental.

Sofia Alves Gouveia

**Dissertação de Mestrado apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Assessoria em Comunicação Digital, sob orientação de *Professor Doutor João Vidal de Carvalho* e de *Professor Doutor António José Abreu Silva***



## **Agradecimentos**

Quero começar por agradecer aos meus professores, João Vidal de Carvalho e António José Silva Abreu, cujo conhecimento, orientação e disponibilidade foram fundamentais.

Quero também agradecer aos meus melhores amigos de infância, Beatriz Santos e Simão Jorgenson, obrigada por estarem sempre ao meu lado, não só nesta fase, mas em tantas outras ao longo da minha vida.

Um obrigada ainda mais especial ao Simão, por me ter ajudado a validar o questionário com tanto cuidado e paciência — a tua ajuda foi essencial neste projeto.

À minha família, agradeço com todo o meu coração. Obrigada por me darem força quando mais precisei e por me acalmarem quando necessitei. Saber que estavam lá, mesmo em silêncio, fez toda a diferença.

E, por fim, agradeço-me a mim mesma. Por ter continuado mesmo quando foi difícil, por ter acreditado neste objetivo com tudo o que sou. Esta dissertação é mais do que um trabalho académico — é uma prova de resistência e de crescimento.

## **Resumo:**

As redes sociais, especificamente o *Instagram*, são utilizadas diariamente por milhões de utilizadores, o que gera preocupações sobre os impactos que estas podem vir a ter na saúde mental, particularmente entre os jovens.

Contudo, o uso frequente e a procura de validação através de *likes*, comentários e seguidores podem ter efeitos negativos sobre o bem-estar psicológico dos utilizadores.

Esta dissertação pretende analisar o impacto do *Instagram* na saúde mental dos jovens, compreendidos na faixa etária entre os 17 e 30, tendo por base os efeitos provocados pela plataforma digital sobre a autoestima, a ansiedade, a depressão e a perceção da imagem corporal.

Através da revisão de literatura podemos examinar teorias como a da comparação social, que sugere que o uso de redes sociais pode potencializar a mesma, levando a uma sensação de incompatibilidade e insegurança. Além disso, um dos temas abordados são os efeitos da pressão para manter uma imagem ideal, comum no *Instagram*, que pode gerar insatisfação e afetar mentalmente a saúde dos utilizadores.

Complementando a revisão de literatura, foi aplicado um questionário a jovens de 17 a 30 anos, com o objetivo de recolher dados sobre as experiências pessoais e a perceção dos impactos do uso do *Instagram* na sua saúde mental. A análise dos resultados permitiu relacionar o *Instagram* e questões como ansiedade, depressão e distúrbios corporais.

**Palavras-chave:** Redes Sociais, *Instagram*, Saúde mental, Jovens-adultos.

## **Abstract:**

Social media platforms, particularly Instagram, are used daily by millions of individuals, raising significant concerns regarding their potential impact on mental health, especially among young people.

Frequent usage and the pursuit of validation through likes, comments, and follower counts may have detrimental effects on users' psychological well-being.

However, the primary objective of this dissertation is to examine the impact of Instagram on the mental health of young individuals aged between 17 and 30, focusing on the platform's effect on self-esteem, anxiety, depression, and body image perception.

Through a comprehensive review of the literature, this study explores theories such as the Social Comparison Theory, which posits that the use of social networking sites may amplify tendencies toward comparison, leading to feelings of inadequacy and insecurity.

Furthermore, the analysis addresses the effects of pressure to maintain an idealized image, a phenomenon prevalent on Instagram, which may contribute to dissatisfaction and negatively influence users' mental health.

To complement the literature review, a questionnaire was administered to individuals within the target age range, aiming to gather data on their personal experiences and perceptions regarding the impact of Instagram on their mental health. The analysis of the collected data enabled the identification of correlations between Instagram use and mental health issues such as anxiety, depression, and body image disturbances.

**Key words:** Social Media, Instagram, Mental Health, Young Adults

# Índice

<b>Capítulo I– Introdução.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo II – Revisão de Literatura.....</b>	<b>4</b>
2.1    Plataformas de Redes Sociais.....	5
2.2    Saúde Mental e Redes Sociais.....	7
2.3    Impacto das Redes Sociais na Saúde Mental dos jovens-adultos.....	11
2.4    Estudos Quantitativos.....	13
<b>Capítulo III – Metodologia de Investigação.....</b>	<b>16</b>
3.1    Hipóteses de Investigação.....	17
3.2    Metodologia.....	18
3.3    Seleção da amostra.....	19
3.4    Estrutura do Questionário.....	19
<b>Capítulo IV – Análise de Resultados.....</b>	<b>21</b>
4.1    Caracterização da amostra.....	22
4.2    Análise de Resultados e Verificação das Hipóteses.....	22
<b>Capítulo V – Conclusão.....</b>	<b>47</b>
<b>Referências bibliográficas.....</b>	<b>50</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>55</b>
Anexo I – Estrutura do Questionário.....	56

## Índice de Figuras

Figura 1 – Idade.....	22
Figura 2 – Género.....	23
Figura 3 - Nacionalidade .....	23
Figura 4 - Grau Académico .....	23
Figura 5 - Utilização redes sociais.....	24
Figura 6 - Rede Social mais utilizada.....	24
Figura 7 - Tempo nas redes sociais .....	25
Figura 8 - Conteúdo exposto no feed.....	26
Figura 9 - Deixa de fazer atividades para ficar mais tempo nas redes sociais .....	27
Figura 10 - Atividade mais afetada.....	27
Figura 11 - Impacto na saúde mental.....	28
Figura 12 - Problemas associados as redes sociais e saúde mental .....	29
Figura 13 - Fragilidade na saúde mental .....	30
Figura 14 - Pressão Social e Ansiedade.....	31
Figura 15 - Redes sociais contribuem para pressão/ansiedade.....	32
Figura 16 - Frequência sente que a sua vida não é tão interessante .....	32
Figura 17 - Já deixou de seguir alguém devido ao conteúdo postado o/a afetar .....	33
Figura 18 - Conteúdo que vê online pode prejudicar a maneira como se sente e/ou vê. 33	
Figura 19 - Complexos Corporais .....	34
Figura 20 - Contribuição dos influencers .....	35
Figura 21 - Criação de conteúdo.....	35
Figura 22 - Constante necessidade de criar uma digital footprint .....	36
Figura 23 - Feed perfeito .....	37
Figura 24 - Dependência das redes sociais.....	38
Figura 25 - Hipótese 1 .....	39
Figura 26 - Hipótese 1 .....	40
Figura 27 - Hipótese 2 .....	41
Figura 28 - Hipótese 2 .....	42
Figura 29 - Hipótese 3 .....	43

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 - Estudos sobre redes sociais .....	15
Tabela 2 - Alpha de Cronbach.....	20

## **Lista de abreviatura**

SPSS: Statistical Package for the Social Science

OMS: Organização Mundial da Saúde

## **CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO**

---

O tema escolhido para esta dissertação foi desenvolvido e elaborado devido à situação social atual, onde cada vez é mais difícil encontrar indivíduos que não utilizem, pelo menos, uma rede social como parte do seu cotidiano. O tempo despendido nas redes sociais tem vindo a aumentar, o que desperta questões interessantes acerca do impacto que essa exposição constante pode trazer a um nível psicológico.

O uso constante, facilmente, pode tornar-se num comportamento quase automático e/ou compulsivo, tornando-se um vício que, apesar de frequentemente normalizado, pode causar repercussões sobre o bem-estar emocional, interferir nas rotinas quotidianas e pode se refletir na forma como os indivíduos se veem a eles próprios e aos outros. Estas questões tornam-se ainda mais relevantes se pensarmos na repercussão que o uso excessivo pode ter na saúde mental dos utilizadores, principalmente nos jovens, que se encontram numa fase de maior vulnerabilidade e construção da identidade.

Estudos recentes apontam que o uso excessivo das redes sociais pode ter consequências negativas para a saúde mental, despoletando sentimentos de ansiedade, depressão e insatisfação corporal.

O *Instagram* é uma rede social focada em imagens e interação visual, e gerado discussões sobre o impacto na vida social, emocional e psicológica dos utilizadores. Foi criado para promover um *engagement* constante, e isso pode ter efeitos tanto positivos como negativos sobre os utilizadores (*Cohen; Newton-John; Slater, 2017*).

Pelo lado positivo, o *Instagram* pode servir como um espaço de conexão, expressão e até apoio emocional; por outro, pode criar uma pressão social, desencadeando comparações constantes e expectativas irreais, o que pode afetar a autoestima e o estado psicológico (*Inkster et al. 2017*)

O público jovem está entre os mais ativos neste meio digital, estando constantemente a serem bombardeados com esse tipo de pressões irrealistas.

A presente dissertação visa analisar o impacto que o *Instagram* tem na saúde mental dos jovens entre os 17 e 30 anos, tendo por base o foco emocional e psicológico do uso da rede social. Foi realizada uma revisão de literatura, seguida de um questionário para recolher os dados empíricos sobre os efeitos detetados pelos próprios utilizadores.

Tendo por base o último parágrafo podemos verificar que esta dissertação tem a tipologia de metodologia mista, isto é, qualitativa no que toca à revisão de literatura e quantitativa na parte de investigação que resulta do questionário.

Este trabalho está estruturado em 5 capítulos.

O 1.º capítulo é dedicado à introdução do estudo e enquadramento do tema.

O 2.º capítulo foca-se na revisão de literatura empírica relevante e no desenvolvimento das hipóteses de investigação.

O 3.º e 4.º capítulos debruçam-se sobre a metodologia adotada e a análise dos resultados obtidos.

Por fim, no 5.º capítulo, são apresentadas as respetivas conclusões, assim como as limitações do estudo proposto e possíveis investigações futuras.

Com a realização deste estudo, pretende-se compreender de que forma o uso do *Instagram* pode interferir na saúde mental dos jovens-adultos, explorando temas como ansiedade, depressão, *cyberbullying*, distúrbios alimentares, isolamento social e a influência de experiências traumáticas.

O objetivo central passa por identificar padrões de comportamento, perceções e consequências emocionais associados ao uso desta rede social, contribuindo para um debate informativo sobre os riscos e desafios da presença digital entre as gerações mais jovens.

## **CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA**

---

## 2.1 Plataformas de Redes Sociais

Atualmente as redes sociais desempenham um papel fundamental na vida das pessoas, aprimorando assim a comunicação, a interação e a disponibilização de informação.

As plataformas digitais mais utilizadas são o *Facebook*, o *X (Twitter)*, o *Instagram*, o *TikTok* e o *LinkedIn*, fazendo parte do dia a dia de milhões de pessoas. Estas plataformas podem ser utilizadas a nível pessoal, através de publicações, mas também podem ser utilizadas para ajudar a promover negócios.

Embora as redes sociais proporcionem inúmeras vantagens como, por exemplo, a facilidade na comunicação entre as pessoas, também acarretam desvantagens, entre elas, a sobrecarga de informações, a pressão e a ansiedade que se enquadram no espectro social, levando a impactos negativos para a saúde mental. Estudos demonstram que o uso intensivo de redes sociais está associado a sintomas de depressão, ansiedade e problemas de sono, especialmente em adolescentes e jovens adultos (*Twenge & Campbell, 2018*).

O *Facebook*, criado em 2004, é uma das redes sociais mais populares do mundo. Originalmente foi desenvolvida para que as pessoas se pudessem conectar entre elas, no entanto, a plataforma foi progredindo e tornando-se numa plataforma direcionada também para marketing, notícias e movimentos sociais.

Como referido anteriormente, o uso excessivo das redes sociais tem-se associado a alguns impactos negativos na saúde mental, como o aumento de ansiedade e de depressão, principalmente entre os adolescentes e os jovens-adultos (*Kuss & Griffiths, 2017; Deterding et al., 2011*). Pela visão de *Kuss e Griffiths (2017)*, o uso excessivo do *Facebook*, pode contribuir para o desenvolvimento de comportamentos aditivos, que, por sua vez, afetam a saúde mental dos utilizadores.

O *X* (anteriormente conhecido por *Twitter*), é uma plataforma de *microblogging*. Esta rede social permite que os utilizadores publiquem mensagens curtas, conhecidas por *tweets*, até 280 caracteres.

A plataforma tem sido aproveitada para discussões políticas, debates sociais e movimentações, mas também está relacionada com *cyberbullying*, com conflito social e a ansiedade que resulta da necessidade de respostas rápidas e *feedback* em tempo real (*Sheldon 2013; Marwick e Boyd 2011*). Os autores *Marwick e Boyd (2011)* indicam que o *X* pode afetar a saúde mental de maneira negativa, sobretudo nos casos de debates públicos e de interações hostis.

O *Instagram* tem como finalidade o compartilhamento de fotos e vídeos. Esta rede social é bastante utilizada pelos jovens-adultos, tendo se tornado um espaço de expressões pessoais, mas também de comparações sociais. (Kevin Systrom, 2013)

Segundo *Fardouly et al. (2015)*, o uso excessivo pode contribuir para a diminuição da autoestima e para o aumento da ansiedade, em parte pela idealização de vidas e corpos perfeitos divulgados. Estudos indicam que as comparações sociais nas redes sociais, impactam a imagem corporal dos utilizadores, principalmente entre as mulheres mais jovens, o que pode representar um fator de risco para o desenvolvimento de distúrbios alimentares e baixa autoestima (*Fardouly et al., 2015; Tiggemann & Slater, 2014*).

O *TikTok*, é uma rede social de vídeos curtos que rapidamente atraiu os utilizadores, atingindo maioritariamente o público mais jovem, devido ao seu formato interativo e criativo. Embora tenha sido reconhecido como uma plataforma criativa e de expressão pessoal, o uso frequente desta rede tornou-se uma preocupação em relação aos seus possíveis impactos psicológicos, como o vício e questões de saúde mental, como ansiedade social e distúrbios da imagem corporal.

De acordo com *Chen e Xie (2021)*, o consumo excessivo do *TikTok* pode ampliar a ansiedade devido, devida às exigências de criar conteúdos apelativos e há pressão para obter respostas rápidas dos seguidores.

Por fim, o *LinkedIn* é uma rede social enquadrada num parâmetro profissional, caracterizada pela sua adaptabilidade entre contactos profissionais, progressão de carreira e partilha de conteúdo relacionado com o mundo dos negócios. Ao contrário das redes anteriormente mencionadas, que estão orientadas para a interação entre *influencers*, familiares e amigos, o *LinkedIn* é orientado para o *networking*, recrutamento e profissionalismo na troca de conhecimentos.

