

## INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA AUTOIMAGEM DE MULHERES NA ETAPA DA VIDA ADULTA JOVEM NA PERSPECTIVA COGNITIVO COMPORTAMENTAL

Influence of Instagram on the self-image of women in young adulthood: From a cognitive behavioral perspective

Rielle de Souza Monteiro <sup>1</sup>, Giselda Benedita Jordão da Silveira <sup>2</sup>

1 Aluna do Curso de Psicologia

2 Professora do Curso de Psicologia

### Resumo

Com o avanço da tecnologia foram desenvolvidas as redes sociais que passaram a fazer parte do cotidiano dos indivíduos. A internet é o principal meio de comunicação que pode conectar milhares de pessoas ao mesmo tempo. Nesse contexto, o Instagram é uma rede social que tem como suas principais funções o compartilhamento de imagens. A plataforma traz a exposição constante a padrões de beleza irrealistas e estereótipos de corpos perfeitos, visto que podem levar a comparações e intensificar sentimentos de inadequação, impactando na autoimagem das mulheres e gerando pensamentos e distorções cognitivas em relação à visão sobre si mesma, sobre o mundo e sobre o futuro. Este estudo objetiva compreender o impacto dos conteúdos gerados pelo Instagram na autoimagem de mulheres jovens adultas, um tema cada vez mais relevante à medida que as plataformas digitais crescem e ocupam espaço nas formas de interação e comunicação na sociedade contemporânea. A Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) destaca-se neste contexto como uma abordagem terapêutica focalizada na identificação e modificação de padrões de pensamento disfuncionais que desencadeiam emoções e comportamentos muitas das vezes inadequados. Constatou-se a partir das pesquisas realizadas que os conteúdos que definem padrões de beleza e aceitação social influenciam na percepção que mulheres adultas jovens constroem sobre si mesmas. Quando a mulher não se reconhece nas definições e padrões divulgados, sente-se inadequada e desenvolve pensamentos disfuncionais sobre sua imagem corporal e pessoal, neste sentido, a intervenção terapêutica com base na TCC contribuirá para a identificação e modificação dos padrões cognitivos distorcidos construídos sob a influência dos conteúdos do Instagram.

Palavras-Chave: Subjetividade; Autoimagem; Autoconceito; Teoria Cognitivo Comportamental; Instagram.

### Abstract

With the advancement of technology, social networks were developed and became part of individuals' daily lives. The internet is the main means of communication that can connect thousands of people at the same time. In this context, Instagram is a social network whose main functions are sharing images. The platform brings constant exposure to unrealistic beauty standards and stereotypes of perfect bodies, as they can lead to comparisons and intensify feelings of inadequacy, impacting women's self-image and generating thoughts and cognitive distortions in relation to their view of themselves, their world and about the future. This study aims to understand the impact of content generated by Instagram on the self-image of young adult women, an increasingly relevant topic as digital platforms grow and occupy space in the forms of interaction and communication in contemporary society. Cognitive-Behavioral Therapy (CBT) stands out in this context as a therapeutic approach focused on identifying and modifying dysfunctional thought patterns that trigger emotions and behaviors that are often inappropriate. standards of beauty and social acceptance influence the perception that young adult women construct about themselves. When a woman does not recognize herself in the published definitions and standards, she feels inadequate and develops dysfunctional thoughts about her body and personal image. In this sense, therapeutic intervention based on CBT will contribute to the identification and modification of distorted cognitive patterns built under the influence of Instagram content.

Keywords: Subjectivity; Self-image; Self-concept; Cognitive Behavioral Theory; Instagram.

Contato: [rielle.monteiro@souicesp.com.br](mailto:rielle.monteiro@souicesp.com.br) [coord.psicologia@icesp.edu.br](mailto:coord.psicologia@icesp.edu.br)

### Introdução

Ao longo das décadas, os ideais de beleza passaram por transformações significativas, refletindo as influências sociais, culturais e midiáticas da época. No cenário contemporâneo, a sociedade testemunha uma valorização específica de características físicas, a qual apresenta padrões de beleza representados por corpos

magros, cabelos longos, sobrancelhas definidas e dentes simétricos. Essa construção de padrões é frequentemente perpetuada e ampliada pelos meios de comunicação, e as redes sociais se destacam como plataformas propagadoras desse tipo de imagem social.

O presente estudo propõe explorar a influência do Instagram, na contribuição para a

definição dos padrões de beleza feminina e como os conteúdos desta plataforma podem influenciar na autoimagem feminina.

Considerando a perspectiva de Santos (2020), que destaca a busca incessante pela adaptação aos padrões contemporâneos de beleza da mulher revela-se como um desafio inalcançável, impondo prejuízos consideráveis à saúde mental e física da população feminina. Este interesse é alimentado por uma pressão crescente proveniente da indústria cosmética, mídias sociais, revistas e outros meios de comunicação.

A inovação constante de métodos de emagrecimento e rejuvenescimento reflete não apenas uma procura pela estética ideal, mas também uma resposta às expectativas sociais moldadas por esses setores.

Seguindo uma abordagem cognitivo-comportamental proposta por Beck (2013), a pesquisa concentra-se na análise dos fatores cognitivos, como percepção e interpretação de eventos, que influenciam a autoimagem das mulheres. O modelo cognitivo de Beck oferece uma estrutura para compreender como pensamentos, emoções e comportamentos estão, intrinsecamente, ligados às avaliações e interpretações dos eventos, e como a autoimagem feminina é afetada por esses processos.

Considerando a perspectiva da Terapia Cognitivo Comportamental, espera-se analisar e compreender as influências psicológicas e comportamentais, conduzindo informações sobre os padrões atuais e seus impactos na autoimagem de mulheres na etapa adulta jovem.

