



MANUELLA PODOLAN PUBLICO AGUIAR DOURADO

**OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA AUTOESTIMA DA
MULHER JOVEM-ADULTA E OS EFEITOS DELES SOBRE A
AUTOIMAGEM.**

Cuiabá/MT

2026

MANUELLA PODOLAN PUBLIO AGUIAR DOURADO

**OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA AUTOESTIMA DA
MULHER JOVEM-ADULTA E OS EFEITOS DELES SOBRE A
AUTOIMAGEM.**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Avaliadora do
Departamento de Psicologia, do Centro
Educativo FASPE, como requisito para
a obtenção do título de Bacharel em
Psicologia.

Orientador: Prof. Me. Arthur Martini.

Cuiabá/MT

2026

MANUELLA PODOLAN PUBLICO AGUIAR DOURADO

**OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA AUTOESTIMA DA
MULHER JOVEM-ADULTA E OS EFEITOS DELES SOBRE A
AUTOIMAGEM.**

Projeto de Pesquisa apresentado à Banca Avaliadora do Curso de Psicologia da Faculdade Fasipe Cuiabá - FFC – Cuiabá como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Aprovado em: ____/____/____

Professor(a) Orientador(a)
Departamento de Psicologia – FASIPE

Professor(a) Avaliador(a)
Departamento de Psicologia – FASIPE

Professor(a) Avaliador(a)
Departamento de Psicologia – FASIPE
Coordenador do Curso de Psicologia

CUIABÁ/MT

2026

DEDICATÓRIA

Dedico essa pesquisa primeiramente ao meu pai que mesmo por pouco tempo me ensinou a pensar sempre em uma nova opção e a entender a importância de não me importar com o padrão de vida que a sociedade atual nos ensina. Mas principalmente, a todas às mulheres que, em algum momento de sua vida, se sentiram aprisionadas – pelo sistema e por si mesma. Que a liberdade deixe de ser miragem e sim parte si mesma. Que não haja medo em não caber, transbordar e sentir. Que o estranho deixe de ser visto como ruim por ser algo novo.

AGRADECIMENTOS

- A Jesus que sempre me inspirou e através Dele e por meio Dele o hoje é possível.
- Às mulheres da minha família que sempre mostraram a força que uma mulher pode ter.
- Ao meu orientador, que me apoiou e incentivou para que este projeto alcançasse o êxito esperado.

EPÍGRAFE

“Qual o preço que se paga pela necessidade constante de validação externa? Até onde a sociedade do espetáculo vai pela busca inalcançável do padrão de beleza imposto pelos holofotes, tendo em vista que no pedestal da aprovação qualquer passo em falso é queda” — Juliana Schaunn, (2025).

DOURADO, Manuella Podolan Publio Aguiar. **Os impactos das mídias sociais na autoestima da mulher jovem-adulta e os efeitos deles sobre a autoimagem.** 2026. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso em Psicologia – Faculdade Fasipe.

RESUMO

A autoestima é uma avaliação subjetiva que influencia diretamente na saúde mental e na forma como o indivíduo toma suas decisões. Com o avanço das tecnologias e a popularização das mídias digitais, especialmente as redes sociais, houve uma transformação significativa na construção da identidade, afetando principalmente as mulheres, que enfrentam pressões sociais relacionadas à aparência e comportamento. A exposição a padrões estéticos irreais, promovidos por influenciadores e algoritmos, intensifica a comparação social e a busca por validação, podendo ativar áreas cerebrais ligadas à recompensa e gerar distorções cognitivas, ansiedade e transtornos da imagem corporal. Metodologicamente, este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e exploratória de abordagem qualitativa, fundamentada em uma revisão bibliográfica (GIL, 2002). O levantamento de dados foi realizado em bases como Scielo, Google Acadêmico e Manual MSD. O critério de seleção incluiu produções científicas em língua portuguesa publicadas nos últimos 10 anos, preservando obras clássicas de autores como Judith Beck e Augusto Cury. Diante disso, este trabalho propõe uma reflexão crítica sobre os efeitos psicológicos da exposição contínua às redes sociais, articulando conceitos como identidade, comparação social e transtornos da imagem corporal, com o objetivo de contribuir para uma compreensão mais ampla dos impactos das mídias digitais na autoestima feminina.

Palavras chave: Autoestima; Autoimagem; Transtornos Alimentares; Mídias Digitais, Padrões Estéticos e Neuropsicologia.

ABSTRACT

Self-esteem is a subjective evaluation that directly influences mental health and the way an individual makes decisions. With technological advancements and the popularization of digital media—especially social networks—there has been a significant transformation in identity construction. This shift primarily affects women, who face social pressures related to appearance and behavior. Exposure to unrealistic aesthetic standards, promoted by influencers and algorithms, intensifies social comparison and the search for validation. This process can activate brain regions linked to reward systems and generate cognitive distortions, anxiety, and body image disorders. Methodologically, this work is characterized as descriptive and exploratory research with a qualitative approach, grounded in a literature review (GIL, 2002). Data collection was conducted using databases such as SciELO, Google Scholar, and the MSD Manual. Selection criteria included scientific productions in the Portuguese language published within the last 10 years, while preserving classic works by authors such as Judith Beck and Augusto Cury. In light of this, this paper proposes a critical reflection on the psychological effects of continuous exposure to social media, articulating concepts such as identity, social comparison, and body image disorders, aiming to contribute to a broader understanding of the impacts of digital media on female self-esteem.

Keywords: Self-esteem; Self-image; Eating Disorders; Digital Media; Aesthetic Standards; Neuropsychology.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Dados da pesquisa da categoria A: Autoestima feminina.	33
Tabela 2 - Dados da pesquisa da categoria B: Padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários.	34
Tabela 3 - Dados da pesquisa da categoria C: Neuro-processos da autoimagem.	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Autoestima e autoimagem feminina.	35
Quadro 2 - Padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários.	38
Quadro 3 - Neuro-processos.	41

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
1.1.	Justificativa	14
1.2.	Problematização.....	15
1.3.	Hipótese.....	16
1.4.	Objetivos	17
1.4.1.	Objetivo geral	17
1.4.2.	Objetivos específicos.....	17
2.	REVISÃO DE LITERATURA	18
2.1.	Entre a autoestima e a autoimagem	18
2.2.	Estética contemporânea	21
2.3.	A influência algorítmica para o preço da aceitação.	22
2.4.	Distorções cognitivas.....	26
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	29
3.1.	Tipo de pesquisa	29
3.2.	Técnicas de coleta e análise de dados	30
4.	RESULTADOS.....	33
4.1.	Tabela 1 – Categoria A: Autoestima feminina.	33
4.2.	Tabela 2 – Categoria B: Padrões estéticos digitais e a influência algorítmica na identidade dos usuários.	33
4.3.	Tabela 3 – Categoria C: Neuro-processos.....	34
4.4.	Quadro 1 – Categoria A: Autoestima e autoimagem feminina.	34
4.5.	Quadro 2 – Categoria B: Padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários.	38
4.6.	Quadro 3 – Categoria C: Neuro-processos.....	41
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
	REFERÊNCIAS.....	54

1. INTRODUÇÃO

De acordo com o dicionário Aurélio, a origem da palavra *Autoestima* vem do termo grego *autós*, que significa 'a si próprio', combinado ao verbo latino *aestimare*, que quer dizer 'avaliar' ou 'dar valor'. Para a psicologia, é a avaliação subjetiva que uma pessoa faz de si mesma, levando em consideração sua vivência, sendo extremamente importante para a saúde mental, determinando como o indivíduo pode se relacionar com as tomadas de decisões necessárias em sua vida (Santos e Rodrigues 2023).

Na perspectiva de Camargo, Oliveira e Fitaroni (2025) o avanço tecnológico e a popularização das mídias digitais transformaram profundamente as formas de comunicação, interação e construção de identidade na sociedade contemporânea. Entre os grupos mais impactados por essa mudança estão as mulheres, que, historicamente, enfrentam pressões sociais relacionadas à aparência, comportamento e posicionamento público.

Rocha (2025), continua e destaca que esse uso exacerbado das mídias sociais, especialmente redes sociais, tem intensificado essas pressões, acarretando em uma constante exposição a padrões estéticos irreais, promovidos por influenciadoras digitais, filtros de imagens e algoritmos das redes sociais, tem contribuído significativamente para o aumento de quadros de distorções cognitivas, ansiedade e depressão entre mulheres. Essa exposição prolongada e idealizada da aparência física intensifica a comparação social e a busca por validação, o que pode desencadear transtornos relacionados à imagem corporal (ROCHA, 2025).

Machado (2024) destaca, com base em estudos de autores como Robbins e Everitt, que o descontrole de tais ferramentas digitais ativa áreas cerebrais relacionadas à recompensa e à autoavaliação, como o córtex pré-frontal medial e o núcleo accumbens. Esses sistemas neurobiológicos são os principais responsáveis pela mediação da sensação de prazer e pela regulação da autopercepção. Conforme os autores supracitados, o desequilíbrio dessa rede dopaminérgica impacta negativamente a autoimagem e a autoestima, gerando efeitos neuroquímicos e comportamentais comparáveis à dependência de substâncias psicoativas, como o álcool ou a metanfetamina.

Nesse contexto de vulnerabilidade, destacam-se patologias como o **Transtorno Dismórfico Corporal (TDC)**, no qual o indivíduo desenvolve comportamentos obsessivos voltados a supostos defeitos físicos, sustentados por uma visão deturpada de si (**APA, 2023**). Paralelamente, o ambiente digital atua como um agravante para transtornos alimentares severos, a exemplo da **Anorexia Nervosa (CID-10: F50.0)**, caracterizada pela manutenção de um peso patologicamente baixo através de privação alimentar ou exercícios extenuantes.

Somam-se a esse espectro a **Vigorexia (CID-10: F45.2)**, onde a busca obsessiva pela hipertrofia muscular leva à exaustão e ao consumo de substâncias prejudiciais, e a **Bulimia Nervosa (CID-10: F50.2)**. Esta última manifesta-se por ciclos de compulsão alimentar seguidos de métodos compensatórios inadequados, como o uso de laxantes ou vômitos autoinduzidos, na tentativa de neutralizar o ganho calórico (**APA, 2023**).

Esses quadros clínicos, descritos no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais – DSM-5, evidenciam como o ambiente digital pode atuar como um catalisador de transtornos psicológicos, especialmente entre mulheres jovens, que são mais vulneráveis às dinâmicas de comparação e validação social promovidas pelas redes (ROCHA, 2025).

Em estudo realizado com usuárias do Instagram, Camargo, Oliveira e Fitaroni (2025) identificaram que a população feminina busca, de forma crescente, um ideal estético distante e, em tese, inalcançável. Para os autores, a relação entre autoimagem e autoestima é um pilar essencial na construção da identidade, sendo continuamente moldada pelas interações interpessoais, pelo ambiente das redes sociais e pelas experiências subjetivas do indivíduo, afirmam Camargo, Oliveira e Fitaroni (2025). A interpretação errônea ou precipitada da realidade de outro sujeito pode gerar uma série de fatores negativos para a saúde mental do indivíduo, como sentimentos de insatisfação mental e corporal, fragilidade emocional onde acarreta em valores distorcidos tornando-se superficiais dentro da sociedade contemporânea (CAMARGO, OLIVEIRA E FITARONI, 2023).