Todavia, segundo *Liu e Ma (2018)*, pode também criar pressão nos utilizadores para atingir um patamar a nível profissional, fazendo comparações do seu *status* económico e social, o que pode criar problemas de saúde mental, em particular, na população jovem ao iniciar a sua carreira. Estudos apontam que o uso excessivo do *LinkedIn* pode causar um sentimento de inadequação profissional, especialmente quando os utilizadores se defrontam com o progresso dos outros na sua rede (*Liu & Ma, 2018; Kaplan & Haenlein, 2010*).

Consoante as informações disponibilizadas, o *Instagram* é a melhor opção para este estudo porque é a rede social com maior popularidade, sendo mais utilizada pelos jovens-adultos e com maior impacto na saúde mental. Esta rede social é utilizada como uma plataforma de autoexpressão e está ligada fortemente a comparações sociais, que podem impactar negativamente a autoestima e desencadear a ansiedade, devido às comparações entre as vidas dos utilizadores e corpos perfeitos. Segundo *Perloff (2014)*, o Instagram promove um ambiente de constante comparação social e idealização, fatores que têm sido associados a níveis mais elevados de insatisfação corporal e sintomas depressivos, especialmente entre mulheres jovens.

Tornando assim o *Instagram* uma das melhores redes sociais a ser estudada pela relação dos efeitos do uso excessivo e nos impactos psicológicos relacionados com a sua utilização.

Por fim, a utilização de imagem como forma de comunicação, demonstra a relevância sobre estudar esta rede social em particular, devido há uma perceção mais aprimorada dos impactos em relação às outras redes sociais.

## **2.2 Saúde Mental e Redes Sociais**

A saúde mental é um campo complexo que abrange o bem-estar emocional, psicológico e social de uma pessoa. A compreensão da saúde mental pode ser abordada a partir de diferentes perspetivas teóricas e modelos conceituais.

*Antonovsky (1979)* destacou o 'senso de coerência' como fundamental, representando a capacidade de enfrentar, compreender e utilizar o ambiente em que se encontra inserido diariamente de maneira significativa. Por outro lado, a Organização Mundial da Saúde (OMS) define saúde mental como “um estado de bem-estar no qual o indivíduo realiza as suas habilidades, lida com o stress normal da vida, trabalha produtiva e frutiferamente e contribui para a comunidade”.

Apesar da influência significativa dos transtornos na saúde mental, este tema é frequentemente negligenciado na área da saúde (*Prince et al., 2007*). Os custos pessoais e sociais do tratamento podem ser um obstáculo, podendo não apresentar eficácia (*Patel; Prince (2010) e Whitley (2015)*).

Há vários fatores que determinam a saúde mental na pesquisa bio ecológica (*Bronfenbrenner, 1979*), salientando as influências de diferentes sistemas ao nível individual, familiar e comunitário.

A Ansiedade Social surge frequentemente durante a infância ou na adolescência (Rapee, 1995), podendo ter impactos negativos no desempenho escolar, em relacionamentos e no estado de espírito (Wittchen et al., 1999).

Para Rutter (1999) a definição de resiliência é "o fenómeno de superação de stress e adversidades" afirmando que "resiliência não constitui uma característica ou traço individual".

A terapia cognitiva é uma abordagem ativa, de tempo limitado e estruturada para se usada no tratamento de várias doenças psiquiátricas (por exemplo, depressão, ansiedade, fobias). Baseia-se numa fundamentação teórica de que o afeto e o comportamento de um indivíduo são determinados pela forma como este visualiza e categoriza o mundo (Beck, 1967, 1976).

Com o avanço da tecnologia, é notório que o tempo livre dos adolescentes e adultos é maioritariamente passado à frente de ecrãs, incluindo telemóveis, *tablets*, *playstations* e televisões (Common Sense Media, 2015; Twenge et al., 2019), o que levanta preocupações no que toca ao tempo de ecrã (Kardaras, 2017).

Os jovens-adultos estão cada vez mais envolvidos com as redes sociais e a maioria entra nas plataformas pelo menos uma vez por dia (Pew Research Center, 2015).

O *Instagram* foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010, e tornou-se rapidamente numa das redes sociais mais populares em todo mundo. Com base no seu algoritmo simplificado e concentrado em imagens, esta rede social promoveu uma dinâmica de *engagement*, focada no conteúdo visual e rápido, sem a necessidade de textos ou *posts* complexos.

A popularidade do *Instagram* adveio da forma característica de publicar fotos e vídeos, com a utilização de filtros e da interação entre os utilizadores. A introdução das ferramentas como os *Stories* (2016) e os *Reels* (2020) veio impulsionar ainda mais a utilização da plataforma digital. Segundo Silva.A. L (2019) foi o que tornou a rede mais versátil e popular entre as outras redes sociais.

A forma como a plataforma digital foi programada incentiva os utilizadores a fazerem publicações e a interagirem com as publicações de outros utilizadores, o que por vezes provoca uma sensação de pressão para se conseguir atingir um "feed perfeito". Isto é, um conjunto de imagens e vídeos que representam uma versão idealizada da vida de quem os utiliza.

Estes que procuram uma validação social, evidenciada pelos *likes* e comentários, e por estes serem os fatores centrais da rede criam um ciclo quase que inquebrável de

feedback positivo e negativo, com impactos diretos na autoestima dos indivíduos (Silva.A.L., 2019).

O ato de compartilhar imagens e/ou vídeos no *Instagram* não é um simples momento de diversão, para muitos, a plataforma tornou-se uma ferramenta importante na construção da sua identidade digital.

Ao publicar uma foto ou vídeo, o utilizador não está apenas a exibir um momento que está a acontecer na sua vida particular, mas está também a criar *engagement* com o público que o segue, dando a conhecer o seu estilo de vida ou uma parte dele (Kuss & Griffiths, 2017).

Este comportamento destaca-se entre adolescentes e jovens adultos, que utilizam a plataforma para se conectarem com os seus seguidores e construírem assim uma *digital footprint*.

A procura pelo reconhecimento dos utilizadores pode provocar uma dependência emocional através do número de *likes* e interações, o que influencia diretamente a autoestima e o bem-estar psicológico (Pantic, 2014).

De acordo com Dienlin & Johannes (2020), os jovens expostos a um uso intensivo do Instagram são propensos a apresentar taxas mais elevadas de ansiedade e depressão.

Atualmente, os seis impactos mais abordados na utilização das redes sociais interferindo com a saúde mental são Distúrbios Corporais, Ansiedade, Depressão, Isolamento, Dependência e *Cyberbullying*.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) define os distúrbios corporais de forma abrangente, referindo-se a um conjunto de transtornos mentais que se desenvolvem numa preocupação excessiva com o peso e a forma do corpo. Estes distúrbios incluem, transtornos alimentares como anorexia nervosa, bulimia nervosa e a dismorfia corporal.

Os distúrbios corporais, como os transtornos alimentares, desenvolvem-se frequentemente com o uso excessivo das redes sociais, sendo que as mesmas, promovem corpos magros e tonificados, causando assim uma perceção corporal negativa.

Fardouly *et al.* (2015), destacam que as redes sociais, ao promoverem uma idealização de corpos perfeitos, contribuem para a insatisfação corporal e o desenvolvimento de comportamentos alimentares, prejudicando especialmente as mulheres mais jovens.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) define a ansiedade, como um sentimento de apreensão, medo ou preocupação excessiva relativamente a situações futuras, sendo esta uma resposta normal ao *stress*, que se manifesta sob a forma de pensamentos

acelerados, dificuldades de concentração, tensões físicas, como, por exemplo, o batimento cardíaco acelerado ou tremores, incluindo sintomas de insegurança.

A ansiedade é uma resposta normal do organismo como um mecanismo de proteção, contudo quando é despoletada, pode parecer um exagero de resposta em relação ao comportamento do sujeito, podendo ainda entender-se que certas entidades (sensações de ansiedade), adquiram uma expressão formal, persistente e excessiva.

As plataformas digitais podem constituir lugares de pressão significativa para a criação de conteúdos e da validação obtida, sendo estas autênticas fontes para sentimentos de insegurança e de ansiedade (Chen e Xie, 2021). Para a comunicação social, a ansiedade social da mediação digital, também é amplificada pelo constante acesso aos comparativos sociais e ao *stress* de adquirir e/ou manter a imagem ideal de si (Valkenburg et al., 2017).

A depressão é um transtorno mental comum que prejudica a vida das pessoas, caracterizada por sentimentos persistentes de tristeza, perda de interesse e/ou prazer na realização de atividades, baixa autoestima e cansaço (OMS, 2023). Inúmeros estudos identificam que o uso excessivo das redes sociais está fortemente associado ao desenvolvimento de sintomas depressivos, particularmente entre jovens e adolescentes.

Kuss e Griffiths (2017) apontam que as redes sociais podem potencializar a sensação de solidão e a sensação de isolamento, pois os utilizadores tendem a comparar-se com o que é exposto na *internet* por outros, podendo provocar frustração.

Embora as redes sociais tivessem gerado, inicialmente, uma perceção de aproximação e conexão, estudos têm demonstrado que o uso excessivo demonstra sinais de solidão, como já verificado pela Organização Mundial de Saúde (OMS). A solidão é um dos fatores significativos no agravamento de estados depressivos e ansiosos. Segundo Twenge et al. (2017), a procura de um tipo de validação no mundo digital compromete a conexão real das relações interpessoais, provocando uma desconexão emocional.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) caracteriza a dependência como um comportamento aditivo. A dependência gerada em volta das redes sociais pode interferir na vida pessoal, no desempenho profissional e nas relações interpessoais.

Andreassen et al., (2012) afirmam que o uso compulsivo das redes sociais está associado a uma necessidade de estar sempre *online*, causada através de estímulos, como as notificações, comentários e *likes*.

Turel e Serenko (2012) afirmam que esta repetição de comportamentos pode trazer elevados níveis de stress, causar diminuição na produtividade e agravar os sintomas de ansiedade e depressão.

O *Cyberbullying* é um tipo de assédio virtual que se tornou comum com a utilização das redes sociais. Ocorre clandestinamente e pode atingir um número muito maior de pessoas, potencializando o impacto psicológico nas vítimas. Segundo Sheldon (2013) as interações pelas redes sociais podem causar prejuízos psicológicos profundos, como baixa de autoestima, ansiedade e até depressão. O bombardeamento constante de comentários de forma negativa e/ou de humilhações públicas podem afetar a saúde mental das vítimas, principalmente entre os jovens-adultos, pois estão sempre conectados (Marwick & Boyd, 2011).

Podemos assim concluir que as redes sociais, embora ofereçam oportunidades de conexão, têm demonstrado impactos negativos na saúde mental, incluindo ansiedade, depressão, solidão e distúrbios corporais.

### **2.3 Impacto das Redes Sociais na Saúde Mental dos jovens-adultos**

Devido à interligação entre as redes sociais e a saúde mental, há impactos que temos de averiguar que advém da mesma. Kuss e Griffiths (2017) indicam que indivíduos que passam longos períodos em plataformas digitais como o *Facebook*, o *Instagram* e o *X* apresentam níveis mais elevados de *stress* e ansiedade.

Esses impactos podem ser determinados pela constante comparação com os outros e pela pressão para manter uma imagem perfeita nas redes sociais. A Teoria da Comparação Social, desenvolvida por Festinger (1954), destaca o princípio central de os indivíduos se compararem entre si.

A solidão também é um dos impactos frequentemente mencionado em estudos sobre o tema em questão.

Primack et al. (2017) realizaram um estudo que mostrou várias correlações significativa entre o uso intensivo das redes sociais e o aumento dos sentimentos de solidão.

Através dos *feeds* dos utilizadores, pode haver uma falsa percepção de que os outros têm uma vida mais feliz e bem-sucedida, o que poderá causar mais impacto na solidão e na insatisfação pessoal, causando uma diminuição de valores relacionados à autenticidade e ao bem-estar.

Uma das principais características do *Instagram* é a publicação de fotos e vídeos, o que provoca uma avaliação de imagem que acaba a ser destacada pelos utilizadores quando verificam o *feed* da publicação.

O facto de estas publicações serem muitas vezes editadas ou haver uma utilização de filtros, disponibilizados pela própria plataforma, contribui assim para a construção de um perfil que se encontra dentro do espectro criado no mundo digital. Esse espectro é um ideal perfeccionista, que muitas das vezes é irrealista.

Segundo *Fardouly et al. (2015)* o uso do *Instagram* pode afetar negativamente a percepção do corpo, o que leva à insatisfação com o mesmo, o que consequentemente progride para uma percepção distorcida do corpo, especialmente entre as mulheres.

A exposição constante a *posts* que mostram corpos "perfeitos" e maneiras específicas da vida pessoal dos utilizadores pode causar um aumento na pressão social, o que resulta num ciclo interminável de comparação entre os utilizadores. Isso leva à insatisfação pessoal e na relação com os seus corpos, que muitas vezes está associada com os sentimentos de ansiedade e depressão (*Tiggemann & Slater, 2014*).

Pessoas entre 17 e 30 anos são na maioria as mais impactadas de forma negativa pelas redes sociais. *Kuss e Griffiths (2017)* explicam que os adolescentes que usam as redes sociais mais de três horas por dia são mais propensas a sofrer de questões relacionadas com a saúde mental, como ansiedade e depressão.

De acordo com *Primack et al. (2017)*, cerca de 50% dos utilizadores entre 18 e 30 anos sentem um aumento de ansiedade e depressão após usar as redes sociais. O estudo observa, por exemplo, que sentimentos de solidão e insatisfação com o próprio corpo são mais observados em utilizadores que sejam mais ativos nas redes sociais, e que 55% apresentam sentimentos de isolamento social após usar o *Instagram*.

Outro impacto é a dependência na utilização do *Instagram*, a dopamina é um neurotransmissor de recompensa do nosso cérebro. Proporcionada através de sensação de prazer que o individuo sinta, como, por exemplo, receber um *like* ou um comentário positivo no seu *post* do *Instagram*, o cérebro libera dopamina, criando uma sensação de prazer imediato, *Kuss e Griffiths (2017)*

Esta sensação é semelhante ao comportamento observado em indivíduos que tenham dependência com drogas, pois o organismo adapta-se à quantidade de dopamina que é libertada e necessita de procurar cada vez em maior quantidade para obter a mesma sensação de prazer que sentia quando começou a utilizar (*Montague et al., 2004*). A interação com as redes sociais tornar-se compulsiva, pois o utilizador sente a necessidade constante de verificar as notificações recebidas.