Para este fim foram estabelecidos os objetivos específicos, os quais serão desenvolvidos no referencial teórico a partir da caracterização da fase do desenvolvimento adulto jovem e os conflitos vivenciados em relação a constituição da subjetividade, descrição sobre a constituição da autoimagem e do autoconhecimento como componentes da subjetividade feminina na vida adulta de acordo com a Teoria Cognitivo Comportamental e influência dos conteúdos digitais na autoimagem de mulheres adultas jovens.

## Metodologia

Este estudo se caracteriza como uma pesquisa qualitativa, que se destaca pela análise interpretativa de fontes secundárias, a qual visa proporcionar uma compreensão mais aprofundada e contextualizada do tema em estudo, permitindo uma análise reflexiva e interpretativa das informações coletadas. Assim, a abordagem qualitativa propicia uma visão enriquecedora e complexa, contribuindo para a obtenção de

informações significativas no desenvolvimento da pesquisa (Minayo, 2009).

Empregando uma metodologia de revisão bibliográfica a qual envolve a contribuição de outros autores para a formulação de estudos e pesquisas (Barros, 2011).

De acordo com as considerações de Gil (2002), o método de pesquisa é uma etapa crucial que implica na decisão dos procedimentos, técnicas e abordagens a serem empregadas para a coleta e análise de dados. Essa escolha tem como objetivo atender, de maneira eficaz, à pergunta da pesquisa ou objetivo da investigação em questão. Em outras palavras, a condução do método de pesquisa desempenha um papel fundamental na garantia da qualidade e na confiabilidade dos resultados obtidos ao longo do processo investigativo.

A obtenção de dados será conduzida por meio da seleção de artigos presentes em bases de dados acadêmicos, tais como Scielo (*Scientific Electronic Library Online*), Pubmed (*National Library of Medicine*), Google Acadêmico e Pepsic (*Electronic Journals of Psychology*). Por fim, este estudo concentra-se na análise da influência do Instagram na autoimagem de mulheres durante a etapa da vida adulta jovem, numa perspectiva cognitivo comportamental. Foram utilizados os seguintes descritores: subjetividade, autoimagem, autoconceito, teoria cognitivo comportamental, Instagram. Assim, serão incluídos neste estudo somente os artigos que atenderem aos seguintes critérios.

**Inclusão:** artigos escritos em português que abordassem a temática da teoria cognitivo-comportamental, a formação dos conceitos de autoimagem e autoconceito, e a plataforma Instagram em relação aos seus conteúdos.

**Exclusão:** Artigos que não estão relacionados com a teoria cognitivo comportamental e a constituição do conceito de autoimagem e autoconceito. Artigos que não estão disponíveis nas bases de dados selecionadas, e não estão relacionados com o Instagram.

Foi estabelecido um limite temporal de 8 anos, excluindo materiais como artigos em idiomas diferentes e aqueles cujas propostas não estavam alinhadas com a temática da pesquisa. A coleta de materiais teve início em março de 2023 e se estendeu até novembro de 2023, e os artigos citados que fizeram parte do referencial teórico encontram-se citados nas referências bibliográficas.

## REVISÃO DA LITERATURA

**Explorando a jornada do desenvolvimento humano na etapa adulto jovem**

As perspectivas sobre o desenvolvimento humano enfatizam que a vida é uma jornada caracterizada por diversas fases, que se estendem desde a infância até a velhice. Cada uma dessas fases de desenvolvimento traz suas próprias características e demandas, representando um conjunto único de expectativas e desafios ao longo do percurso de crescimento e amadurecimento (Dias, 2021).

Segundo Papalia e Feldman (2013), o estudo do desenvolvimento humano concentra-se em três áreas principais que compõem a complexa jornada do eu: física, cognitiva e psicossocial. No Desenvolvimento Físico, observa-se o crescimento do corpo e do cérebro, bem como a melhoria das habilidades sensoriais, motoras e a saúde ao longo do tempo. No Desenvolvimento Cognitivo, a atenção se volta para a fascinante trajetória de aprendizagem, memória, linguagem, pensamento, raciocínio e criatividade. Por fim, o desenvolvimento psicossocial, o qual abrange um conjunto complexo de elementos que definem a experiência humana.

Assim, estes processos intelectuais moldam a forma como compreendemos e nos relacionamos com o mundo, e evoluem de forma significativa em diferentes fases da vida. Pois, as emoções, a formação da personalidade e as intrincadas teias das relações sociais contêm esse domínio, influenciando e sendo influenciadas pelas interações sociais, desde as relações familiares até as dinâmicas mais amplas da sociedade (Papalia; Feldman, 2013).

Antunes (2007), fala sobre a fase da vida conhecida como adulto jovem e traz consigo a assunção de novas responsabilidades, a exploração de novos horizontes existenciais, as conquistas significativas e o desejo de aprofundar o entendimento nesta etapa crucial e ampla do desenvolvimento humano, uma jornada que se estende ao longo de toda a vida, caracterizada por mudanças constantes, evolução e oportunidades de aprendizado. Implica que cada indivíduo desenvolve gradualmente uma compreensão mais profunda de suas emoções, sentimentos, interesses e preferências. Não existe mais um marco nítido que aponte o início da vida adulta como costumava ter no passado, em vez disso, várias condições divergem no cenário atual.

Anteriormente, o término da adolescência costumava simbolizar o início da vida adulta, no entanto, atualmente, não há mais um evento claramente definido ou um rito de passagem que demarque claramente essa transição. As mudanças para a vida adulta podem incluir a

inserção no mercado de trabalho, a matrícula na faculdade e o estabelecimento de relacionamentos, mas esses processos agora tendem a ocorrer mais espaçados ao longo do tempo, em contraste com o que era comum no passado (Papalia; Martorell 2021).

