

# A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOIMAGEM FEMININA: IMPACTOS PSICOLÓGICOS E PERPETUAÇÃO DE PADRÕES ESTÉTICOS IRREAIS

Camila Ribeiro Camargo <sup>1</sup>

Maria Eduarda Duarte Bezerra de Oliveira <sup>2</sup>

Juliana Batista Fitaroni <sup>3</sup>

## RESUMO

Este estudo explora a influência das redes sociais na construção da autoimagem e autoestima feminina, destacando seus impactos psicológicos e a perpetuação de padrões estéticos irreais. Com uma abordagem qualitativa, o trabalho adota métodos exploratórios, explicativos e documentais, e utiliza o método hermenêutico-dialético para análise. A coleta de dados incluiu uma revisão de literatura em bases acadêmicas e a análise de conteúdos postados por influenciadoras digitais. O estudo foca em cinco categorias principais: autoestima e autoimagem, comparação social e corpo ideal, pressões estéticas e insatisfação corporal, impactos psicológicos do uso das redes sociais, e representação da beleza feminina no *TikTok*. Os resultados indicam uma correlação entre o uso excessivo dessas plataformas e a insatisfação corporal, principalmente entre mulheres jovens. O trabalho conclui que, embora as redes sociais sejam ferramentas de expressão pessoal, elas também reforçam padrões de beleza prejudiciais à saúde mental. Esse cenário é potencializado pelo ciclo de validação externa, em que as usuárias se veem pressionadas a atender expectativas estéticas, levando a transtornos como ansiedade, depressão e distúrbios alimentares. Além disso, aponta-se o papel dessas plataformas na comercialização do corpo feminino, promovendo ideais estéticos restritivos e excludentes. Diante disso, o estudo sugere intervenções educativas e regulatórias para mitigar esses efeitos nocivos. Reforça-se a importância da conscientização e da promoção de uma autoimagem mais inclusiva e crítica, capaz de romper com os padrões irreais propagados nas redes sociais.

**Palavras-chave:** Redes Sociais; Autoimagem; Insatisfação Corporal; Padrões de Beleza.

## ABSTRACT

This study explores the influence of social media platforms on the construction of female self-image and self-esteem, highlighting their psychological impacts and the perpetuation of unrealistic beauty standards. Using a qualitative approach, the study employs exploratory, explanatory, and documentary methods, adopting a hermeneutic-dialectical analysis. Data collection included a literature review from academic databases and an analysis of content posted by digital influencers. The research focuses on five main categories: self-esteem and self-image, social comparison and the ideal body, aesthetic pressures and body dissatisfaction, psychological impacts of social media use, and the representation of female beauty on TikTok. The results indicate a correlation between excessive use of these platforms and body dissatisfaction, particularly among young women. The study concludes that while social media can be tools for personal expression, they also reinforce beauty standards that are harmful to mental health. This situation is intensified by a cycle of external validation, where users feel pressured to meet aesthetic expectations, leading to disorders such as anxiety, depression, and eating disorders. Furthermore, the study identifies the role of these platforms in the commodification of the female body, promoting restrictive and exclusionary beauty ideals. In this context, the study suggests educational and regulatory interventions to mitigate these harmful effects. It emphasizes the importance of raising awareness and promoting a more inclusive and critical self-image capable of breaking away from the unrealistic standards propagated on social media.

**Keywords:** Social Media; Self-image; Body Dissatisfaction; Beauty Standards.

<sup>1</sup> Graduanda em Psicologia pela UNIVAG. E-mail: camilacamargocr@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda em Psicologia pela UNIVAG. E-mail: mariaedboliveira@gmail.com

<sup>3</sup> Docente do curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande - UNIVAG

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o avanço das redes sociais transformou profundamente a construção e a percepção da imagem feminina na sociedade contemporânea. Plataformas digitais, como Instagram e TikTok, que surgiram no início dos anos 2000, revolucionaram a comunicação e a interação social, ao mesmo tempo, em que se consolidaram como principais vetores de propagação de padrões estéticos idealizados e, muitas vezes, inatingíveis (Boyd; Ellison, 2008). Essa transformação apresenta desafios relevantes, especialmente para a autoestima e a saúde mental das mulheres, frequentemente pressionadas a se adequarem a padrões corporais amplamente disseminados (Souza *et al.*, 2017).

Com o crescimento exponencial do acesso à internet no Brasil, alcançando 90% dos lares em 2021 (PNAD, 2021), a influência dessas redes tornou-se onipresente. Entre os conteúdos mais populares, destacam-se as imagens de corpos femininos magros, tonificados e sem imperfeições, contribuindo para a perpetuação de um padrão estético restritivo e potencialmente prejudicial (Ranhel, 2018).