## 2.4 Estudos Quantitativos

A dependência nas redes sociais tem-se tornado uma questão crescente, afetando milhões em todas as faixas etárias. Aproximadamente 210 milhões de pessoas no mundo sentem-se viciadas em utilizarem as redes sociais, o que representa aproximadamente 4% a 5% da população global (*Mastermind Behavior, 2025*). Este fenômeno tem-se agravado, especialmente, entre os mais jovens.

Entre os adolescentes, a dependência é muito mais evidente, 54% dos adolescentes são incapazes de se desligar das redes sociais, alegando inclusive que é impossível, uma vez que é um comportamento recorrente (*Mastermind Behavior, 2025*).

De acordo com o "*Social Media Addiction Statistics Worldwide*", nos Estados Unidos, 30% das pessoas que utilizam as redes sociais diariamente consideram-se viciadas, chegando a 78% entre os jovens entre 18 e 24 anos. Estes números expressam a dimensão do problema e o impacto que as plataformas digitais têm nas gerações mais recentes.

A dependência criada à volta das redes sociais não é apenas uma questão de uso excessivo, contudo, tem repercussões sérias para a saúde mental e emocional. A pressão constante pela validação, a comparação social excessiva e a sobrecarga de informações podem resultar num aumento significativo de ansiedade, de depressão e de *stress* (*Mastermind Behavior, 2025*).

Consequentemente, o tempo excessivo nas plataformas digitais pode prejudicar o desempenho e qualidade a nível pessoal e profissional.

A dependência gerada à volta das redes sociais tem-se vindo a observar na saúde mental dos adolescentes. Um estudo efetuado recentemente revelou que um em cada dez adolescentes (11%) apresentam um comportamento problemático relacionado com as redes sociais, sendo este, a dificuldade em controlar a necessidade de utilização e consequentemente tendo impactos negativos na sua vida. Pode-se observar que a dependência das mulheres na utilização das redes sociais é mais elevada em comparação com os homens (13% contra 9%) (Organização Mundial da Saúde [OMS], 2024).

Além das redes sociais, o uso excessivo de jogos digitais também tem levantado preocupações similares no campo da saúde mental. Um terço (34%) dos adolescentes jogam diariamente, um em cada cinco (22%) jogando por pelo menos 4 horas diariamente. Este hábito também poderá causar problemas na saúde mental.

Este comportamento é mais notório nos homens (16%) do que nas mulheres (7%), apresentando uma diferença sendo esta de 9% (OMS, 2024).

A relação entre o uso das redes sociais e o aumento de problemas de saúde mental tem sido amplamente documentada em diversos estudos e pesquisas ao longo dos anos. O uso das redes sociais está associado a um aumento do risco de depressão e ansiedade (Keles, et al., 2020). Estes impactos são mais evidentes entre os adolescentes quando comparados às crianças mais novas (Twenge & Campbell, 2018).

Nos Estados Unidos a ocorrência de episódios depressivos tem sido crescente nos últimos 12 meses, entre os adolescentes aumentou de 8,7% para 11,3% entre 2005 e 2014 (Mojtabai, et al., 2016). O aumento da taxa de depressão está relacionado com a utilização das redes sociais e a presença constante na vida dos adolescentes. A constante utilização das plataformas tem sido uma das causas do aumento da depressão e do suicídio entre adolescentes (Twenge, et al., 2017).

Nome do Estudo	Autores	Ano	Âmbito	Plataforma Usada	Escalão Etário	Contributos
Mastermind Behavior (2025)	Mastermind Behavior	2025	Estudo de dependência em redes sociais	Redes sociais em geral	Geral (foco em jovens)	Apresenta dados sobre a prevalência de dependência de redes sociais em várias faixas etárias
Mastermind Behavior (2025)	Mastermind Behavior	2025	Dependência de redes sociais entre adolescentes	Redes sociais em geral	Geral (foco em jovens)	Destaca o impacto da dependência de redes sociais, especialmente entre adolescentes
Social Media Addiction Statistics Worldwide	Social Media Addiction Statistics Worldwide	2025	Estatísticas de dependência de redes sociais nos EUA	Redes sociais em geral	Jovens - Adultos (18-24 anos)	Fornecer estatísticas de viciados em redes sociais nos EUA, destacando a faixa etária jovem
Organização Mundial da Saúde (OMS, 2024)	Organização Mundial da Saúde (OMS)	2024	Estudo sobre o impacto das redes sociais na saúde mental de adolescentes	Redes sociais em geral	Adolescentes	Relata que 54% dos adolescentes têm dificuldades em desconectar das redes sociais
Organização Mundial da Saúde (OMS, 2024)	Organização Mundial da Saúde (OMS)	2024	Estudo sobre dependência de jogos e redes sociais	Redes sociais em geral	Adolescentes	Aponta que a dependência de redes sociais é maior nas mulheres do que nos homens
Keles et al. (2020)	Keles et al.	2020	Associação entre redes sociais e problemas	Redes sociais em geral	Adolescentes	Mostra a relação entre o uso excessivo de redes sociais e o aumento da ansiedade e depressão

			de saúde mental			
Twenge & Campbell (2018)	Twenge & Campbell	2018	Efeitos do uso de redes sociais na saúde mental dos adolescentes	Redes sociais em geral	Adolescentes	Expõe os impactos do uso das redes sociais na saúde mental dos adolescentes
Mojtabai et al. (2016)	Mojtabai et al.	2016	Evolução de episódios depressivos entre adolescentes nos EUA	Redes sociais em geral	Jovens – Adultos (18-24 anos)	Demonstrou aumento de episódios depressivos entre adolescentes nos EUA, correlacionados ao uso das redes sociais
Twenge et al. (2017)	Twenge et al.	2017	Associação entre o uso de redes sociais e aumento de suicídios	Redes sociais	Jovens – Adultos (18-24 anos)	Discute como o uso constante de redes sociais tem contribuído para o aumento de suicídios entre adolescentes

Tabela 1 - Estudos sobre redes sociais

A escolha dos estudos descritos na tabela resultou de uma análise para compreender a dimensão do problema associados com a dependência nas redes sociais e os impactos na saúde mental, sobretudo entre os adolescentes e jovens adultos. A seleção destes estudos foi orientada por três critérios principais: a atualidade, a relevância científica e a faixa etária.

Em primeiro lugar, os estudos de 2024 e 2025 - Mastermind Behavior e Organização Mundial da Saúde – foram analisados de forma a garantir uma perspectiva atualizada sobre um fenómeno em constante evolução. A rápida transformação do mundo digital exige que os dados utilizados sejam os mais recentes possíveis.

Em segundo lugar, os estudos analisados são de fontes reconhecidas no campo da saúde mental e no comportamento digital, como a Organização Mundial da Saúde (OMS) e estudos académicos publicados por investigadores especializados (ex.: *Keles et al.*, *Twenge & Campbell*, *Mojtabai et al.*). Os artigos fornecem dados empíricos rigorosos e análises aprofundadas e fundamentais para validar a discussão em torno da dependência digital.

Por fim, os artigos estudados abrangem uma faixa etária específica, adolescentes e jovens adultos, sendo os grupos mais afetados pelas redes sociais devido a estas terem uma presença constante na vida dos mesmos, influenciando não só o seu comportamento, mas também o seu bem-estar emocional e psicológico.

## **CAPÍTULO III – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO**

---

O presente capítulo destina-se à apresentação de todo o processo empírico realizado a fim de se conseguir obter resposta à questão do impacto das redes sociais na saúde mental dos jovens. Assim, nos segmentos subsequentes discrimina-se cada passo metodológico, ou seja: a seleção da amostra, a recolha e o tratamento dos dados, a definição das variáveis e dos modelos.

### **3.1 Hipóteses de Investigação**

Com base na revisão de literatura e nos objetivos definidos para a presente investigação, foram delineadas as seguintes hipóteses, que procuram explorar a relação entre o uso da rede social Instagram e o impacto na saúde mental de jovens-adultos, compreendidas na faixa etária entre os 17 e os 30 anos. Estas hipóteses serão testadas através da análise dos dados recolhidos com o questionário aplicado.

**Hipótese 1:** O uso excessivo das redes sociais está relacionado com o aumento dos níveis de ansiedade e pressão em jovens-adultos.

Esta hipótese parte da exposição constante a conteúdos digitais e a pressão para manter uma presença ativa *online* podem contribuir para sintomas de ansiedade e estados depressivos, conforme identificado em diversos estudos recentes.

**Hipótese 2:** O tipo de conteúdo exibido nas redes sociais pode influenciar diretamente os complexos corporais dos jovens-adultos, sendo que estes complexos podem ser intensificados também pelo conteúdo criado pelos *influencers*.

A exposição repetida a determinados tipos de conteúdo, como padrões corporais irreais, estilos de vida inalcançáveis ou mensagens negativas, pode ter um impacto direto no equilíbrio emocional dos utilizadores, gerando complexos corporais.

**Hipótese 3:** Existe uma relação significativa entre o número de horas passadas no Instagram e a perceção de dependência (ou vício) da plataforma.

Esta hipótese procura verificar se existe uma associação entre o tempo despendido na aplicação e o reconhecimento, pelos próprios utilizadores, de comportamentos de dependência digital.

## 3.2 Metodologia

A metodologia adotada neste estudo é de natureza mista, combinando abordagens quantitativas e qualitativas, com o intuito de analisar de forma mais abrangente e aprofundada o estudo.

Através da revisão da literatura, verificou-se a necessidade de restringir o foco para uma rede social específica, garantindo maior rigor e profundidade na investigação. Por essa razão, optou-se por analisar o *Instagram*, uma vez que atualmente é das plataformas mais utilizadas pelo público a ser estudado.

A faixa etária da amostra selecionada, está compreendida entre os 17 e os 30 anos, pois é um grupo ativo no *Instagram* e simultaneamente mais vulnerável aos seus efeitos sociais e emocionais gerados pela sua utilização.

As questões foram estruturadas e organizadas para avaliar a frequência e o tipo de uso do nas redes sociais, bem como a percepção dos utilizadores sobre os impactos emocionais e sociais dessa utilização.

O processo de desenvolvimento do questionário passou pela construção de perguntas realizadas através da revisão de literatura, e por isso, adotando uma ordem específica das questões fazendo face à análise da mesma e posteriormente às hipóteses desenvolvidas. Após esta estruturação houve uma fase piloto, realizada com um pequeno grupo de jovens-adultos (n=10), com características semelhantes às da amostra final. Este teste permitiu identificar ambiguidades nas questões e melhorar a clareza e estrutura do instrumento. Após esta fase, o questionário foi revisto e ajustado. Além disso, foi analisado por um colaborador externo com formação na área do *marketing* digital, que auxiliou a validação do conteúdo, assegurando a sua adequação às hipóteses de investigação.

Em termos de fiabilidade, foi utilizado o SPSS para calcular o coeficiente de consistência interna de Cronbach às escalas incluídas no questionário, o que confirma a coerência das dimensões medidas.

Do ponto de vista ético, os procedimentos respeitaram os princípios da investigação científica e os direitos dos participantes. O questionário tinha informação sobre o termo de consentimento, no qual se explicava de forma clara os objetivos do estudo, a natureza voluntária da participação e a possibilidade de desistência a qualquer momento.

Garantiu-se o anonimato e a confidencialidade de todas as respostas, sendo os dados utilizados exclusivamente para fins acadêmicos e tratados conforme o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD).

Esta abordagem metodológica pretende assegurar a integridade do estudo, permitindo compreender, de forma fiável e ética, de que modo o uso do Instagram pode influenciar a saúde mental dos jovens-adultos.

### **3.3 Seleção da amostra**

No decorrer deste questionário foram obtidas 202 respostas, cujo as mesmas foram obtidas através de um questionário *online*.

Os inquiridos estavam inseridos na faixa etária entre os 17 e os 30 anos, permitindo assim direcionar a investigação para um grupo ativo nas redes sociais e potencialmente mais vulnerável aos efeitos na saúde mental. A recolha de dados decorreu ao longo do mês de maio de 2025, tendo a participação sido voluntária.

Todos os participantes consentiram previamente à recolha de dados, tendo sido informados sobre os objetivos do estudo.

O número total de respostas foi considerado suficiente, oferecendo uma base consistente para a análise quantitativa em estudo.

### **3.4 Estrutura do Questionário**

No primeiro rascunho do questionário enviado aos orientadores, foi feita uma sugestão de colocar no questionário os problemas associados as redes sociais com a saúde mental para dar resposta a uma parte da minha revisão de literatura.

Foi realizado um questionário piloto a 10 pessoas, onde foram detetados erros e onde foram sugeridas perguntas a serem adicionada ao questionário.

Após essas alterações, o questionário foi validado pelo Simão Jens Bernardo Jorgenson, licenciado em Criatividade e Inovação Empresarial pelo ISCAP e mestre em *Marketing Digital* pelo IPAM, com o cargo de *Field Marketing Manager* na empresa *Feedzai*.

Depois da ajuda do especialista, consegui entender como modificar os intervalos de resposta para que a amostra não seja tão extensa e eliminar e modificar algumas perguntas para que a análise de dados possa ser coerente com a revisão de literatura e

assim obter respostas concretas e que não provoquem alterações significativas para a análise em termos percentuais.

Para além da validação de um especialista, o questionário também foi revisto no SPSS, tendo dado um alfa de cronbach de 0,625.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.625	24

*Tabela 2 - Alpha de Cronbach*

O questionário está dividido em cinco secções.

Sendo a primeira e a quinta, uma pequena introdução do estudo que se irá fazer com o questionário e a última um agradecimento pela colaboração, respetivamente.

A segunda secção do questionário envolve a identificação das características das pessoas que decidiram responder ao questionário, sendo todas as perguntas com natureza de escolha múltipla.

Na terceira secção foi desenvolvida para estudar a utilização das redes sociais, baseando-se em respostas de escolha múltipla e de múltiplas respostas.

E por fim, a quarta secção fez-se uma abordagem conjugando a saúde mental e as redes sociais, para assim responder às hipóteses desenvolvidas.

## **CAPÍTULO IV – ANÁLISE DE RESULTADOS**

---

## 4.1 Caracterização da amostra

A mostra do presente estudo é constituída por 201 participantes.

