
**O EFEITO DAS REDES SOCIAIS NA AUTOIMAGEM E NA
AUTOESTIMA: A INFLUÊNCIA DOS PADRÕES DE BELEZA**
*THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON SELF-IMAGE AND SELF-
ESTEEM: THE INFLUENCE OF BEAUTY STANDARDS*

Rosângela Cristina de Almeida dos Santos
Tecnóloga, Fatec Jahu, almeidarosangela298@gmail.com

Simone Cristina Mussio
Doutora, Fatec Jahu, simone.mussio@cps.sp.gov.br

DOI: <https://doi.org/10.54628/issn2763-5600.v19.1.2025.322>

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar, por meio de uma revisão de literatura qualitativa e exploratória, se as redes sociais influenciam a autoimagem e a autoestima dos indivíduos, especialmente entre adolescentes e jovens adultos. A pesquisa, ancorada em um estudo bibliográfico, baseou-se em artigos científicos, livros e estudos publicados, priorizando fontes acadêmicas confiáveis das áreas de psicologia, comunicação e estudos culturais. Os resultados evidenciaram que o uso intensivo das redes sociais está associado ao aumento da insatisfação corporal, à comparação social frequente e à queda da autoestima, impulsionados por padrões estéticos irreais e algoritmos que reforçam bolhas digitais. Também foi constatado que, embora os ambientes virtuais possam gerar impactos negativos na saúde mental, algumas pessoas relatam efeitos positivos, como a motivação para hábitos mais saudáveis. A conclusão ressalta a complexidade dessa relação e a necessidade de promover o uso crítico das plataformas, além de destacar a importância de políticas públicas, programas educacionais e intervenções terapêuticas que contribuam para o fortalecimento da autoestima e o bem-estar emocional dos usuários. O estudo apresenta como limitação a escassez de dados empíricos e propõe novas pesquisas voltadas à criação de estratégias que minimizem os danos psicológicos causados por essas plataformas.

Palavras-chave: Saúde Mental. Redes Digitais. Padrões Estéticos. Autoimagem. Juventude.

ABSTRACT

This study aims to analyze, through a qualitative and exploratory literature review, if social networks influence individuals' self-image and self-esteem, especially among adolescents and young adults. The research, grounded in a bibliographic study, was based on scientific articles, books, and published studies, prioritizing reliable academic sources from the fields of psychology, communication, and cultural studies. The results showed that intensive use of social networks is associated with increased body dissatisfaction, frequent social comparison, and decreased self-esteem, driven by unrealistic aesthetic standards and algorithms that reinforce digital bubbles. It was also found that, although virtual environments can generate negative impacts on mental health, some people report positive effects, such as motivation for healthier habits. The conclusion highlights the complexity of this relationship and the need to promote critical use of platforms, in addition to highlighting the importance of public policies, educational programs, and therapeutic interventions that contribute to strengthening users' self-esteem and emotional well-being. The study presents as a limitation the lack of empirical data and proposes new research aimed at creating strategies that minimize the psychological damage caused by these platforms.

Keywords: Mental Health. Digital Networks. Aesthetic Standards. Self-image. Youth.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a crescente presença das redes sociais digitais transformou profundamente as formas de comunicação, interação e construção de identidade. Plataformas como Instagram, TikTok e Facebook não apenas conectam pessoas ao redor do mundo, mas também funcionam como vitrines de estilos de vida, corpos e padrões estéticos que influenciam diretamente a percepção que os indivíduos têm de si mesmos. Em uma sociedade cada vez mais visual e conectada, a exposição constante a imagens idealizadas de beleza tem gerado importantes reflexões sobre seus efeitos na saúde mental, especialmente no que se refere à autoimagem e à autoestima (Merino *et al.*, 2024).

A autoimagem, entendida como a percepção que uma pessoa tem de seu próprio corpo e aparência, é fortemente influenciada por fatores sociais e culturais. Quando essa percepção é construída a partir de comparações com padrões de beleza irreais promovidos nas redes sociais, pode surgir uma sensação de inadequação, levando a problemas emocionais e psicológicos, como baixa autoestima, ansiedade, depressão e até transtornos alimentares. Esse fenômeno atinge principalmente adolescentes e jovens adultos, grupos mais ativos nas redes e também mais vulneráveis à busca por aceitação e pertencimento (Santos *et al.*, 2024).

Diante desse cenário, este trabalho tem como problema de pesquisa refletir sobre o seguinte questionamento: Os padrões de beleza disseminados pelas redes sociais influenciam a autoimagem e a autoestima dos usuários? Para respondê-lo, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os efeitos da exposição a padrões estéticos idealizados nas redes sociais sobre a autoimagem e a autoestima dos indivíduos. Como objetivos específicos, busca-se identificar os principais padrões de beleza divulgados nas redes sociais; compreender de que forma esses padrões afetam psicologicamente os usuários; e refletir sobre estratégias de enfrentamento e promoção da autoestima no ambiente digital.

A justificativa para o desenvolvimento deste estudo se fundamenta na relevância crescente da temática para a saúde mental contemporânea, especialmente entre o público jovem. Nesse sentido, compreender a dinâmica entre redes sociais, padrões de beleza e autoestima é essencial para promover um uso mais consciente dessas plataformas, estimular o pensamento crítico e contribuir para a construção de uma sociedade que valorize a diversidade corporal e o bem-estar emocional.

