

AS MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO NA ERA DAS REDES SOCIAIS.

Roque, A, Neto. J, Bessa.S, Silva.Thiago

Universidade Federal de Minas Gerais/Filosofia/gradfilosofia@ufmg.br

Resumo: O presente trabalho aprofunda a compreensão do impacto das redes sociais no comportamento humano, analisando autoestima, autenticidade, neuroplasticidade e os mecanismos cerebrais envolvidos. Evidencia-se como o uso contínuo das redes afeta a autopercepção e as relações interpessoais, ressaltando a importância do uso consciente da tecnologia na sociedade conectada.

Palavras-chave: Redes sociais – Autenticidade – Autoestima – Dopamina

1. Introdução:

A contemporaneidade se caracteriza por uma conectividade sem precedentes, paradoxalmente acompanhada por um distanciamento de si. As redes sociais transformaram a comunicação, o pensamento, os sentimentos, o consumo, a auto percepção e os relacionamentos. O ambiente digital molda identidades, valida valores e condiciona comportamentos em tempo real. Compreender essas mudanças é, portanto, essencial.

Este artigo analisa a construção da identidade digital e seus impactos na autoestima, a crise de autenticidade, a influência das redes na cultura de consumo (através dos influenciadores) e os mecanismos cerebrais (dopamina) envolvidos no uso das plataformas. Busca-se promover uma análise crítica e multidisciplinar, visando a consciência sobre os efeitos das redes sociais no cotidiano e o resgate do protagonismo individual dentro e fora do ambiente digital.

Rodapé do Artigo

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.15	n.2	2024.1	e-ISSN: 2317-0220			
Realização:	Apoio:				Produção:			
								

2. A construção da identidade digital e seus impactos na autoestima.

As redes sociais exercem papel central na vida dos adolescentes, grupo sensível às dinâmicas digitais de autoimagem e aceitação social. Estudos recentes apontam que a exposição a estilos de vida e padrões de beleza idealizados nas redes pode reduzir a autoestima, especialmente em contextos de vulnerabilidade socioeconômica, onde a busca por adequação a esses padrões gera frustração. A busca por aceitação digital (curtidas, seguidores, comentários) pode comprometer o desenvolvimento de uma identidade autêntica, com jovens adotando comportamentos e discursos para obter aprovação social, afastando-se de características e valores individuais, o que dificulta a consolidação de uma autoimagem coerente e estável.

A hiperconectividade e a exposição constante a estímulos visuais e sociais contribuem para o aumento da ansiedade entre adolescentes, intensificando sentimentos de inadequação, medo de exclusão e necessidade de aprovação constante. A comparação com corpos idealizados nas mídias sociais prejudica a auto percepção, alimentando insegurança e insatisfação corporal, enquanto a sobrecarga informacional dificulta o autocontrole e o bem-estar emocional. Promover a educação digital, incluindo o cuidado com a saúde mental, o uso consciente das tecnologias e o fortalecimento de vínculos reais fora do ambiente virtual, é fundamental.

2.1 Entre o ser e o parecer: redes sociais e a crise de autenticidade.

A ascensão das redes sociais transformou a interação social, promovendo uma vida online muitas vezes mais empolgante que a vida real. A teoria da Sociedade do Espetáculo de Guy Debord auxilia a compreender como essas plataformas funcionam como um espetáculo moderno, onde a identidade é moldada pelas imagens compartilhadas, reações recebidas e representações consumidas. A experiência direta é substituída por imagens, criando uma realidade distorcida, onde a vida é filtrada e editada para consumo alheio. A busca por validação externa (curtidas, comentários, compartilhamentos) evidencia a transformação da autopercepção, com a aprovação nas redes sociais se tornando reflexo de autoestima e reforçando a dependência emocional das reações alheias.