Das 202 respostas obtidas, uma não foi considerada pelo facto de ter respondido que não utiliza nenhuma rede social, sendo que é um dos requisitos fundamentais para os objetivos da investigação.

Os participantes têm idades compreendidas entre os 17 e os 30 anos e no que diz respeito à variável do género, 108 participantes identificaram-se como do sexo feminino, 1 identificou-se como outro e os restantes 92 identificaram-se como do sexo masculino.

O questionário foi divulgado em grupos do *Instagram* e *WhatsApp* e em publicações no *LinkedIn*.

A recolha de dados limitou-se ao território nacional, sendo que os participantes, na sua maioria, residem em Portugal.

## 4.2 Análise de Resultados e Verificação das Hipóteses

Neste subcapítulo serão analisados os dados de cada pergunta individualmente realizada no questionário e de seguida essas variáveis serão agrupadas para ser possível responder às hipóteses desenvolvidas no capítulo anterior.

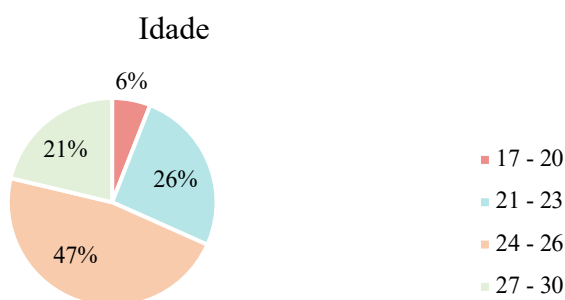


Figura 1 – Idade

Analisando a figura 1, a faixa etária com maior número entre os participantes do inquérito encontra-se entre os 24 e os 26 anos, correspondendo a 47%.

A seguir, podemos constatar que obtivemos 26% das respostas entre os 21 e os 23 anos, e entre os 27 e os 30 anos, com 21%.

E por fim, a faixa etária que menos percentagem apresenta é dos 17 aos 20 anos, que corresponde a apenas 6%.

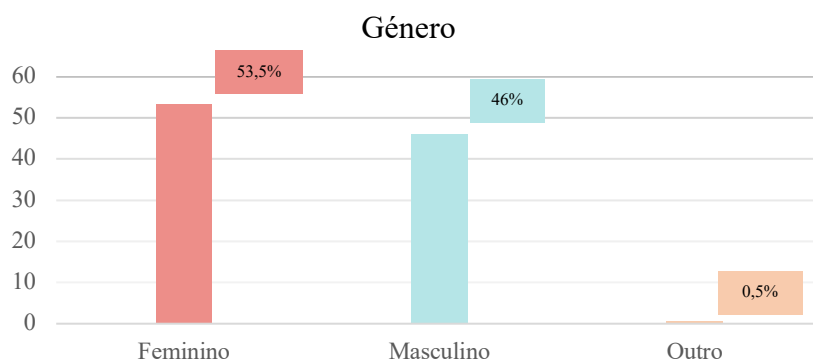


Figura 2 – Género

De acordo com a figura 2, podemos perceber que das 202 respostas obtidas, 53,5% corresponde ao sexo feminino, 46% ao masculino e 0,5% a outro.

### Nacionalidade

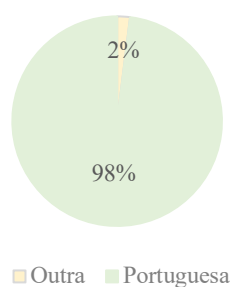


Figura 3 - Nacionalidade

Da amostra obtidas, de 202 respostas obteve 198 respostas de nacionalidade portuguesa e as restantes 4 de outra nacionalidade, dando assim uma percentagem de 98% e 2%, respetivamente, como podemos observar na figura 3.

### Grau Académico

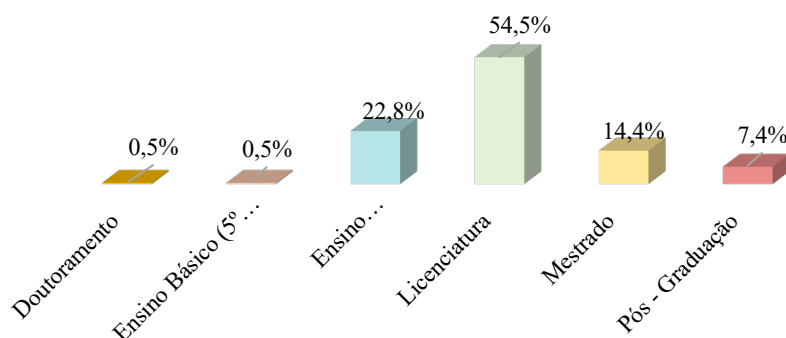


Figura 4 - Grau Académico

Relativamente ao grau académico, conforme a figura 4 representada acima, observa-se que a maioria possui licenciatura, representando 54,5% do total de inquiridos. Depois temos o nível de ensino secundário (12.º ano), que correspondem a 22,8% das respostas. O mestrado surge como o terceiro grau mais frequentado, com 14,4%, enquanto a pós-graduação representa 7,4% dos participantes.

Podemos também observar que os graus de doutoramento e de ensino básico (5.º ou 6.º ano) surgem com valores residuais, ambos com 0,5%, indicando apenas 2 pessoas selecionaram este grau académico.

Esta distribuição sugere uma amostra maioritariamente composta por indivíduos com formação superior.

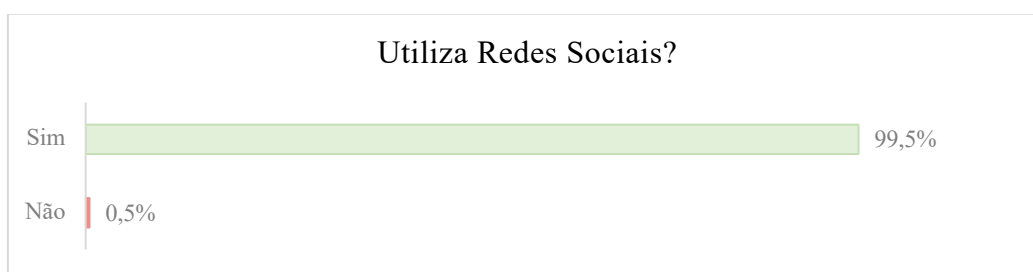


Figura 5 - Utilização redes sociais

Observando a figura 5, na sociedade em que vivemos podemos concluir que, 99,5% dos inquiridos, que se encontram na faixa etária estudada, utilizam redes sociais. Somente 0,5% respondeu que não, numa amostra de 202 respostas.

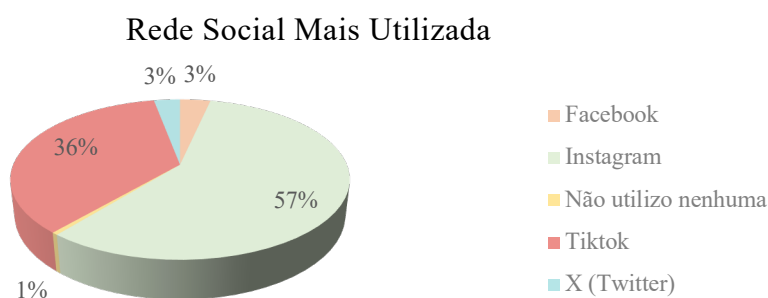


Figura 6 - Rede Social mais utilizada

Na figura 6 podemos observar que a rede mais utilizada é o *Instagram*, que representa 57% das preferências dos inquiridos. Estes dados significam que o *Instagram* continua a captar a atenção da maioria dos utilizadores, especialmente entre o público mais jovens.

Em segundo lugar, está o *Tiktok* com 36%, que comprova o crescimento da rede através de entretenimento rápido e ao algoritmo que é extremamente personalizado, o que ajuda o *engagement* com o utilizador e os vicia nos vídeos durante longos períodos. As redes sociais mais tradicionais, como o *Facebook* (3%) e o *X* (antigo *Twitter*) (3%), não apresentam tanta ardência pela população mais jovem.

Podemos também observar que apenas 1% dos inquiridos afirma não utilizar nenhuma rede social, o que confirma o papel quase omnipresente das redes sociais no quotidiano das pessoas.

### Quanto tempo passa nas redes sociais?

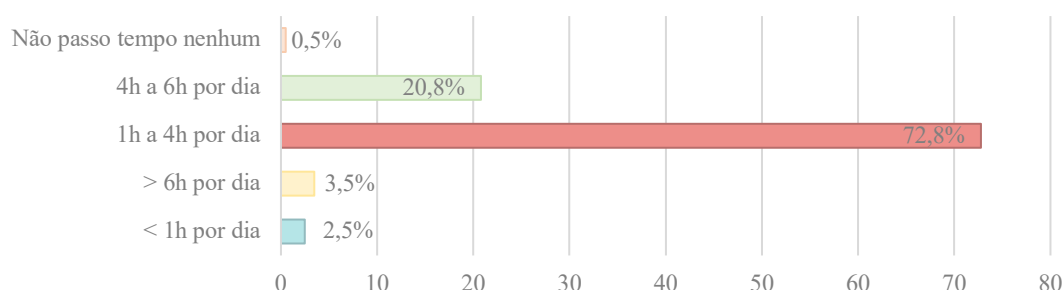


Figura 7 - Tempo nas redes sociais

De acordo com o que está representado na figura 7, das 202 respostas obtidas neste questionário, (72,8%) afirma que passa entre 1 a 4 horas por dia nas redes sociais, estes dados indicam uma presença constante das mesmas na vida dos inquiridos, podemos assim concluir que o uso diário tornou-se quase uma extensão da vida social e pessoal.

O facto de 20,8% dos inquiridos dizerem que passam entre 4 a 6 horas por dia, e 3,5% indicarem que passam mais de 6 horas, podemos deduzir que, somando estes valores que uma em cada quatro pessoas (24,3%) utiliza as redes sociais por mais de 4 horas — um número que levanta questões importantes sobre gestão do tempo, produtividade e saúde mental.

Analisando agora as percentagens mais baixas, apenas 2,5% afirmam passar menos de 1 hora por dia, e 0,5% indicam que não usam redes sociais de todo.

Estes números reforçam a ideia de que viver desconectado das redes sociais é imprescindível.

## Conteúdo exposto no feed

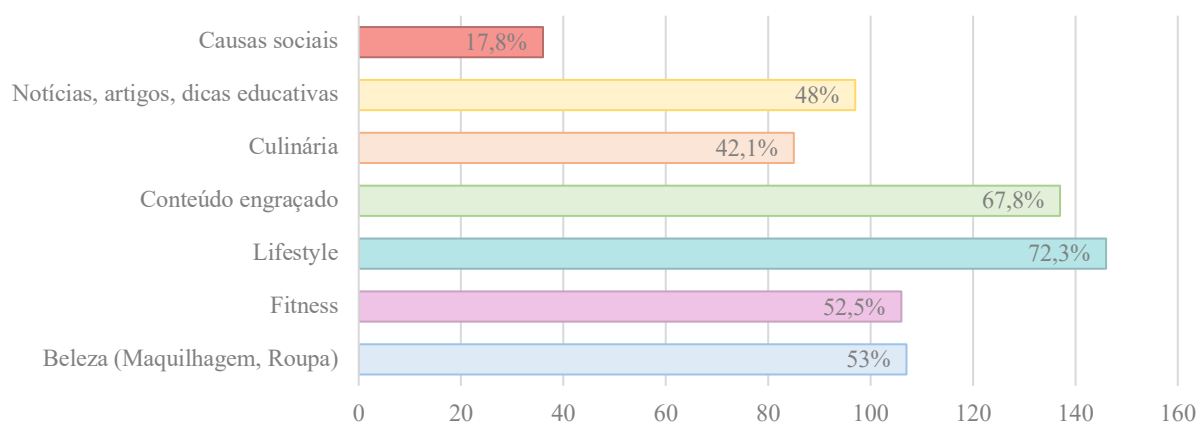


Figura 8 - Conteúdo exposto no feed

Podemos verificar, com base nas respostas obtidas na figura 8, que o tipo de conteúdo mais comum no feed dos utilizadores é o “*Lifestyle*”, indicado por 146 dos participantes (72,3%). Este resultado demonstra uma preferência por conteúdos relacionados com o estilo de vida, o que pode incluir rotinas diárias, organização e viagens.

Em segundo lugar, com 137 respostas, temos a categoria de “Conteúdo engraçado”, com uma percentagem de 67,8%, indicando assim que os utilizadores recorrem às redes sociais para momentos de descontração, utilizando as redes sociais como um mecanismo de alívio de stress.

Posteriormente temas de “Beleza (Maquilhagem, Roupas)” e “*Fitness*”, apresentam percentagens bastante próximas (53% e 52,5% respetivamente), o que confirma o interesse com o cuidado com a imagem corporal e saúde física.

Temas como a “Culinária” (42,1%) e “Notícias, artigos e dicas educativas” (48%) indicam uma presença menos significativa, enquanto o tema “Causas sociais” com apenas 36 respostas (17,8%), é dos temas com menos interação pelos inquiridos.

Este último dado levanta questões sobre o envolvimento dos utilizadores com temas de impacto coletivo e pode refletir um desinteresse ou uma menor visibilidade desse tipo de conteúdo nas plataformas.

## Deixa de fazer atividades para ficar mais tempo nas redes sociais?

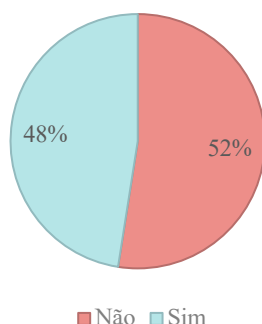


Figura 9 - Deixa de fazer atividades para ficar mais tempo nas redes sociais

A figura 9 mostra que quase metade dos inquiridos (48%) deixa de fazer atividades da sua vida para passar mais tempo nas redes sociais. Esta percentagem demonstra o impacto direto das redes sociais na organização das atividades diárias, sinalizando uma possível interferência em tarefas importantes como estudar, trabalhar e socializar pessoalmente.

Enquanto a maioria (52%) declarou que não dedica mais tempo às redes sociais em detrimento de outras atividades, a diferença mínima, sendo esta, de apenas 4 pontos percentuais.

O uso excessivo por parte dos utilizadores, ilustra a presença de uma linha ténue entre o uso saudável e o excessivo.