Diante da crescente influência das mídias sociais na construção da identidade feminina, torna-se imprescindível compreender os impactos que essas plataformas exercem sobre a autoestima e a autoimagem da mulher. A Psicologia, enquanto ciência comprometida com o bem-estar e o desenvolvimento humano, oferece ferramentas teóricas e clínicas para analisar como a exposição contínua a padrões

estéticos irreais, reforçados por algoritmos e validações digitais, pode comprometer a percepção de si e gerar sofrimento psíquico. Este trabalho, portanto, propõe uma reflexão crítica sobre os efeitos psicológicos dessa dinâmica, investigando quais os impactos contribuintes para a desvalorização da autoestima em mulheres, comparação social, distorções cognitivas e transtornos relacionados à imagem corporal, com o objetivo de contribuir para uma compreensão mais ampla e sensível do fenômeno na contemporaneidade.

1.1. Justificativa

Segundo Erik Erikson em seu artigo sobre a Teoria Psicossocial e do Desenvolvimento, a adolescência é uma fase marcada por intensas transformações cognitivas, emocionais e físicas. Durante esse período é caracterizado uma busca intensificada pela identidade, independência e pertencimento, sendo considerado um momento crucial para o desenvolvimento da personalidade (RABELLO E PASSOS, 2018).

Durante a adolescência as relações interpessoais desempenham papel fundamental na formação da identidade do indivíduo, influenciando diretamente sua autoestima e percepção de pertencimento (COSTA, 2021). As primeiras redes sociais eram meios de comunicação com o foco em rede de amigos, com o intuito de criar perfis virtuais; públicos ou semi públicos disponibilizados por meio de listas de amigos.

Em 2015 os níveis em dependência tecnológica aumentaram, especialmente pelo alto consumo de *Smartphones*, sendo agora conectados com o desígnio de comunicação cada vez mais rápida tendo a maior frequência de uso Whatsapp e plataformas voltadas à exposição de estilo de vida como *Snapchat*, *Instagram*, *Twitter* e *Facebook* (COSTA, 2021 *apud* RINKER E BESSI 2015).

Nessas novas plataformas, a valorização da imagem e da popularidade, medida por curtidas e visualizações, passou a ter mais relevância do que o momento vivido em si. Essa mudança contribuiu para o crescimento da busca por padrões estéticos idealizados, gerando impactos significativos na saúde mental, passaram a apresentar com maior frequência sintomas ansiosos, depressivos, fobias sociais, isolamento sociais e comportamentos vingativos (SILVA, 2024)

A constante exposição a padrões estéticos irreais, promovidos por influenciadoras digitais, filtros de imagens e algoritmos das redes sociais, tem contribuído significativamente para o aumento de quadros de distorções cognitivas,

ansiedade e depressão entre mulheres. Essa exposição prolongada e idealizada da aparência física intensifica a comparação social e a busca por validação, o que pode desencadear transtornos relacionados à imagem corporal (ROCHA, 2025).

Diversos quadros clínicos relacionados à autopercepção e ao corpo são detalhados no **DSM-5**, destacando-se transtornos de imagem e alimentares como o **Transtorno Dismórfico Corporal (TDC)**, a **Anorexia** e a **Bulimia**. Essas condições, fundamentadas em uma visão distorcida de si, evidenciam a gravidade do impacto das pressões estéticas sobre a saúde mental, manifestando-se por meio de comportamentos obsessivos e disfuncionais em relação à própria aparência evidenciam como o ambiente digital pode atuar como um catalisador de transtornos psicológicos, especialmente entre mulheres jovens, que são mais vulneráveis às dinâmicas de comparação e validação social promovidas pelas redes (ROCHA, 2025).

Com base nas justificativas apresentadas, o presente Trabalho de Conclusão de Curso II pretende investigar os impactos que as redes sociais exercem sobre a autoestima feminina, bem como os efeitos provocados na construção da autoimagem, bem como identificar os fatores que levam à busca incessante — e, por vezes, inalcançável — por padrões estéticos e comportamentais, compreendendo como esses estímulos digitais influenciam a percepção que as mulheres desenvolvem sobre si mesmas.

1.2. Problematização

Segundo Camargo, Oliveira e Fitaroni (2025) a comparação entre a mulher está muito além de um padrão estabelecido por títulos como *magras X gordas*, visto que mulheres, independentemente de sua filiação religiosa, condição corporal ou pertencimento étnico-racial, estão sujeitas a essa pressão social. Os símbolos como a balança e o espelho são objetos que não medem somente o corpo, mas atribui o valor que a mulher possui e como a sociedade a vê, trazendo a ideia de que o foco principal do sujeito não é ser magra e sim ser aceita (SILVA, 2024).

Diante disso, essa relação da autoimagem e autoestima é vista como parte essencial para construção da identidade do sujeito, influenciada pelas relações interpessoais, redes sociais e por experiências subjetivas (SOUSA, 2021).

Foi realizada uma pesquisa pelos autores Camargo, Oliveira e Fitaroni (2025), que tiveram como desígnio descobrir os impactos psicológicos e a perpetuação de padrões estéticos irreais. Os pesquisadores notaram que mulheres que consomem

conteúdos sobre o estilo de vida de outras mulheres passaram a enfrentar problemas com autoestima e autoimagem. Segundo o relato da Influenciadora 2:

Eu sempre me comparava com outras mulheres nas redes sociais, e isso me levou a querer mudar o tempo todo. Só depois entendi que estava tentando me tornar outra pessoa, e não quem eu realmente sou.

(Influenciadora 2 *apud* CAMARGO; OLIVEIRA; FITARONI, 2025, p. 12).

Mulheres que demonstram interesse por essa busca incessável podem gerar uma série de fatores negativos para a saúde mental do indivíduo, como sentimentos de insatisfação mental e corporal, fragilidade emocional onde acarreta em valores distorcidos tornando-se superficiais dentro da sociedade contemporânea (SOUSA, 2021).

O uso excessivo das mídias sociais colabora negativamente para a autoestima e autoimagem das mulheres, intensificando sentimentos desagradáveis e distorções cognitivas em relação ao próprio corpo, gerando uma comparação descompensada entre o indivíduo e o outro. Com isso, favorecendo o desenvolvimento de transtornos psicológicos como ansiedade, depressão e distúrbios alimentares (CAMARGO, OLIVEIRA E FITARONI, 2023).

Contudo é importante destacar de que forma o uso excessivo das redes sociais pode contribuir para a desvalorização da autoestima em mulheres e quais distorções cognitivas podem surgir como consequência desse comportamento?

1.3. Hipótese

O uso excessivo das mídias digitais ativa áreas do cérebro ligadas à recompensa e à autoavaliação, como o córtex pré-frontal medial e o núcleo *accumbens*, influenciando negativamente a percepção corporal e a autoestima. Essa exposição constante a padrões estéticos irreais intensifica emoções negativas e distorções cognitivas sobre o próprio corpo, favorecendo comparações desequilibradas e contribuindo para o desenvolvimento de transtornos como ansiedade, depressão e distúrbios alimentares (MACHADO, 2024 *apud* ROBBINS & EVERITT 2007).

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo geral

Analisar os impactos contribuintes para a desvalorização da autoestima em mulheres e quais distorções cognitivas podem surgir como consequência desse comportamento.

1.4.2. Objetivos específicos

Entender a relação de autoestima e autoimagem nas redes sociais.

Destacar os estímulos digitais que influenciam para a percepção que as mulheres desenvolvem sobre si mesmas.

Compreender como o uso excessivo das mídias digitais influenciam o desejo feminino por padrões idealizados de beleza.

Explorar como a pressão estética promovida pela convivência social influencia a autoimagem feminina e contribui para o surgimento de transtornos alimentares.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Entre a autoestima e a autoimagem

Segundo a teoria do desenvolvimento de Erik H. Erikson, o autor observa que o sujeito constrói sua vida desde à infância, entretanto essa fase não pode ser considerada absolutamente fixa, uma vez que as crenças adquiridas nesse período tendem a ser modificadas ao longo dos anos em decorrência de experiências posteriores (RABELLO E PASSOS 2018).

A autora Sousa (2021) ressalta que os corpos são mutáveis e suscetíveis a transformações ocasionadas por doenças, hábitos alimentares ou avanços médicos e tecnológicos, sendo tais mudanças fundamentadas em processos de ordem social, histórica e cultural. Para Erikson a cada estágio que o indivíduo passa ocorre uma crise onde se origina o nome desse período. É extremamente importante que o sujeito passe por tais situações para que possa se desenvolver um desfecho positivo e negativo, sendo ele responsável por tornar a criança mais forte e o negativo que possibilita o sujeito ser frágil (RABELLO E PASSOS 2018).

Diante de todas as fases que a mulher passa iremos destacar à princípio a adolescência, onde mudanças físicas, emocionais, cognitivas e sociais ocorrem simultaneamente, pois foram adquiridas também com os estágios anteriores podendo ter desfechos positivos ou negativos, com isso destacamos que durante esse período a adolescente identifica o que é valorizado no mundo adulto, e por isso tenta ao máximo se adaptar ao mesmo (RABELLO E PASSOS 2018).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, os autores relatam que durante essa fase o indivíduo passa por uma chamada “*crise de identidade*”, onde o adolescente precisa de segurança diante à todas essas mutações. Neste momento surge a envoltura entre os grupos, emergindo a ideia de que agora outro grupo além do nicho familiar precisa apoiar seus pensamentos, gostos e sua identidade (RABELLO E PASSOS 2018).

De acordo com Silva (2024), a **autoestima** é identificada como um indicador da saúde mental do indivíduo onde aponta como o mesmo se sente mediante as interações afetivas, sociais e psíquicas. Com isso, o sujeito entende qual é o seu valor e seu papel na sociedade.

Hodiernamente, vivemos em uma sociedade de atores, onde os indivíduos são frágeis e precisam de validação externa quase que a todo momento, os autores Oliveira e Machado (2021), trazem à perspectiva que a influência cultural das mídias digitais e o mercado do consumismo é ligado juntamente com a indústria de corpos perfeitos, desse modo, definindo o que é um “padrão de beleza” ou de “vida perfeita” sempre haverá clientes para esse consumo.

A vida é vivida em um teto de vidro, exposta para todos que desejam ver, sendo um verdadeiro espetáculo de fragilidade e insegurança, tornando um show de atores que se baseiam na imagem escolhida por um outro alguém, excluindo os valores, bagagens históricas e a subjetividade de cada indivíduo, um processo de hegemonização para que todos estejam alinhados à “verdadeira” fonte de perfeição (OLIVEIRA E MACHADO, 2021)

A farsa do personagem para ser aceito perante a sociedade é identificada por sujeitos que vivem no modo artificial e precisam ocultar seus desejos e crenças. A história de vida e o que se criou durante todo esse processo são reprimidos para caberem dentro dessa arte mercadológica e tecnológica, reconstruindo uma identidade moldada ao padrão exigido pela sociedade, forjando uma espécie de adoração ao corpo em matéria para uma mercadoria. Sendo essencial para alcançar o ideal estético, abafando o sentir subjetivo, originar e o ser saudável (OLIVEIRA E MACHADO, 2021).

Indivíduos que estão expostos às comunidades sociais sendo elas virtuais ou por grupos físicas, podem sofrer com o se encontrar no outro, isso ocorre porque há uma troca de informações acarretando na criação de um vínculo onde estão propensos às emoções, vivências compartilhadas dando à percepção de serem aceitos em um nicho (COSTA, 2021).