A hipótese central que norteia este trabalho é a de que a exposição frequente a imagens e conteúdos que promovem padrões estéticos inalcançáveis contribui para o desenvolvimento

de uma autoimagem distorcida e de uma autoestima fragilizada entre os usuários das redes sociais. Com base nisso, esta pesquisa propõe uma análise crítica da influência das redes sociais sobre a percepção de si e a valorização pessoal, contribuindo para um debate mais amplo sobre mídia, saúde mental e identidade.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho caracteriza-se como uma revisão de literatura (pesquisa bibliográfica) de natureza qualitativa e exploratória, voltada à compreensão dos efeitos das redes sociais sobre a autoimagem e a autoestima, com foco na influência dos padrões de beleza.

A pesquisa foi conduzida de forma sistemática, a partir de buscas realizadas nas bases de dados acadêmicas *Scopus*, *Web of Science*, *SciELO* e *Google Scholar*, por serem reconhecidas pela abrangência e relevância nas áreas de Psicologia, Comunicação, Estudos Culturais e Saúde Mental.

Os descritores utilizados, em português, inglês e espanhol, incluíram combinações dos termos: redes sociais, autoimagem, autoestima, padrões de beleza, imagem corporal, *body image*, *self-esteem* e *social media*. Os operadores booleanos AND e OR foram empregados para ampliar e refinar os resultados. Cabe destacar que as buscas bibliográficas e o levantamento exploratório de postagens em redes sociais foram realizados no primeiro semestre de 2025.

Como critérios de inclusão, foram selecionados: (a) artigos revisados por pares; (b) livros acadêmicos; (c) estudos empíricos ou revisões teóricas diretamente relacionados à influência das redes sociais sobre autoimagem, autoestima ou padrões estéticos; e (d) publicações disponíveis em texto completo.

O principal objetivo foi a aquisição de conhecimento e a compreensão crítica dos conceitos abordados pelos diferentes autores analisados. Lakatos e Marconi (2005) destacam que a pesquisa bibliográfica oferece uma visão abrangente dos trabalhos mais relevantes já desenvolvidos, permitindo não apenas a síntese do conhecimento existente, mas também a identificação de lacunas investigativas.

A análise dos dados ocorreu por meio de leitura analítica e interpretativa, com categorização temática dos achados, possibilitando uma discussão crítica acerca das convergências, tensões e limites das abordagens teóricas identificadas. Esse procedimento permitiu ir além da simples descrição dos estudos, assumindo um posicionamento analítico frente às evidências levantadas.

3 REDES SOCIAIS E A CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM

3.1 A importância das redes sociais para a construção da autoimagem

A evolução da autoimagem ao longo da infância e da adolescência é marcada por importantes transformações cognitivas e sociais. Inicialmente, as crianças pequenas apresentam um autoconceito concreto, focado em habilidades e características específicas. Com o crescimento, suas descrições sobre si mesmas tornam-se mais abstratas e multifacetadas, refletindo uma compreensão mais profunda da identidade e do valor pessoal. Essa progressão é influenciada por diversos fatores, como o desenvolvimento cognitivo, as interações sociais e o contexto cultural (Harter, 2000; Harter, 2014)¹.

Durante a primeira infância, as autodescrições tendem a ser concretas e baseadas em comportamentos observáveis, por exemplo: "Eu corro rápido" (Harter, 2015). Já na adolescência, os conceitos sobre si mesmos tornam-se ainda mais abstratos, englobando identidades mais amplas, como "Sou uma pessoa inteligente", e refletindo uma avaliação mais complexa da autoestima, fortemente influenciada pelo *feedback* de pais e colegas (Harter, 2000; Harter, 2014).

O desenvolvimento da autoimagem é impactado por dois pilares principais: o desenvolvimento cognitivo e o ambiente social. À medida que as habilidades cognitivas amadurecem, as crianças passam a representar a si mesmas de forma mais abstrata (Montemayor; Eisen, 1977). Além disso, os relacionamentos familiares e com os pares desempenham um papel essencial na formação da autoestima e do autoconceito, ressaltando a importância de ambientes sociais acolhedores e incentivadores (Ribeiro; Ribeiro; Santos, 2023).

Embora o desenvolvimento de uma autoimagem positiva seja geralmente benéfico, é importante reconhecer que percepções irreais sobre si mesmo podem levar a problemas, como sentimentos de superioridade ou baixa autoestima, especialmente quando há uma ênfase excessiva na validação externa (Harter, 2015).

A influência da mídia e das redes sociais sobre a percepção corporal e a aparência é profunda, especialmente entre os jovens. Plataformas como Instagram, TikTok e Facebook frequentemente promovem imagens corporais idealizadas, o que contribui para um aumento na insatisfação com o próprio corpo e para uma autoimagem negativa. Esse fenômeno é

Considerando que grande parte da produção acadêmica sobre redes sociais está disponível em língua inglesa, muitas das obras consultadas foram originalmente publicadas nesse idioma. Quando necessário, as traduções dos trechos citados foram realizadas pelos autores deste artigo, com o devido cuidado para manter o sentido original.

intensificado pela tendência dos usuários de se envolverem em comparações sociais, o que pode gerar sofrimento emocional e uma queda na autoestima (Trajković, 2022; Syaifussalam *et al.*, 2024).

Um dos fatores mais relevantes é a comparação social relacionada à imagem corporal. Usuários frequentemente comparam seus corpos com os de influenciadores e colegas, o que gera sentimentos de inadequação (Trajković, 2022; Syaifussalam *et al.*, 2024). Pesquisas apontam que a exposição a imagens idealizadas está fortemente associada ao aumento da insatisfação com a imagem corporal, especialmente entre mulheres (Yamout; Ghaddar, 2023).

Outro aspecto preocupante é o transtorno dismórfico corporal (TDC), cujos sintomas têm sido associados ao uso intensivo das redes sociais. Nesse contexto, muitos usuários desenvolvem uma preocupação excessiva com supostos defeitos na aparência (Tavares *et al.*, 2024). A presença de filtros e imagens editadas nessas plataformas contribui para a construção de padrões de beleza irreais, agravando ainda mais a insegurança corporal (Tavares *et al.*, 2024).