Continuando essa linha de pensamento, de acordo com Papalia e Martorell (2021) como resultado dessa evolução, adolescentes assumem responsabilidades e compromissos que antes eram atribuídos à vida adulta em função da sua idade. Por outro lado, é observado indivíduos já considerados adultos do ponto de vista biológico, mas que ainda não desenvolveram características psicológicas associadas à maturidade e a idade adulta jovem.

Segundo Alves (2020), um dos autores que contribuiu para a compreensão dos conflitos vivenciados na fase marcada pelo início da vida adulta foi Erik Erikson, o qual oferece um valioso entendimento sobre o desenvolvimento humano. Embora devamos considerar as mudanças contemporâneas na sociedade, Erikson concentrou-se em identificar os conflitos intrínsecos que as pessoas vivenciam em várias etapas do desenvolvimento, sendo um exemplo notável, a fase que ele descreve como "intimidade versus isolamento." Nessa fase, os jovens adultos estão à procura de um maior reconhecimento e a consolidação de sua própria identidade. Eles buscam validação e aceitação por parte dos outros como parte do processo de construção, muitas vezes ansiando pela aprovação de seus pares ou da sociedade em geral.

Camarano (2006), sustenta que a transição para a vida adulta é caracterizada por mudanças significativas, que implicam na maneira em que o adulto jovem percebe a si mesmo, sua visão do mundo e das outras pessoas. Nessa fase, a necessidade de estabelecer vínculos definitivos e tomar decisões importantes é uma característica marcante, pois os adultos jovens frequentemente se encontram ansiosos por estabelecer relacionamentos amorosos e duradouros, sejam eles românticos, de amizade ou familiares. Essas experiências amorosas podem desenvolver um papel crucial na identidade e no desenvolvimento emocional durante esse período.

Observa-se na literatura já pesquisada que, independente da visão de diferentes teóricos sobre o desenvolvimento, os mesmos têm um consenso em relação aos diversos conflitos vivenciados nessa etapa da vida, os quais influenciam na construção da subjetividade do adulto jovem. Dentre os fatores que vão contribuir para a formação da identidade da pessoa destaca-se a percepção do mundo, assim como a

sua cultura, tradições, valores, opiniões e práticas compartilhadas pelo grupo social no qual está inserida ( Mosquera, 2006).

A fase do adulto jovem segundo Papalia e Martorell (2021) geralmente se inicia na faixa dos 20 anos e se estende até os 40 anos, embora possa começar em idades ligeiramente diferentes para algumas pessoas, representando um período essencial no desenvolvimento humano.

Durante a transição para a vida adulta, os jovens enfrentam uma série de desafios e passagens significativas que moldam suas trajetórias de vida. Nesse processo, os traços e estilos de personalidade podem ser influenciados tanto por eventos de vida pessoais quanto por fatores genéticos, ambientais e influências das redes sociais. Assim, essa fase da vida é caracterizada por uma intensa jornada de autodescoberta, na qual as pessoas exploram diversos aspectos de si mesmas, seus interesses e suas identidades (Guerreiro, 2005).

Nos dias atuais, a intensificação do uso das redes sociais destaca-se como uma faceta significativa na vida do adulto jovem. A procura pela aceitação e aprovação dos pares mantém-se como um elemento fundamental nas interações cotidianas, sendo acentuada pelo avanço tecnológico que transformou a maneira como as pessoas se conectam. Essas mudanças têm particular relevância no contexto do desenvolvimento humano, pois durante esse período as experiências vividas moldam a forma como o adulto jovem se percebe e desenvolve sua autoimagem, e, autoconceito a partir do retorno de outras pessoas, que modifica a maneira que se enxerga (Recuero, 2014).

### **Compreendendo a Subjetividade, Autoconceito e Autoimagem, em uma perspectiva cognitivo comportamental**

De acordo com Gomez (2022) a autoimagem, é a percepção que uma pessoa tem de si mesma, podendo ser modificada por fatores internos como os pensamentos e emoções, assim como fatores externos, relacionamentos familiares, educação, cultura, redes sociais, bem como eventos importantes que ocorre na vida. Essa autoconsciência é uma característica subjetiva percebida como um sentimento que está intimamente relacionado às próprias ideias e mantém a unidade do eu ao longo do tempo.

A autoimagem como mencionado anteriormente, refere-se ao conjunto de pensamentos que uma pessoa tem sobre si mesma, os quais são moldados e podem ser influenciados pela cultura e pelos padrões

estabelecidos pela sociedade. Na atualidade, com o avanço do uso das mídias sociais, esses padrões são frequentemente implícitos nas expectativas e nas pressões que muitas vezes se dão pelas redes sociais, cujo muitas vezes promovem ideais de beleza irrealistas, fazendo com que as pessoas aspirem a padrões de perfeição amplamente divulgados (Riso,2012).

Devido a essa aspiração a ideais de beleza irreais, as mulheres estão mais propícias devido a influências sociais, culturais e pessoais, a TCC sugere que as experiências passadas e as influências do ambiente podem moldar as opiniões centrais e os pensamentos automáticos que afetam a autoimagem e o autoconhecimento. A abordagem pode ser aplicada para ajudar pacientes que têm padrões de pensamentos disfuncionais em relação a sua autoimagem, auxiliando-os a desafiá-los com evidências concretas (Beck, 2013).