Conforme Sousa (2021), o conceito de identidade relaciona-se à subjetividade do sujeito, trazendo a tona como o valor é primordial para ser a base do que a mesma possa enfrentar, como corpo estranho, diante da sociedade. Santos e Rodrigues (2023), demonstram que, sob a perspectiva dos pilares da autoestima, é fundamental que tais fundamentos estejam alinhados e operando corretamente para que ela se mantenha estável. Esse equilíbrio é essencial para que o indivíduo não seja afetado por padrões errôneos, os quais podem ser prejudiciais tanto à saúde mental quanto à saúde física.

Segundo Oliveira e Machado (2021), a sociedade contemporânea pondera alguém interessante, medindo o nível de exposição do mesmo, sobre o que se crê e vive. Portanto, a vida passa a ser um livro aberto para que todos possam ver, avaliar e opinar sobre o que se tem como certo ou errado. Entretanto, quem determina isso são os telespectadores online. Os autores destacam o papel importante que às mídias sociais exercem sobre a construção da autoimagem feminina, especialmente quando associado à exposição constante a padrões estéticos idealizados.

São vistas como sociedade do espetáculo, se concentram em holofotes e determinam o que é verdadeiro ou não, ressaltando que conforme o uso de tais plataformas podem sofrer diariamente mutações sobre esse padrão (COSTA, 2021). A cantora *Pitty*, lançou um álbum em 2003 dentre um dos discos destacamos o, “*Máscaras*” trazendo a reflexão de instigar o sujeito a mostrar-se para o mundo quem de fato o ele(a) é, sua história de vida, desejos reprimidos subtraindo às máscaras de mais um “*bonitinho*” em meio a tantos personagens iguais.

Apresentando a perspectiva de que o sujeito pode ser de fato quem é e que não há um problema em ser “*estranho ou bizarro*” visto que, o que define a autoimagem é a percepção do indivíduo sobre si, por que outras pessoas podem ditar o que é o correto de se vestir, pensar e ser? “*Tira, a máscara que cobre o seu rosto, se mostre e eu descubro se eu gosto, do seu verdadeiro jeito de ser (...)*” (*Máscara, Pitty, 2003.*)

É de suma importância mostrar e/ou relembrar o sujeito sobre como as tecnologias impactam na vida do ser humano, reitera-se que a vida ocorrida fora da internet também pode ser bela. “*Pense, fale, compre, beba, Leia, vote, não se esqueça, Use, seja, ouça, diga, Tenha, more, gaste, viva*” (*Admirável Chip Novo, Pitty, 2003.*)

A cantora relata acreditar ser viva como um parafuso fluido o qual pensava e agia de forma distinta perante a massa, detendo controle sobre si. É notório que a crítica feita à sociedade na obra é representada pelo sistema, *Pitty* aborda a pressão de uma vida perfeita por ser considerar alguém diferente. No entanto, mesmo detendo essa percepção, expõe acreditar ter se libertado das amarras impostas por esse padrão; embora pulsasse um coração, na realidade, tal pensamento já indicava sua reprogramação para enquadrar-se em outra massa (*Admirável Chip Novo, Pitty, 2003.*)

2.2. Estética contemporânea

Segundo Dicio (2025), o significado da palavra beleza vem com o objetivo de descrever o que é belo, qualidade, sentimento de êxtase e admiração ou prazer atrás dos sentidos inatos. Percebe-se que a palavra é subjetiva por precisar da percepção inata que o sujeito possui, onde é adquirido com experiências vividas, sendo assim, dando permissão para que cada indivíduo possa entender e ter sua própria consciência do que de fato é a beleza.

Hodiernamente, o ideal de beleza vem juntamente com procedimentos estéticos, remédios sem prescrições médicas e com uma pitada de distorção de autoimagem a fim de prolongar a juventude, tendo como meio quase obrigatório os procedimentos estéticos, busca-se evitar os sinais do tempo. Essa imposição social acaba por ditar que o envelhecimento deve ser combatido, transformando a aparência jovial em um critério de aceitação (SOUSA, 2021).

Nessa perspectiva, Camargo, Oliveira e Fitarini (2025), transmitem em sua composição a ideia de que o objetivo central do sujeito não é alcançar a magreza, mas sim conquistar aceitação, visto que mulheres magras também sofrem por esse padrão. Portanto, para a mulher não há uma preocupação com o que se perde para conquistar tal objeto, submetendo-se aos preceitos estéticos vigentes.

Historicamente, a mulher sofre uma pressão estética social para estar sempre bem vestida e saber portar-se perante os outros. Conduzindo perpetuamente a problemática de que a mulher precisa estar em contante estado de vigilância consigo mesma para que não erre de modo algum, seja em comunicação, vestimenta ou comportamentos (SOUSA, 2021).

A ideia patriarcal de que há um modo correto para que uma mulher possa ser vista é o que mantém à crença de muitas mulheres. O que sustenta tal argumento é justamente a inimizade propositalmente estabelecida entre elas, para que essa disputa pelo ideal de beleza transite do ato de ver-se como bela para *“por fim sou de fato escolhida”* (SOUSA, 2021).

Com essa argumentação é insustentável deixar de querer algo que seja de fato benéfico para a sua saúde mental e física, já que o único limite é estar viva. A autora destaca que as mulheres que buscam não se enquadrarem nesse padrão de busca incansável pela estética perfeita acabam excluídas por outras mulheres; estas as veem como figuras fracas ou traidoras por terem rompido o ciclo de um padrão

doentio, o qual provoca uma distorção intensa entre a imagem refletida no espelho, o que se sente e o que de fato se é (SOUSA, 2021).

Com o avanço das mídias digitais, a cultura da “verdade” é propagada pelos próprios usuários podendo sofrer alterações diariamente, fazendo com que o indivíduo se fixe em um ciclo vicioso para obter a recompensa de prazer. Visto que a oscilação produz no indivíduo uma variabilidade comportamental, instaura-se a dúvida sobre a efetiva aceitação ou a possibilidade de descarte a qualquer momento (COSTA, 2021).

Conforme o tempo de uso for aumentando mais o indivíduo sentem refúgio na plataforma digital, uma espécie de fuga da realidade, como um suporte emocional para os acontecimentos frustrados da vida cotidiana. A exposição corriqueira à essas plataformas em excesso permitem que indivíduo viva em uma transformação constante de novos receptores, podendo gerar transtornos de dependência tecnológica e desvalorização da autoestima (COSTA, 2021).

2.3. A influência algorítmica para o preço da aceitação.

Com o avanço tecnológico, a partir de 2002 foram criadas plataformas com o intuito de fornecer rede de amigos virtuais, expondo perfis virtuais; públicos ou semipúblicos apresentados como listas de amigos. Os dados coletados eram constituídos de formulários para associar os perfis de conhecidos à amigos e amigos de outros amigos. Todavia, os usuários estimaram o modo de uso e com menos de um ano a rede não suportou a quantidade de usuários e passou a ser necessário expandir para a criação de novas plataformas como My Space, Orkut e o Facebook (COSTA, 2021 *apud* AGUIAR 2007).

Em 2015 os níveis em dependência tecnológica aumentaram, especialmente pelo alto consumo de *Smartphones*, sendo agora conectados com o desígnio de comunicação cada vez mais rápida. Com isso, tendo a maior frequência de uso os apps como Whatsapp e plataformas voltadas à exposição de estilo de vida como *Snapchat*, *Instagram*, *Twitter* e *Facebook* (COSTA, 2021 *apud* RINKER e BESSI 2015).

Segundo Machado (2024), evidências encontradas em trabalhos de *Robbins & Everitt*, reforçam a ideia de que indivíduos que possuem uma carga horária exacerbada diante à exposição de telas, áreas cerebrais relacionadas à recompensa e à autoavaliação como o córtex pré-frontal medial e o núcleo accumbens, são

ativados exercendo um papel responsável pela liberação da sensação de prazer e pela regulação da percepção sobre si mesmo.

O córtex visual localizado no lobo occipital, especificamente à retina, células presentes captam os estímulos transformando informações visuais separando o que são cores, formas e movimentos com isso são levadas pelos neurotransmissores chegando para nós o que é uma imagem. Com isso, as imagens são enviadas ao córtex pré-frontal, onde são processadas juntamente com emoções, memórias para que o sujeito possa ter percepção e visualizar (Manual MSD, 2025).

Quando há desequilíbrio nesse sistema, indivíduos correm o risco de desencadearem um círculo vicioso sobre a dopamina recebida, acarretando em alterações sobre a autoimagem e a autoestima, podendo gerar impactos comparáveis aos provocados pelo uso de substâncias psicoativas, como álcool ou metanfetaminas, na vida do indivíduo (MACHADO, 2024).

Machado (2024), ao discutir a literatura existente, menciona resultados de *Robinson e Kolb* que apontam para indivíduos que possuem altos níveis de ansiedade está correlacionado com a interação contínua que os mesmos se dispõem aos web conjuntos digitais, isso ocorre por que o cérebro passa por alterações no circuito de transmissão de informações, ou seja, o cérebro compila memórias ao longo do tempo fazendo com que haja mutações de tamanhos nos neurônios que produzem o hormônio do prazer e motivação, à dopamina. Esse hormônio é responsável por transmitir a sensação de recompensa no indivíduo.

De acordo com Machado (2024), ao considerar achados de estudos clássicos como os da Dra. Anna Lembke, observa-se que é importante destacar a função imprescindível que a dopamina exerce sobre o cérebro, além dos fatores já citados acima, ela é responsável por modelar e remodelar os circuitos cerebrais, tendo o poder de influenciar o comportamento sendo uma grande aliada para criar hábitos ou excluí-los. Contudo, o desequilíbrio desse hormônio ocasiona no efeito contrário do mesmo, como à sensação insuficiente de felicidade, à anedonia.

A busca pelo prazer, ainda que momentâneo e rápida, constitui um dos fatores mais importantes para esse adoecimento psíquico; tal busca é tida como um valor que perpassa as telas e negligencia o saudável, visando apenas o alcance do 'seja feliz custe o que custar'. Mulheres que se recusam a perpetuar ou a aderir a esse padrão de vida são excluídas do núcleo de "Mulheres vencedoras", pois são classificadas como perdedoras (SOUSA, 2021).

Para ser aceita como uma mulher bonita e feliz, é importante que se pareça com o ideal de beleza que a sociedade impõe sobre você, sendo assim, procedimentos de riscos como, dietas restritivas e prejudiciais à saúde, procedimentos estéticos e a inibição do posicionamento pessoal acerca de determinados temas ocorre frequentemente, como um mecanismo de defesa para evitar questionamentos ou julgamentos externos (SOUSA, 2021).

Os autores, Silva, Franco e Soares (2023), detalharam alguns dos transtornos descritos no DSM-5 (Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais) em relação à busca insaciável pelo padrão de beleza. Entre os transtornos mais recorrentes está o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), caracterizado por uma percepção distorcida e negativa da própria aparência, levando o indivíduo a desenvolver comportamentos obsessivos em relação a supostos defeitos físicos (APA, 2023).