As influências socioculturais também desempenham um papel fundamental. Pressões percebidas de familiares e amigos intensificam os efeitos negativos das redes sociais sobre a imagem corporal (Wang *et al.*, 2025). Além disso, discursos negativos sobre o corpo entre colegas — conhecidos como *body talk* — podem servir como porta de entrada para a vergonha corporal, reforçando comparações prejudiciais (Wang *et al.*, 2025).

Embora os impactos negativos sejam evidentes, é importante destacar que algumas pessoas relatam efeitos positivos do uso das redes sociais, como a motivação para adotar estilos de vida mais saudáveis. Essa dualidade indica que a relação entre redes sociais e imagem corporal é complexa e merece ser explorada com maior profundidade (Syaifussalam *et al.*, 2023).

As plataformas digitais utilizam algoritmos para personalizar a experiência do usuário, com base em seus comportamentos, preferências e interações. No contexto dos padrões estéticos, esse mecanismo contribui diretamente para a formação da chamada bolha digital, na qual o usuário é exposto repetidamente a conteúdos que reforçam determinados ideais de beleza (Huang; Fabi, 2024).

Ao identificar o tipo de conteúdo com maior engajamento — como imagens de corpos considerados "perfeitos", rotinas de beleza e padrões corporais valorizados socialmente — os algoritmos tendem a reproduzir e intensificar esses materiais no perfil do usuário. Esse processo cria uma experiência homogênea, em que visões alternativas ou mais diversas sobre o corpo e a estética raramente aparecem (Huang; Fabi, 2024).

Essa repetição silenciosa não apenas limita o contato com diferentes realidades, mas também reforça padrões inatingíveis, alimentando comparações sociais prejudiciais e sentimentos de inadequação. Como resultado, muitos usuários — especialmente jovens — passam a internalizar padrões irreais como metas pessoais, o que impacta negativamente a autoimagem e a autoestima (Rehani, 2020).

Dessa forma, os algoritmos não apenas organizam informações, mas atuam como agentes influenciadores do comportamento e da percepção corporal, promovendo uma estética dominante que nem sempre corresponde à diversidade real dos corpos e das identidades.

3.2 Padrões de beleza e seu impacto psicológico

Os padrões de beleza evoluíram significativamente ao longo da história, acompanhando os valores culturais, sociais e econômicos de diferentes épocas. Nas sociedades antigas, corpos robustos e curvilíneos eram celebrados como símbolos de fertilidade e status social, representados em diversas obras artísticas (Robinson, 1998). Já na Idade Média, influências religiosas promoveram um ideal estético baseado na modéstia e na palidez, características associadas à virtude, pureza e devoção espiritual (Robinson, 1998).

Essa transformação evidencia que a beleza não é um conceito estático, mas sim uma construção social moldada por narrativas culturais e pelas dinâmicas de poder. Tais padrões frequentemente privilegiam determinados tipos físicos, ao mesmo tempo em que marginalizam outros, o que contribui para a manutenção de desigualdades e disparidades sociais (Pérez, 2009). Ademais, a relação entre beleza e raça revela como os sistemas históricos de dominação racial influenciaram os ideais de desejabilidade, tornando-os eurocêtricos e excludentes (Mears, 2015).

No caso da estética masculina, os padrões também passaram por mudanças significativas. Ideais que já valorizaram a robustez física passaram a exaltar a magreza ou definição muscular, refletindo os valores e expectativas sociais de cada tempo (Ricciardelli & Williams, 2012). Apesar de muitas vezes impostos de forma normativa, esses padrões também podem ser ressignificados como instrumentos de resistência e expressão identitária por parte de grupos marginalizados, que desafiam os discursos dominantes sobre o que é considerado belo (Mears, 2015).

A evolução dos ideais corporais do Renascimento ao século XIX reflete mudanças culturais significativas na percepção da beleza e da feminilidade. Durante o Renascimento, artistas como Botticelli exaltavam formas voluptuosas, associando-as à fertilidade e à beleza.

Nesse período, houve uma valorização de diferentes tipos corporais, desafiando os estereótipos medievais que associavam o corpo à decadência e ao excesso (Pellé, 2024).

Com a chegada do século XIX, os padrões estéticos passaram por uma transformação. A ascensão da burguesia trouxe consigo uma preferência por cinturas extremamente finas, alcançadas por meio do uso de espartilhos, que se tornaram símbolos de status e feminilidade. Em resposta a essas exigências físicas, surgiram movimentos de reforma do vestuário, defendendo um retorno às formas corporais mais naturais, inspiradas nas esculturas antigas de Vênus (Franks, 2021; Fillmer, 2010).

Nesse contexto, a indústria da moda desenvolveu uma série de dispositivos para moldar o corpo, como os próprios espartilhos e as crinolinas, refletindo os ideais mutáveis de beleza da época (Bruna, 2015). Embora o termo "voluptuosa" tenha sido ressignificado ao longo do tempo para valorizar corpos maiores de forma positiva, como uma tentativa de combater preconceitos corporais, os rígidos padrões do século XIX também contribuíram para o surgimento de conflitos com a autoimagem (Almond, 2013). Assim, enquanto o Renascimento celebrou a diversidade corporal, o século XIX impôs padrões limitantes, evidenciando o constante embate entre as expectativas sociais e a aceitação do próprio corpo.