Diante desse cenário, é fundamental refletir sobre o impacto desses padrões na vida das mulheres. A busca incessante por um corpo idealizado pode desencadear transtornos psicológicos, como ansiedade, depressão e distúrbios alimentares, além de distorções na autoimagem, como o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC). A pressão por conformidade a esses padrões tem efeitos profundos na saúde mental, comprometendo a autoestima e a autenticidade das mulheres em sua vida cotidiana (Cristofolli, 2022).

Este estudo pretende analisar o impacto das redes sociais na construção da imagem corporal feminina e investigar as consequências psicológicas associadas à busca por conformidade a esses padrões estéticos. A pesquisa também explora possíveis intervenções da Psicologia para promover uma visão mais crítica e saudável da autoimagem feminina, especialmente no contexto de plataformas como o Instagram, onde a exposição a essas imagens é constante e intensa.

Além da análise visual das representações corporais, este trabalho se debruça sobre os aspectos psicológicos e sociais envolvidos nesse fenômeno, destacando a perda de autenticidade em prol da perfeição virtual e os desdobramentos culturais e políticos dessa dinâmica. Conforme apontam Campagna e Souza (2006), em um mundo globalizado, as jovens mulheres enfrentam uma pressão crescente para atender a expectativas estéticas que afetam diretamente sua relação com o corpo e sua saúde mental.

Portanto, o estudo busca responder à seguinte questão: de que forma as redes sociais contribuem para a produção e perpetuação de padrões de beleza inatingíveis, afetando a autoestima e a saúde mental das mulheres? Com base em uma revisão integrativa da literatura e na análise de vídeos postados no TikTok, o trabalho pretende compreender como as redes sociais influenciam a construção da imagem corporal feminina e investigar estratégias para mitigar os efeitos negativos desses padrões estéticos. Além disso, serão discutidos os efeitos psíquicos decorrentes dessa busca por padronização corporal, com foco nas implicações para a saúde mental e o bem-estar psicológico.

## **2 MÉTODO**

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa, com foco na compreensão das implicações culturais, sociais e psicológicas associadas à construção da imagem feminina nas redes sociais. A pesquisa teve como objetivo principal identificar os fatores que influenciam essa construção, ampliando o conhecimento científico sobre o tema. Para tanto, foram utilizadas três modalidades de investigação: exploratória, explicativa, bibliográfica e documental (Gil, 2002).

A pesquisa exploratória foi escolhida para proporcionar maior familiaridade com o problema e gerar hipóteses, possibilitando um entendimento inicial das dinâmicas envolvidas. Com um planejamento flexível, a pesquisa exploratória abordou diferentes aspectos relacionados ao fenômeno estudado, incluindo a análise de literatura acadêmica e entrevistas com indivíduos que possuem experiência prática no tema (Gil, 2002).

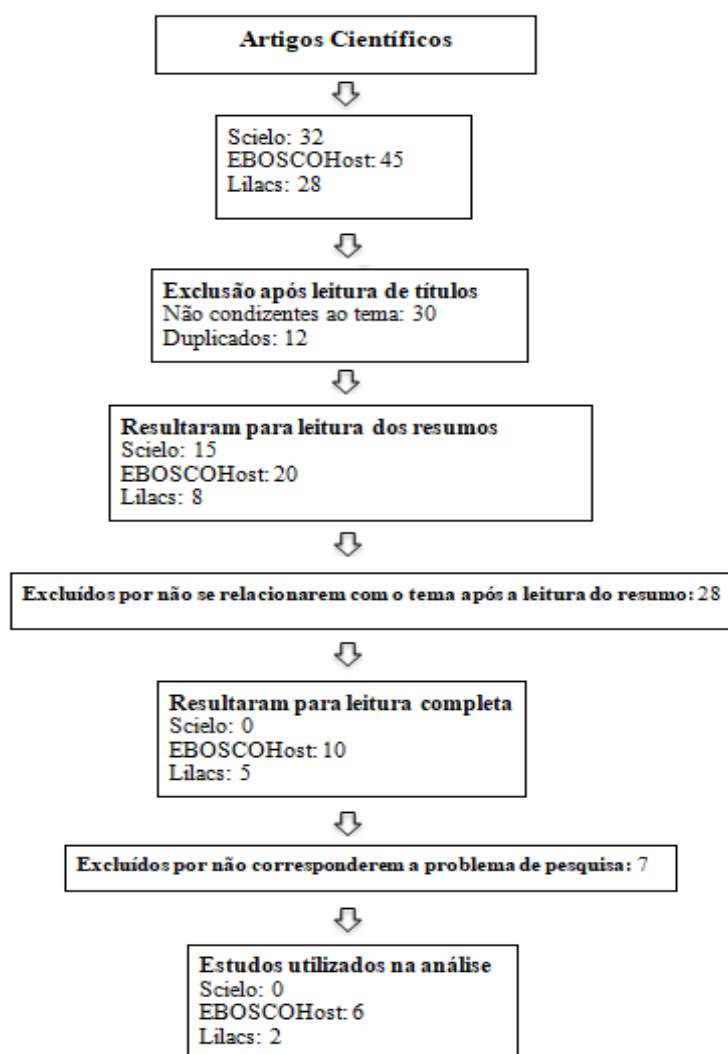
A pesquisa explicativa, por sua vez, buscou aprofundar o conhecimento sobre as causas e fatores determinantes da construção da imagem corporal feminina. Esse tipo de investigação permitiu uma análise mais complexa da realidade estudada, com o intuito de compreender as razões subjacentes aos fenômenos observados, principalmente no contexto das redes sociais (Gil, 2002).