## Se respondeu sim à pergunta anterior, diga qual é a atividade na sua vida que mais é afetada?

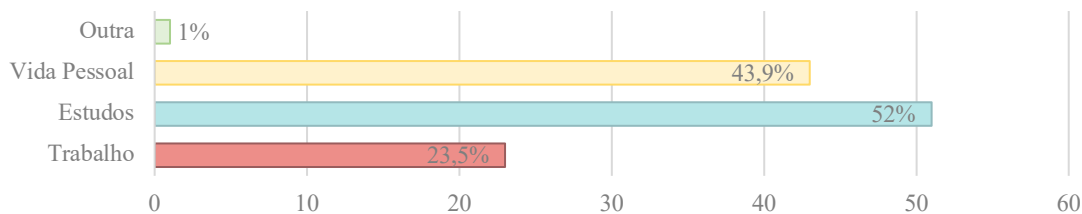


Figura 10 - Atividade mais afetada

Conforme podemos observar na figura 10, estão apresentados os dados recolhidos de 98 inquiridos que indicam que deixam de fazer atividades da sua vida para passar mais tempo nas redes sociais.

Pelos resultados obtidos podemos ver que os "estudos" são a área mais afetada, constituído por 51 respostas (52%), considerando que uma grande parte dos inquiridos pertencem a faixas etárias mais jovens, nomeadamente estudantes do ensino secundário e superior, podemos analisar que a constante distração proporcionada pelas redes, pode comprometer a concentração, a gestão do tempo e o rendimento académico.

A segunda área mais afetada é a "vida pessoal" com 43 respostas (43,9%), podemos assim afirmar que o uso excessivo das redes sociais está a interferir nas relações interpessoais, na gestão de tempo ou até mesmo na saúde emocional e física.

O trabalho é uma área onde se espera maior disciplina e controlo, contudo 23 participantes (23,5%) assinalaram como uma área que fica prejudicada pelo uso das plataformas. Ainda que com menor volume de respostas, este resultado indica que os profissionais enfrentam desafios relacionados com a gestão do tempo e o foco no contexto laboral.

Por fim, com apenas 1% (1 pessoa) indicou outra área como mais afetada, o que demonstra que os impactos das redes sociais tendem a concentrar-se principalmente nas três esferas analisadas anteriormente.

Acha que as redes sociais podem ter impacto na saúde mental dos seus utilizadores?

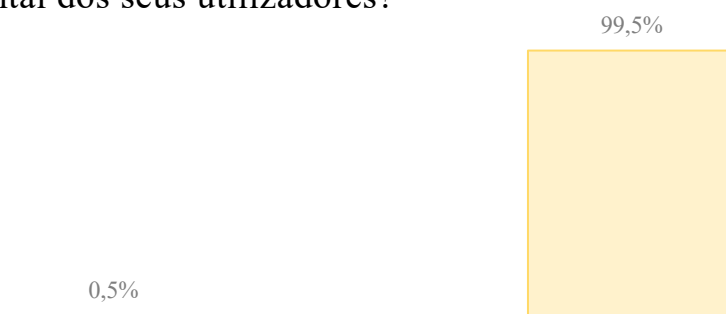


Figura 11 - Impacto na saúde mental

Podemos analisar na figura 11 a unanimidade entre os participantes sobre os efeitos das redes sociais na saúde mental.

Das respostas dadas, 99,5% dos inquiridos afirmam que as redes sociais podem ter um impacto significativo na saúde mental, e apenas 0,5% considera que não. Este resultado demonstra uma consciência social acerca das possíveis consequências com a utilização das redes sociais no bem-estar psicológico.

## Que tipo de problemas associa entre as redes sociais e a saúde mental?

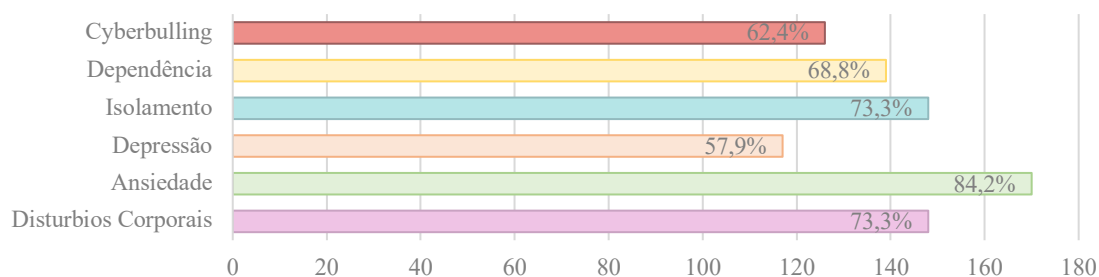


Figura 12 - Problemas associados as redes sociais e saúde mental

Na figura 12 vamos analisar o tipo de problemas associados entre a saúde mental e as redes sociais, abordando os seguintes: Distúrbios corporais, Ansiedade, Depressão, Isolamento, Dependência e o *Cyberbullying*.

Os dados recolhidos apontam a ansiedade como o problema mais frequentemente associado ao uso das redes sociais, com 170 respostas (84,2%). Este resultado revela uma correlação significativa entre o tempo passado nestas plataformas e o aumento de sintomas ansiosos, sendo estes, a constante comparação social, o excesso de informação e a necessidade de validação externa.

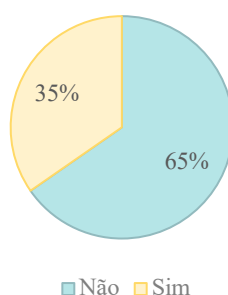
Na segunda posição estão os distúrbios corporais e o isolamento social, com 148 respostas cada (73,3%). Estes dados sugerem que uma parte dos utilizadores reconhece o impacto negativo das redes sociais na imagem, na autoestima e nas relações pessoais. O contacto frequente com conteúdos visualmente idealizados pode acentuar sentimentos de insatisfação corporal, enquanto a crescente substituição das interações presenciais por interações digitais contribui para o afastamento social e a perda de vínculos afetivos mais profundos.

A dependência das redes sociais foi assinalada por 139 inquiridos (68,8%), refletindo sobre a natureza altamente viciante. Esta dependência manifesta-se frequentemente através da dificuldade em desligar-se ou em limitar o tempo *online*, mesmo quando tal interfere com a vida dos utilizadores

O *cyberbullying*, com 126 respostas (62,4%), é algo a ser levado em consideração, sobretudo entre os utilizadores mais jovens, que estão mais expostos a ambientes digitais sem supervisão e por norma hostis. As consequências do *cyberbullying* comprometem o bem-estar emocional e psicológico das vítimas.

Por fim, a depressão foi identificada por 117 inquiridos (57,9%). Apesar de apresentar a percentagem mais baixa entre os problemas referidos, trata-se ainda de um número alto, que reforça a necessidade de uma reflexão crítica sobre o papel das redes sociais na saúde mental e de estratégias que promovam uma utilização mais consciente e equilibrada das mesmas.

Sente fragilidade na sua Saúde Mental ao utilizar as redes sociais?



*Figura 13 - Fragilidade na saúde mental*

De acordo com a figura 13, esta evidência que 35% dos inquiridos reconhecem sentir fragilidade na sua saúde mental durante o uso das redes sociais, enquanto a maioria, 65%, afirma não sentir essa fragilidade.

Apesar de uma maioria indicar não experienciar efeitos diretos negativos, o facto de mais de um terço dos participantes relatar sentimentos de fragilidade emocional é significativo.

A fragilidade relatada pode estar associada a diversos fatores presentes no ambiente digital, como falado anteriormente. Estes elementos podem contribuir para sentimentos de inadequação, insegurança, ansiedade ou tristeza, mesmo que temporários ou intermitentes.

É de igual necessidade ressaltar que embora 65% dos inquiridos afirme que não sentem fragilidade mental, os mesmos podem não estar isentos de impactos psicológicos, mas sim não os identificarem conscientemente ou não associarem diretamente esses efeitos ao uso das redes sociais.

## Sente pressão social? E/ou ansiedade?

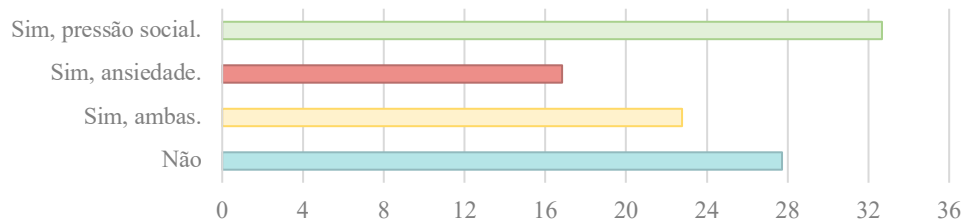


Figura 14 - Pressão Social e Ansiedade

A figura 14 permite compreender de forma mais específica os sentimentos que os utilizadores associam à sua experiência nas redes sociais. A distribuição das respostas evidencia que uma parte significativa dos participantes sente algum tipo de impacto emocional negativo:

- 32,7% das pessoas afirmam sentir pressão social;
- 16,8% das pessoas relatam sentir ansiedade;
- 22,8% das pessoas declaram sentir ambas as sensações;
- 27,7% das pessoas indicam não sentir nem pressão, nem ansiedade.

Somando as três primeiras categorias, verifica-se que 146 inquiridos, ou seja, aproximadamente 72,3% dos participantes, sentem pressão, ansiedade ou ambas relacionadas com o uso das redes sociais.

A pressão social, pode estar relacionada com a necessidade de manter uma imagem idealizada, de seguir determinadas tendências ou de corresponder às expectativas do grupo.

Já a ansiedade pode derivar da comparação constante, do medo de exclusão ou da sobrecarga de informação. O número elevado de pessoas impactado por ambas revela que, estes fatores muitas vezes coexistem, intensificando o impacto psicológico.

Por outro lado, é relevante notar que 27,7% afirmam que não sentem qualquer um destes efeitos, o que pode indicar uma relação mais equilibrada com as redes ou diferentes padrões de utilização.

### Associa que o uso das Redes Sociais contribui para essa Pressão/Ansiedade?



Figura 15 - Redes sociais contribuem para pressão/ansiedade

De acordo com a figura 15 apresentada acima, podemos observar os resultados que refletem a posição dos inquiridos acerca do uso das redes sociais e do aumento da ansiedade ou pressão social. Somente 15% afirma que as redes sociais não aumentam a ansiedade e/ou a pressão social.

### Com que frequência sente que a sua vida não é tão interessante quanto a de outras pessoas nas redes sociais?

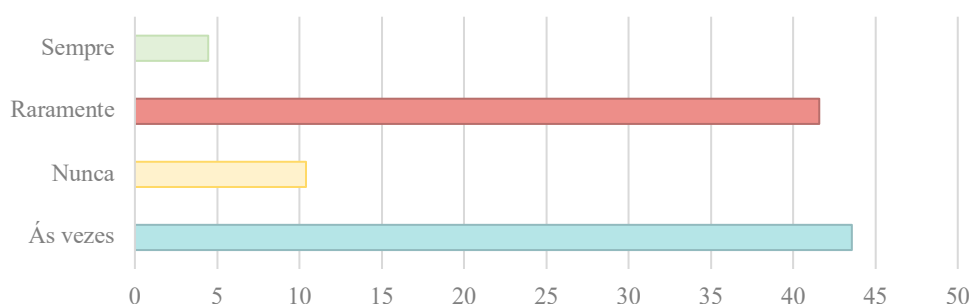


Figura 16 - Frequência sente que a sua vida não é tão interessante

A figura 16 aborda diretamente a questão da comparação social, uma das principais consequências do uso das redes sociais. A maioria dos inquiridos revela sentir, que a sua vida parece menos interessante quando comparada àquilo que vê publicado por outras pessoas:

- 43,6% afirma sentir isso “às vezes”;
- 41,6% indicam que isso acontece “raramente”;
- Apenas 10,4% das pessoas afirmam “nunca” sentir esse tipo de comparação;
- 4,5% referem sentir isso “sempre”.

O facto de quase todos os inquiridos admitirem, em algum momento, que comparam a sua vida com a dos outros sugere que a forma como o conteúdo é apresentado influencia diretamente a percepção que os utilizadores têm de si próprios e das suas rotinas.

Mesmo respostas como “raramente” e “às vezes” indicam o impacto psicológico, mesmo que esporádica, e como este pode afetar a autoestima, gerar insatisfação pessoal e promover uma ideia distorcida da realidade.

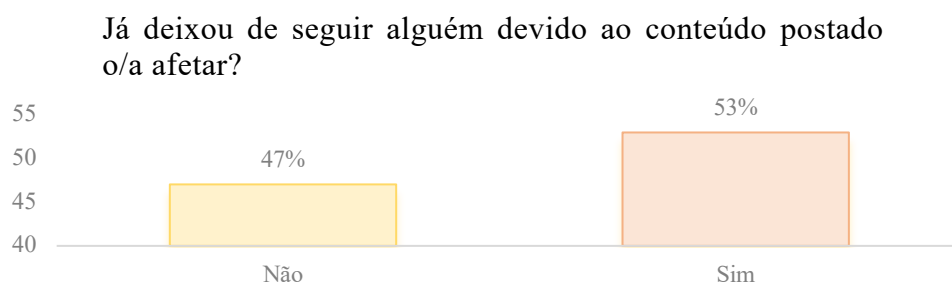


Figura 17 - Já deixou de seguir alguém devido ao conteúdo postado o/a afetar

Através da figura 17 podemos observar que 53% dos inquiridos afirmam já ter deixado de seguir alguém nas redes sociais porque o conteúdo publicado os afetava negativamente, enquanto 47% indicam que isso nunca lhes aconteceu. Este resultado, embora relativamente equilibrado, demonstra que mais de metade dos utilizadores já sentiu necessidade de estabelecer limites digitais para preservar o seu bem-estar emocional.

O facto de uma parte significativa da amostra ter recorrido a essa ação pode ser interpretado como um comportamento de autodefesa. Pode refletir situações de desconforto relacionadas com conteúdos que despertam comparações excessivas, sentimentos de inferioridade, inveja, frustração, ou até mesmo conteúdos considerados tóxicos, irrelevantes ou excessivamente negativos.