O sujeito passa a se ver de maneira distorcida do que se apresenta no reflexo, passam horas se observando para encontrar defeitos mesmo que mínimos para se “alimentar” da cultura da depreciação. A prevalência desse transtorno é de 2% e 3% das pessoas (Manual MSD, 2025).

Ademais, transtornos alimentares como a Anorexia (**CID-10: F50.0**), em que o indivíduo se mantém em um peso abaixo da normalidade por meio de jejuns prolongados ou prática excessiva de exercícios físicos, também são agravados por esse ambiente digital (APA, 2023).

Outro exemplo é a Vigorexia (**CID-10: F45.2**) classificada como parte da categoria *Dismórfico Corporal*, em que o desejo por um corpo musculoso se torna uma obsessão, levando à exaustão física e ao uso de substâncias nocivas. A Bulimia nervosa (**CID-10: F50.2**), por sua vez, é caracterizada por episódios de compulsão alimentar seguidos de comportamentos compensatórios inadequados, como vômitos autoinduzidos ou uso de laxantes, com o objetivo de evitar o ganho de peso (APA, 2023).

Esses quadros clínicos, descritos no DSM-5, evidenciam como o ambiente digital pode atuar como um catalisador de transtornos psicológicos, especialmente entre mulheres jovens, que são mais vulneráveis às dinâmicas de comparação e validação social promovidas pelas redes (ROCHA, 2025).

Não há preocupação com as consequências das decisões tomadas; influenciadores publicitam, a todo momento, laxantes, chás e dietas restritivas sem a

devida formação acadêmica ou atuação na área da saúde. Tais indicações ocorrem sem a realização de exames laboratoriais prévios para o monitoramento da reação do organismo a esses procedimentos (SOUSA, 2021).

De acordo com Sousa (2025), responsável pelo artigo “O marketing da dopamina: Como somos manipulados pelo prazer imediato” aponta técnicas utilizadas para estimular o consumo, como ofertas exclusivas com tempo limitado. Esses anúncios levam o cérebro a agir com urgência, transformando a compra em um ato emocional acarretando em sensações imediatas de prazer.

A autora identifica técnicas específicas empregadas para fomentar o comportamento consumista, a exemplo de promoções e ofertas exclusivas com prazos determinados. Tais anúncios mobilizam o cérebro a agir sob um senso de urgência, o que converte o ato da compra em uma resposta puramente emocional, reduzindo a ação do córtex pré-frontal e ativando sensações imediatas de prazer e satisfação. Outra tática é o *Storytelling*, que se compõe em enredos cativantes, organizados com introdução, desenvolvimento e conclusão, utilizam a sentimentalidade para propagar ideias, conectar-se com a audiência e alavancar o faturamento (SOUSA, 2025).

Além das reações psicológicas mencionadas, pessoas que permanecem vinculadas a essa perspectiva de mundo costumam apresentar uma queda acentuada na capacidade de foco. Para isso, são realizados estudos sobre as rotinas digitais e as inclinações de cada sujeito; alinhando os interesses dos influenciadores digitais aos do internauta, as páginas e redes sociais são configuradas premeditadamente. O objetivo é oferecer uma aparência e uma navegação mais veloz e prática, justificando as frequentes modificações no visual das plataformas (SOUSA, 2025).

Paralelo a isso, redes sociais como o Instagram utilizam o recurso de *Scroll Infinito*, projetando uma interface sem divisões para despertar o interesse pelo próximo conteúdo. Concomitantemente, a plataforma envia notificações imprevistas, transformando as interações — como curtidas, comentários e envios — em ferramentas que criam um laço afetivo ligado ao desejo de inclusão. Os sistemas são programados para fazerem o uso de inteligência artificial (AI), para mapear as particularidades de cada perfil, entregando postagens selecionadas que combinem com a do usuário. Com a finalidade de prolongar a permanência no aplicativo, tornando o uso cada vez mais impensado (SOUSA, 2025).

Tendo em vista que a imagem é o produto que mais se vende atualmente, o marketing para que isso funcione corretamente e cresça o índice do uso desses procedimentos e estilo de vida, influenciam desde à aparição do produto, propagandas sempre são divulgadas com uma mulher malhada, magra e feliz, induzindo inconscientemente que a chave para a felicidade existe um padrão específico, excluindo novamente a subjetividade do sujeito (SOUSA, 2025).

O estilo de vida é editado por aplicativos fazendo com que corpos sexualizados sejam expostos como parte do catálogo, cores vibrantes chamam atenção trazendo ao público à ideia de perfeição, mesmo que não sejam apenas representações de um “ideal de EU”, sendo apenas um papel como atores do espetáculo e não seres realistas (SOUSA, 2025).

2.4. Distorções cognitivas

Conforme Ramos et al. (2023), mediante à perspectiva neuropsicológica, à memória exerce um grande papel na perpetuação desse comportamento, será essencial para determinar que se repita ou não. Para chegar nesse processo é preciso aprendizagem e percepção. Assim como em filmes há uma equipe e direção por trás das câmeras para que cenas de terror sejam preparadas para assustarem e impactarem os telespectadores, ocorre nas mídias sociais. Vídeos, fotos e legendas com frases motivacionais são editados e programados para cumprirem o padrão esperado e imposto pela sociedade, que a vida seja sempre excelente (CURY, 2014).

O cérebro humano passa por diversos processos, em primeiro momento o indivíduo sente o sentimento vindo de um pensamento e em seguida a emoção, em menos de segundos é relido as memórias localizadas no sistema límbico, assim que o cérebro recebe às informações obtidas por interações sociais. Em questões de segundos as informações são captadas e transmitidas em outras informações, afirma RAMOS et al. (2023).

Ao longo da infância é estabelecido crenças que são ideias determinantes de como o indivíduo verá a si, os outros e o mundo. O sujeito cria dentro de si “verdades” que são absolutas sendo elas com teor negativos ou positivos, em primeira instância iremos destacar às crenças centrais que são responsáveis pela criação dos pensamentos disfuncionais (MARINHO, 2021).

Bem como, a crença de *Desamor* que pondera sob o indivíduo pensamentos de indignidade quanto ao recebimento de afeto, ocasionando em reflexões como “Se

eu não emagrecer, ninguém vai me amar” que se adequam à distorção cognitiva de *Catastrofização* (BECK 2022). Vale ressaltar que isso se aplica a todo indivíduo, contudo, não iremos relatar sobre as condições específicas aos transtornos de personalidade, pois fogem da ideia realística (BECK 2022).

Soma-se a isso, a crença de *Desvalor* que se manifesta por meio de pensamentos disfuncionais como a, *Desqualificação do positivo*, minimizar conquistas que ocorreram por achar triviais. *“Disseram que estou bonita só por educação”*. Bem como, à crença de *Desamparo*, indivíduos que possuem essa crença enraizada apresentam comportamentos relacionados à ineficácia e fragilidade, na qual o sujeito se sente desprovido de recursos para mediar as demandas cotidianas, enfrentar adversidades ou estabelecer mecanismos de autoproteção (BECK 2022).

Demonstram pensamentos como, *“Nunca consigo me sentir bonita, nada funciona”* transformar um evento isolado negativo em algo como regra para todos os outros, aplicar rótulos negativos e generalizados a si mesmo ou aos outros, sendo classificado como *Generalização* (BECK 2022).

É fundamental que o indivíduo se mantenha atento para não se tornar refém das próprias emoções, impedindo que estas o controlem e determinem o seu estado de ânimo. Augusto Cury, (2014) apresenta à ideia de que para uma mente saudável é necessário que o sujeito resgate o domínio do psiquismo, quando o sequestro emocional ocorre o indivíduo não está em condições para ter respostas perspicazes.

Quando o sujeito está em um momento delicado é notório observar pensamentos como *“me sinto culpado por isso”*, *“nada vai fazer com que eu me sinta mais bonita”*, podem ser aplicados quando a mulher se sente inferior à outras mulheres, por não estar no ideal de beleza que se é proposto, desse modo os pensamentos disfuncionais se instalam abrindo margem para outros.

Podemos observar à presença das distorções cognitivas, listadas por Judith S. Beck (BECK 2022), na busca pelo 'ideal estético' muitas vezes fundamenta-se em padrões de pensamento disfuncionais. Tais fenômenos alinham-se às distorções cognitivas, sendo frequentemente externalizados por expressões como: *“Ou estou perfeita, ou estou horrível”* pertencente ao Pensamento Dicotômico, caracterizado com às expressões de *“tudo ou nada”*, onde o sujeito vê apenas os extremos, bom ou ruim. *“Todos estão me julgando por não ter o corpo ideal”* Visto como, *Leitura mental*, o indivíduo crê que outras pessoas estão pensando ou caçoando sobre ela, sem haver provas concretas.

“*Sou feia e inadequada*” descrito como Rotulação que consiste em, não observar a subjetividade de cada um, atribui um rótulo negativo e fixo a si mesmo e aos outros. “*Só consigo lembrar daquele comentário negativo*” é utilizado como Filtro mental, focando somente nos pontos negativos desconsiderando os pontos positivos. Também o Raciocínio emocional, acreditar que o que se sente é uma verdade absoluta. “*Me sinto feia, então devo estar horrível*” pensamento com ideia punitiva de Deveria/Devo por não ter saído como esperado, “*Eu deveria ter o corpo igual ao dela*”.

Portanto, nota-se que é imprescindível que a Psicologia enquanto campo de atuação na prevenção e manutenção da saúde mental do indivíduo deve investigar soluções para servir de auxílio no tratamento de mulheres que se preocupam constantemente em se adequar o padrão de beleza imposto pela sociedade, visto que tal prática gera a busca incessável pela perfeição a qual se modifica diariamente (MARINHO, 2021).

Dentre às inúmeras técnicas, Judith Beck (2022), traz algumas que podem ser aplicadas. Tais como, Registro de *Pensamentos Disfuncionais (RPD)*, onde a finalidade é a identificação e reestruturação de pensamentos automáticos juntamente com crenças cognitivas disfuncionais implicadas na gênese e manutenção do sofrimento psíquico (MARINHO, 2021).

Também como, *Questionamento Socrático*, utiliza-se à técnica instruída pelo diálogo, onde o terapeuta realiza perguntas abertas estimulando a reflexão e pensamento crítico do paciente, fazendo com que o sujeito encontre suas próprias respostas (MARINHO, 2021). Geralmente quando o paciente é exposto à reflexão assertiva, as emoções, comportamentos e reações fisiológicas do sujeito podem sofrer modificações (MARINHO, 2021).

Ademais, *Seta descendente*, tendo o objetivo de identificar crenças centrais por meio de perguntas específicas buscando saber o significado de um pensamento (Marinho, 2021). Por fim, retomar à identidade do indivíduo fazendo com que ele perceba à própria subjetividade, estimulando o enfrentamento de problemas sendo aplicado também à técnica de *Valores Centrais* (MARINHO, 2021).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. Tipo de pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo descritivo, de abordagem qualitativa, desenvolvido por meio de revisão bibliográfica. Esse delineamento foi escolhido por possibilitar a compreensão dos impactos das mídias sociais sobre a autoestima e a construção da autoimagem feminina a partir da análise crítica do conhecimento científico já produzido. Segundo Gil (2002), a pesquisa bibliográfica constitui um procedimento fundamental para a produção do conhecimento científico, pois permite reunir, analisar e interpretar estudos previamente publicados sobre determinado tema, oferecendo sustentação teórica para a investigação.

