**O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA AUTOESTIMA E AUTOIMAGEM DO USUÁRIO.**

Thalia Gonçalves Silva1, Stefania Cristina Ribeiro França2.

E-mail: thaliasilva2018@outlook.com.br

¹ Graduando, Centro Universitário do Cerrado Patrocínio, Psicologia, Patrocínio, Brasil; 2 Docente, Centro Universitário do Cerrado Patrocínio, Psicologia, Patrocínio, Brasil.

**Introdução**: A internet tornou-se comum entre a população, e com o crescimento do seu uso também aumentou a variedade de ferramentas disponíveis, como mídias sociais, perfis influenciadores e aplicativos. Os perfis de celebridades tornaram-se mais prevalentes nas mídias sociais, e a exposição a esse conteúdo aumentou o humor negativo e a insatisfação corporal ao visualizar imagens utópicas de viagens e estilo de vida frequentemente compartilhadas. Nesse sentido, acredita-se que, as mudanças culturais provocadas pelas mídias sociais, acarreta impactos negativos na autoestima dos usuários. **Objetivo:** investigar por meio de uma revisão sistemática de literatura como as mídias sociais afetam a autoestima de seus usuários. Observar se as mídias sociais interferem na autopercepção corporal, identificar se a comparação influencia no nível de satisfação consigo mesmo e compreender o impacto das mídias sociais no sentimento de inferioridade. **Metodologia:** Pesquisa de ordem qualitativa, descritiva e de procedimento técnico de revisão sistemática de literatura. Realizada a partir da análise de publicações contidas na base de dados Scielo, utilizando os descritores: mídias sociais, autoestima, autoimagem, imagem corporal, usuários e sentimento de inferioridade. Foram selecionados 07 artigos, entre os anos de 2008 a 2023, seguindo os critérios de inclusão e exclusão. **Resultados:** A baixa autoestima, pode ser agravada pelo que é frequentemente chamado de efeito rede social. Isso ocorre quando os usuários se comparam constantemente a influenciadores, que frequentemente apresentam vidas altamente incríveis, corpos "perfeitos" e realizações espetaculares. Essas comparações podem minar a autoestima, gerando sentimentos de inadequação e desvalorização pessoal. A pressão para atender aos padrões irreais também é evidente. Influenciadores e até mesmo amigos apresentam um ideal de beleza e sucesso que é muitas vezes inatingível. Os usuários sentem uma pressão constante para atender a esses padrões. **Conclusão:** O estudo contribuiu como um indicativo de que as mídias sociais influenciam negativamente na autoestima e saúde mental dos usuários. A regulamentação do tempo gasto nas redes sociais, a prática de desconectar-se ocasional e a busca de apoio de amigos, familiares e profissionais de saúde mental são maneiras importantes de mitigar os impactos negativos das redes sociais na autoestima e na saúde mental. Conclui-se que o manuseio excessivo das mídias sociais pode evidenciar prejuízos imensos na vida de cada sujeito, desde baixa autoestima a problemas psicológicos.

**Palavras-chave:** Mídias Sociais. Autoestima. Autoimagem. Sentimento de inferioridade.