Com a chegada do século XXI e o avanço das redes sociais, os padrões tornaram-se ainda mais voláteis e globalizados. Imagens editadas, filtros e a influência de influenciadores digitais passaram a ditar modelos estéticos muitas vezes inatingíveis, reforçando a busca constante por um corpo idealizado. No entanto, também emergiram movimentos que valorizam a diversidade corporal e questionam a rigidez desses padrões, marcando um novo momento de reflexão e desconstrução (Upagna, 2024).

A pressão estética refere-se à exigência social, muitas vezes implícita, para que indivíduos, especialmente mulheres, se adequem a padrões de beleza considerados ideais. Essa cobrança constante é amplificada por mídias tradicionais, redes sociais e pela indústria da moda, que promovem imagens, na maioria das vezes, irreais e inatingíveis (Fardouly *et al.*, 2020).

Emocionalmente, essa pressão pode gerar sentimentos de inadequação, baixa autoestima, ansiedade e até quadros depressivos. A constante comparação com modelos idealizados de corpo e aparência leva muitos a desenvolverem uma percepção distorcida de si mesmos, resultando em insatisfação corporal crônica. Comportamentalmente, é comum o surgimento de dietas restritivas, compulsão alimentar, uso excessivo de filtros e procedimentos estéticos, muitas vezes sem orientação adequada (Stein; Appel, 2023).

Somado a isso, a pressão estética pode interferir nas relações sociais e na forma como os indivíduos se posicionam no mundo, afetando a espontaneidade e o bem-estar. A busca por

aceitação e pertencimento, quando condicionada à aparência física, reforça um ciclo de insegurança difícil de romper. Portanto, compreender e questionar os efeitos da pressão estética é essencial para promover uma cultura de valorização da diversidade e do cuidado com a saúde mental e emocional (Upagna, 2024).

3.3 Transtornos relacionados (transtorno dismórfico corporal, ansiedade, depressão transtornos alimentares)

O uso generalizado das redes sociais tem sido associado ao aumento de transtornos mentais, especialmente entre adolescentes. Transtornos como o dismórfico corporal, ansiedade, depressão e alimentares tornaram-se mais prevalentes diante da constante exposição a imagens idealizadas e da cultura de comparação social promovida por essas plataformas. Na sequência, serão exploradas as conexões entre o uso das redes sociais e essas condições psicológicas, destacando a importância do letramento digital e do fortalecimento da autoestima como medidas preventivas.

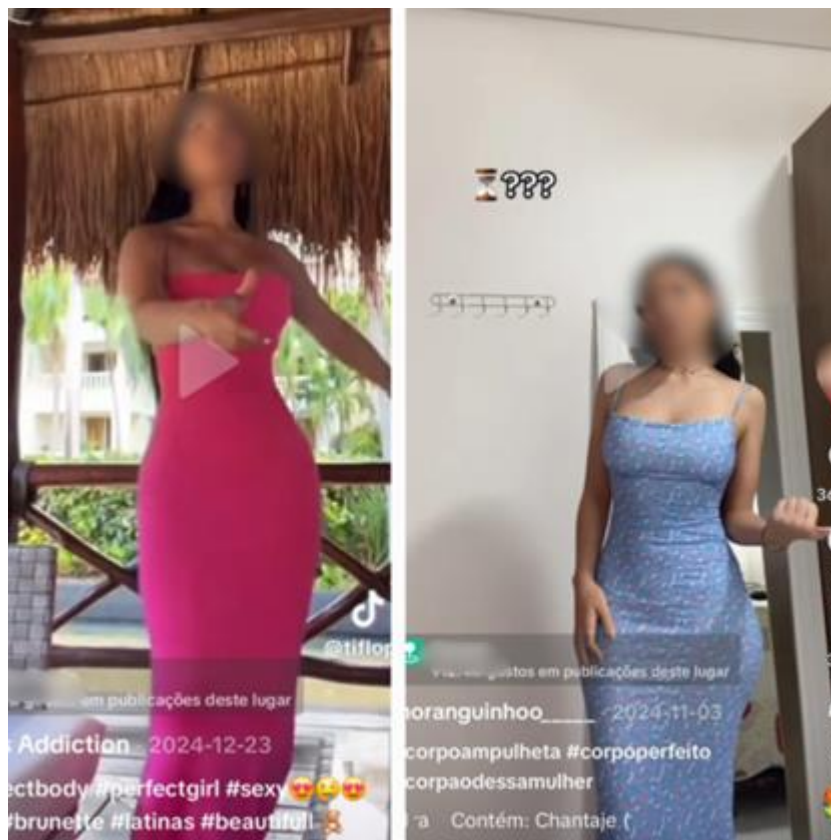
O transtorno dismórfico corporal, como foi mencionado acima, apresenta sintomas mais intensos entre adolescentes que utilizam com frequência redes como TikTok e Instagram (Usman; Punzalan, 2024; Tavares et al., 2024). A obsessão por imagens editadas e o uso excessivo de filtros contribuem para uma visão distorcida da própria aparência (Tavares et al., 2024). Já a exposição a corpos idealizados pode reduzir a autoestima e aumentar a ansiedade, fatores que, juntos, favorecem o surgimento de sintomas depressivos (Rodríguez-Suárez et al., 2022; Choukas-Bradley et al., 2024). A comparação constante e o medo de exclusão social, intensificados pela busca de validação através de curtidas e comentários, agravam esse cenário (Choukas-Bradley et al., 2024).

As redes sociais, nesse contexto, muitas vezes promovem ideais de magreza associados ao desenvolvimento de transtornos alimentares como anorexia e bulimia (Rodríguez-Suárez et al., 2022; Derenne; Beresin, 2018). A pressão por se adequar a esses padrões contribui para comportamentos alimentares não saudáveis e insatisfação corporal, especialmente entre mulheres jovens (Choukas-Bradley et al., 2024). Em contrapartida, embora as redes possam impactar negativamente a saúde mental, também oferecem espaços de apoio comunitário e movimentos de positividade corporal, que, se bem aproveitados, podem mitigar alguns dos efeitos prejudiciais.