A abordagem qualitativa mostrou-se adequada aos objetivos deste estudo por possibilitar a compreensão dos significados, das experiências e das relações estabelecidas em torno dos fenômenos sociais e psicológicos. Conforme Flick (2008), esse tipo de pesquisa busca interpretar os fenômenos em seus contextos naturais, valorizando a compreensão das experiências humanas e das múltiplas dimensões que compõem a realidade social.

No âmbito da Psicologia, a pesquisa bibliográfica representa uma estratégia importante para integrar evidências produzidas em diferentes estudos, favorecendo a articulação entre teorias, conceitos e resultados empíricos. De acordo com Shaughnessy, Zechmeister e Zechmeister (2012), o rigor metodológico depende da coerência entre o problema de pesquisa, os objetivos estabelecidos e os procedimentos utilizados, assegurando maior consistência às interpretações e conclusões obtidas.

O levantamento bibliográfico foi realizado por meio de buscas no Google Acadêmico, na biblioteca eletrônica SciELO, em repositórios institucionais, livros e obras de referência relacionadas à Psicologia, saúde mental, gênero e comunicação digital. Para a localização das publicações foram utilizados termos de busca como autoestima feminina, autoimagem, mídias sociais, influência digital, pressão estética, comparação social, padrões de beleza e neuropsicologia. Conforme Lakatos e Marconi (2021), a pesquisa bibliográfica exige levantamento sistemático das fontes, seleção criteriosa do material e análise crítica das informações, permitindo a construção de um referencial teórico consistente.

Foram incluídos artigos científicos, dissertações, teses, livros e demais produções acadêmicas que apresentassem fundamentação científica consistente e contribuíssem para a compreensão do objeto investigado. Em contrapartida, foram excluídas publicações sem relação direta com os objetivos da pesquisa ou que não apresentassem rigor metodológico suficiente.

O recorte temporal compreendeu publicações entre os anos de 2016 e 2026, considerando a necessidade de reunir evidências recentes acerca das transformações promovidas pelas mídias sociais. Excepcionalmente, foram mantidas obras clássicas consideradas relevantes para a fundamentação dos conceitos discutidos, contribuindo para a contextualização histórica e teórica do fenômeno investigado.

A pesquisa assumiu caráter descritivo por buscar identificar, organizar e interpretar conhecimentos produzidos acerca da influência das mídias sociais sobre a autoestima e a construção da autoimagem feminina, sem intervenção direta sobre o fenômeno estudado. Segundo Gil (2002), pesquisas descritivas têm como finalidade observar, registrar, analisar e interpretar as características de determinado fenômeno, ampliando sua compreensão e fornecendo subsídios para novas investigações.

3.2. Técnicas de coleta e análise de dados

O levantamento do material bibliográfico foi realizado a partir de critérios de inclusão e exclusão previamente estabelecidos, com o objetivo de selecionar estudos cientificamente relevantes e compatíveis com os objetivos desta pesquisa. Conforme Lakatos e Marconi (2021), a definição desses critérios contribui para a organização sistemática da investigação e para a confiabilidade das informações utilizadas na construção do conhecimento científico.

Foram incluídos artigos científicos publicados em periódicos indexados, dissertações, teses, monografias, Trabalhos de Conclusão de Curso e livros que abordassem temas relacionados à autoestima feminina, autoimagem, mídias sociais, comparação social, pressão estética, distorções cognitivas, neuropsicologia e outros aspectos psicológicos envolvidos na construção da percepção de si.

O recorte temporal contemplou publicações entre os anos de 2016 e 2026, considerando que esse período reúne estudos produzidos durante a consolidação das mídias sociais como importante fenômeno social e psicológico. Excepcionalmente, foram mantidas obras clássicas consideradas essenciais para a fundamentação conceitual da pesquisa, possibilitando integrar referenciais históricos e conhecimentos

científicos contemporâneos, conforme recomendam LAKATOS E MARCONI (2021).

As buscas foram realizadas por meio do Google Acadêmico, da biblioteca eletrônica SciELO, de repositórios institucionais e de acervos bibliográficos físicos, utilizando termos relacionados ao objeto investigado. Segundo Shaughnessy, Zechmeister e Zechmeister (2012), a seleção das fontes deve manter coerência com o problema de pesquisa e com os objetivos propostos, favorecendo a validade das interpretações produzidas.

Foram excluídas publicações que não apresentavam relação direta com os objetivos da pesquisa, estudos voltados exclusivamente ao marketing digital, publicidade ou métricas de engajamento sem análise dos impactos psicológicos, bem como resumos simples, notas informativas, artigos de opinião, materiais duplicados e trabalhos que não apresentassem procedimentos metodológicos claramente descritos. Também foram excluídos estudos direcionados exclusivamente ao público masculino ou à população idosa, considerando que esta investigação tem como foco mulheres jovens e adultas. Entretanto, pesquisas envolvendo adolescentes do sexo feminino foram incluídas quando seus resultados contribuíam para compreender o desenvolvimento da autoestima e da autoimagem ao longo do ciclo vital.

Após a seleção das publicações, realizou-se inicialmente uma leitura exploratória, seguida de leitura analítica dos estudos selecionados. Esse procedimento possibilitou identificar os principais conceitos, resultados e contribuições apresentados na literatura, favorecendo uma compreensão aprofundada do fenômeno investigado. Conforme Gil (2002), a leitura exploratória e a leitura analítica constituem etapas essenciais da pesquisa bibliográfica, permitindo ao pesquisador organizar e interpretar criticamente o material selecionado.

A análise das informações fundamentou-se na abordagem qualitativa, priorizando a interpretação dos significados presentes nos estudos e a articulação entre os diferentes referenciais teóricos. Segundo Yin (2016), a pesquisa qualitativa busca compreender os fenômenos em seus contextos naturais, valorizando a análise interpretativa e a integração das evidências obtidas ao longo da investigação.

A organização dos resultados ocorreu por meio da categorização temática, fundamentada nos princípios da análise de conteúdo descritos por Bardin (2016). De acordo com a autora, a categorização consiste no agrupamento de informações que compartilham características comuns, favorecendo a sistematização e a interpretação dos dados. A partir desse procedimento, foram estabelecidas três categorias de

análise: autoestima feminina; padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários; e neuroprocessos relacionados à autoimagem. Posteriormente, os resultados foram organizados em tabelas e quadros comparativos, possibilitando a síntese dos principais achados e sua discussão crítica à luz da literatura científica.

4. RESULTADOS

Os resultados da pesquisa foram sistematizados em um quadro, organizado de acordo com as três categorias definidas neste estudo: Autoimagem e Estetização, Algoritmos e a influência do mesmo sobre a identidade do sujeito e Neuropsicologia. Esse quadro reúne os principais achados dos artigos selecionados, facilitando a visualização das informações e proporcionando uma compreensão mais clara dos aspectos abordados por cada autor.

4.1. Tabela 1 – Categoria A: Autoestima feminina.

A Tabela 1 a seguir, consiste-se na organização das fontes selecionadas para a Categoria A, que abrange os conhecimentos sobre os aspectos da Autoestima Feminina diante da exposição tecnológica. Desenvolveram-se no encontro de 11 produções diante de livros, artigos e teses de TCC, foram selecionados 05 e excluídos 06 por não se enquadrarem aos critérios estabelecidos para a presente revisão.

Tabela 1 - Dados da pesquisa da categoria A: Autoestima feminina.

Fonte	Quantidade Visualizada	Quantidade Utilizada
Google Acadêmico	10	4
Psicologias em Movimento	1	1
Livros físicos	0	0

Fonte: Própria autora (2026).

4.2. Tabela 2 – Categoria B: Padrões estéticos digitais e a influência algorítmica na identidade dos usuários.

A Tabela 2 expõe-se na ordem de fontes eleitas para a Categoria B, que incorpora os estudos sobre os componentes da problemática estética estabelecida pela sociedade atual, onde manifestam-se por meio dos padrões sociais vigentes pela sociedade contemporânea, juntamente com à influência dos algoritmos na sociedade contemporânea, especialmente no que se refere à formação de padrões na identidade e comportamento do indivíduo.

Foram encontradas 07 produções a partir da análise de livros, artigos e trabalhos de conclusão de curso (TCC). Dentre essas, foram selecionadas 03 e excluídas 04, por não atenderem aos critérios previamente estabelecidos para o estudo em desenvolvimento.

Tabela 2 - Dados da pesquisa da categoria B: Padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários.

Fonte	Quantidade Visualizada	Quantidade Utilizada
Google Acadêmico	2	2
Revista Brasileira de Ciências Humanas.	1	1
Livros físicos	1	0

Fonte: Própria autora (2026).

4.3. Tabela 3 – Categoria C: Neuro-processos.

A Tabela 3 demonstra, na disposição estabelecida, as fontes indicadas para a Categoria C, a qual reúne estudos voltados aos processos neuropsicológicos envolvidos na formação e consolidação da autoimagem, especialmente no que se refere à interação entre fatores cognitivos, emocionais e sociais. Foram encontradas 12 produções a partir da análise de livros, artigos e trabalhos de conclusão de curso (TCC). Dentre essas, 07 foram selecionadas e 05 excluídas, por não corresponderem aos critérios previamente estabelecidos para a pesquisa em curso.

Tabela 3 - Dados da pesquisa da categoria C: Neuro-processos da autoimagem.

Fonte	Quantidade Visualizada	Quantidade Utilizada
Google Acadêmico	9	3
DSM - 5	1	1
Livros físicos	2	2
Livros Online	1	1

Fonte: Própria autora (2026).

4.4. Quadro 1 – Categoria A: Autoestima e autoimagem feminina.

O quadro sistematizado a seguir relata sobre os 5 artigos selecionados que abordam sobre como a Autoestima e Autoimagem Feminina foi/é desenvolvida na vida

da mulher, trazendo com base uma linha do tempo, desde à infância até mesmo a fase adulta. Dessa forma, a seleção bibliográfica priorizou obras que transcendem a análise puramente orgânica, permitindo uma compreensão holística da autoestima feminina. Ao excluir abordagens estritamente técnico-biológicas, esta pesquisa assegura o foco nas interações entre o psiquismo, o comportamento e as pressões sociais.

Quadro 1 - Autoestima e autoimagem feminina.

