

COLÉGIO SINODAL PORTÃO

DA AUTOESTIMA À AUTOCOBANÇA

A imposição de padrões e os efeitos das redes sociais na saúde mental feminina

Portão, RS

2025



Gabriela Diefenthaler
Helena Maria de Campos Hessler

Orientadora: Prof.^a Vitória Bondan

DA AUTOESTIMA À AUTOCOBrança
A imposição de padrões e os efeitos das redes sociais na saúde mental feminina

Relatório apresentado à 9ª FEMIC - Feira
Mineira de Iniciação Científica.
Orientação da Prof.^a Vitoria Bondan.

Cidade, Sigla Unidade Federação
2025

RESUMO

O presente estudo aborda autoimagem e redes sociais e os seus impactos na autoestima feminina. O objetivo principal foi compreender de que forma estas mídias influenciam a percepção que as mulheres têm de si mesmas. A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, por meio da aplicação de questionários em duas escolas com estudantes entre 11 e 18 anos. Além disso, foram realizadas entrevistas qualitativas: uma com uma psicóloga, para analisar as possíveis consequências das redes sociais na saúde mental feminina, outra com uma publicitária, com o intuito de entender a influência das estratégias de marketing e publicidade na construção da autoimagem e com uma influenciadora. Os resultados mais importantes foram que, através da análise dos questionários, observou-se que a quantidade de adolescentes de 11 a 13 anos são as que mais se comparam e são as que estão menos satisfeitas com o próprio corpo. Consequentemente, esse público é um dos que mais usam as redes sociais durante várias horas. Mulheres de todas as idades destacaram que são ou que já foram reféns da edição de fotos a fim de mostrar um padrão “ideal” nas redes e muitas delas também marcaram que, às vezes, se comparam com mulheres com um padrão muito diferente do delas nas redes sociais. Descobriu-se também, através da entrevista com a psicóloga, que depressão e ansiedade são os distúrbios psicológicos mais comuns associados à comparação nas redes. Destaca-se que, ao final do projeto as hipóteses foram confirmadas, tornando possível perceber que as redes sociais afetam sim, e muito, a mente feminina, além de facilitar para que elas desencadeiem distúrbios psicológicos. Os objetivos propostos foram colocados em prática, e os resultados da pesquisa permitiram evidenciar os efeitos negativos da comparação nas redes sociais. A partir dessas conclusões, torna-se possível orientar as mulheres a reconhecerem seu valor, incentivando o amor-próprio e mostrando que não é necessário seguir os padrões impostos.

Palavras-chave: Autoimagem, redes sociais, padrões estéticos.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 JUSTIFICATIVA	6
3 OBJETIVOS	7
4 METODOLOGIA.....	8
5 RESULTADOS OBTIDOS.....	9
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
REFERÊNCIAS	26
APÊNDICE 1: QUESTIONÁRIO PARA ESTUDANTES.....	28
APÊNDICE 2 - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM A PUBLICITÁRIA	29
APÊNDICE 3 - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM A PSICÓLOGA.....	30
APÊNDICE 4 - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM A INFLUENCIADORA..	31

1 INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, perdemos muito tempo de nossas vidas nas redes sociais. Acreditamos que as pessoas que mais se influenciam por padrões e modelos impostos diariamente no universo virtual são as de gênero feminino. Tal influência em sua autoimagem pode afetar a saúde física, mental e emocional, prejudicando consideravelmente suas vidas e interação social.

No presente estudo, vamos investigar, desta forma, a influência das redes sociais na autoimagem das mulheres e de que forma isso as afeta. Iremos realizar questionários com alunas do Colégio Sinodal Portão e da Escola Municipal de Ensino Fundamental Visconde de Mauá, a fim de podermos analisar resultados a partir de diferentes faixas etárias do perfil feminino.