As técnicas de produção da autoimagem evoluíram ao longo dos períodos históricos. Atualmente, a disseminação digital de imagens por meio das redes sociais representa uma identidade específica de conexão com a característica das sociedades contemporâneas. No contexto das redes sociais, a vida cotidiana de alguns indivíduos foram transformados em um palco digital, a partir da preocupação exagerada com a autoimagem o sujeito muitas vezes constroem personas online que representam uma versão idealizadas de si mesmo, com mudanças de personalidade e autoconceito, que sentem a necessidade de se encaixar em padrões que muitas vezes são cobrados pela sociedade (Gomez, 2022).

A Terapia Cognitivo Comportamental revela que a autoimagem é influenciada por crenças centrais que sustentam os pensamentos automáticos, que são aqueles que ocorrem em resposta a determinadas situações, se há pensamentos automáticos disfuncionais relacionados à sua aparência ou habilidades, isso pode levar a uma autoimagem distorcida e a sentimentos de inadequação (Beck,2013).

A subjetividade desempenha um papel crucial na construção e na evolução da autoimagem, a qual é uma qualidade inerente de ser subjetivo, ou seja, de ter uma natureza pessoal e individual, e está intimamente ligada à maneira como cada indivíduo interpreta sua realidade e constrói sua identidade, assim, referindo o modo em que pensa e se comporta no mundo, sendo formada por meio de interações com a sociedade, cultura, língua, hábitos e costumes. Tendo o potencial de ser afetada pelos comportamentos e

valores aos quais o indivíduo é exposto, adquiridos através da influência da família, do ambiente educacional, da sociedade e das redes sociais, contribuindo para a formação de uma perspectiva única e pessoal sobre o mundo (Boris,2007).

Segundo Beck (2013), a Terapia Cognitivo-Comportamental oferece uma visão valiosa na construção da subjetividade, a mesma pode ser influenciada pela forma que uma pessoa interpreta eventos, experiências e ela mesma. Na vida adulta muitas mulheres podem enfrentar desafios únicos relacionados à sua subjetividade, como desenvolver interpretações distorcidas ou opiniões negativas sobre si, os outros e o mundo ao seu redor. Essas interpretações podem afetar significativamente a autoimagem e o modo como as situações são percebidas.

Em vista disso, Andrade (2017) traz sobre o autoconceito como uma construção que inclui a autoimagem, a qual envolve a percepção e a compreensão das crenças e avaliações sobre habilidades, personalidade, papéis sociais e outras características, mesmo em termos de sua, personalidade, papéis sociais, valores, crenças e identidade. O autoconceito é moldado tanto pela subjetividade quanto pela autoimagem, uma vez que a forma como uma pessoa se percebe impacta diretamente na sua construção. Para Terapia Cognitivo Comportamental o autoconhecimento é encorajado como parte do processo terapêutico, pois ajuda as pessoas a identificarem padrões de pensamento disfuncionais e a desenvolverem estratégias para lidar com eles, ou seja, envolve uma exploração de abordagens distorcidas, como "devo ser perfeito o tempo todo", e as substituições por pensamentos mais realistas e adaptativos.

As mulheres frequentemente estão expostas a conteúdos relacionados a padrões de beleza, que podem afetar sua autoimagem e gerar pensamentos negativos sobre sua aparência, podendo vir a se desenvolver pensamentos disfuncionais de que não estão à altura desses padrões e que não serão aceitas ou valorizadas, comparando-se com outras mulheres, elas se esforçam para se igualar, mas se sentem inadequadas e desenvolvem pensamentos automáticos disfuncionais, como "Eu não sou bonita" ou "Ninguém vai se interessar por mim". Esses pensamentos automáticos disfuncionais podem alimentar a crença de desamor, levando à sensação de que não merecem ser amadas e valorizadas por não se encaixarem no padrão desejado. Essa crença de desamor pode afetar de maneira negativa a autoimagem e a confiança dessas mulheres, levando a comportamentos de

evitação social e dificuldades nos relacionamentos interpessoais (Beck, 2013).

Constata-se assim que a relação entre autoimagem, subjetividade e autoconceito é especialmente relevante na fase da vida de uma mulher adulta jovem, à medida que elas exploram sua identidade, valores e metas pessoais, passam a moldar a visão de si mesmos e seu lugar na sociedade (Fagundes, 2019).

Dessa forma, a Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) exerce um papel importante na relação entre estes três constructos. Ela auxilia a identificar e modificar padrões de pensamento e comportamento disfuncionais que moldam a forma como se veem, promovendo uma autoimagem mais equilibrada, uma subjetividade mais positiva e um autoconceito mais saudável. Apoiando na reflexão como o que se pensa sobre as coisas, fatos, acontecimentos e eventos influenciam nas emoções e no comportamento; ou seja, a forma como alguém pensa não apenas impacta a maneira como essa pessoa se enxerga, mas também afeta sua visão do mundo ao redor, exercendo uma influência significativa sobre suas respostas emocionais e ações. Logo a TCC é eficaz na promoção da saúde mental e bem-estar, permitindo que as pessoas avaliem e modifiquem distorções cognitivas relacionadas à sua identidade e autopercepção (Beck, 2013).

Refletindo sobre a complexa relação entre a percepção pessoal e as influências sociais, padrões de beleza e estilos de vida apresentados dentro do Instagram exercem mudanças na autoimagem (Riso, 2012).

### **O impacto dos conteúdos do Instagram, na autoimagem de mulheres adultas jovens.**

Com as mudanças e transformações da sociedade ao longo da sua história percebe-se a influência de diferentes formas de interação entre as pessoas, e com o avanço da tecnologia e seu uso no cotidiano institui novas formas de relacionamento. As redes sociais, em particular, desempenham um papel importante na forma como as informações são compartilhadas e consumidas, especialmente entre as gerações mais jovens, que passam bastante tempo online, tendo o domínio de influenciar opiniões, tendências de comportamento e até mesmo definição de valores (Silva, 2019).