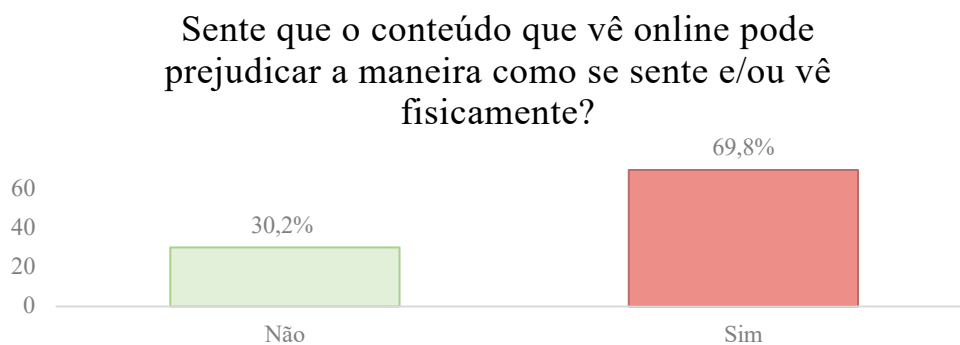


Figura 18 - Conteúdo que vê online pode prejudicar a maneira como se sente e/ou vê

De acordo com os dados da figura 18, 69,8% dos inquiridos reconhece que o conteúdo a que está exposto *online* prejudica como se sentem ou como vêm o próprio corpo, enquanto 30,2% não partilha da mesma opinião e não se sente afetado. Esta análise comprova que o padrão promovido nas redes sociais pode prejudicar a imagem e a autoestima.

A exposição constante de imagens idealizadas pode contribuir para sentimentos de insatisfação corporal, distorção da imagem pessoal e diminuição da confiança. Isto aplica-se tanto a utilizadores que seguem *influencers* e figuras públicas, como à observação da vida “perfeita” de amigos e conhecidos.

Por outro lado, é preciso destacar que cerca de 30% não sentem esse efeito, o que pode indicar uma maior resistência à influência externa, uma utilização mais restrita das redes, ou simplesmente um tipo de conteúdo menos focado em aparência física.

Tem complexos corporais?

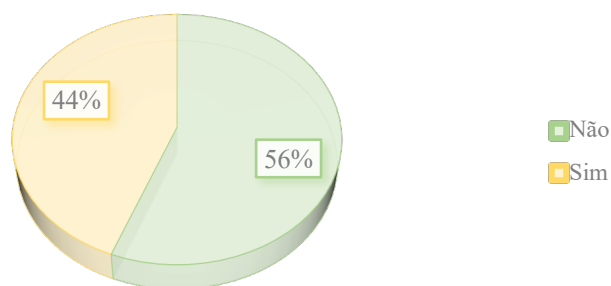


Figura 19 - Complexos Corporais

Na figura 19 acima apresentada podemos analisar que 44% dos inquiridos afirmam ter complexos corporais, enquanto 56% afirmam que não tem.

Embora a maioria não sofra deste tipo de insegurança, a percentagem dos que afirmam o contrário é significativa, evidenciando que quase metade dos participantes vive com insatisfação relativamente ao próprio corpo.

Esta insatisfação é frequentemente intensificada pelas redes sociais, onde a exposição de corpos considerados “ideais” contribui para a construção de expectativas irrealistas.

A presença destes complexos pode ter implicações mais severas, desde a diminuição da autoestima até ao desenvolvimento de distúrbios de imagem ou comportamentos alimentares desregulados.

Acha que as redes sociais e os influencers contribuem positiva ou negativamente para esses complexos?

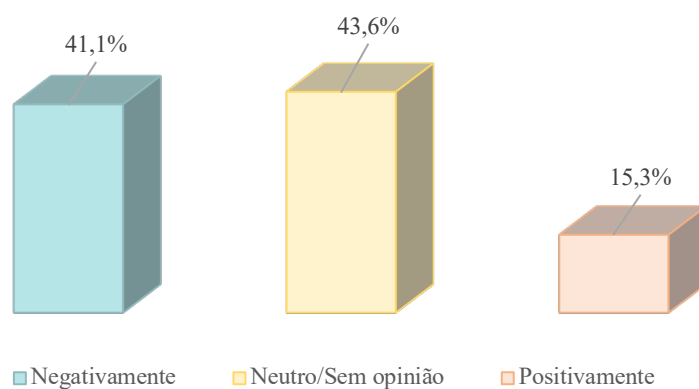


Figura 20 - Contribuição dos influencers

Analisando a figura20 apresentada acima podemos determinar a percepção dos inquiridos relativamente ao papel das redes sociais e dos *influencers* no desenvolvimento de complexos corporais.

Podemos assim concluir, analisando o gráfico, que 41,1% dos participantes considera que os *influencers* contribuem negativamente para complexos, por outro lado, 43,6% indica uma posição neutra ou que não tem uma opinião, e apenas 15,3% reconhece uma contribuição positiva.

Apesar de não haver uma maioria absoluta, de que o impacto que os *influencers* têm é positivo, ajuda a reforçar a ideia de que os utilizadores tendem a interpretar as redes como espaços digitais que ajudam a aumentar as inseguranças, intensificando padrões de beleza ideais e, por vezes, inatingíveis.

A elevada percentagem de respostas neutras ou sem opinião (43,6%) demonstra que muitos participantes não sentem nenhuma influência positiva ou negativa por parte dos *influencers* ou então não estão enquadrados numa ambiente em que seja evidente.

Cria conteúdo nas redes?

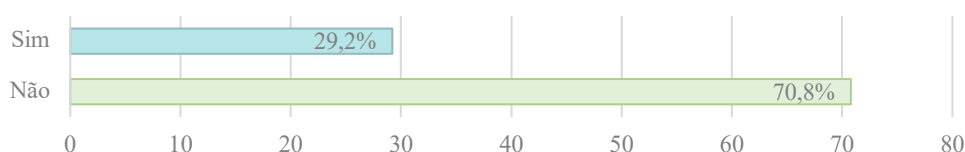


Figura 21 - Criação de conteúdo

Pela análise da figura 21, é de fácil interpretação que a grande maioria não cria conteúdo para as redes digitais, apenas 29,2% dos inquiridos afirmam que criam conteúdo.

A divergência nas respostas revela que a maioria dos utilizadores está enquadrado como consumidor passivo, interagindo apenas com o conteúdo partilhado por terceiros, sem publicar diariamente.

A decisão de não publicar conteúdo pode estar relacionada com fatores psicológicos e sociais, como, por exemplo, o medo do julgamento, a preocupação com a imagem, a falta de tempo, a crítica social e pessoal ou que a sua vida não é relevante o suficiente.

Se respondeu sim à pergunta anterior, sente constante necessidade de criar uma digital *foot print*?

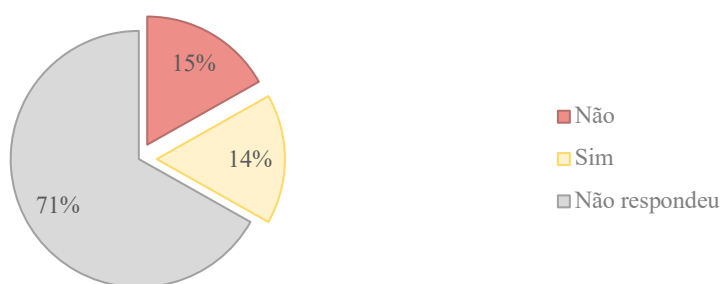


Figura 22 - Constante necessidade de criar uma digital footprint

A figura 22 parte da amostra total de 202 pessoas que participaram no inquérito, apenas 29,2% afirmaram criar conteúdo nas redes sociais, analisado no gráfico anterior. O que corresponde a 59 pessoas.

⇒ 71% da amostra total não respondeu a esta pergunta, pois não se aplica a quem não cria conteúdo.

Dos restantes 29% que responderam (aproximadamente os 59 criadores de conteúdo), 15% da amostra total afirma "não" sentir essa necessidade, e 14% afirma que "sim".

Para interpretar estes dois últimos valores de forma coerente, é necessário calculá-los com base apenas nos 29,2%.

Portanto, podemos concluir que:

15% dos 202 inquiridos = 30 pessoas

14% dos 202 inquiridos = 29 pessoas

Logo, dentro do grupo dos 59 criadores de conteúdo:

- Cerca de 50,8% (30 em 59) afirmam não sentir necessidade constante de deixar uma marca digital;
- Cerca de 49,2% (29 em 59) afirmam que sim, sentem essa necessidade.
- 

A necessidade de criar uma *footprint* digital pode estar ligada à pressão de criar conteúdo relevante e deste ser reconhecidos. Por outro, aqueles que não sentem esta pressão, podem ter uma relação mais leve e descontraída com a sua presença *online*, criando conteúdo de forma mais espontânea e não como uma obrigação social.

### Sente que tem de criar um feed perfeito\*?

\*conjunto de publicações que parecem muito bem organizadas, bonitas e harmonizadas — com fotos bem editadas, cores combinadas, estética cuidada — transmitindo uma imagem ideal.

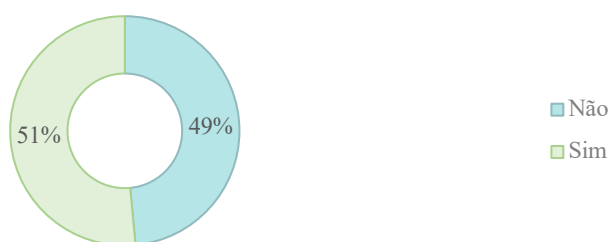


Figura 23 - Feed perfeito

A figura 23 revela uma distribuição bastante equilibrada quanto à necessidade de criar um “feed perfeito” nas redes sociais. 51% dos inquiridos afirma sentir essa necessidade, enquanto 49% indica não sentir essa pressão.

A ideia de um “*feed* perfeito” contribui para a manutenção de padrões inalcançáveis, muitas vezes desprovidos da realidade, intensificando sentimentos de inadequação, de comparação e de ansiedade nos utilizadores, levando 51% dos participantes do questionário a sentir essa pressão.

Por outro lado, 49% afirma que não sente essa pressão, demonstrando um uso potencialmente mais espontâneo e livre, priorizando a partilha de conteúdo autêntico. Ainda assim, a divisão quase igualitária indica que a pressão estética é uma realidade transversal a muitos utilizadores.

Considera-se dependente da utilização das Redes Sociais?

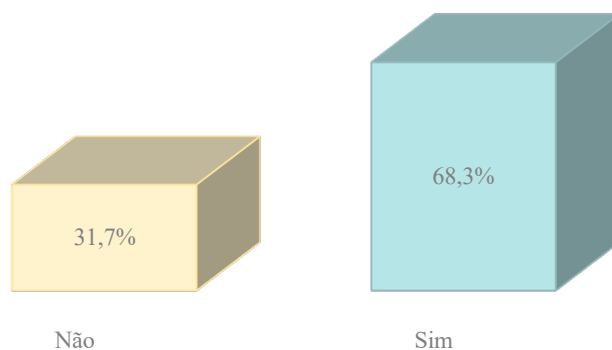


Figura 24 - Dependência das redes sociais

Analisando a figura 24, podemos concluir que, 68,3% dos inquiridos afirmam que são dependentes das redes sociais, enquanto 31,7% não se considera.

Esta maioria significativa sugere que o uso das plataformas digitais ultrapassa a esfera do entretenimento ou da utilidade prática, assumindo características de impulsividade ou hábitos difíceis de controlar.

Estes dados coincidem com a dependência digital, estudada pela psicologia, que embora ainda não esteja classificada como um transtorno clínico, já apresenta impactos reais na saúde mental, no sono, na produtividade e no bem-estar geral.

Após a análise de cada pergunta e resposta elaborada no questionário, vamos agora juntar variáveis para conseguirmos obter respostas mais detalhadas e concretas, para responder às hipóteses desenvolvidas no capítulo anterior.

Para esta análise, apenas 201 respostas foram consideradas.

**Hipótese 1:** O uso excessivo das redes sociais está relacionado com o aumento dos níveis de ansiedade e pressão em jovens-adultos.

Para analisar esta hipótese é necessário ter três variáveis em consideração: tempo dispendido nas redes sociais, sentimento de pressão e/ou ansiedade e se as redes sociais podem aumentar esse sentimento.

No primeiro gráfico vamos analisar as variáveis do tempo e do sentimento de pressão e ansiedade.

No segundo gráfico vamos analisar as variáveis do sentimento de pressão e ansiedade e se as redes sociais aumentam esse sentimento.

### RELAÇÃO ENTRE O TEMPO DESPENDIDO NAS REDES SOCIAIS E SENSACÃO DE ANSIEDADE E/OU PRESSÃO SOCIAL

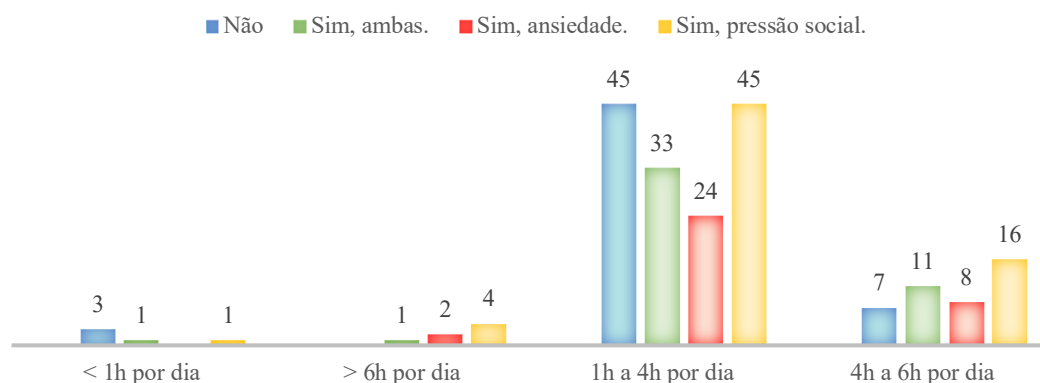


Figura 25 - Hipótese 1

Analisando a figura 25, as respostas estão distribuídas por quatro categorias: "Não", "Sim, ambas", "Sim, ansiedade", e "Sim, pressão social", cruzando-se com quatro intervalos de tempo de uso diário: < 1h, > 6h, 1h a 4h, e 4h a 6h por dia.

A maioria dos inquiridos respondeu que passa entre 1 a 4 horas por dia, tornando-se assim o grupo com maior perceção sobre este tipo de sentimento. Neste grupo, 30,6% (45 em 147) afirma sentir pressão social, 22,4% (33 em 147) afirma sentir tanto ansiedade e pressão social, e 16,3% (24 em 147) dos inquiridos indicam apenas que sentem ansiedade. Por sua vez, 30,6% afirma não sentir qualquer efeito.