Autor	Tema	Ano	Principais Resultados
CAMARGO, OLIVEIRA e FITARINI.	A influência das redes sociais na autoimagem feminina: impactos psicológicos e perpetuação de padrões estéticos irreais.	2025	O presente artigo tem como objetivo analisar a influência das redes sociais na construção da imagem e da autoestima feminina, ressaltando, de modo especial, os impactos psicológicos e a perpetuação de padrões estéticos considerados reais. A investigação concentra-se em cinco categorias centrais: autoestima, autoimagem e cooperação social; corpo ideal, pressões estéticas e insatisfação corporal; impactos psicológicos decorrentes do uso das redes sociais; e, por fim, a representação da beleza feminina na plataforma TikTok.
SANTOS E RODRIGUES	Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem.	2023	A pesquisa tem como desígnio destacar os impactos sociais, psíquicos e fisiológicos que o uso exacerbado das redes sociais pode causar no indivíduo, aplicando as

			contribuições da Terapia Cognitivo-Comportamental como ferramentas e técnicas para o enfrentamento desse uso. Além disso, o estudo aborda a excessividade e a dependência das redes sociais, com o propósito de estudo de devolver às pessoas a autonomia sobre sua autoestima, promovendo maior equilíbrio e bem-estar.
SOUSA	Padrões estéticos hegemônicos, mídia, doenças da beleza e psicologia clínica na sociedade brasileira contemporânea.	2021	Publicação acadêmica tem como finalidade examinar o papel do(a) psicólogo(a) clínico(a) na assistência a mulheres que manifestam insatisfação em relação à aparência corporal, bem como na prevenção dos chamados “transtornos da beleza” na sociedade brasileira contemporânea. Para tanto, adotou-se uma abordagem qualitativa de pesquisa.
OLIVEIRA e MACHADO.	O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo.	2021	O artigo presente problematiza a percepção corporal de jovens perante a ditadura da beleza contemporânea, investigando o peso das mídias na consolidação de suas personalidades. Através de um suporte metodológico

			qualitativo e da aplicação de diálogos semiestruturados. O exame dos depoimentos, amparado pela técnica de Bardin, revela que a arquitetura da identidade juvenil se encontra intrinsecamente ligada à exposição nas redes. O diagnóstico final aponta que a perseguição por um padrão físico inalcançável denuncia a volatilidade das conexões humanas na atualidade, alertando para os riscos à saúde mental decorrentes da obsessão pela validação estética.
RABELLO e PASSOS	Erikson e a Teoria Psicossocial do Desenvolvimento	2018	A obra em questão de Rabello e Passos aborda a Teoria Psicossocial do Desenvolvimento de Erik Erikson, destacando como ele ampliou a psicanálise clássica ao deslocar o foco das pulsões inconscientes para as funções adaptativas do ego e a influência do contexto sociocultural. Os autores detalham o ciclo vital dividido em oito estágios, nos quais o indivíduo enfrenta crises entre polaridades positivas e negativas — como "Confiança

			versus Desconfiança" ou "Identidade versus Confusão" — que resultam no fortalecimento ou fragilização da personalidade conforme a resolução de cada conflito.
--	--	--	---

4.5. Quadro 2 – Categoria B: Padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários.

Os principais achados derivados dos 4 estudos selecionados para a Categoria B - estão compilados no Quadro 2, o qual detalha as evidências encontradas sobre as correlações entre o uso de redes sociais e o comportamento feminino. A síntese apresentada expõe o conteúdo dos artigos que evidenciando como as mídias digitais manipulam e rotulam a identidade dos usuários. Nesse sentido, a triagem dos estudos consistiu em analisar como as plataformas utilizam algoritmos para captar a atenção dos indivíduos, valendo-se de designs estratégicos que tornam o público feminino vulnerável a esses mecanismos de engajamento. Contudo, foram excluídos os artigos que não se enquadravam no escopo central deste quadro ou que divergiam dos objetivos temáticos estabelecidos.

Quadro 2 - Padrões estéticos digitais e influência algorítmica na identidade dos usuários.

Autor	Tema	Ano	Principais Resultados
COSTA	O impacto das redes sociais na saúde mental: um estudo sobre a relação entre o uso excessivo de redes sociais e o sofrimento psíquico em usuários da internet.	2021	O presente trabalho investiga a relação entre o uso exacerbado das redes sociais e o surgimento de sofrimento psíquico, destacando como a cultura da "vida editada" e a busca incessante por aprovação digital impactam negativamente a saúde mental dos usuários. Por meio de uma revisão bibliográfica, a autora

			discute fenômenos como a ansiedade, a depressão e a distorção da autoimagem, argumentando que a mediação tecnológica das relações sociais muitas vezes substitui conexões autênticas por interações baseadas em métricas de vaidade. Enfatiza a análise sobre a comparação social constante facilitada por plataformas como o Instagram; a autora enfatiza que, ao se depararem com recortes de realidades idealizadas e corpos inalcançáveis, os indivíduos tendem a desenvolver um profundo sentimento de inferioridade e insatisfação com a própria trajetória real, o que consolida o ambiente digital como um potente gatilho para transtornos contemporâneos.
ROCHA	O uso excessivo de redes sociais e seus impactos na saúde mental de adolescentes do sexo feminino.	2025	A produção científica possui como requisito examinar os impactos do uso excessivo das redes sociais sobre a saúde mental de adolescentes do sexo feminino, considerando aspectos relacionados a gênero, autoestima e imagem corporal. A análise incorpora a compreensão de como a

			adolescência, marcada por mudanças ideológicas e emocionais próprias dessa fase, influencia a forma como as jovens vivenciam suas particularidades. Nesse contexto, discute-se de que modo o uso exacerbado das redes sociais pode repercutir negativamente na saúde mental dessas adolescentes.
SILVA	“Espelhos digitais”: mulheres, autoestima e comportamentos nas mídias sociais.	2024	A publicação destaca que os ambientes virtuais, em muitas circunstâncias, exercem influência desfavorável sobre a autoestima e a saúde emocional feminina, uma vez que propagam modelos de beleza e estilos de vida inatingíveis. Essa dinâmica gera comparações prejudiciais, sentimentos de inferioridade e, em situações mais críticas, pode culminar em sofrimento psicológico. Traz a ideia da busca pela juventude como um dos pilares do material de estudo. O intuito deste estudo é investigar os efeitos do uso das mídias sociais no comportamento e na autoestima das estudantes.

SILVA, FRANCO e SOARES.	Efeito do Instagram na construção da imagem corporal em mulheres.	2023	Este estudo tem como propósito central analisar de que maneira as redes sociais, em especial o Instagram, influenciam a construção da imagem corporal de indivíduos do gênero feminino. A partir dessa perspectiva, busca-se compreender os impactos dessa dinâmica na saúde mental. A discussão insere o capitalismo como elemento que fomenta desigualdades psíquicas relacionadas aos corpos, evidenciando ainda os transtornos que podem ser desenvolvidos com o uso contínuo da plataforma.
--------------------------------	---	------	--

4.6. Quadro 3 – Categoria C: Neuro-processos.

A estruturação apresentada no Quadro 3 sistematiza 7 obras que evidenciam a neuropsicologia extraídas dos estudos da Categoria C, detalhando como os neuro-processos subjacentes à atenção e à recompensa são modulados por estímulos digitais e impactam o circuito dopaminérgico. Além disso, o quadro apresenta classificações de transtornos correlatos, bem como métodos para identificação e modificação de pensamentos disfuncionais, descrevendo, por fim, técnicas de ativação comportamental.

Quadro 3 - Neuro-processos.

Autor	Tema	Ano	Principais Resultados
CURY	Proteja sua emoção.	2014	Este estudo tem como escopo primordial discutir a proteção da emoção enquanto

			habilidade indispensável contra o adoecimento mental na contemporaneidade. Nesse sentido, defende-se que o 'Eu' deve assumir a gestão da mente, impedindo que fatores externos e cobranças sociais controlem a subjetividade e a qualidade de vida do indivíduo.
DSM -5	Manual diagnóstico e estatístico de Transtornos mentais - 5ª edição.	2014	Possui à finalidade central de oferecer um sistema com uma linguagem comum e padronizada para o diagnóstico de transtornos mentais, garantindo consistência e confiabilidade tanto na prática clínica quanto em pesquisas científicas; sua abrangência inclui critérios diagnósticos detalhados, níveis de gravidade, características associadas e orientações de tratamento para uma ampla gama de condições, enquanto sua estrutura organiza os transtornos em categorias específicas — como os do neurodesenvolvimento, esquizofrenia, transtornos bipolares, depressivos, de ansiedade, entre outros — permitindo uma classificação clara e sistemática que facilita a

			comunicação entre profissionais e o avanço do conhecimento na área da saúde mental.
JUDITH BECK	Terapia Cognitivo - Comportamental: Teoria e Prática (3ª Edição, 2022, Artmed)	2022	A obra reúne os princípios centrais da TCC e os traduz em estratégias aplicáveis ao cotidiano clínico. O livro explica como identificar e modificar pensamentos disfuncionais, descreve técnicas de ativação comportamental e enfatiza a importância da relação terapêutica como base para o sucesso do tratamento. Além disso, oferece exemplos práticos, exercícios para casa e orientações que ajudam o terapeuta a estruturar sessões eficazes, tornando-se um manual essencial.
MACHADO	A busca excessiva do prazer e a influência do algoritmo no adoecimento neuropsicológico.	2024	O presente estudo científico tem como foco principal investigar e compreender o funcionamento do circuito dopaminérgico, bem como a maneira pela qual o uso contínuo e excessivo pode levar à dependência das redes sociais. Além disso, abordam-se os sintomas apresentados pelos indivíduos dependentes, tais como quadros depressivos

			e ansiosos, o uso de linguagem específico dessas plataformas e o consequente adoecimento psíquico.
MARINHO	A influência dos padrões de beleza socialmente impostos na autoestima das mulheres: contribuições da psicologia cognitivo-comportamental.	2021	Sob a ótica da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC), este estudo analisa como os padrões estéticos impostos socialmente e reforçados pela mídia consolidam crenças nucleares de desvalor nas mulheres. A pressão por modelos ideais gera distorções cognitivas e pensamentos disfuncionais que negligenciam a individualidade, fragmentando a autoestima feminina de forma sistemática. Diante desse cenário, a pesquisa examina a aplicação de técnicas específicas da TCC, como a reestruturação cognitiva e o desafio de crenças limitantes, visando mitigar o adoecimento psíquico decorrente da busca por uma perfeição inalcançável.
SOUSA	O Marketing Da Dopamina: Como Somos Manipulados Pelo Prazer Instantâneo.	2025	A presente investigação examina como o marketing moderno recorre aos mecanismos cerebrais para guiar o comportamento de consumo, utilizando a

			dopamina como ferramenta central na fidelização de clientes. O estudo analisa o papel desse neurotransmissor no ambiente digital, detalhando as estratégias de neuromarketing que aceleram a tomada de decisão e potencializam a interatividade por meio de algoritmos de recompensa imediata. Além disso, explora-se como a arquitetura das interfaces influencia diretamente o engajamento dos utilizadores. O manuscrito destaca, ainda, o contraste entre o sucesso comercial e riscos como a dependência tecnológica e o enfraquecimento do autocontrole, reforçando a necessidade de equilibrar a inovação tecnológica com a ética e a responsabilidade social.
RAMOS, RAMOS, CAVALCANTE, LIMA E SANTOS.	Relação entre o cérebro humano e o comportamento: um olhar neuropsicológico.	2023	A presente investigação examina como a neuropsicologia, ao investigar a interdependência entre o funcionamento cerebral e as manifestações comportamentais, torna-se essencial para a compreensão

			da conduta humana. Sob essa ótica, o estudo analisa o encéfalo como um sistema de alta complexidade, resultante da evolução biológica, capaz de processar estímulos do ambiente externo. Esse intercâmbio é mediado por vias neuronais que conectam o Sistema Nervoso Periférico (SNP) ao córtex, convertendo impulsos sensoriais em funções cognitivas superiores. Por intermédio de uma revisão bibliográfica, esta pesquisa evidencia a relevância da disciplina para a área da saúde, destacando sua atuação estratégica em programas de reabilitação e na restauração de processos neuropsicológicos comprometidos.
--	--	--	---

Para atingir o objetivo geral deste trabalho, busca-se analisar os fatores que contribuem para a desvalorização da autoestima feminina, bem como identificar as distorções cognitivas que emergem como consequência desse processo. A discussão será pautada em um referencial teórico pertinente à fundamentação da problemática proposta, examinando como essa depreciação impacta a vida psíquica da mulher. Visando fundamentar o debate acerca dos impactos dos padrões de beleza socialmente construídos na autoestima das mulheres, expõem-se, de início, os principais subsídios teóricos coletados durante a pesquisa documental sobre a tese.