A coleta de dados foi realizada por meio de uma revisão bibliográfica em bases de dados como Scielo, EBSCOhost e Lilacs, utilizando as palavras-chave "padrão de beleza", "redes sociais" e "autoimagem feminina". Com estas palavras-chave, chegaram-se a 105 artigos, onde se aplicaram os critérios de exclusão. Os critérios de inclusão para os artigos foram: publicações realizadas entre 2019 e 2024, para serem compreendidas as publicações mais recentes, em português ou inglês, e que abordassem diretamente o impacto das redes sociais na imagem

corporal feminina. Como critério de exclusão, foram eliminados estudos publicados fora do período estipulado, artigos em outros idiomas que não português ou inglês, materiais que não tivessem como foco o impacto das redes sociais na imagem corporal feminina, como temas relacionados à dermatologia e anti-envelhecimento, e aqueles que não estivessem disponíveis em acesso completo.

Ao todo, foram recuperados 26 artigos, dos quais 8 foram selecionados para análise final (Figura 1), sendo 2 da base Lilacs e 6 da EBSCOhost, conforme os critérios estabelecidos, foram inicialmente identificados 105 artigos em três bases de dados: Scielo (32), EBSCOHost (45) e Lilacs (28). Após uma primeira seleção, 42 do Scielo foram excluídos, 30 por não estarem relacionados ao tema e 12 por serem duplicados, restando 43 para leitura dos resumos. Nessa etapa, foram eliminados 28 artigos que não abordavam diretamente o tema de pesquisa, reduzindo o número para 15 estudos, divididos entre Scielo (0), EBSCOHost (10) e Lilacs (5). Dentre esses, outros 7 foram excluídos por não responderem ao problema de pesquisa. Como resultado, 8 artigos foram selecionados para a análise final: 6 do EBSCOHost e 2 do Lilacs. Não foram incluídos artigos da Scielo, pois, após a análise completa, nenhum atendeu de maneira relevante ao foco do estudo, mostrando-se menos adequado aos critérios de inclusão que as demais fontes. As palavras-chave incluídas na busca inicial foram ajustadas para assegurar a relevância dos estudos.

**Figura 1.** Fluxograma da presente revisão bibliográfica



**Fonte.** Fluxograma elaborado pelas autoras

Em complementaridade, uma pesquisa documental foi conduzida, focando na observação e análise de vídeos publicados na plataforma *Tik Tok*. Foram selecionadas três contas de influenciadoras digitais femininas com ampla presença nas redes, via amostra intencional, considerando sua relevância na disseminação de padrões de beleza. A escolha dessas influenciadoras foi justificada por sua influência direta sobre milhões de seguidores e pela transparência com que compartilharam suas experiências com procedimentos estéticos, incluindo o arrependimento e a reversão dessas intervenções.

Na presente pesquisa, foram analisados depoimentos transcritos de vídeos de três influenciadoras digitais brasileiras, referidas para fins de análise como Influenciadora 1, Influenciadora 2 e Influenciadora 3. A Influenciadora 1 possui mais de 20 milhões de seguidores e 31 anos, com atuação destacada no humor e conteúdo digital. A Influenciadora 2, com mais

de 13 milhões de seguidores e 27 anos, é uma figura de destaque na música e em reality shows. Por fim, a Influenciadora 3, com 26 anos e mais de 18,6 milhões de seguidores, atua principalmente nas áreas de moda e entretenimento. Essas influenciadoras foram selecionadas devido à sua relevância nas redes sociais e ao impacto que exercem em seus respectivos segmentos, o que proporciona diversidade e representatividade na análise.

Essas influenciadoras oferecem um panorama importante sobre como a adoção e posterior rejeição de padrões estéticos refletem as pressões sociais exercidas pelas redes sociais. A análise de suas experiências permitiu uma reflexão crítica sobre o impacto psicológico e social da busca por uma imagem padronizada, bem como sobre a ressignificação dessa dinâmica por mulheres que, após aderirem aos padrões, passaram a questioná-los publicamente.

No que diz respeito à ética, esta pesquisa não foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos, uma vez que utilizou dados de domínio público. Contudo, todas as diretrizes éticas recomendadas pela Resolução do Conselho Nacional de Saúde nº 510/2016 foram rigorosamente seguidas, assegurando a privacidade, o respeito e o sigilo dos dados analisados.