Nos grupos com maior tempo de utilização (4 a 6 horas e >6 horas), apenas 16,67% (7 em 42) dos que usam 4 a 6 horas por dia não reconhecem impactos negativos, sendo a pressão social a sensação com maior percentagem neste (30,1%).

Para as pessoas que estão mais de 6 horas por dia nas redes sociais, nenhum indica não ter esse sentimento, reforçando a associação entre uso excessivo e sintomas emocionais adversos.

Por outro lado, quem só utiliza às redes sociais menos de 1 hora tende a não reconhecer a sensação dos efeitos negativos.

## REDES SOCIAIS AUMENTAM A ANSIEDADE E/OU PRESSÃO SOCIAL?

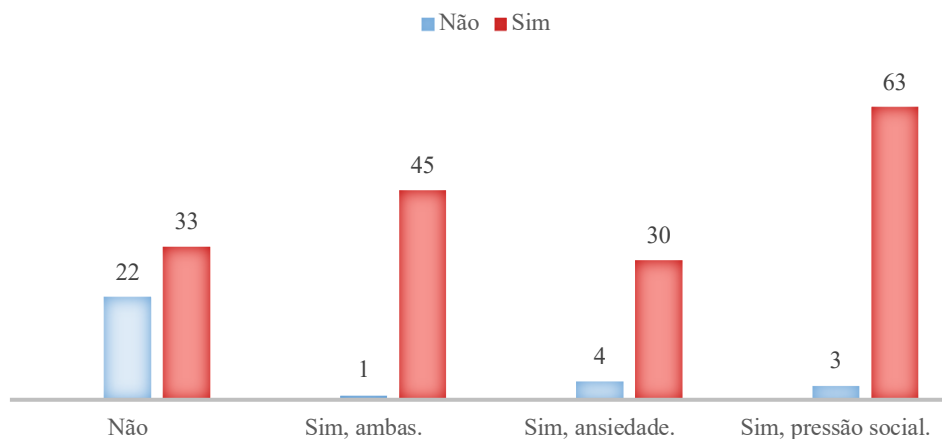


Figura 26 - Hipótese 1

As categorias de resposta, apresentadas na figura 26, foram subdivididas em quatro grupos: "Não", "Sim, ambas", "Sim, ansiedade", "Sim, pressão social", e, em todos os casos, comparadas entre quem *reconhece* ou *não reconhece* os efeitos das redes sociais nesses mesmos grupos.

Analisando o gráfico podemos perceber que a maioria que afirma que as redes sociais podem provocar esse sentimento mesmo que a própria pessoa não o sinto. 95,5% dos participantes que afirma sentir pressão social, concordar que as redes sociais a aumentam, por outro lado, apenas 4,5% não concorda com essa informação.

Outra percentagem significativa, é a sensação de sentir ambos os impactos negativos, tanto ansiedade como pressão social, podemos analisar que 97,8% dos inquiridos afirma que as redes prejudicam esta sensação, e apenas 2,2% discorda.

No caso de quem identifica exclusivamente a ansiedade como um impacto relevante, 88,2% assumem essa percepção, em contraste com 11,8% que não reconhecem essa ligação.

Ainda assim, 40% de participantes, apesar de não reconhecerem qualquer tipo de impacto negativo no seu dia a dia, afirmam que as redes sociais podem contribuir para o aumento

A consciência, sobre estes efeitos, expressa de forma clara pela maioria dos participantes, constitui um dado relevante para o desenvolvimento de estratégias de literacia digital e prevenção dos riscos associados ao uso intensivo das redes sociais.

**Hipótese 2:** O tipo de conteúdo exibido nas redes sociais pode influenciar diretamente os complexos corporais dos jovens-adultos, sendo que estes complexos podem ser intensificados também pelo conteúdo criado pelos *influencers*.

Para analisar esta hipótese vamos utilizar três variáveis, sendo elas, complexos corporais, se o conteúdo exposto prejudica a maneira como se vê/sente e se os *influencers* contribuem para isso.

No primeiro gráfico vamos analisar se as pessoas têm complexos corporais e se o conteúdo exposto *online* os afeta.

No segundo gráfico vamos avaliar se as pessoas têm complexos corporais e se acham que os *influencers* contribuem para esses complexos.

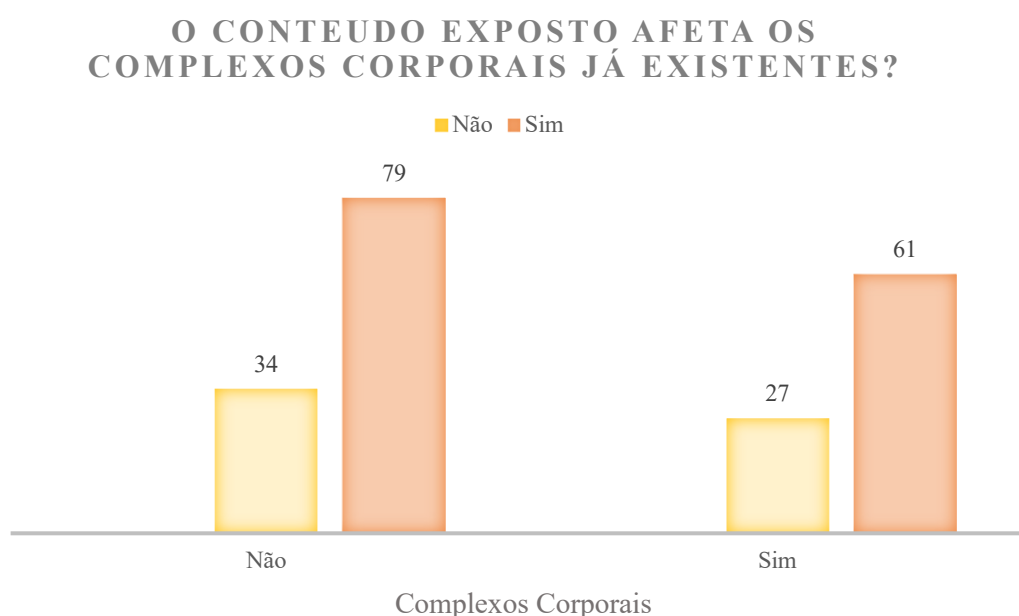


Figura 27 - Hipótese 2

A figura 27 permite observar a relação entre dois fatores fundamentais: a existência de complexos corporais e a percepção de que o conteúdo *online* prejudica a forma como os utilizadores se sente ou se vê fisicamente.

Analisando o grupo dos inquiridos que afirma que não tem complexos corporais, 69,9% (79 em 113) sente que o conteúdo *online* os prejudica fisicamente, comparado com apenas cerca de 30,1% (34 em 113) que negam o papel do conteúdo exposto com os impactos físicos e psicológicos.

Do grupo dos inquiridos que afirma sentir complexos corporais, 69,3% (61 em 88) também partilha da opinião anterior, que o conteúdo exposto *online* os afeta negativamente, enquanto, 30,7% não considera que o conteúdo exposto possa ser prejudicial.

Os dados analisados, sugerem que, o impacto emocional e físico do conteúdo partilhado nas redes sociais é significativo, mesmo entre os indivíduos que não consideram ter complexos corporais.

Entre os que já manifestam complexos, este impacto negativo permanece elevado, o que aponta para uma possível relação cíclica e potenciadora: os complexos corporais tendem a ser enaltecidos pelo conteúdo exposto no *feed*, contribuindo para um ciclo de insatisfação contínua.

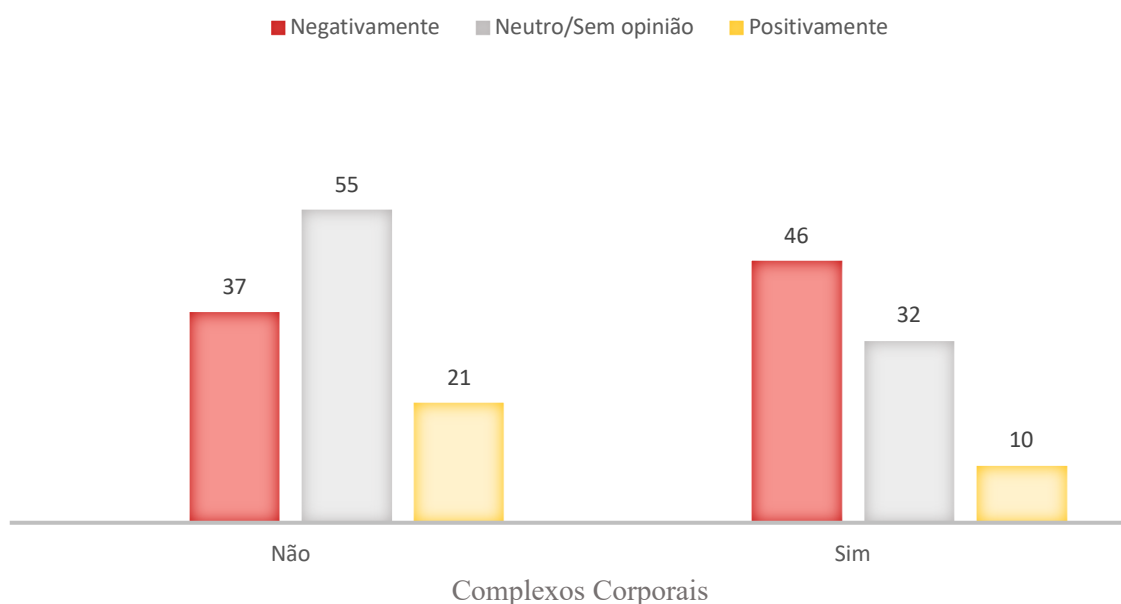


Figura 28 - Hipótese 2

As respostas adquiridas pelos inquiridos nesta pergunta está dividida em três perspetivas: impacto negativo, positivo ou neutro/sem opinião.

Analisando a figura 28, o grupo que afirma não ter complexos corporais, 48,7% (55 em 113) posiciona-se de forma neutra ou sem opinião relativamente ao impacto que os *influencers* e as redes sociais podem ter nesse complexo, dessa amostra ainda 32,7% (37 em 113) afirma que o impacto provocado, e apenas 18,6% (21 em 113) afirma que os *influencers* têm um impacto positivo.

Podemos concluir que, na ausência de complexos corporais, há uma maior propensão para uma postura indiferente face ao conteúdo exposto no *feed*.

No entanto, entre os participantes que afirmam ter complexos corporais, 51,1% (45 em 88) afirmam que o conteúdo exposto nas redes pelos *influencers* impacta negativamente os complexos corporais já existentes. Em comparação com o grupo anterior, só 36,4% mantêm uma posição neutra ou sem opinião, e 11,4% (10 em 88) consideram que essa influência é positiva.

Este contraste revela uma correlação significativa entre a existência de complexos corporais e a percepção negativa das redes sociais e dos *influencers*, e reforçando que quem tem dificuldades com a própria imagem corporal tende a reconhecer que as redes sociais são um fator que pode potencializar esses sentimentos.

A percentagem reduzida de participantes que veem o papel das redes sociais como positivo, independentemente da presença ou ausência de complexos, revela que num contexto em que os *influencers*, apesar de promoverem mensagens de aceitação corporal, continuam muitas vezes a reproduzir estereótipos estéticos e padrões inalcançáveis.

**Hipótese 3:** Existe uma relação significativa entre o número de horas passadas no Instagram e a percepção de dependência (ou vício) da plataforma.

Para analisar esta hipótese vamos usar 2 variáveis: o tempo despendido nas redes e se as pessoas se consideram dependentes delas.

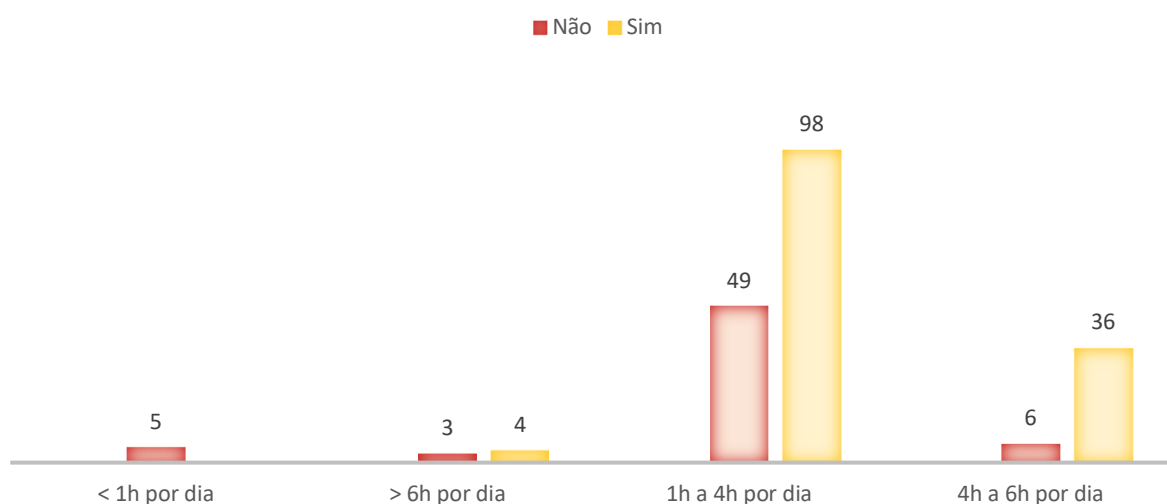


Figura 29 - Hipótese 3

Analisando os dados obtidos após cruzar as respostas podemos concluir, analisando a figura 29, que o maior número de respostas se situa na faixa dos que passam entre 1h e 4h por dia nas redes, 66,67% afirma que se sente dependente e os restantes 33,33% afirma que não.

Entre os que passam entre 4h e 6h por dia, a maioria também se considera dependente, o que reforça a ligação entre tempo de exposição prolongado e a sensação de falta de controlo sobre o uso, sendo que 85,7% (36 em 42) afirma ser dependente da utilização.

Nas categorias de tempo inferior a 1h, nenhum utilizador se sente dependente.

Já nos que utilizam as redes sociais mais de 6h por dia, dos 7 inquiridos, apenas 4, 57,1%, se considera dependente.

Podemos afirmar que quanto maior for o tempo despendido nas redes sociais, há maior dependência, embora esta não dependa exclusivamente da duração do uso.

A dependência envolve também um grau emocional, sendo ele através da frequência de verificação das redes e o impacto na rotina diária.

Tendo por base os dados obtidos e previamente observados, a análise crítica dos dados recolhidos, apenas através do questionário, revela que há concordância com o que foi estudado na revisão de literatura sobre o impacto das redes sociais na saúde mental dos jovens-adultos.