Rodapé do Artigo

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.15	n.2	2024.1	e-ISSN: 2317-0220
Realização:	Apoio:				Produção:
					
					

O espetáculo cria separação entre os indivíduos e a experiência direta da vida, gerando alienação, ampliada pelas redes sociais que criam versões idealizadas da vida. A identidade se torna performance e mercadoria, com influenciadores digitais vendendo narrativas e estilos de vida, moldando a percepção dos seguidores e estimulando o consumo. A autenticidade se torna escassa, com o uso de filtros e a busca pela "imagem perfeita" gerando comparações inevitáveis e distanciamento da realidade, além de impactar diretamente o comportamento de consumo, influenciado pelas estratégias de marketing nas redes sociais.

2.2 Influencers e anova era do consumo: comportamento guiado pelas reses sociais.

As redes sociais remodelaram a comunicação e o consumo, com os influenciadores digitais desempenhando um papel crucial na construção de novos padrões de consumo. Eles atuam como mediadores culturais, moldando identidades, valores e desejos, com a maioria dos consumidores confiando mais em suas recomendações do que na publicidade tradicional.

Os influenciadores operam na fronteira entre o pessoal e o comercial, construindo confiança ao compartilhar aspectos íntimos de suas rotinas, sustentados pela "economia da confiança", onde os seguidores consomem não apenas produtos, mas a crença na solução eficaz encontrada por pessoas semelhantes a eles. As plataformas digitais captam, analisam e reconfiguram o comportamento dos usuários, com os influenciadores sendo simultaneamente produtores e produtos dos algoritmos, onde a viralização está ligada à capacidade de gerar engajamento, criando um ciclo vicioso de conteúdo impulsionado por algoritmos, investimento de marcas e internalização desse modelo de consumo pelos consumidores.

Muitos influenciadores constroem relevância a partir da insegurança gerada por seus conteúdos, com a valorização de corpos padronizados e rotinas perfeitas induzindo à ideia de que a realização pessoal está a um produto de distância, embora movimentos como "body positivity" e "slow living" apontem para a emergência de criadores mais transparentes, que valorizam o conteúdo "imperfeito" como capital simbólico relevante. A relação entre influenciadores e seguidores é marcada por pressões por

continua do Artigo

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.15	n.2	2024.1	e-ISSN: 2317-0220
-------------------------------	----------------	------	-----	--------	-------------------

Realização:

Apoio:

Produção:



relevância, sobrecarga de estímulos e exaustão decisória, como exemplificado pela cultura do "haul", criticada por normalizar o hiperconsumo, com muitos jovens relatando culpa após compras motivadas por conteúdos em redes sociais. O surgimento de influenciadores virtuais, impulsionado pela inteligência artificial, desafia as noções de autenticidade e levanta questões éticas sobre a automatização da influência e a regulação de parcerias nesse ambiente. O crescimento de plataformas como o TikTok revela a valorização do conteúdo espontâneo e informal, indicando que o futuro do consumo de influência pode estar no equilíbrio entre entretenimento, utilidade prática e verdade emocional.

2.3 Dopamina e redes sociais: o que acontece no cérebro diante de telas.

Compreender o sistema de recompensa do cérebro, especialmente a dopamina, é fundamental para entender como as redes sociais moldam o comportamento. A dopamina, neurotransmissor que motiva ações, sinaliza ao cérebro se uma experiência vale a pena ser repetida com base no prazer ou na expectativa de recompensa, reforçando comportamentos recompensadores. O uso constante das redes sociais pode se tornar compulsivo, comparável a vícios em substâncias químicas, ativando as mesmas vias dopaminérgicas e interpretando recompensas digitais como estímulos de valor biológico, mesmo sem benefício real para a sobrevivência.

A repetição desse ciclo pode causar "dessensibilização" do sistema de dopamina, exigindo cada vez mais estímulos para obter o mesmo nível de satisfação, em um processo relacionado à neuroplasticidade, que permite ao cérebro se adaptar e formar novas conexões neurais, inclusive para hábitos nocivos. O cérebro aprende o uso intenso e repetitivo das redes sociais como rotina, criando caminhos neurais reforçados, o que dificulta a quebra do ciclo e pode trazer prejuízos como declínio na concentração e foco, prejudicando o rendimento escolar, o desempenho profissional e a qualidade dos relacionamentos interpessoais, além de contribuir para o desenvolvimento de transtornos como ansiedade, insônia, irritabilidade e depressão, com o mundo offline perdendo o atrativo.