De acordo uma pesquisa publicada pela BBC News em 2017, o Instagram é a rede social mais prejudicial para a saúde mental dos jovens. A plataforma muitas vezes promove uma visão idealizada da vida, apresentando constantemente momentos de felicidade e sucesso, agregando

assim validação na forma de curtidas e seguidores. A comparação constante com a vida “perfeita” retratada no Instagram pode fazer com que os usuários desenvolvam sentimentos de inferioridade e inferioridade, potencialmente fazendo com que busquem a aprovação de outras pessoas, o que por sua vez pode prejudicar sua autoimagem.

Para Silva (2019), a habilidade de influência dos meios de comunicação sugere que suas perspectivas exercem controle sobre a disseminação da informação. A opinião pública não surge de forma espontânea, mas sim é moldada após uma avaliação feita pelos meios de comunicação. As principais fontes de informação não apenas informam, mas também definem o que será divulgado, muitas vezes optando por priorizar o entretenimento na mídia. Ao analisar o que recebe destaque na mídia, percebe-se uma procura constante pela perfeição. No Instagram, inúmeras blogueiras e influenciadores representam um modelo de vida que é admirado e desejado por seus seguidores.

Segundo as observações de Silva (2019), em uma sociedade consumista, é comum que as pessoas estabeleçam e reforcem padrões. Muitas vezes, os indivíduos veem nos outros uma representação idealizada da realidade que desejam, mesmo que essa imagem não corresponda à verdade ou à sua própria realidade. Isso leva à tendência de idolatrar essa fantasia padronizada, o que, por sua vez, ajuda a explicar por que os perfis mais seguidos e apreciados no Instagram pertencem a pessoas famosas, que abrangem desde famosos atletas e modelos até influenciadores digitais e youtubers.

O Instagram é um aplicativo gratuito de compartilhamento de imagens, vídeos, stories, reels e entre diversas outras funcionalidades que oferece aos seus usuários uma ampla variedade de entretenimento. Criada em 2010 por dois engenheiros de software Mike Krieger e Kevin Systrom, em que rapidamente obteve popularidade ganhando sucesso em 2012 (Genuíno, 2013).

Dentro da plataforma, é comum que celebridades recebam pagamentos para promover marcas específicas e, assim, aumentar sua visibilidade entre os seguidores, isso muitas vezes resulta em uma exposição cada vez maior no aplicativo. Um exemplo notável disso é a influência da figura pública Kylie Jenner, que pode receber até US\$1 milhão para compartilhar fotos promovendo produtos específicos. De forma geral, é importante ressaltar que as celebridades divulgam quando as marcas lhes pagam, a fim de garantir a transparência e informar ao público que

se trata de um ato publicitário. No entanto, influencers que promovem marcas tem um enorme impacto na forma como as pessoas se veem, se percebem e estabelecem padrões de conduta para si mesmas. Isso ocorre porque a exposição contínua a imagens de celebridades associadas a um produto pode influenciar as percepções de beleza, estilo de vida e sucesso. As pessoas se comparam às celebridades e se sentem pressionadas a comprar os produtos que promovem ou a adotar os estilos de vida que promovem, o que pode afetar sua autoestima e autoimagem (Silva, 2019).

Uma das numerosas funcionalidades oferecidas pelo Instagram incluem a aplicação de filtros. Esses filtros proporcionam uma variedade de estilos e efeitos, no qual permite aos usuários personalizarem sua imagem de acordo com sua preferência (Piza, 2012).

De acordo com Souza e Silva (2017), mulheres que percebem que não se conformam com os padrões socialmente aceitos são frequentemente alvo de discriminação, críticas e enfrentam o risco de serem excluídas. Podemos observar como a questão da autoimagem e sua distorção impactam negativamente a autoestima das mulheres, especialmente aquelas que sentem que não se encaixam nos padrões de beleza estabelecidos pela sociedade e experimentam desconforto em relação a isso.

Continuando nesta linha de pensamento, segundo Riso (2012), fica claro que o conceito de autoimagem está intrinsecamente ligado à forma como um indivíduo se vê, ou seja, é a percepção que uma pessoa tem da sua própria imagem. E envolve vários fatores como emoção, corpo e comportamento.

No contexto de uma exposição constante a informações sobre beleza, estilo de vida e moda através de diversos meios de comunicação, como programas de TV, propagandas, novelas e redes sociais, muitas mulheres se sentem pressionadas a se conformar com os padrões de beleza amplamente divulgados, pois há uma pressão muito grande por parte de seguidores também. Embora as redes sociais possam ser uma fonte de conexão e apoio social, o uso excessivo delas pode resultar em comparações sociais negativas. (Silva, 2019).

De acordo com Moreno (2008) esse cenário pode levar muitas mulheres jovens a mergulhar em um mar de inseguranças, fazendo-as sentir-se pequenas e diminuídas diante dos padrões estabelecidos virtualmente. A pressão pela perfeição, alimentada pelas imagens cuidadosamente selecionadas e manipuladas,

contribui para um ciclo prejudicial de comparação e autocrítica.

A Terapia Cognitivo Comportamental (TCC) se destaca como uma abordagem fundamental nos processos psíquicos enfrentados pelo uso excessivo das redes sociais. Suas técnicas oferecem contribuições que proporcionam resultados e melhorias substanciais na vida dos usuários afetados (Wright 2008).

De acordo com Beck (2013), as emoções e comportamentos de cada pessoa são influenciadas pela maneira que ela percebe e compreende o mundo ao seu redor. Os pensamentos e crenças de um indivíduo são moldados por esquemas formados a partir de suas experiências passadas. Consequentemente, a interpretação das vivências é filtrada pelos pensamentos derivados desses esquemas, o que, por sua vez, afeta a forma como a pessoa sente e responde às situações. A Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) se propõe a apoiar os pacientes no desenvolvimento de uma compreensão mais profunda de si mesmos, promovendo a reflexão e avaliação das suas cognições e como elas podem refletir na melhoria da qualidade de vida.