Para a análise dos dados, foi adotado o método hermenêutico-dialético, conforme proposto por Minayo (1992). Esse método busca situar a fala dos sujeitos em seu contexto social e histórico, permitindo uma interpretação ampla e coerente. Além disso, parte-se do pressuposto de que o conhecimento é construído de forma contínua, em um processo dinâmico entre a prática científica e a realidade concreta. Dessa forma, os resultados obtidos representam uma aproximação crítica da realidade social estudada, sem reduzi-la a uma única interpretação.

### **3 RESULTADOS**

A análise dos artigos revisados (Quadro 1) permitiu identificar tendências consistentes sobre a influência das redes sociais na construção da imagem corporal e na percepção de beleza entre mulheres. Os principais achados das análises dos artigos foram agrupados em cinco categorias principais: Autoestima e Autoimagem; Comparação Social e Corpo Ideal; Pressões Estéticas e Insatisfação Corporal; Impactos Psicológicos do Uso de Redes Sociais; e Estética e Beleza Feminina no *Tik Tok*. Essas categorias fornecem uma base para compreender o fenômeno da autoimagem em um contexto de intensa mediação digital, e indicam a profundidade com que as redes sociais impactam a percepção individual e coletiva sobre a imagem corporal.

O Quadro 1 apresenta um resumo dos artigos analisados, incluindo títulos, autores, anos de publicação e as principais revistas científicas em que foram publicados.

**Quadro 1.** Distribuição dos artigos científicos inseridos na revisão integrativa

Nº	TÍTULO	AUTORES	ANO	REVISTA
1	Uso do Instagram, comparação social e personalidade como preditores da autoestima.	FAGUNDES, Luiza Seabra; MAROT, Tiago Azevedo; NATIVIDADE, Jean Carlos.	2020	Psico-USF
2	Estilos de uso e significados dos autorretratos no Instagram: Identidades narrativas de adultos jovens brasileiros	HAGE, Zakiee Castro Mufarrej; KUBLIKOWSKI, Brasil Ida.	2019	Estudos e Pesquisas em Psicologia
3	Tempo de uso diário de redes sociais e risco de transtornos alimentares e de insatisfação corporal em adolescentes	DIAS, Claysikelle Ruiz Vieira; LENQUISTE, Sabrina Alves; ROCHA, Liane Murari; GONZAGA, Luana Almeida; GOMES, Rayana Loch.	2023	Colloquium Vitae Publicação Contínua
4	Recortes de um rosto: a intervenção de um ideal estético do Instagram no envelhecer do século XXI	MACHADO, Morgana de Melo; ALMEIDA, Francis Moraes de	2023	PerCursos
5	Videologias: discursos sobre corpo e beleza feminina no Instagram	RESENDE, Natália Fernandes; DE TILIO, Rafael	2023	Revista Subjetividades
6	Eu sou como me vejo? A influência das pressões estéticas na percepção da autoimagem corporal feminina	JÚNIOR SOUZA, João Henriques de	2023	Revista Interdisciplinar Científica Aplicada
7	Insatisfação corporal, comportamento alimentar e o uso de redes sociais em estudantes de cursos de graduação da área das ciências da vida	PASQUALI, Laís Verdi; MENDES, Karina Giane; THEODORO, Heloísa; SILVA, Ana Carolina Pio da.	2022	Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento
8	Ninguém é tão perfeito que não precise ser editado: fetiche e busca do corpo ideal.	LUCENA, Bianca Bulcão; SEIXAS, Cristiane Marques; FERREIRA, Francisco Romão.	2020	Psicol. USP

**Fonte:** Quadro elaborado pelas autoras

### **3.1 Autoestima e Autoimagem**

Os estudos analisados revelaram que as redes sociais, com destaque para o *Instagram*, exercem um impacto expressivo sobre a autoestima e autoimagem das mulheres. Segundo Souza Júnior (2023), até mesmo mulheres cujos corpos correspondem aos padrões de magreza estabelecidos frequentemente se percebem como inadequadas, evidenciando uma distorção da autoimagem desencadeada pelas pressões estéticas disseminadas nessas plataformas. Essa dinâmica se insere na dicotomia entre o “eu real” e o “eu ideal”, na qual as usuárias se veem confrontadas com padrões inalcançáveis que resultam em impactos negativos na autoestima e na saúde mental.

Complementarmente, Lucena *et al.* (2020) destacam que o corpo feminino é reiteradamente retratado como objeto fetichizado nas mídias sociais, moldado e valorizado de acordo com padrões hegemônicos de beleza. Esse tratamento do corpo contribui para uma constante busca pelo “corpo ideal”, prejudicando a autoimagem e comprometendo a autoestima das mulheres, especialmente em um contexto onde a aparência assume o papel de valor social.