3.4 Cultura do "Corpo Perfeito" e suas consequências

O ambiente digital, especialmente nas redes sociais, tem exercido forte influência sobre a autoimagem dos usuários, em grande parte por meio da atuação de influenciadores digitais e do uso constante de filtros e edições. Influenciadores, com milhões de seguidores, muitas vezes, por meio de *hashtags*, como, por exemplo, *#corpoperfeito*, frequentemente compartilham imagens cuidadosamente produzidas que retratam padrões estéticos inalcançáveis para a maioria das pessoas. Esses conteúdos, muitas vezes editados e aprimorados com recursos digitais, criam uma realidade distorcida, promovendo ideais de beleza homogêneos e excludentes (Choukas-Bradley *et al.*, 2024).

Figura 1: Representações do corpo perfeito nas redes sociais



Fonte: Imagens do TikTok

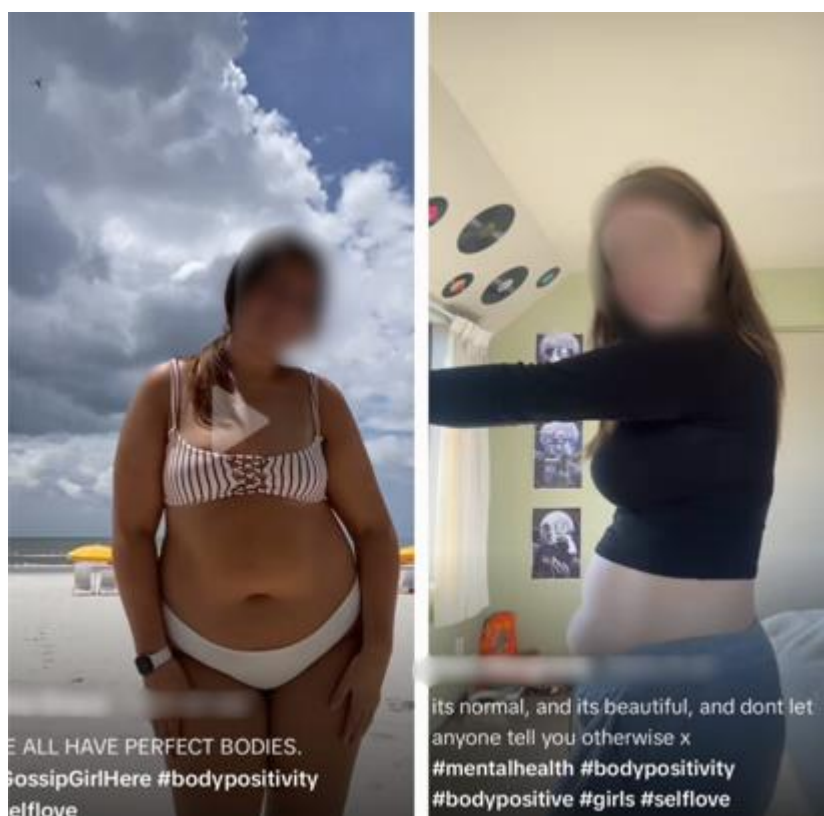
A busca por curtidas e comentários transforma essas interações em moedas de validação social, fazendo com que muitos usuários relacionem sua autoestima ao engajamento obtido nas postagens. Esse mecanismo de recompensa, baseado em métricas visíveis, reforça comportamentos voltados para a busca por aceitação e aprovação externa, contribuindo para uma sensação de valor pessoal condicionada à popularidade digital (Rodríguez-Suárez *et al.*, 2022; Derenne; Beresin, 2018).

Nesse contexto, a comparação social torna-se inevitável. Ao se depararem com imagens idealizadas de outros usuários, especialmente influenciadores, muitas pessoas passam a avaliar seus próprios corpos de forma negativa, o que pode levar à insatisfação corporal. Essa comparação constante alimenta sentimentos de inadequação, baixa autoestima e, em casos mais severos, o desenvolvimento de transtornos psicológicos. A compreensão crítica desses processos é essencial para promover o uso mais consciente e saudável das redes sociais (Rodríguez-Suárez *et al.*, 2022; Derenne; Beresin, 2018).

3.5 Estratégias para uma autoestima saudável no mundo digital

A ascensão das campanhas de aceitação e diversidade corporal tem se destacado como uma resposta crucial aos padrões de beleza irreais amplamente difundidos pelas redes sociais. Essas iniciativas visam celebrar uma variedade de tipos corporais, promovendo uma definição mais inclusiva de beleza que fortalece a autoestima e respeita as diferenças individuais. Movimentos como o *#bodypositive* têm conquistado grande repercussão (Figura 2), com mais de um bilhão de interações no Instagram, demonstrando uma mobilização coletiva contra esses padrões nocivos.

Figura 2: O impacto do movimento *#bodypositive* nas redes sociais



Fonte: Imagens do TikTok

Campanhas como o movimento *#corpolive* no Brasil representam formas eficazes de ciberativismo, ao combater a gordofobia e encorajar mulheres a aceitarem seus corpos fora das normas tradicionais (Rodrigues, 2023). Pesquisas indicam que modelos *Plus Size* vêm ganhando popularidade, sinalizando uma mudança em direção a um modelo de beleza mais inclusivo, embora os ideais convencionais ainda prevaleçam.