No contexto da influência do Instagram na autoimagem de mulheres jovens, Silva (2019) discorre que o objetivo é restaurar a forma como essas mulheres se enxergam a partir da busca pela aceitação e aprovação social. O impacto das redes sociais na autoimagem é evidente e gera distorções cognitivas, especialmente quando as mulheres se veem comparando constantemente com conteúdos que visualizam nos ambientes virtuais e, como a compreensão sobre eles refletem no sentimento que têm sobre si mesmas. Ao comparar-se com os padrões definidos e socialmente aceitos, podem pensar que são inadequadas e não serão valorizadas e reconhecidas.

Na abordagem da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC), o objetivo é auxiliar na reestruturação e flexibilização dos pensamentos automáticos disfuncionais que sustentam as distorções cognitivas decorrentes dos conflitos que vivenciam cotidianamente com a exposição aos conteúdos das redes sociais essas mulheres a reconhecerem e enfrentarem essas distorções ( Leahy, 2018).

A mulher real é ela mesma, com suas singularidades e autenticidade. A necessidade de se conformar aos padrões exigidos muitas vezes leva a uma negação da própria identidade. A TCC, trabalha para reconstruir essa ideia distorcida, promovendo a aceitação da individualidade e

encorajando a mulher a se apresentar ao mundo sem a necessidade constante de atender a padrões externos. O foco é fortalecer a autoimagem real e autêntica, promovendo um senso saudável de autoaceitação ( Leahy, 2016).

### **Considerações Finais**

Esse artigo apresentou como tema a influência do Instagram na autoimagem de mulheres na etapa adulta jovem, sob uma perspectiva cognitivo comportamental. Analisar o impacto do Instagram na autoimagem de mulheres jovens adultas, sob este olhar revela um cenário complexo e multifacetado. A exposição constante a padrões de beleza irrealistas nas plataformas pode criar percepções distorcidas e desencadear pensamentos negativos sobre o corpo e a autoimagem das mulheres.

Percebe-se que ao explorar as redes sociais as mulheres sofrem a pressão pelos padrões de beleza apresentados, e, criam uma falsa ideia de como devem ser, para serem aceitas e reconhecidas. Gerando assim o conflito com a sua imagem que é real, com a imagem padronizada pelas mídias, logo ao perceberem que não são como as imagens que visualizaram, distorcem a sua realidade. Com isto passam muitas vezes a perseguir padrões irrealistas de beleza impostos pela mídia digital. No entanto, é crucial destacar que a imagem filtrada apresentada nas redes sociais não reflete a realidade da mulher, sendo uma representação idealizada e muitas vezes inatingível.

Essas percepções podem, por sua vez, influenciar comportamentos como uma busca constante por validação online. No domínio cognitivo, é evidente que as mulheres internalizam facilmente estes padrões inatingíveis, levando a uma percepção distorcida da sua própria imagem.

A Terapia Cognitivo Comportamental se baseia nos pensamentos sobre as situações, avaliações cognitivas ou a maneira que as informações são apresentadas e são processadas, afetando as emoções e consequentemente o comportamento. A TCC auxilia o indivíduo a questionar os seus pensamentos, verificando se os mesmos são verdadeiros ou falsos e identificar se causam prejuízo no cotidiano. Fazendo o uso de questionamentos e outras técnicas para a modificação de pensamentos disfuncionais, assim, trazer melhorias sobre si mesmo, ou outros e o futuro.

Diante desse cenário, é crucial promover a conscientização sobre os impactos potencialmente nocivos do Instagram na autoimagem. Iniciativas que visem desconstruir padrões de beleza irreais e

promover a aceitação do corpo são fundamentais para contrapor os efeitos negativos dessa influência. Além disso, fomentar uma compreensão mais profunda da autoestima ancorada em validações externas pode contribuir para o desenvolvimento de uma mentalidade mais resiliente e saudável.

Percebe-se que a TCC irá contribuir com a resignificação e reestruturação cognitiva de mulheres jovens que foram influenciadas negativamente pelos conteúdos do Instagram. O que será possível por meio da psicoeducação e de estratégias terapêuticas que favoreçam a conscientização e a aceitação da própria imagem. Serão utilizadas técnicas de identificação e modificação de pensamentos disfuncionais, crenças centrais e distorções cognitivas.

As distorções cognitivas são percepções disfuncionais de processar informações, diante os conteúdos vistos no Instagram que influenciam na autoimagem da mulher. A partir dessas distorções, a mulher compromete a visão que tem de si mesma, passando a acreditar que não é bonita, não será reconhecida e valorizada socialmente. A partir das distorções cognitivas, as mulheres constituem crenças negativas sobre si mesma, que comprometem seu padrão de pensamento. Dentre as distorções cognitivas que mais se evidenciam neste contexto, pode-se destacar a generalização, quando a mulher pensa: que “nunca vai encaixar-se nos padrões de beleza, Ex: “não são bonita”; e a leitura da mente, que consiste em acreditar que sabe o que os outros pensam, Ex: “Devem esta me achando gorda”

Conclui-se assim que a flexibilidade cognitiva favorece a minimização dos efeitos negativos da influência das redes sociais sobre a autoimagem feminina, contribuindo para o desenvolvimento de uma mentalidade mais saudável e equilibrada sobre si, sobre o mundo e sobre o futuro. A compreensão desses mecanismos pode, por sua vez, empoderar as

mulheres a desenvolverem uma autoimagem mais positiva e resistente às pressões externas, promovendo assim o bem-estar psicológico e emocional.