Esta pesquisa está dividida em capítulos. O primeiro com Introdução, que aborda como o projeto está estruturado, o tema, o problema, a justificativa, os objetivos e as hipóteses. No segundo capítulo, consta o referencial teórico, que explicita a relação redes sociais e autoimagem feminina. No terceiro capítulo, temos questionários com as estudantes do Colégio Sinodal Portão e da Escola Municipal de Ensino Fundamental Visconde de Mauá (Portão), entrevistas com uma influenciadora, uma publicitária e uma psicóloga. O quarto capítulo é dedicado à análise dos resultados, obtidos a partir das respostas aos questionários e entrevistas, com o objetivo de confirmar ou refutar as hipóteses formuladas. Por fim, o trabalho se encerra com as considerações finais, que apresentam as conclusões da pesquisa, seguidas das referências bibliográficas utilizadas ao longo do estudo.

2 JUSTIFICATIVA

O tema “Influência das redes sociais na autoimagem feminina” foi escolhido, a fim de se compreender o porquê de um grande número de mulheres ter a sua imagem distorcida e a relação disso com os padrões impostos nas redes sociais.

Acredita-se que o público feminino é o que mais sofre com modelos pré-determinados e comparações imagéticas e, pensando nisso, planeja-se informar e refletir sobre as consequências que o uso excessivo de redes sociais pode desencadear na autoestima.

Vivemos em uma era predominantemente tecnológica, em que os incontáveis influenciadores digitais, de forma massiva, apelam fortemente para questões de aparência e estética, na busca de uma imagem “perfeita”, “sem defeitos”, “ideal”. Nesta procura insana por um “belo padronizado”, muitas mulheres acabam se sentindo inferiores por não alcançarem tal padrão, que de qualquer forma é irreal.

Diante de todas as evidências expostas até aqui, tal estudo tem grande relevância para a sociedade atual, uma vez que as redes sociais estão cada vez mais inseridas em nosso cotidiano, exercendo um impacto profundo e muitas vezes devastador na vida das pessoas e, especificamente, das mulheres, foco desta investigação. Sendo assim, a expressividade e a urgência do tema deste trabalho, que discute a relação e a interferência das redes na autoimagem feminina, justifica a importância desta pesquisa.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Entender como as redes sociais afetam a autoimagem das mulheres.

3.2 Objetivos específicos

- Analisar até que ponto a insatisfação com seu próprio corpo leva as mulheres a cogitarem modificar sua imagem;
- Identificar casos de comparação que tendem a se tornar prejudiciais à saúde mental das mulheres;
- Aplicar questionários com mulheres de diferentes escolas e faixas etárias, a fim de investigarmos se as redes sociais realmente influenciam a autoestima das mulheres;
- Entrevistar uma influenciadora digital e uma psicóloga para verificar suas percepções acerca da relação redes sociais X autoimagem feminina;
- Informar às mulheres os pontos negativos da comparação excessiva nas redes sociais.

4 METODOLOGIA

Este estudo foi realizado por duas alunas do 9º ano, turma 91, do Colégio Sinodal Portão, no estado do Rio Grande do Sul, com início em fevereiro de 2025.

Nesta pesquisa, fizemos uma revisão bibliográfica em artigos da Associação Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), CNN Brasil, Revista Científica, entre outros diversos, a fim de analisar e sintetizar os materiais bibliográficos coletados para o estudo. Enquanto pesquisa quantitativa, aplicamos questionários com mulheres de 11 a 18 anos de duas escolas diferentes para que possamos evidenciar se as redes sociais de fato impactam em sua autoestima e imagem corporal.

Para coleta de dados, foram realizadas entrevistas com profissionais da área, como a psicóloga Cibele Bonapace de Azevedo, para investigarmos os possíveis danos das redes sociais para as mulheres em relação a comparações e idealizações da sua aparência, a influenciadora Josi Rocha, a fim de questionarmos seu posicionamento acerca de nossa pesquisa e como ela percebe tal influência das redes na autoimagem feminina, e no andamento da nossa pesquisa consideramos ser necessário uma entrevista com a publicitária Eduarda Bohn de Campos, com objetivo de compreendermos se os profissionais de marketing e influenciadores digitais são a favor ou contra das publicações que reforçam um padrão corporal irreal e quais precauções os mesmos devem tomar ao publicarem conteúdos nas redes sociais.