### **3.2 Comparação Social e Corpo Ideal**

A comparação social emergiu como um dos principais mecanismos de influência das redes sociais na autoimagem feminina. Fagundes *et al.* (2020) observam que o uso frequente do *Instagram* está fortemente associado ao aumento das comparações sociais, sobretudo entre mulheres, o que intensifica a insatisfação com o próprio corpo. Essa dinâmica é intensificada pelo contato contínuo com imagens digitalmente manipuladas e idealizadas, que criam um ambiente de competição estética, levando as usuárias a se sentirem pressionadas a alcançar padrões irreais.

Essa percepção é corroborada por Hage e Kublikowski (2019), ao salientarem que, apesar de o *Instagram* oferecer uma liberdade aparente de exposição, essa liberdade é limitada por normas invisíveis que determinam o que é esteticamente desejável. Assim, ao postarem *selfies* e outras imagens, as mulheres adentram uma competição velada por validação externa, onde a insatisfação com o corpo e os sentimentos de inadequação se intensificam quando essa validação não corresponde às expectativas.



### **3.3 Pressões Estéticas e Insatisfação Corporal**

A insatisfação corporal é um tema recorrente nas discussões acerca do impacto das redes sociais na saúde mental feminina. Dias *et al.* (2023) apontam que o tempo diário dedicado às redes sociais está diretamente relacionado à insatisfação corporal, particularmente entre mulheres jovens. Quanto maior o tempo de exposição a conteúdos que promovem corpos idealizados — frequentemente veiculados por influenciadoras digitais —, maior é a insatisfação com a própria aparência, levando à adoção de comportamentos alimentares disfuncionais, como dietas restritivas e compulsão por emagrecimento.

Pasquali *et al.* (2022) reforçam essa perspectiva ao constatar que a crescente valorização da magreza e da estética corporal nas redes sociais aumenta os níveis de ansiedade, contribuindo para a baixa autoestima. Em tal contexto, muitas usuárias se sentem compelidas a se adequar aos padrões de beleza prevalentes, mesmo que isso acarrete prejuízos à sua saúde mental.

### **3.4 Impactos Psicológicos do Uso de Redes Sociais**

Os impactos psicológicos associados ao uso excessivo das redes sociais foram amplamente discutidos nos artigos analisados. O uso exacerbado de plataformas como o *Instagram* está diretamente relacionado ao surgimento de sintomas de ansiedade, depressão e dismorfia corporal, especialmente entre mulheres jovens. Fagundes *et al.* (2020) indicam que a constante comparação social e o desejo de alcançar padrões idealizados resultam em distúrbios psicológicos, variando desde a redução da autoestima até a manifestação de transtornos alimentares severos.

Além disso, Hage e Kublikowski (2019) enfatizam que mulheres que publicam autorretratos (*selfies*) frequentemente se submetem a julgamentos contínuos nas redes sociais, o que alimenta a necessidade de validação externa. Esse ciclo de autoexposição, aliado à busca por aceitação social, pode ter um efeito devastador sobre a saúde mental, especialmente quando as usuárias não recebem a validação esperada ou se tornam alvo de críticas.

### **3.5 Estética e Beleza Feminina no *TikTok***

Embora o *Instagram* tenha sido o foco central da maioria dos estudos analisados, o *TikTok* também se destacou como uma plataforma relevante na construção da estética e da

beleza feminina. O formato de vídeos curtos e facilmente compartilháveis do *TikTok* contribui para a disseminação de conteúdos que promovem corpos idealizados e procedimentos estéticos.

Lucena *et al.* (2020) observam que, assim como o *Instagram*, o *TikTok* funciona como uma vitrine para a mercantilização do corpo feminino, reforçando a busca incessante por um corpo perfeito. Essa dinâmica aprofundou problemas relacionados à autoimagem e à insatisfação corporal, revelando o impacto de tendências estéticas extremas na saúde mental e física das mulheres.

#### 4 DISCUSSÃO

A análise aprofundada sobre o impacto das redes sociais na construção da imagem corporal feminina revelou uma realidade complexa e multifacetada. Para ilustrar os resultados identificados, foram utilizados depoimentos de influenciadoras, que corroboram as evidências obtidas nos estudos.

“Eu acho que na boca eu perdi muito a mão, e acho que aqui ó... eu estava igual a Lady Gaga com aquelas próteses aqui sabe, eu tava já ficando daquele jeito. Então assim... mas a boca eu perdi a mão total... e aí eu falei assim gente, isso não tá normal.” (Influenciadora 1, 31 anos).

“Eu vi que tá saindo aí... sim, gente, eu me arrependi de alguns. Eu acho que eu tinha feito um pouco mais nos lábios e quando eu fiz eu retirei um pouco, tá?! Só procê sabe... eu retirei um pouco aqui.” (Influenciadora 2, 27 anos).

“Eu não tinha noção do que era minha boca até eu tirar minha boca. Amiga porque era uma coisa tão comum pra mim e até quando eu me assisti assim... e até quando eu me assistia desse jeito eu não conseguia enxergar tipo eu via aquilo todos os dias no espelho então pra mim já era normal, eu achava que as pessoas falavam demais, eu falava ah para isso aqui... me deixa eu gosto de bocão. Só que não precisava do que tinha entendeu. Gente, quando eu tirei, quando eu vi meu rosto mais delicado assim, o quanto mudou minha fisionomia, o quanto mudou. Eu falei, cara, porque que eu não fiz isso antes... eu tinha tanto preenchimento que o meu preenchimento foi parar no lugar errado...” (Influenciadora 3, 26 anos).