#### **Agradecimentos:**

Durante a elaboração deste artigo, contei com a colaboração de diversas pessoas essenciais para a conclusão do mesmo. Expresso meus sinceros agradecimentos.

Agradeço a Deus, cuja graça me permitiu realizar o sonho de ingressar na faculdade de psicologia e superar os desafios de cada semestre. Sou grata pela saúde e forças concedidas, fundamentais para alcançar este propósito em minha vida.

A minha família que sempre esteve ao meu lado me apoiando e acreditando no meu potencial. Minhas amigas que sempre me auxiliaram em todos os processos vivenciados. O apoio de todos foram essenciais para realizar essa, tão almejada, conquista .

Sou grata à minha orientadora Giselda; suas orientações foram fundamentais para a realização deste artigo. Com seus pontuais ensinamentos, correções e incentivo durante toda a nossa trajetória. Obrigada por acreditar na minha proposta de trabalho e me incentivar a entregar o meu melhor.

Expresso minha profunda gratidão a todos os professores que, com dedicação e sabedoria, desenvolveram, significativamente, o meu aprendizado durante toda essa jornada acadêmica. Cada aula ministrada foi uma fonte de conhecimento, moldando não apenas minha compreensão dos conteúdos, mas também meu crescimento pessoal e profissional. A influência positiva desses educadores reverbera em cada conquista alcançada, e sou verdadeiramente grata por ter tido a oportunidade de aprender com mentes tão brilhantes.

#### **Referências:**

ALVES, Leonardo Marcondes. Erik Erikson: os estágios psicossociais do desenvolvimento. *Ensaios e Notas*, 2020. Disponível em: <https://ensaiosnotas.com/2020/06/13/erik-erikson-os-estagios-psicossociais-do-desenvolvimento/>

ANDRADE, Simone Andrioli; GIOSA, Elenice Giosa. AUTOCONHECIMENTO E ESPIRITUALIDADE EM VIVÊNCIAS SIMBÓLICAS NAS ÁREAS DE EDUCAÇÃO E SAÚDE. *Interespe. Interdisciplinaridade e Espiritualidade na Educação*, n. 8, p. 79-85, 2017.

ANTUNES, Vida adulta, processos motivacionais e diversidade. Porto Alegre, 2007. Disponível em :[https://meriva.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/8579/2/Vida\\_Adulta\\_Processos\\_Motivacionais\\_e\\_diversidade.pdf](https://meriva.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/8579/2/Vida_Adulta_Processos_Motivacionais_e_diversidade.pdf) . Acesso em 15 de agosto de 2023.

BARROS, José D.'Assunção. A Revisão Bibliográfica—uma dimensão fundamental para o planejamento da pesquisa. Instrumento: Revista de Estudo e Pesquisa em Educação, v. 13, n. 1, 2011. Disponível em :<https://periodicos.ufrj.br/index.php/revistainstrumento/article/view/18708/9826> Acesso em 19 de dezembro 2023.

BECK, Judith S. Terapia cognitivo-comportamental. Artmed Editora, 2013. Disponível em: <https://www.adventista.edu.br/source2019/psicologia/Judith-Beck.pdf> Acesso em 12 de maio 2023.

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; DE HOLANDA CESÍDIO, Mirella. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. Revista mal-estar e subjetividade, v.7, n.2, p.451-478, 2007. Disponível em: <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/cadernospsicologia/article/view/2495/1628> . Acesso em: 14 de outubro de 2023.

CAMARANO, Ana Amélia Organizadora. Transição para a vida adulta ou vida adulta em transição?. 2006. Disponível em: [https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3296/1/Livro\\_Transicao\\_WEB1.pdf](https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3296/1/Livro_Transicao_WEB1.pdf) . Acesso em 12 de novembro 2023.

DIAS, Elsa Oliveira. A teoria do amadurecimento de DW Winnicott—4º Ed. DWW editorial, 2021. Disponível em [https://books.google.com.br/books?id=hAIsEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=hAIsEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) .

FAGUNDES, L. S. Autoestima e Bem-Estar Subjetivo no Instagram: O Impacto da Comparação Social e da Personalidade. Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica. PUC-RJ. Rio de Janeiro - RJ. 2019 . Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/46666/46666.PDF>

GENUINO, Simone. Entre Filtros e Hashtags: Instagram, O Novo Espelho de Narciso. Mossoró, 2013. Disponível em: [https://www.uern.br/controldepaginas/depto-comunicacao-social-producao-discente/arquivos/0301entre\\_filtros\\_e\\_hashtags\\_instagram\\_o\\_novo\\_espelho\\_de\\_narciso.pdf](https://www.uern.br/controldepaginas/depto-comunicacao-social-producao-discente/arquivos/0301entre_filtros_e_hashtags_instagram_o_novo_espelho_de_narciso.pdf) . Acesso em: 14 de novembro de 2023.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, SP: Atlas, 2002. Disponível em : <https://tinyurl.com/myfprxe> . Acesso em : 22 de outubro de 2023.

Gomez, L.. (nov., 2022). Conceito de Autoimagem. Editora Conceitos. São Paulo, Brasil. Disponível em : <<https://conceitos.com/autoimagem/>>

GUERREIRO, Maria das Dores; ABRANTES, Pedro. Como tornar-se adulto: processos de transição na modernidade avançada. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, p. 157-175, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69092005000200008> . Acesso em 30 de novembro de 2023.

Instagram é considerada a pior rede social para saúde mental dos jovens, segundo pesquisa. BBC News Brasil. Maio, 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-40092022>>.