No que se refere à dúvida norteadora deste estudo, entende-se, mediante as pesquisas realizadas, que os efeitos do uso excessivo das plataformas digitais vão

muito além da busca inalcançável pelo corpo magro; trata-se do desejo de serem aceitas e até mesmo escolhidas. Isso ocorre uma vez que mulheres magras e de múltiplas identidades étnico-raciais encontram-se vulneráveis a esse padrão social (SILVA, 2024).

Dentro desta mesma perspectiva, a pressão por esse padrão ideal vinda de outras mulheres — sendo elas enraizadas em uma sociedade machista — torna-se um grande aliado na desvalorização e no sequestro da subjetividade feminina, rotulando o que deve ser vestido, calçado e até mesmo sentido (SOUSA, 2021).

Rabello e Passos (2018), destaca em sua obra a importância das fases do desenvolvimento do ser humano, afirmam que sob a ótica de Erik Erikson, é compreendido como um processo contínuo de construção identitária no qual as vivências da infância, embora estruturantes, não assumem um caráter determinista.

Conforme postulam Rabello e Passos (2018), a personalidade é dinâmica; experiências tardias possuem o potencial de remodelar crenças e comportamentos consolidados nos primeiros estágios do ciclo vital. Essa neuroplasticidade converge com a perspectiva de Sousa (2021), que enfatiza a mutabilidade dos corpos e das subjetividades frente aos avanços tecnológicos, novos hábitos e, sobretudo, aos atravessamentos de ordem social e cultural.

Essa interdependência entre o sujeito e o meio torna-se latente na transição para a adolescência, fase delimitada pela crise Identidade x Confusão de Papéis. De acordo com Rabello e Passos (2018), durante o período da adolescência, o sujeito busca segurança em meio a profundas transformações biopsicossociais, tentando integrar os desfechos das crises pregressas para adaptar-se às expectativas do mundo adulto. Nesse estágio, ocorre o deslocamento do nicho familiar em direção aos grupos de pares; o jovem demanda o suporte de coletivos que validem suas afinidades e pensamentos, buscando um sentimento de pertencimento que sustente sua autoimagem em formação.

A resolução desses conflitos, contudo, não é linear. Para Rabello e Passos (2018), trazem a perspectiva de que para Erikson, cada estágio apresenta uma polaridade: o desfecho harmonioso do conflito fortalece a estrutura do ego e favorece a aquisição de virtudes, ao passo que um desfecho desequilibrado pode torná-lo mais vulnerável perante as pressões da sociedade. Assim, a identidade emerge não como um produto acabado, mas como uma síntese provisória entre as capacidades individuais e o reconhecimento conferido pela sociedade.

Para Santos e Rodriguês (2023) e Silva (2024), a autoestima é edificada pela tríade da autopercepção cognitiva, projeção da autoimagem, gratificação intrínseca e pelo domínio da resolutividade pessoal. Em termos gerais, a autoestima consiste na relação direta entre o estado de afetividade do sujeito e sua inserção nos âmbitos sociais e psíquicos, configurando-se como um pilar intrinsecamente vital para a saúde mental.

Nesse contexto, os autores, Santos e Rodriguês (2023), complementam e evocam a definição da Organização Mundial da Saúde (OMS), que compreende a saúde mental como um estado de bem-estar no qual o indivíduo reconhece suas próprias capacidades e demonstra aptidão para lidar com as tensões cotidianas, ainda que estas gerem desconfortos.

Em concordância Sousa (2021), Oliveira e Machado (2021), entendem que o público feminino atravessa diversas fases de desenvolvimento, entre as quais a adolescência se destaca como um marco crucial para a estruturação da autoimagem e para o fortalecimento da autoestima. Silva (2024) corrobora que nesse estágio, as transformações físicas, biológicas e sociais tornam-se mais acentuadas, exigindo que o indivíduo seja incentivado a desenvolver segurança em suas convicções. Tal suporte é fundamental para que a mulher, ao atingir a fase jovem-adulta, não seja negligenciada por conflitos remanescentes da adolescência, como a crise de identidade típica desse período formativo.

Sob essa lógica, os autores Sousa (2021), Oliveira e Machado (2021) e Silva (2024) desenvolvem a ideia central de que a sociedade contemporânea corrobora a desvalorização da autoimagem do sujeito, visto que o processo de hegemonização ocorre da adolescência à fase adulta. Todavia, dedica-se ênfase à etapa da maturação. Dentro dessa perspectiva, propaga-se a concepção de que as mulheres devem atingir a felicidade a qualquer custo, tendo como pilar de uma vida ideal o culto ao corpo, o que converte a mulher neste contexto em peça fundamental para a manutenção do capitalismo e do sexismo.

Segundo Silva (2024), a depreciação da autoimagem inicia-se com o descontentamento pessoal, sendo a abdicação da própria identidade vista como um requisito para a integração em uma sociedade pautada pela imagem. Sob essa ótica, o compartilhamento de fragmentos de uma vida idealizada por meio de plataformas digitais, torna-se, prioritário frente à construção da trajetória real da mulher. Costa (2021) e Silva (2024) demonstram convergência ao estabelecerem que se cria uma

aliança pautada na identificação mútua, na qual a aceitação, ainda que simulada, torna-se o principal objetivo das interações.

Os autores Sousa (2021) e Silva, Franco e Soares (2023), retratam a cultura da magreza como um dos pilares para a expectativa de gênero feminino, visto que, a necessidade de ser aceita faz com que não haja preceitos para alcançar tal ideal. De outro modo, Camargo, Oliveira e Fitarini (2025), retratam a ideia de que a problemática está associada em aceitação visto que mulheres magras também sofrem com a pressão estética deste padrão. Nesse contexto, nota-se a adesão a procedimentos cirúrgicos invasivos e dietas restritivas, ainda que tais práticas comprometam a integridade da saúde física e psíquica.

A busca incessante pelo ideal estético abrange a negação do envelhecimento, uma vez que as rugas são manifestações biológicas inerentes ao ciclo de vida humano. Conforme detalhado por SILVA, FRANCO E SOARES (2023) e pela APA (2023). O Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), que atinge entre 2% e 3% da população (Manual MSD, 2025), ilustra a distorção da autoimagem. Esse cenário é agravado por patologias como a Anorexia Nervosa (F50.0), a Bulimia Nervosa (F50.2) e a Vigorexia (F45.2), cujos quadros são intensificados pela exposição a conteúdos digitais que incentivam restrições alimentares e o consumo de substâncias prejudiciais sem acompanhamento profissional (SOUSA, 2021).

Mediante as evidências de Ramos et al. (2023) reiteram a centralidade do cérebro, destacando-o como um dos órgãos primordiais a se desenvolverem durante o período gestacional. Este sistema coordena funções complexas como a atenção, a percepção e a linguagem, além de regular a motricidade — tanto em nível sináptico quanto nas respostas do sistema parassimpático. Os autores enfatizam, ainda, o papel da memória afetiva, que atua de forma decisiva na consolidação de comportamentos, servindo como o critério biológico que determina a repetição ou a extinção de determinadas condutas.

No que se refere à dinâmica algorítmica, Machado (2024) e Sousa (2025), compactuam da cosmovisão de que o circuito dopaminérgico atua como mantenedor dentro do processo de memória em relação ao condicionamento do comportamento humano, sendo um elemento determinante na consolidação ou na extinção de padrões comportamentais.

Enquanto Machado (2024) pormenoriza a dinâmica do sistema de recompensa cerebral, elucidando a reação do organismo diante do processamento e da

transmissão de dados, Sousa (2025) demonstra como o marketing converte esse mecanismo biológico em um motor para o consumismo e a dependência tecnológica. Segundo a autora, essa exploração ocorre por meio de táticas de comunicação visual e recursos de interface, tais como o Scroll Infinito, que desperta uma curiosidade ininterrupta; as Notificações Inesperadas, que fomentam laços afetivos e o senso de pertencimento; e a Inteligência Artificial (IA), que mapeia perfis individuais para oferecer conteúdo customizados, visando prolongar a permanência do usuário na plataforma (SOUSA, 2025).

Ramos et al. (2023) corroboram a tese de que o cérebro humano opera através de um fluxo complexo de processamento: ao receber estímulos das interações sociais, o indivíduo experimenta um sentimento derivado de um pensamento, seguido por uma resposta emocional imediata. Nesse breve intervalo, o sistema límbico acessa memórias preexistentes para validar a experiência. Complementando essa visão sob a ótica da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC). A autora, Marinho (2021), fundamenta-se que a conduta do indivíduo é moldada pela sua estrutura interpretativa. Dessa forma, não é o evento isolado que dita a reação comportamental, mas o filtro cognitivo através do qual o evento é processado.

As autoras Beck (2022) e Marinho (2021) convergem ao categorizar as crenças adquiridas durante à infância configuram-se como ideias determinantes sobre o self, o mundo e o outro, funcionando como "verdades absolutas" que podem apresentar teor positivo ou negativo como às crenças de Desamor, Desvalor e Desamparo.

Beck (2022) aponta que a crença de Desamor predispõe o indivíduo a pensamentos de indignidade afetiva, frequentemente associados à distorção de Catastrofização. Em paralelo, a crença de Desvalor manifesta-se pela desqualificação do positivo, onde o sujeito minimiza conquistas próprias, enquanto o Desamparo reflete uma autopercepção de fragilidade e ineficácia diante das demandas da vida cotidiana (BECK, 2022).

No que tange à busca pelo "ideal estético", observa-se que os padrões de beleza impostos pela sociedade são processados através de distorções cognitivas. Beck (2022) destaca em seu manuscrito o Pensamento Dicotômico ("tudo ou nada"), a Leitura Mental — onde se pressupõe o julgamento alheio sem evidências — e a Rotulação, que fixa rótulos negativos e imutáveis à própria identidade. Marinho (2021) reforça que essa busca incessante pela perfeição estética, que é mutável e inalcançável, exige que a Psicologia investigue soluções voltadas à prevenção e

manutenção da saúde mental feminina o que corrobora com problemática central desta tese.

A operacionalização do tratamento, sob a ótica da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC), fundamenta-se na reestruturação dessas cognições. Judith Beck (2022) propõe o uso do Registro de Pensamentos Disfuncionais (RPD) como ferramenta para identificar e modificar pensamentos automáticos. Essa técnica é complementada pelo Questionamento Socrático e pela Seta Descendente, métodos que, segundo Marinho (2021), utilizam o diálogo e perguntas específicas para que o próprio paciente identifique o significado de seus pensamentos e alcance suas próprias respostas.

A eficácia dessas intervenções reflete-se na modificação das reações fisiológicas, emocionais e comportamentais do sujeito. Ao ser exposto à reflexão assertiva, o indivíduo consegue retomar sua identidade e perceber sua subjetividade (MARINHO, 2021). A convergência entre as obras reside na compreensão de que o enfrentamento dos problemas e a aplicação de técnicas voltadas aos Valores Centrais são essenciais para que o sujeito não se torne refém de suas emoções e recupere o domínio sobre seu funcionamento psíquico.