Esses depoimentos reforçam a ideia de que o advento das redes sociais, especialmente o *Instagram*, intensificou a exposição das mulheres a padrões estéticos muitas vezes irrealistas e inatingíveis, exacerbando problemas relacionados à autoestima, insatisfação corporal e, em casos mais graves, contribuindo para o surgimento de transtornos alimentares. Esse fenômeno se insere em um processo mais amplo de mercantilização da aparência, no qual a autoimagem se torna uma moeda de valor social (Resende; Tilio, 2023).

Os dados analisados indicam uma correlação clara entre o uso intensivo das redes sociais e a crescente insatisfação corporal entre as mulheres. De acordo com Souza Júnior (2023),

muitas mulheres com corpos considerados dentro dos padrões de magreza ainda se percebem como inadequadas, evidenciando uma distorção cognitiva gerada pelas pressões estéticas constantes.

"Sempre quis me sentir mais bonita, mas percebi que estava mudando não por mim, mas pelo que as pessoas diziam. Isso é exaustivo." (Influenciadora 2)

Essa percepção se alinha à teoria do *self* real e ideal, proposta por Dolich (1969), que sugere que quanto maior a disparidade entre a autoimagem real e a autoimagem ideal, maior será o impacto negativo na autoestima e no bem-estar psicológico (Souza Júnior, 2023).

Ao comparar os resultados obtidos com a literatura existente, observa-se que a insatisfação corporal induzida pelas redes sociais está fortemente associada à constante exposição a imagens idealizadas.

"Já queria fazer há um tempo, porque eu tinha perdido essa questão das proporções. A minha harmonização, da boca principalmente, não era algo que me agradava mais. Então eu disse: 'Vamos reverter'. E eu gostei. Também porque, através disso, muitas pessoas puderam saber também que têm essa possibilidade." (Influenciadora 3)

"Era preenchimento no lugar errado mesmo, sabe, e aí tinha umas bolhas, o que estava me atrapalhando na dicção..." (Influenciadora 3)

Essa dinâmica é explorada por Lucena *et al.* (2020), que analisam o conceito de fetiche da imagem corporal ideal, argumentando que as redes sociais funcionam como um espaço de circulação de ideais estéticos cada vez mais desejados e, simultaneamente, inatingíveis. Essa realidade cria uma legião de mulheres que se submetem a dietas, cirurgias e procedimentos estéticos em busca de uma aparência que simbolize sucesso e aceitação social (Lucena *et al.*, 2020).

Outro ponto importante a ser discutido é o impacto das pressões estéticas exacerbadas pelas redes sociais no contexto das desigualdades de gênero e na comercialização do corpo feminino. Resende e Tilio (2023) argumentam que o corpo feminino, dentro das redes sociais, se tornou uma mercadoria, associada ao desempenho, ao mérito e à satisfação dos olhares masculinos. O fato de muitas mulheres jovens sentirem a necessidade de ajustar sua aparência para se adequar a esses padrões revela uma perpetuação de normas patriarcais disfarçadas de empoderamento por meio da autoapresentação digital.

"Eu fui movida pela pressão de ter que ser perfeita o tempo inteiro. Fiz muitos procedimentos, mas percebi que não era aquilo que eu queria, e sim o que os outros esperavam de mim." (Influenciadora 1)

Além disso, Hage e Kublikowski (2019) destacam o papel do *Instagram* na criação de narrativas identitárias que influenciam diretamente a construção da autoimagem. Nesse cenário, a liberdade percebida na rede social é limitada pelas normas invisíveis que determinam o que é esteticamente aceitável. As *selfies*, por exemplo, tornam-se um meio de autovalidação, mas também um campo de competição, onde as comparações constantes com outras usuárias reforçam sentimentos de inadequação. Essa situação está em consonância com o conceito de comparação social proposto por Festinger (1954), segundo o qual as pessoas tendem a avaliar seu valor com base nas comparações com outras. No caso do *Instagram*, essa comparação contínua pode ter efeitos devastadores sobre a autoestima feminina (Fagundes *et al.*, 2020).

"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)

Os efeitos psicológicos dessas comparações são ainda mais pronunciados entre as mulheres jovens. Dias *et al.* (2023) apontam que quanto maior o tempo de uso diário das redes sociais, maior a probabilidade de insatisfação corporal e de desenvolvimento de comportamentos alimentares disfuncionais, como restrições alimentares e compulsão por dieta. O *Instagram*, ao focar em imagens e permitir a manipulação estética por meio de filtros, cria um ambiente em que a perfeição é percebida não apenas como possível, mas como esperada.