Comparando com os estudos de *Twenge (2019)* e *Keles et al. (2020)*, verificou-se que uma parte significativa dos inquiridos associa o uso das redes sociais a efeitos negativos, como a insatisfação com a imagem corporal, a ansiedade e a sensação de dependência. Estes efeitos parecem ser particularmente evidentes entre os participantes que utilizam as redes sociais durante um longo período durante o dia.

Destaca-se, também a comparação social, sobretudo com *influencers*, o que remete para o conceito de "comparação social ascendente" descrito por *Festinger (1954)* e posteriormente por *Fardouly et al. (2015)*. Este tipo de comparação tende a intensificar sentimentos de inferioridade, insatisfação pessoal e baixa autoestima, especialmente quando os conteúdos observados nas redes apresentam padrões de vida idealizados ou inatingíveis.

A pressão para manter uma certa imagem nas redes sociais é recorrente e mais de metade dos inquiridos sente essa pressão, este conceito foi abordado por *Marwick e Boyd (2011)*. Esta diferença entre a identidade real e a identidade traz inseguranças e pode gerar conflitos internos no que toca à maneira como os inquiridos se veem.

Segundo Chen e Xie (2021), as redes sociais promovem ansiedade e pressão e como vimos anteriormente, na figura 15, 85% dos inquiridos concorda com esta afirmação.

Segundo *Primack et al. (2017)*, cerca de 50% dos utilizadores entre 18 e 30 anos sentem um aumento de ansiedade e depressão após usar as redes sociais, afirmação também confirmada pela análise das figuras 14 e 15.

*Kuss e Griffiths (2017)*, falam sobre a dependência que as redes sociais acarretam, analisando a figura 24 podemos confirmar que a maioria dos indivíduos, 68,3%, se sente dependente da sua utilização.

Apesar da relevância dos dados obtidos durante este estudo, é também importante reconhecer as limitações que condicionam a generalização dos resultados.

A constante exposição a este tipo de conteúdos pode ter consequências diretas na autoestima e no bem-estar psicológico dos utilizadores.

Uma sugestão a ser adotado seria a colaboração entre instituições de saúde, professores e *influencers* digitais, promovendo campanhas que incentivem representações mais realistas da vida quotidiana e valorizem a diversidade corporal e emocional.

Poderá também ser sugerida a necessidade de desenvolver programas educativos dirigidos a jovens-adultos, pais, professores e profissionais de saúde, com vista à consciencialização dos riscos associados ao uso intensivo das redes sociais.

Estas iniciativas podem incluir sessões informativas, workshops e materiais de apoio que incentivem uma utilização mais consciente e equilibrada.

Posto isto, temos também de avaliar as limitações que este estudo enfrentou, sendo uma delas, as limitações com a ausência de dados clínicos ou diagnósticos formais.

Os resultados baseiam-se nas respostas dos inquiridos, não sendo possível afirmar com rigor clínico a presença de patologias psicológicas, mas apenas tirar informação a partir de sintomas referidos.

Este estudo teve por foco a análise do impacto do *Instagram*, não tendo sido considerado, de forma comparativa, os efeitos de outras redes sociais como o *TikTok*, *Facebook*, *LinkedIn* ou o *X* (anteriormente *Twitter*), o que limita a compreensão abrangente das especificidades de cada plataforma.

Além disso, não foram controladas variáveis externas que poderiam ter interferido nos resultados, como o historial familiar de saúde mental, experiências e contexto socioeconómico.

Estas variáveis, embora não incluídas neste estudo, poderão desempenhar um papel relevante na forma como os jovens-adultos experienciam e reagem ao conteúdo digital.

Assim, embora os dados recolhidos reforcem de forma clara a relação entre a utilização intensiva das redes sociais e o impacto na saúde mental nos jovens-adultos, é fundamental interpretar os resultados à luz destas limitações metodológicas, incentivando futuras investigações a aprofundarem e complementarem os dados aqui apresentados.



O presente estudo procurou analisar o impacto das redes sociais, em particular do Instagram, na saúde mental dos jovens adultos, focando-se em impactos como ansiedade, depressão, insatisfação corporal, solidão, dependência e *cyberbullying*.

Com base nos dados recolhidos e na revisão da literatura, foi possível retirar um conjunto de conclusões relevantes que não só validam estudos prévios, como também contribuem para a reflexão sobre os riscos associados ao uso intensivo destas plataformas.

Os resultados demonstraram que uma parte significativa dos participantes associa o uso das redes sociais a efeitos psicológicos adversos. Destacaram-se sentimentos de ansiedade e depressão, insatisfação com a imagem corporal, sensação de solidão e dependência emocional em relação ao número de *likes* ou comentários.

A comparação social, especialmente com *influencers*, foi referida por muitos participantes como uma fonte de frustração e baixa autoestima, fato já constatado em modelos teóricos como os de *Festinger (1954)* e *Fardouly et al. (2015)*.

Mais de metade dos inquiridos mencionou sentir pressão para manter uma determinada imagem nas redes sociais, fenómeno descrito por *Marwick e Boyd (2011)* como um fator emocional nas plataformas digitais.

Os dados recolhidos confirmaram que o tempo de utilização das redes sociais está positivamente correlacionado com a perceção de impacto negativo na saúde mental.

Participantes que relataram passar mais de três horas diárias nas redes sociais apresentaram níveis mais elevados de mal-estar psicológico.

Nos gráficos analisados anteriormente, observa-se que a maioria dos participantes perceciona as redes sociais como promotoras de ansiedade e insegurança, validando preocupações levantadas por autores como *Chen e Xie (2021)*.

Este estudo contribui para a consolidação de um corpo teórico cada vez mais relevante no contexto atual: a influência do digital na saúde mental das populações jovens.

Ao focar-se especificamente na faixa etária dos jovens adultos e no Instagram, o presente trabalho oferece um olhar mais focalizado e atualizado sobre os mecanismos de comparação social, validação externa e exposição a padrões irreais de vida.

A investigação evidencia a urgência de repensar como as redes sociais são programadas e utilizadas, contribuindo para o debate científico e social sobre o papel que desempenham no quotidiano dos indivíduos.

Além disso, ao integrar uma análise crítica dos dados empíricos com a literatura existente, a dissertação reforça a importância no estudo da saúde mental, cruzando contributos da psicologia, sociologia, comunicação digital e saúde pública.

Apesar destes contributos, o presente estudo apresenta limitações que devem ser consideradas em futuras investigações. Sugere-se a realização de estudos longitudinais que permitam acompanhar os efeitos do uso das redes sociais ao longo do tempo. Seria pertinente também expandir a amostra para diferentes contextos socioculturais e incluir maior diversidade de géneros.

Recomenda-se que investigações futuras explorem o impacto de outras redes sociais (como *TikTok*, *X* ou *Facebook*). Por outro lado, a inclusão de instrumentos clínicos para diagnóstico psicológico poderá aumentar a validade dos dados recolhidos.

Por fim, seria relevante estudar o papel mediador de variáveis como suporte social, autoestima prévia, traços de personalidade ou historial de saúde mental, que podem alterar a forma como cada indivíduo experiêcia e internaliza os efeitos das redes sociais.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

---

Alcântara, V. P., Vieira, C. A. L., & Alves, S. V. (2022). Perspetivas acerca do conceito de saúde mental: Análise das produções científicas brasileiras. *Ciência & Saúde Coletiva*, 27(1), 351–361. <https://doi.org/10.1590/1413-81232022271.22562019>

Beck, A. T. (1979). *Cognitive therapy of depression*. Guilford Press.

Chen, J. V., & Xie, T. (2021). TikTok's popularity: How did it become the dominant social media platform? In *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 2110–2119). <https://doi.org/10.24251/HICSS.2021.257>

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>

Cruz, L. (n.d.). Metodologia Quantitativa — Know. <https://know.net/cienceconempr/marketing/metodologia-quantitativa/>

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”. In *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2425–2434). <https://doi.org/10.1145/1979742.1979575>

Dienlin, T., & Johannes, N. (2020). The interplay of social media use and adolescents' mental health: A systematic review of longitudinal studies. *Current Opinion in Psychology*, 36, 35–40. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.013>

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook and Instagram on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>

Inkster, B., et al. (2017). Status of mind: Social media and young people's mental health and wellbeing. Royal Society for Public Health. <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). Social media and mental health: A systematic review. *Psychiatry Research*, 284, 112748. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.112748>

Koller, S. H. (2004). *Ecologia do desenvolvimento humano: Pesquisa e intervenção no Brasil*. Casa do Psicólogo.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>

Leung, L. (2021). Social media and adolescent mental health: The effects of social media use on adolescent mental health. *Adolescence*, 49(1), 43–49.

Liu, Y., & Ma, J. (2018). The relationship between social media use and social support: A study of LinkedIn and Facebook. *Computers in Human Behavior*, 85, 140–149. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.056>

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>

Mastermind Behavior. (2025). Social Media Addiction Statistics Worldwide. <https://www.mastermindbehavior.com/post/social-media-addiction-statistics-worldwide>

Moitra, E., Beard, C., Weisberg, R. B., & Keller, M. B. (2011). Occupational impairment and social anxiety disorder in a sample of primary care patients. *Journal of Affective Disorders*, *130*(1), 209–212. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2010.09.024>

Mojtabai, R., Olfson, M., & Blanco, C. (2016). National trends in mental health care for US adolescents. *JAMA Psychiatry*, *73*(3), 293–301. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2015.3987>

Organização Mundial da Saúde. (2024). Teens, screens, and mental health. <https://www.who.int/europe/news-room/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health>

Pantic, I. (2014). Online social networking and mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *17*(10), 652–657. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0070>

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women’s body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, *71*, 363–377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

Sheldon, P. (2013). The relationship between uniqueness and social media use: Can Twitter help users feel unique? *Computers in Human Behavior*, *29*(5), 2073–2077. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.019>

Silva, A. L. (2019). *Instagram e a construção da identidade visual*. Editora FGV.

Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, *47*(6), 630–643. <https://doi.org/10.1002/eat.22321>

Systrom, K. (2013, 20 de junho). *Instagram and the impulse to capture every moment*. The New Yorker. <https://www.newyorker.com/tech/annals-of-technology/instagram-and-the-impulse-to-capture-every-moment>

Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>

Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, W. K. (2017). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphones. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3–17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>

Vinje, H. F., Langeland, E., & Bull, T. (2017). Aaron Antonovsky's development of salutogenesis, 1979 to 1994. In M. B. Mittelmark et al. (Eds.), *The handbook of salutogenesis*. Springer. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK435860/>

Yunes, M. A. M. (2003). Psicologia positiva e resiliência: O foco no indivíduo e na família. *Psicologia em Estudo*, 8, 75–84. <https://doi.org/10.1590/S1413-73722003000300010>



## **Anexo I – Estrutura do Questionário**

### Secção 2 - I) Identificação de características

#### 1ª Questão) Idade

- 17 - 20
- 21 – 23
- 25 - 26
- 27- 30

#### 2ª Questão) Género

- Masculino
- Feminino
- Outro

#### 3ª Questão) Nacionalidade

- Portuguesa
- Outra

#### 4ª Questão) Grau Académico

- Ensino Primário (1º - 4º ano de escolaridade)
- Ensino Básico (5º - 6º ano de escolaridade)
- Ensino Preparatório (9º ano de escolaridade)
- Ensino Secundário (12º ano de escolaridade)
- Licenciatura
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutoramento

### Secção 3 - II) Redes sociais

#### 1ª Questão) Utiliza Redes Sociais?

- Sim
- Não

#### 2ª Questão) Rede Social mais utilizada

- Instagram
- Facebook
- Tiktok
- X (Twitter)
- LinkedIn
- Não utilizo nenhuma

3ª Questão) Quanto tempo passa nas redes sociais?

- < 1h por dia
- 1h a 4h por dia
- 4h a 6h por dia
- 6h por dia
- Não passo tempo nenhum

4ª Questão) Conteúdo exposto no seu *feed*

- Beleza (Maquilhagem, Roupas)
- Fitness
- Lifestyle
- Conteúdo engraçado
- Culinária
- Notícias, artigos, dicas educativas
- Causas sociais

5ª Questão) Deixa de fazer atividades para ficar mais tempo nas redes sociais?

- Sim
- Não

6ª Questão) Se respondeu sim à resposta anterior, diga qual é a atividade na sua vida que mais é afetada?

- Trabalho
- Estudos
- Vida pessoal
- Outra

Secção 4 – III) Redes Sociais e Saúde Mental

1º Questão) Acha que as redes sociais podem ter impacto na saúde mental dos seus utilizadores?

- Sim
- Não

2º Questão) Que tipo de problemas associa entre as redes sociais e a saúde mental?

- Distúrbios Corporais
- Ansiedade
- Depressão
- Isolamento
- Dependência
- Cyberbullying

3ª Questão) Sente fragilidade na sua Saúde Mental ao utilizar as redes sociais?

- Sim
- Não

4º Questão) Sente pressão social? E/ou ansiedade?

- Sim, pressão social.
- Sim, ansiedade.
- Sim, ambas.
- Não

5º Questão) Associa que o uso das Redes Sociais contribui para essa Pressão/Ansiedade?

- Sim
- Não

6º Questão) Com que frequência sente que a sua vida não é tão interessante quanto a de outras pessoas nas redes sociais?

- Sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

7º Questão) Já deixou de seguir alguém devido ao conteúdo postado o/a afetar?

- Sim
- Não

8º Questão) Sente que o conteúdo que vê *online* pode prejudicar a maneira como se sente e/ou vê fisicamente?

- Sim
- Não

9º Questão) Tem complexos corporais?

- Sim
- Não

10º Questão) Acha que as redes sociais e os *influencers* contribuem positiva ou negativamente para esses complexos?

- Positivamente
- Negativamente
- Neutro/Sem opinião

11º Questão) Cria conteúdo nas redes?

- Sim
- Não

12º Questão) Se respondeu sim à pergunta anterior, sente constante necessidade de criar uma *digital footprint*?

- Sim
- Não

13º Questão) Sente que tem de criar um *feed* perfeito\*?

\* conjunto de publicações que parecem muito bem organizadas, bonitas e harmonizadas — com fotos bem editadas, cores combinadas, estética cuidada — transmitindo uma imagem idealizada.

- Sim
- Não

14º Questão) Considera-se dependente da utilização das Redes Sociais?

- Sim
- Não