É crucial abordar as redes sociais como questão neuropsicológica complexa,

envolvendo funcionamento cerebral, identidade, emoções, hábitos e valores sociais, buscando estratégias conscientes de uso, como estabelecer horários, desativar notificações, usar aplicativos de monitoramento, praticar "jejum digital" e substituir o uso passivo por ativo, além de promover a educação emocional e neurocientífica, especialmente entre crianças e adolescentes, para capacitá-los a fazer escolhas mais conscientes e saudáveis, compreendendo como o cérebro responde aos estímulos das redes sociais e construindo uma relação de autonomia, não de dependência, com a tecnologia.

Conclusão

A análise dos impactos das redes sociais no comportamento humano revela um mundo digitalizado com consequências profundas e multifacetadas. A interação constante afeta a autoestima, a construção da identidade e a percepção do "eu", expondo a tensão entre autenticidade e a busca por validação externa, com as redes sociais operando como "espetáculo" moderno, moldando identidades e comportamentos, e exercendo pressão para adequação a padrões de beleza e sucesso, comprometendo a construção de uma identidade autêntica.

A relação entre consumo digital e neurociência evidencia a ativação do sistema de dopamina, resultando em hábitos compulsivos e potencial vício, com o uso excessivo afetando a concentração, aumentando a ansiedade e gerando insatisfação com o mundo real. A influência dos algoritmos e influenciadores molda o consumo, com esses criadores vendendo não apenas produtos, mas ideais de vida, gerando pressão sobre os seguidores. Promover a educação digital consciente e crítica é essencial para que os indivíduos se conectem de forma equilibrada e saudável, resgatando a autenticidade e o controle sobre a própria identidade, tanto no ambiente digital quanto no mundo real, educando a sociedade sobre como o uso equivocado das redes sociais pode moldar o comportamento social, buscando maximizar os benefícios da internet e mitigar seus malefícios.

Rodapé do Artigo

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.15	n.2	2024.1	e-ISSN: 2317-0220			
Realização:	Apoio:				Produção:			
								

Referências

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. ed. 01 Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

LEMBKE, A. O equilíbrio prazer-sofrimento. In: LEMBKE.A. **Nação dopamina: por que o excesso de prazer está nos deixando infelizes e o que podemos fazer para mudar**. 1. Ed. São Paulo: Vestígio, 2024. cap 3, p. 51 – 69.

JÁCOME, A et al. **Influenciadores digitais e os impactos no posicionamento de marcas e decisão de compra: um estudo da percepção das usuárias de Instagram**. *Temática, João Pessoa*, v. 16, n. 3, p. 20-33, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/51015>. Acesso em: 15 de Mar. 2025

PSICOFORMA. **A influência das redes sociais na autoestima e identidade dos jovens**. Disponível em: <https://www.psicoforma.ao/a-influencia-das-redes-sociais-na-autoestima-e-identidade-dos-jovens/>. Acesso em: 13 abr. 2025.

SILVA, Ana.; PRADO, Ana Lara; SOUZA, Luanna Serra. **A influência das mídias sociais na autoestima de adolescentes**. Anais do XVI Simpósio Nacional da ABCiber, 2023. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber16/paper/download/2306/1161>. Acesso em: 13 abr. 2025.

SOUZA, R. F.; TOZATTO, A. **Redes sociais e os impactos na formação da identidade dos adolescentes**. *Revista Sociedade Científica*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 5279-5294, nov. 2024. Disponível em: <https://show.scientificsociety.net/2024/11/redes-sociais-e-os-impactos-na-formacao-da-identidade-dos-adolescentes/> Acesso em: 02 de Abr. 2025

Rodapé do Artigo

Grupo de Pesquisa Texto Livre		Belo Horizonte	v.15	n.2	2024.1	e-ISSN: 2317-0220
Realização:	Apoio:					Produção:
						
						