A convergência dos resultados com outros estudos destaca um cenário preocupante: o uso das redes sociais desempenha um papel central na construção de ideais de beleza prejudiciais para a saúde mental das mulheres. Ao incentivar a autopromoção e a autoexposição, a mídia social coloca as mulheres em uma posição vulnerável, onde elas se sentem obrigadas a corresponder às expectativas externas sobre sua aparência. Esse ciclo de validação externa, em que *likes* e comentários positivos se tornam uma medida de sucesso, reforça a ideia de que o valor de uma mulher está intrinsecamente ligado à sua aparência física (Pasquali *et al.*, 2022).

"A gente cresce achando que tem que ser perfeita. Eu fui atrás disso, mas não me senti feliz. Hoje, eu entendo que perfeição não existe, e isso é libertador." (Influenciadora 3)  
"A beleza que eu via na internet parecia tão inalcançável que comecei a tentar chegar perto disso, mas percebi que nunca ia conseguir porque era uma ilusão." (Influenciadora 2)

Diante dessas considerações, concluímos que, embora as redes sociais sejam vistas como uma plataforma de expressão pessoal e de conexão, elas funcionam também como mecanismos de controle social, regulando o comportamento das mulheres e perpetuando

padrões de beleza irreais. O *Instagram*, em particular, ao enfatizar imagens altamente editadas e esteticamente agradáveis, desempenha um papel crucial na disseminação desses padrões.

Em suma, a discussão revela que, embora as redes sociais tenham o potencial de empoderar as mulheres, elas também podem reforçar dinâmicas prejudiciais que afetam profundamente a autoimagem e a saúde mental. A partir dos achados deste estudo, é claro que é necessário equilibrar o uso das plataformas digitais e promover uma autoimagem saudável, que não dependa exclusivamente da validação externa e dos padrões de beleza inatingíveis.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo evidenciou o papel central das redes sociais, especialmente o *Instagram*, na construção da autoimagem feminina contemporânea. Essas plataformas digitais consolidaram-se como difusoras de padrões estéticos idealizados, frequentemente inatingíveis, fomentando uma cultura de exposição exacerbada e de constante comparação social. Como resultado, identificaram-se consequências psicossociais significativas, incluindo insatisfação corporal, diminuição da autoestima e, em casos mais severos, o desenvolvimento de transtornos alimentares.

Além de refletirem as pressões estéticas preexistentes, as redes sociais amplificam tais imposições, perpetuando normas de beleza irreais e socialmente construídas. Ao interagirem em ambientes que valorizam a validação externa por meio de curtidas e comentários, as usuárias são encorajadas a adotar um ciclo contínuo de autoavaliação e comparação, intensificando sentimentos de inadequação. Esse processo de mercantilização da imagem corporal feminina transforma o corpo da mulher em um produto de consumo, reforçando a lógica de um "capitalismo visual".

Destaca-se, ainda, o impacto psicológico particularmente severo dessas comparações entre mulheres jovens. A exposição constante a imagens manipuladas nas redes sociais cria uma expectativa de perfeição que, além de ser inatingível, é almejada de forma aspiracional. A disparidade entre o "eu real" e o "eu ideal" acentua ansiedades relacionadas à aparência física e à aceitação social, afetando diretamente o bem-estar e a saúde mental feminina.

Ademais, as redes sociais operam como mecanismos de controle social, reforçando normas patriarcais disfarçadas de empoderamento feminino. Ao submeterem o corpo feminino a lógicas de mercantilização e meritocracia visual, essas plataformas associam o valor das

mulheres à sua conformidade com padrões estéticos restritos. Essa dinâmica perpetua desigualdades de gênero, agravando pressões estéticas e aumentando a vulnerabilidade das mulheres em relação à sua autoimagem. Nesse sentido, as falas das influenciadoras analisadas corroboram o que foi encontrado na literatura, exemplificando o papel ativo das redes sociais na disseminação e legitimação desses padrões.

Diante desse cenário, torna-se imperativo o desenvolvimento de estratégias educativas e preventivas. É fundamental que a reeducação digital capacite as usuárias a adotarem uma postura crítica frente às imagens que consomem e produzem, incentivando uma análise mais consciente e reflexiva sobre os conteúdos veiculados. Políticas públicas que regulamentem a autopromoção manipulada, bem como campanhas de conscientização que promovam a diversidade corporal e a aceitação da pluralidade de corpos, são igualmente urgentes.

Além disso, é necessário explorar intervenções da Psicologia para auxiliar na construção de uma autoimagem mais crítica e saudável, especialmente no contexto das redes sociais, onde a exposição a padrões estéticos idealizados é intensa e contínua. Tais intervenções podem desempenhar um papel central na promoção de estratégias de enfrentamento e de resiliência para as usuárias mais vulneráveis aos impactos negativos da comparação social.