LEAHY, Robert L. **Como lidar com as preocupações: sete passos para impedir que elas paralise você.** Artmed Editora, 2016. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=NsY6DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Leahy.+R.+L.++\(2007\).+Como+lidar+com+as+preocupa%C3%A7%C3%B5es:+Sete+passos+para+impedir+que+elas+paralisem+voc%C3%AA.+Porto+Alegre:+Artmed](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=NsY6DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Leahy.+R.+L.++(2007).+Como+lidar+com+as+preocupa%C3%A7%C3%B5es:+Sete+passos+para+impedir+que+elas+paralisem+voc%C3%AA.+Porto+Alegre:+Artmed)

LEAHY, Robert L. **Técnicas de Terapia Cognitiva:- Manual do Terapeuta.** Artmed Editora, 2018. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=8WuADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Leahy.+R.+L.++\(2018\).+T%C3%A9cnicas+de+Terapia+Cognitiva:+Manual+do+Terapeuta.+Artmed+Editora.](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=8WuADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Leahy.+R.+L.++(2018).+T%C3%A9cnicas+de+Terapia+Cognitiva:+Manual+do+Terapeuta.+Artmed+Editora.)

MINAYO, M. C. O desafio da pesquisa social. In: Minayo, M. C. (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro, RJ: Vozes, 2009. Disponível

em:[https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/300166/mod\\_resource/content/1/MC2019%20Minayo%20Pequisa%20Social%20.pdf](https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/300166/mod_resource/content/1/MC2019%20Minayo%20Pequisa%20Social%20.pdf) . Acesso em: 16 de outubro de 2023.

MORENO, Rachel. **A beleza impossível: mulher, mídia e consumo**. Editora Ágora, 2008. Disponível em:<https://books.google.com.br/books?id=ScGXCwAAQBAJ&lpg=PT9&ots=9yAFfSyFL9&dq=MORENO%20C%20Raquel.%20A%20beleza%20imposs%C3%ADvel%3A%20mulher%20C%20m%3A%ADdia%20e%20c%20nsumo.%20S%3%A3o%20Paulo%3A%20C%81gora%20C%202008.&lr&hl=pt-BR&pg=PT12#v=onepage&q&f=false> Acesso em 25 de novembro. 2023.

MOSQUERA, Juan José Mouriño et al. Universidade: auto-imagem, auto-estima e auto-realização. UNI revista, São Leopoldo, v. 1, n. 2, p. 1-13, 2006. Disponível em :[https://www.researchgate.net/profile/Saul-Jesus/publication/28083197\\_Auto-imagem\\_auto-estima\\_e\\_auto-realizacao\\_na\\_universidade/links/0046351c0132508ad7000000/Auto-imagem-auto-estima-e-auto-realizacao-na-universidade.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Saul-Jesus/publication/28083197_Auto-imagem_auto-estima_e_auto-realizacao_na_universidade/links/0046351c0132508ad7000000/Auto-imagem-auto-estima-e-auto-realizacao-na-universidade.pdf) . Acesso em 12 de dezembro 2023.

PAPALIA, D. E. e FELDMAN, R. D. (2013). Desenvolvimento Humano. Porto Alegre, Artmed, 12ª ed. Disponível em:<https://www.obbiotec.com.br/wp-content/uploads/2022/04/OBJ-livro-Desenvolvimento-Humano.pdf> . Acesso em 18 de setembro de 2023.

PAPALIA, Diane E.; MARTORELL, Gabriela. Desenvolvimento Humano-14. McGraw Hill Brasil, 2021. Disponível em:[https://books.google.com.br/books?id=f0RKEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=f0RKEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

PIZA, Mariana Vassallo. O fenômeno Instagram: considerações sobre a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f. II. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) - Universidade de Brasília, Brasília 2012. Disponível em: [https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012\\_MarianaVassalloPiza.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf) . Acesso em 29 de outubro 2023.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet–Porto Alegre: Sulina, 2009. **Coleção Ciberultura**, v. 191, 2014. Disponível em:[https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435\\_Redes\\_Sociais\\_na\\_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redes_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf) . Acesso em 18 de outubro de 2023.

RISO, Walter. **Apaixone-se por si mesmo**. Editora Planeta do Brasil, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=LxqP7O3GygYC&oi=fnd&pg=PT4&dq=RISO.+Walter.+Apaixone-se+por+si+mesmo.+O+valor+Imprescind%C3%ADvel+da+Autoestima++Editora+Planeta+do+Brasil>.

SANTOS, Nádia Macedo Lopes. Padrões de beleza impostos às mulheres. Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da Fap, v. 1, p. 1-7, 2020. Disponível em: [http://www.fait.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/KpDnYgJm2BARYNc\\_2020-7-23-20-34-39.pdf](http://www.fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/KpDnYgJm2BARYNc_2020-7-23-20-34-39.pdf)

SILVA, Alana; PINTO, Fernanda et al. **A Influência do Instagram no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários**. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – São Luís - MA – 30/05 a 01/06/2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0490-1.pdf>>.

SOUZA, E. A. de e SILVA, F. A. N. da. Aspectos Psicológicos da Mulher na Busca da Beleza. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ed. 05, 2 (1) 203- 214, São Paulo - 2017. Disponível em:<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/psicologia/mulher-na-busca-da-beleza>

WRIGHT, Jesse H. et al. **Aprendendo a Terapia Cognitivo-Comportamental-: Um Guia Ilustrado**. Artmed Editora, 2018. Disponível em:<https://books.google.com.br/books?id=V2J9DwAAQBAJ&lpg=PA1996&ots=01OER48Oub&dq=WRIGHT%20C%20Jesse%20H.%20et%20al.%20Aprendendo%20a%20Terapia%20Cognitivo-Comportamental->