Figura 3: Ciberativismo e autoaceitação, um exemplo do movimento *#corpolive*



Fonte: Imagens do TikTok

Apesar dos avanços, o movimento de positividade corporal ainda enfrenta desafios, como o risco de ser apropriado pelos mesmos padrões que procura combater, o que ressalta a importância de se adotar abordagens interseccionais e realmente inclusivas. Griffin et al (2022). Embora essas campanhas estejam promovendo transformações importantes, a persistência dos padrões estéticos tradicionais na mídia mostra que ainda são necessárias ações contínuas para garantir uma representação genuinamente diversa da beleza.

Nesse cenário, a psicoeducação emerge como ferramenta essencial, pois promove a compreensão dos impactos psicológicos causados pela exposição prolongada a conteúdos idealizados. Ao incentivar o pensamento crítico diante do que é consumido nas redes sociais, a psicoeducação fortalece o autoconhecimento, o autocuidado e o senso de realidade, principalmente entre adolescentes e jovens adultos (Rodrigues, 2023).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da pesquisa evidenciam que os padrões estéticos propagados pelas redes sociais têm impacto direto na autoimagem e na saúde mental dos indivíduos, especialmente entre os jovens. A constante exposição a imagens idealizadas, associada ao uso de filtros, edições e à cultura da validação social por meio de curtidas e comentários, reforça um modelo de beleza inalcançável que, frequentemente, desencadeia insatisfação corporal, ansiedade, depressão e transtornos alimentares (Rodríguez-Suárez *et al.*, 2022; Choukas-Bradley *et al.*, 2024).

A hipótese de que o uso intensivo das redes sociais se relaciona ao aumento de distúrbios como o transtorno dismórfico corporal (TDC) foi confirmada, sobretudo em usuários que passam mais tempo em plataformas como Instagram e TikTok (Usman; Punzalan, 2024; Tavares *et al.*, 2024). As contribuições de Tavares *et al.* (2024) e de Choukas-Bradley *et al.* (2024) destacam que a busca por validação social agrava a insatisfação com a própria imagem, promovendo um ciclo de comparação e frustração.

Por outro lado, movimentos como o #bodypositive e o #corpolivresurgem como contranarrativas importantes, promovendo aceitação e diversidade corporal. Segundo Graham *et al.* (2022), o engajamento massivo nessas campanhas evidencia uma reação coletiva aos padrões restritivos. Rodrigues (2023) também asseveram que o ciberativismo pode ser uma ferramenta eficaz no combate à gordofobia. Já Griffin *et al.* (2022) alerta para os riscos de cooptação do discurso da positividade corporal por estéticas tradicionais, o que exige atenção à interseccionalidade e autenticidade dessas iniciativas.

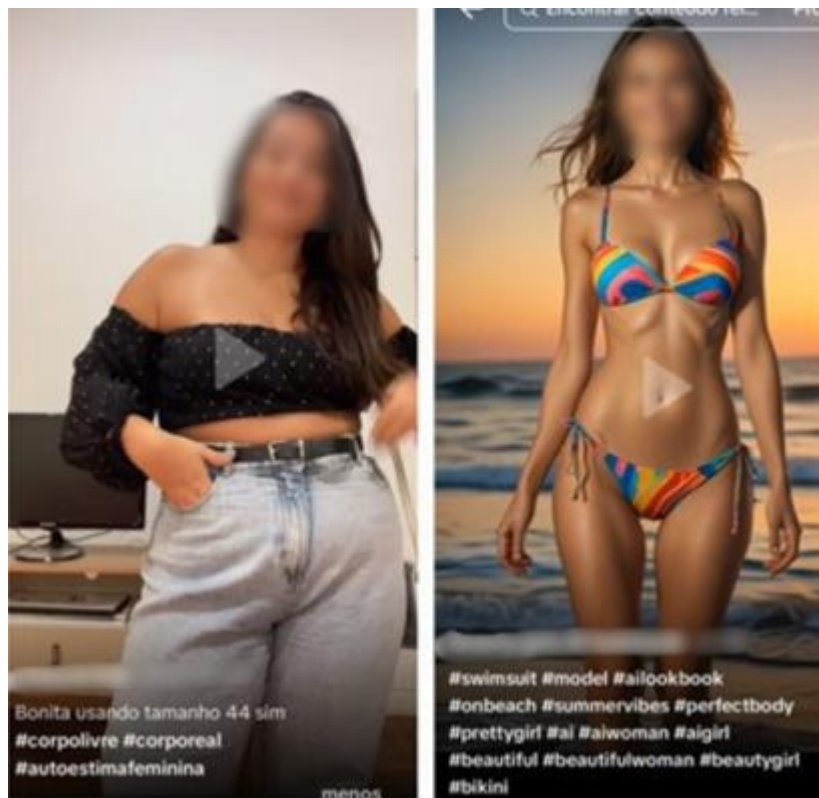
A imagem a seguir ilustra a reflexão já apresentada sobre a comparação entre dois modelos de representação corporal nas redes sociais.

A imagem contrapõe dois modelos de representação corporal nas redes sociais: à esquerda, uma mulher real que reivindica autoestima e liberdade corporal, e à direita, uma imagem hiperpadronizada gerada por inteligência artificial. Essa justaposição ilustra o embate entre os discursos de aceitação e os padrões estéticos idealizados, reforçando como a

visibilidade de corpos diversos é fundamental para ampliar as referências de beleza e combater os efeitos nocivos da comparação constante fomentada pelos algoritmos.

Assim, os dados confirmam que, embora as redes sociais representem um espaço de opressão estética, também oferecem potencial para promover debates críticos e transformações sociais, desde que haja educação midiática e incentivo ao consumo consciente de conteúdo digital.

