Introdução

Através do preenchimento de um formulário online, fizemos 5 perguntas referentes a influência do uso da rede social Instagram na auto estima na vida dos usuários dessa rede.

Lançamos esse formulário em grupos de WhatsApp e pelo próprio Instagram

A era digital tem trazido novas maneiras de interação, especialmente através das redes sociais. O Instagram, uma plataforma predominante centrada na partilha de imagens e experiências, tem ganhado notoriedade nas discussões acadêmicas e sociais sobre seu impacto na autoestima dos usuários. Vários estudos ao redor do mundo têm explorado essa relação, evidenciando consequências diversas. Este artigo tem como objetivo avaliar o impacto do Instagram na autoestima dos brasileiros, usando dados previamente coletados em estudos internacionais e complementando com dados recentes coletados entre os brasileiros.

Desenvolvimento

Segundo Isabel Alfonso-Fuertes, Miguel Angel Alvarez-Mon, Rafael Sanchez del Hoyo, Miguel A Ortega, Melchor Alvarez-Mon e Rosa M Molina-Ruiz, em um estudo publicado em abril de 2023, foi analisada a relação entre o uso do Instagram e a autoestima, tendência a fazer comparações físicas e satisfação com a imagem corporal entre jovens adultos na Espanha. Foi constatado que participantes que passaram mais tempo no Instagram apresentaram níveis mais elevados de insatisfação corporal, maiores comparações de aparência física e menor autoestima. Além disso, o estudo indicou que o uso do Instagram está associado a uma pior satisfação com a imagem corporal e autoestima, mediado pela tendência de comparar a aparência física em relação à duração diária do uso do Instagram.

Foram elaboradas as seguintes perguntas :

1. Tempo gasto no Instagram:

Homens: A maioria dos homens (47%) gasta menos de uma hora por semana no Instagram.

Mulheres: O uso do Instagram entre as mulheres é mais diversificado, mas ainda 28% delas gastam menos de uma hora por semana.

Interpretação: As mulheres parecem gastar mais tempo no Instagram em comparação aos homens, o que poderia torná-las mais suscetíveis à influência do aplicativo em sua autoestima e saúde mental.

2. Comportamento no Instagram:

Homens: 58% dos homens nunca postam nada e apenas observam postagens de outros.

Mulheres: 23% das mulheres nunca postam nada, enquanto 40% postam muito pouco.

Interpretação: Os homens tendem a ser observadores mais passivos no Instagram em comparação às mulheres.

3. Tipo de conteúdo postado:

Ambos os gêneros postam mais Stories e fotos/imagens do que vídeos. No entanto, as mulheres (55%) postam Stories em maior proporção do que os homens (24%).

4. Insegurança ao postar:

Homens: 34% deixaram de postar fotos de si mesmos por inseguranças.

Mulheres: 73% evitaram postar fotos de si mesmas pelas mesmas razões.

Interpretação: As mulheres sentem mais pressão em relação à aparência no Instagram do que os homens.

5. Postar para mostrar uma vida melhor:

A maioria dos homens (47%) e das mulheres (58%) raramente ou nunca sentiram a necessidade de fazer postagens para mostrar uma vida mais interessante.

6. Relutância em postar com outras pessoas:

Homens: Apenas 8% evitaram postar fotos com outras pessoas muitas ou algumas vezes.

Mulheres: 19% evitaram postar fotos com outras pessoas pelos mesmos motivos.

Interpretação: Ambos os gêneros geralmente não sentem relutância em postar com outros, mas é mais comum entre as mulheres.

7. Comparação com os outros:

Homens: 18% dos homens sempre ou frequentemente se comparam com outros.

Mulheres: 24% das mulheres sempre ou frequentemente fazem o mesmo.

Interpretação: Ambos os gêneros se comparam com outros usuários, mas é ligeiramente mais comum entre as mulheres.

8. Sentir que está perdendo algo:

Homens: 24% dos homens sentem isso sempre ou frequentemente.

Mulheres: 29% das mulheres têm esses sentimentos com a mesma frequência.

Interpretação: A sensação de FOMO (Fear of Missing Out) é presente em ambos os gêneros, mas novamente, é mais comum entre as mulheres.

9. Curtidas e valor pessoal:

Homens: 44% acreditam, totalmente ou em grande parte, que curtidas refletem o valor de uma pessoa.

Mulheres: 27% acreditam nessa correlação fortemente.

Interpretação: Os homens parecem dar mais valor às métricas do Instagram como uma medida de valor pessoal em comparação às mulheres.

Considerações finais

Nosso formulário foi respondido por 76 mulheres e 78 homens de diferentes estados brasileiros.

Sabemos que trata-se de um estudo prévio. Porém, através dos dados dessa pesquisa pelo preenchimento do formulário , percebemos que existe um tempo maior preenchido por mulheres que os homens em relação ao uso do Instagram.

Percebemos que por mais que mulheres passem mais tempo na rede social Instagram. A percepção na influência do Instagram na auto estima dos usuários ocorre de forma similar entre os dois gêneros. Ou seja ; existe influência em ambos os gêneros em relação a auto estima e também em sua auto imagem de cada usuário.