Dessa forma, evidencia-se que os autores analisados confirmam a hipótese e objetivos desta pesquisa, ao indicarem que a compreensão do sofrimento relacionado à autoimagem feminina exige, primeiramente, o reconhecimento dos estímulos externos que interferem na construção da autopercepção. Observa-se que o uso contínuo das comunidades sociais atua como um catalisador para o desejo por padrões de beleza irreais, criando uma pressão estética que não apenas fragiliza a autoimagem, mas também serve como terreno fértil para transtornos alimentares.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, esta pesquisa teve como objetivo principal compreender os impactos que a utilização exacerbada das mídias digitais pode favorecer o declínio da autoimagem feminina e quais são os prejuízos no processamento cognitivo emergem como resultado dessa conduta. Os resultados encontrados demonstram que o uso descomedido das redes de interconexões virtuais gera uma falsa convivência virtual, acarretando sensações de afinidades artificiais por meio das rotinas e gostos similares.

Ademais, tal associação é feita amplamente pela despersonalização e alienação da mulher o que comprova o reflexo da necessidade de aceitação. Enfatiza-se que à autoimagem exerce uma função indispensável para a personalidade do sujeito, entretanto, deve ser respeitado a história e preferências do indivíduo dentro de sua condição psíquica, visando assim, o contentamento pessoal e saudável.

A literatura analisada também evidencia que, a estrutura da internalização da rivalidade feminina, sendo marcada pela competição para ser escolhida e/ou aceita, onde a disseminação da misoginia submetida por meio da “valorização e feminilidade” da mulher. Uma vez que a imposição de um estilo de vida ocorre morre a prevenção e manutenção da autoimagem e autoestima. Para além disso, torna-se então esse movimento catalisador de deletérios ao longo do tempo, como a descrença de si mesmo.

Dessa forma, confirma-se a hipótese desta pesquisa de graduação ao constatar que a hiper estimulação das vias dopaminérgicas é mediada pelo núcleo accumbens e pelo córtex pré-frontal consolidando-se em um ciclo de dependência de validação externa que compromete a saúde mental feminina.

A presente monografia revisada demonstra que a construção das comunidades virtuais não apenas promove a comparação social ascendente, mas altera quimicamente a percepção de si. Esse desequilíbrio está intrinsecamente aliado às distorções cognitivas que ocorrem diante do modo de como o sujeito percebe a situação vivida e não de modo isolada o que corrobora com a psicologia, especificamente a Terapia Cognitiva Comportamental.

Adiciona-se ainda, que em casos demasiadamente conflitantes atuam como o gatilho primordial para o desenvolvimento de quadros psicopatológicos, validando a

premissa de que a exposição digital desenfreada é um fator de risco determinante para a eclosão de transtornos alimentares e de humor.

No que tange às suas contribuições, este estudo reitera a relevância de intervenções terapêuticas pautadas na interdisciplinaridade, unindo diferentes campos do conhecimento para uma prática mais abrangente, principalmente psicologia, neurociência e o marketing digital.

Desse modo, entre o abismo da autocrítica e o porto seguro da autoestima, percebe-se que praticar a aceitação fundamenta-se na desarticulação das distorções cognitivas e na desconstrução de afinidades artificiais que sustentam a dependência virtual. Nesse cenário, a atuação da psicologia viabiliza a transição da vulnerabilidade para a resiliência ao reconectar a paciente com sua história e preferências reais. Conclui-se que a saúde mental é preservada através de uma identidade sólida, capaz de coexistir com as redes sociais de forma saudável.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Anorexia Nervosa (CID-10: F50.0)**. In: AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. p. 338-343. Disponível em: <https://membros.analysispsicologia.com.br/wp-content/uploads/2024/06/DSM-V.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2026.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Bulimia Nervosa (CID-10: F50.2)**. In: AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. p. 345-350. Disponível em: <https://membros.analysispsicologia.com.br/wp-content/uploads/2024/06/DSM-V.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2026.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Dismorfia Muscular/Vigorexia (CID-10: F50.2)**. In: AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. p. 243. Disponível em: <https://membros.analysispsicologia.com.br/wp-content/uploads/2024/06/DSM-V.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2026.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Transtorno Dismórfico Corporal (CID-10: F45.22)**. In: AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. p. 242-247. Disponível em: <https://membros.analysispsicologia.com.br/wp-content/uploads/2024/06/DSM-V.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2026.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 1977.

BECK, Judith S. **Terapia Cognitiva: Teoria e Prática**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2022.

CAMARGO, Camila Ribeiro; OLIVEIRA, Maria Eduarda Duarte Bezerra de; FITARONI, Juliana Batista. **A influência das redes sociais na autoimagem feminina: impactos psicológicos e perpetuação de padrões estéticos irreais**. Revista Psico, Univag, v. 3, n. 1, 2025. Disponível em: <https://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/Psico/article/view/1958/1870>. Acesso em: 20 out. 2025.

CURY, Augusto. **Proteja sua emoção**. São Paulo: Gold Editora, 2014

COSTA, Thayane Souza. **O impacto das redes sociais na saúde mental: um estudo sobre a relação entre o uso excessivo de redes sociais e o sofrimento psíquico em usuários de internet**. 2021. 53 f. Monografia (Bacharelado em Psicologia) – Curso de Psicologia, Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco (UNDB), São Luís, 2021. Disponível em:

<http://repositorio.undb.edu.br/bitstream/areas/625/1/THAYANE%20SOUZA%20COSTA.pdf>. Acesso em: 25 março 2026.

DICIONÁRIO AURÉLIO. **Etimologia da palavra autoestima. Origem da Palavra.** Disponível em: <https://origemdapalavra.com.br/pergunta/autoestima/>. Acesso em: 20 out. 2025.

GIL, Antonio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

KOLLER, Silvia H.; COUTO, Maria Clara P. de Paula; HOHENDORFF, Jean Von (Orgs.). **Manual de produção científica.** Porto Alegre: Penso, 2014.

LAURENTI, Carolina; LOPES, Carlos E.; ARAUJO, Saulo F. (Orgs.). **Pesquisa teórica em psicologia: aspectos filosóficos e metodológicos.** São Paulo: Hogrefe, 2016.

MACHADO, Flávia Adjuto. **A busca excessiva do prazer e a influência do algoritmo no adoecimento neuropsicológico.** Inhumas: Universidade Estadual de Goiás, 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia). Disponível em: <https://repositorio.ueg.br/jspui/handle/riueg/7018>. Acesso em: 20 out. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 8. ed. Atualização: João Bosco Medeiros. São Paulo: Atlas, 2019.

MARINHO, D. S. **A influência dos padrões de beleza socialmente impostos na autoestima das mulheres:** contribuições da psicologia cognitivo-comportamental. Goiânia: Repositório Institucional Unicambury, 2021. Disponível em: <https://unicambury.com.br/biblioteca/>. Acesso em: 8 abr. 2026.

MAZUCATO, Thiago (Org.); ZAMBELLO, Aline Vanessa; SOARES, Alessandra Guimarães; TAUIL, Carlos Eduardo; DONZELLI, Cleivaldo Aparecido; FONTANA, Felipe; CHOTOLLI, Wesley Piante. **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico.** Penápolis: FUNEP, 2018.

OLIVEIRA, Michelle Rodrigues de; MACHADO, Jacqueline Simone de Almeida. **O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo.** Ciência & Saúde Coletiva, v. 26, n. 7, p. 2663-2672, jul. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/JJ44yNWRLnvgVKknD3RPQkk/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 08 abr. 2026.

PITTY. **Admirável Chip Novo.** Intérprete: Pitty. In: **Admirável Chip Novo.** Rio de Janeiro: Deckdisc, 2003. 1 arquivo de áudio. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=W4-G-itMgjl&list=RDW4-G-itMgjl&start_radio=1. Acesso em: 30 jun. 2026.

PITTY. **Máscara**. Intérprete: Pitty. In: **Admirável Chip Novo**. Rio de Janeiro: Deckdisc, 2003. 1 arquivo de áudio. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aXJ_Ub1xbhw&list=RDW4-G-itMgjl&index=2. Acesso em: 30 jun. 2026.

RABELLO, E.T. e PASSOS, J. S. **Erikson e a teoria psicossocial do desenvolvimento**. Disponível em: <http://www.josesilveira.com>. Acesso em: 08 de abril de 2026.

RAMOS, Maria do Socorro de Oliveira; RAMOS, Maria Aparecida de Oliveira; CAVALCANTE, Rosimeire Simões Chaves; LIMA, Maria Regina de Sousa; SANTOS, Hilda Nogueira dos. **Relação entre o cérebro humano e o comportamento**: um olhar neuropsicológico. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 291-303, maio 2023. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/9607>. Acesso em: 4 mar. 2026.

ROCHA, Beatriz Hirano da. **O uso excessivo de redes sociais e seus impactos na saúde mental de adolescentes do sexo feminino**. Revista Brasileira de Ciências Humanas, v. 1, n. 2, 2025. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/1001641/1/o-uso-excessivo-de-redes-sociais-e-seus-impactos-na-saude-mental-de-adolescentes-do-sexo-feminino.pdf>. Acesso em: 20 out. 2025.

SANTOS, Tânia Cristina Alves dos; RODRIGUES, Karen Lúcia Abreu. **Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 9, n. 3, 2023. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/8724/3482>. Acesso em: 20 out. 2025.

SCHAUNN, Juliana. **No pedestal da aprovação...** In: COMOVER_SE. Instagram: @comover_se, 29 set. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DPMRAkrjahN/>. Acesso em: 30 jun. 2026.

SHAUGHNESSY, John J.; ZECHMEISTER, Eugene B.; ZECHMEISTER, Jeanne S. **Metodologia de pesquisa em psicologia**. 9. ed. Tradução: Ronaldo Cataldo Costa. Revisão técnica: Maria Lucia Tiellet Nunes. Porto Alegre: AMGH, 2012.

SILVA, Dayanne Cristina da; FRANCO, Bruno Fiuza; SOARES, Fernanda Romano. **Efeito do Instagram na construção da imagem corporal em mulheres. Psicologias em Movimento**, v. 3, n. 1, 2023. Disponível em: <http://www.revistas.unifan.edu.br/index.php/RevistaSEPsicologias/article/view/1040>. Acesso em: 20 out. 2025.

SILVA, Nephtys Verissimo. **“Espelhos digitais”: mulheres, autoestima e comportamentos nas mídias sociais**. 2023. Disponível em: <https://dspace.sti.ufcg.edu.br/handle/riufcg/39642>. Acesso em: 20 out. 2025.

SOUSA, Andressa Alves de. **Padrões estéticos hegemônicos, mídia, doenças da beleza e psicologia clínica na sociedade brasileira contemporânea**. Brasília:

Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, 2021. Monografia (Graduação em Psicologia). Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/15842>. Acesso em: 20 out. 2025.

SOUSA 2220995, Lara. ***O marketing da dopamina: Como somos manipulados pelo prazer instantâneo***. The Trends Hub, Porto, v. 1, n. 5, 2025. DOI: 10.34630/tth.v1i5.6208. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/trendshub/article/view/6208>. Acesso em: 8 abr. 2026.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Tradução: Daniel Bueno. Revisão técnica: Dirceu da Silva. Porto Alegre: Penso, 2016.