Foto 4: Contraposição entre corpos reais e padrões estéticos nas redes sociais



Fonte: Imagens do TikTok

Nesse contexto, é possível perceber como a construção da autoimagem, principalmente entre os jovens, passa a ser moldada pelas lógicas e tendências das redes sociais. A busca por aceitação e visibilidade faz com que a aparência ganhe um peso desproporcional no ambiente digital. Como os algoritmos priorizam conteúdos alinhados a certos padrões estéticos, isso acaba invisibilizando corpos e características que fogem do esperado, provocando sentimentos de inadequação, exclusão e insegurança em quem não se vê representado.

Considerando os impactos analisados, a influência das redes sociais na autoimagem e autoestima configura-se como um tema complexo e atual, que demanda ações conjuntas de educadores, psicólogos, famílias, plataformas digitais e da sociedade como um todo. Apenas com uma abordagem ampla e consciente será possível transformar as redes sociais em

ferramentas que, em vez de promover inseguranças, incentivem a aceitação, o respeito e o bem-estar psicológico dos usuários.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os principais achados desta revisão indicam que as redes sociais exercem forte influência sobre a autoimagem e a autoestima dos indivíduos, especialmente entre os jovens. A exposição constante a padrões de beleza idealizados, frequentemente reforçados por filtros e edições de imagem, estimula comparações sociais e pode gerar insatisfação corporal, baixa autoestima e sofrimento emocional. Além disso, o *feedback* virtual – como curtidas e comentários – torna-se uma métrica de validação pessoal, impactando diretamente a percepção que o indivíduo tem de si mesmo.

As implicações desses resultados contribuem para ampliar o debate sobre saúde mental na era digital, destacando a importância do uso crítico e consciente das redes sociais. Tais discussões também favorecem o desenvolvimento de políticas públicas e práticas educativas que incentivem a valorização da diversidade corporal e a construção de uma autoimagem mais saudável e realista.

Entre as limitações do estudo, destaca-se a dependência de literatura disponível, predominantemente de natureza teórica e qualitativa, o que aponta para a necessidade de mais estudos empíricos que investiguem a relação entre redes sociais, autoestima e autoimagem em diferentes contextos culturais e faixas etárias.

Para pesquisas futuras, recomenda-se o desenvolvimento e a análise de intervenções voltadas à redução dos efeitos negativos das redes sociais, como programas de alfabetização digital, campanhas de conscientização sobre a edição de imagens e estratégias terapêuticas que promovam o fortalecimento da autoestima, especialmente entre populações mais vulneráveis.

REFERÊNCIAS

ALMOND, K. Fashionably voluptuous: Repackaging the fuller-sized figure. **Fashion Theory**, v. 17, n. 2, p. 197-222, 2013. Disponível em: <https://scispace.com/pdf/fashionably-voluptuous-repackaging-the-fuller-sized-figure-ljkqfiuofn.pdf> Acesso em: 20 maio 2025.

BRUNA, Denis et al. **Fashioning the Body: An Intimate History of the Silhouette**. Yale University Press, 2015.

CHOUKAS-BRADLEY, Sophia et al. Social Media Use, Body Image Concerns, and Disordered Eating Among Adolescents. In: **Handbook of Children and Screens: Digital Media, Development, and Well-Being from Birth Through Adolescence**. Cham: Springer Nature Switzerland, 2024. p. 149-156. Disponível em:

https://scholar.google.com/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CHOUKAS-BRADLEY%2C+Sophia+et+al.+Social+Media+Use%2C+Body+Image+Concerns%2C+and+Disordered+Eating+Among+Adolescents.+In%3A+Handbook+of+Children+and+Screens%3A+Digital+Media%2C+Development%2C+and+Well-Being+from+Birth+Through+Adolescence.+Cham%3A+Springer+Nature+Switzerland%2C+2024.+p.+149-156.+&btnG= Acesso em: 20 maio 2025.

DERENNE, J.; BERESIN, E. Body image, media, and eating disorders—a 10-year update. **Academic Psychiatry**, v. 42, p. 129-134, 2018. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1176/appi.ap.30.3.257> Acesso em: 20 maio 2025.

FARDOULY, J.; KAKAR, V.; DIEDRICHS, P. C. Body image and global media. In: **The Routledge handbook of gender and communication**. Routledge, 2020. p. 146-170. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429448317-12/body-image-global-media-jasmine-fardouly-vani-kakar-phillippa-diedrichs> Acesso em: 20 maio 2025.

FILLMER, C. **The shaping of women's bodies: in pursuit of the fashion silhouette**. 2010. Tese de Doutorado. James Cook University. Disponível em: <https://researchonline.jcu.edu.au/29138/> Acesso em: 20 maio 2025.

FRANKS, H. M. As Nature Formed It: Venus Sculptures and the ‘Natural’ Waistline in Dress Reform Discourse. **Classical Receptions Journal**, v. 13, n. 2, p. 253-276, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/crj/article-abstract/13/2/253/6032625> Acesso em: 20 maio 2025.

HARTER, S. Self-development in childhood and adolescence. In: WRIGHT, James D. (ed.). **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences**. 2. ed. v. 21, p. 492–497. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.23019-5>. Acesso em: 11 abr. 2025.

HARTER, S. **The construction of the self: A developmental perspective**. New York: Guilford Press, 2000.

HARTER, S. **The construction of the self: Developmental and sociocultural foundations**. 2. ed. New York: Guilford Press, 2014.

GRIFFIN, M. B. K A; LOPEZ, K J. #BodyPositive? A critical exploration of the body positive movement within physical cultures taking an intersectionality approach. **Front Sports Act Living**. 2022 Oct 10;4:908580. doi: 10.3389/fspor.2022.908580. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9589104/>. Acesso em: 26 mai. 2025.