Conclui-se, portanto, que, embora as redes sociais possuam o potencial de empoderar as mulheres, também reforçam padrões de beleza excludentes, que impactam negativamente sua saúde mental. A construção de um ambiente digital mais inclusivo, que celebre a pluralidade de corpos e a autenticidade, requer esforços conjuntos entre sociedade civil, plataformas digitais e governos. Somente por meio dessa colaboração será possível equilibrar o uso dessas plataformas com a promoção de uma autoimagem saudável, autêntica e desvinculada de padrões estéticos inatingíveis.

## **6 REFERÊNCIAS**

ALVES, ELDER P. M. A digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: expansão dos serviços culturais-digitais no Brasil. **Sociedade e Estado**, Maceió, 34, p. 129-157, jan. 2019.

CAMPAGNA, Viviane Namur; SOUZA, Audrey Setton Lopes de. Corpo e imagem corporal no início da adolescência feminina. **Bol. psicol**, São Paulo , v. 56, n. 124, p. 9-35, jun. 2006. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0006-59432006000100003&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0006-59432006000100003&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 15 abr. 2024.

CRISTOFOLLI, V. R. **A beleza programada e o eu ciborgue**: filtros faciais e sua implicação na construção da autoimagem de mulheres de 18 a 25 anos moradoras de Porto Alegre e Região Metropolitana. 2022. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Curso de Publicidade e Propaganda - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

DE PAULA, A. V.; LOPES, V. A. de S.; DA ROCHA, W. S. A influência das redes sociais na autoimagem feminina: desvendando padrões de beleza e seu papel no desenvolvimento do transtorno dismórfico corporal. **Revista Contemporânea**, [S. l.], v. 3, n. 11, pp. 20706–20726, 2023. DOI: 10.56083/RCV3N11-044. Disponível em: <https://ojs.revistacontemporanea.com/ojs/index.php/home/article/view/1945>. Acesso em: 23 abr. 2024.

DIAS, Claysikelle Ruiz Vieira; LENQUISTE, Sabrina Alves; ROCHA, Liane Murari; GONZAGA, Luana Almeida; GOMES, Rayana Loch. Tempo de uso diário de redes sociais e risco de transtornos alimentares e de insatisfação corporal em universitárias. **Colloquium Vitae**, 2023. Disponível em: <https://journal.unoeste.br/index.php/cv/article/view/4792>. Acesso em: 23 abr. 2024.

FAGUNDES, Luiza Seabra; MAROT, Tiago Azevedo; NATIVIDADE, Jean Carlos. Uso do *Instagram*, Comparação Social e Personalidade como Preditores da Autoestima. **Psico-USF**, 2020.

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

JÚNIOR SOUZA, João Henriques de. Eu sou como me vejo? A influência das pressões estéticas na percepção da autoimagem corporal feminina. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, V.17, nº 3, p.01-11. TRI III 2023. ISSN 1980-7031.

LUCENA, Bianca Bulcão; SEIXAS, Cristiane Marques; FERREIRA, Francisco Romão. **Ninguém é tão perfeito que não precise ser editado: fetiche e busca do corpo ideal.** Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Alimentação, Nutrição e Saúde, Rio de Janeiro-RJ, Brasil, 2020.

MACHADO, Morgana de Melo; ALMEIDA, Francis Moraes de. Recortes de um rosto: a intervenção de um ideal estético do Instagram no envelhecer do século XXI. **PerCursos**, Florianópolis, v. 24, e0121, 2023.

MOREIRA, Nicole dos Reis; SILVA, Arthur Alves Negrão da; ROSSETTI, Francine Xavier; TAMASIA, Gislene dos Anjos. Influência das mídias sociais na imagem corporal de mulheres jovens. **Revista Saúde em Foco**. Edição nº 14, Ano: 2022.

SILVA, Marina da Conceição. A relação entre redes sociais e autoestima. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**. São Paulo, v.7.n.4. Abr. 2021.

SOUZA, G. de; FREITAS, T. G. de; BIAGI, C. R. A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade. **Akrópolis Umuarama**, v. 25, n. 2, p. 117-128, jun./dez. 2017

RANHEL, Natália. A estética feminina na sociedade do espetáculo: um produto midiático da contemporaneidade. In: MORAES, Ana Luiza Coiro Moraes; PERSICHETTI, Simonetta; CIOCCARI, Deysi (Org.). **Comunicação, Cultura e Visualidades**. 1ª Edição. Ed: Cásper Líbero, 2018. pp.126-132.

RESENDE, N. F.; De Tilio, R. Videologias: Discursos sobre corpo e beleza feminina no Instagram. **Revista Subjetividades**, 23(3), e13483.  
<https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v23i3.e13483>

PASQUALI, Laís Verdi; MENDES, Karina Giane; THEODORO, Heloísa; SILVA, Ana Carolina Pio da. Insatisfação corporal, comportamento alimentar e o uso das redes sociais em estudantes de cursos de graduação da área das ciências da vida. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 16, n. 103, p. 832-841, jul./ago. 2022.