HUANG, A.; FABI, S. Algorithmic Beauty: The New Beauty Standard. **Journal of drugs in dermatology: JDD**, v. 23, n. 9, p. 742-746, 2024. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/39231079/> Acesso em: 20 maio 2025.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEARS, A. Beauty, Race, and Power. p. 1–3. 2015. **Wiley Online Library**. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/9781118663202.WBEREN173>. Acesso em: 16 abr 2025.

MERINO, Mariana et al. Body perceptions and psychological well-being: a review of the impact of social media and physical measurements on self-esteem and mental health with a focus on body image satisfaction and its relationship with cultural and gender factors. In: **Healthcare**. MDPI, 2024. p. 1396. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2227-9032/12/14/1396> Acesso em: 20 maio 2025.

MONTEMAYOR, R.; EISEN, M. The development of self-conceptions from childhood to adolescence. **Developmental psychology**, v. 13, n. 4, p. 314, 1977. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1978-07730-001> Acesso em: 20 maio 2025.

PELLÉ, A. S. Vénus séniles et gloutons vertueux. Les métamorphoses du corps dans l'art de la Renaissance germanique, de la subversion esthétiqua à l'émulation créatrice. **Perspective. Actualité en histoire de l'art**, n. 2, p. 143-154, 2024. DOI: 10.4000/perspective.30847. Disponível em: <https://journals.openedition.org/perspective/30847> Acesso em: 20 maio 2025.

PÉREZ, D. E. Queer Machos: Gender, Sexuality, Beauty, and Chicano/Latino Men. In: **Rethinking Chicana/o and Latina/o Popular Culture**. New York: Palgrave Macmillan US, 2009. p. 9-36. DOI:10.1057/9780230101685_2. Disponível em: https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780230101685_2 Acesso em: 20 maio 2025.

REHANI, S. Social media personalization algorithms and the emergence of filter bubbles. **iSCHANNEL**, v. 15, n. 1, 2020. Disponível em: <https://ischannel.lse.ac.uk/articles/171/files/submission/proof/171-1-415-1-10-20200825.pdf> Acesso em: 20 maio 2025.

RIBEIRO, I. S.; RIBEIRO, I. S.; DOS SANTOS, T. V. G. Self-esteem, self-concept and self-image: influences on your development process in childhood. **Health and Society**, v. 3, n. 02, p. 92-111, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.51249/hs.v3i02.1289>. Acesso em: 20 maio 2025.

RICCIARDELLI, L. A.; WILLIAMS, R. J. Beauty over the centuries—Male. **Encyclopedia of body image and human appearance**, v. 1, p. 50-57, 2012. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=dEi89AqASbYC&oi=fnd&pg=PA50&dq=RICCIARDELLI,+Lina+A.%3B+WILLIAMS,+R.+J.+Beauty+over+the+centuries%E2%80%94Male.+Encyclopedia+of+body+image+and+human+appearance,+v.+1,+p.+50-57,+2012.&ots=HPHic-KuLj&sig=4nrk4WcsrLoxOfwkhULWNeG_buU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false Acesso em: 20 maio 2025.

ROBINSON, J. **The quest for human beauty: an illustrated history**. W W Norton & Co Inc, 1998. Disponível em: <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000798155751296> Acesso em: 20 mai 2025.

RODRIGUES, R. S. N. **Meu corpo, meu post, minha luta: Ciberativismo gordo e as possibilidades da comunicação contraperformativa feminista no Instagram Brasil**. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/5785>. Acesso em: 20 mai 2025.

RODRÍGUEZ SUÁREZ, B.; CAPEROS, J. M.; MARTÍNEZ HUERTAS, J. A. Effect of exposure to thinness ideals in social networks on self-esteem and anxiety. **Behavioral Psychology / Psicología Conductual**, Vol. 30, Nº 3, 2022, pp. 677-691. Disponível em: <https://www.behavioralpsycho.com/product/effect-of-exposure-to-thinness-ideals-in-social-networks-on-self-esteem-and-anxiety/?lang=en>. Acesso em: 12 de maio 2025.

SANTOS, A. M. R. dos; LAMPERT, V. T.; VITORINO, Y. A. L.; RIBEIRO, M. E. M. A. S. O impacto das mídias sociais sobre a construção da autoimagem masculina. **Revista Fisio&terapia.**, v. 29, v. 140, p. 53–54, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.69849/revistaft/ni10202411251353>. Acesso em: 15 abr 2025.

STEIN, J.-P.; SCHEUFEN, S.; APPEL, M. Recognizing the beauty in diversity: Exposure to body-positive content on social media broadens women’s concept of ideal body weight. **Journal of Experimental Psychology: General**, 2023. Disponível em: https://psycnet.apa.org/record/2023-72231-001?casa_token=zG08n-d85PwAAAAA:hasENjH0q8S7E8noX6s5VJ2PS9O7tSlI2L89lShfE6Pun1Yc-gA1nVisIXpAUXvUd_104JdcWB36BXfJ8vI29nM Acesso em: 20 maio 2025.

SYAIFUSSALAM, M. L.; INTANSARI, F.; HANIFAH, R.; LARASATI, B. S.; WIGATI, M.; WILANTIKA, R. **Reflections of Self: How Social Media Shapes Teen Body Image**. v. 1, n. 12, p. 932–939, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.55927/ijcs.v1i12.12041>. Acesso em: 15 abr 2025.

TRAJKOVIĆ, Jovana. Social media and body image. **Media, Culture and Public Relations**, v. 13, n. 2, p. 149–160, 2022. Review article. DOI: 10.46630/mcp.2022.07. Disponível em: <https://msae.rs/index.php/home/article/view/50>. Acesso em 16 abr. 2025.