5 RESULTADOS OBTIDOS

O presente estudo se propôs a analisar como as redes sociais afetam a autoimagem feminina e geram distorções e comparações. Investigou-se até que ponto a insatisfação com o próprio corpo leva as mulheres a cogitarem modificar sua imagem, identificando casos de comparação que tendem a se tornar prejudiciais à saúde mental das mulheres.

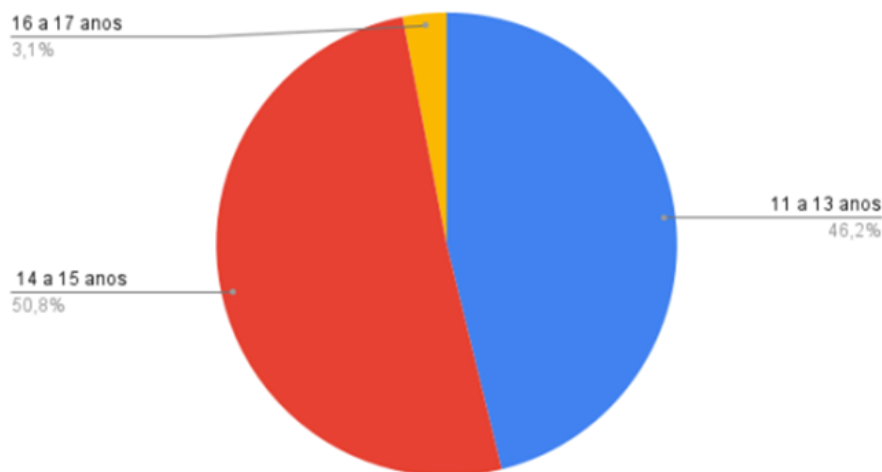
Foram aplicados questionários com estudantes do sexo feminino a partir do sexto ano do Ensino Fundamental até o terceiro ano do Ensino Médio, de duas Escolas, uma da rede privada (Colégio Sinodal Portão) e outra da rede pública (Escola Municipal de Ensino Fundamental Visconde de Mauá), ambas da cidade de Portão.

Foram também realizadas entrevistas com a psicóloga Cibele Bonapace de Azevedo, com a influenciadora digital Josi Rocha e com a publicitária Eduarda Bohn de Campos.

5.1 Análise dos Questionários

Pergunta 1: Qual é a sua faixa etária?

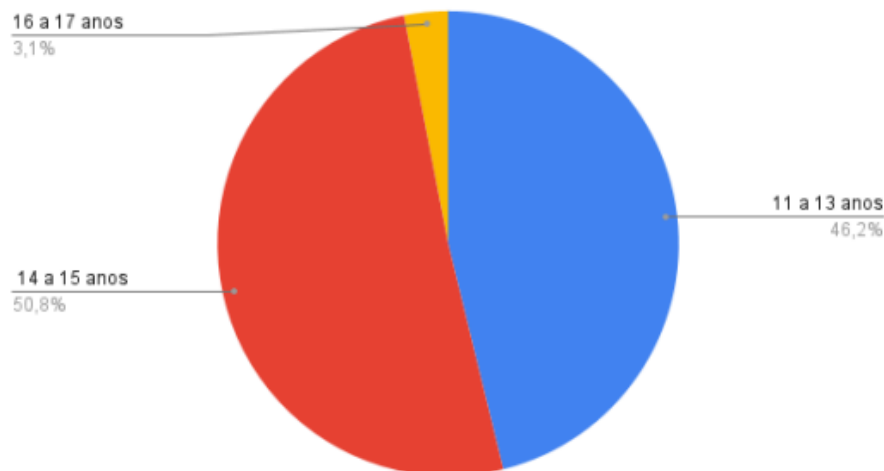
Figura 1 – Faixa etária – Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras



Figura 2 – Faixa etária das estudantes– Escola Visconde de Mauá

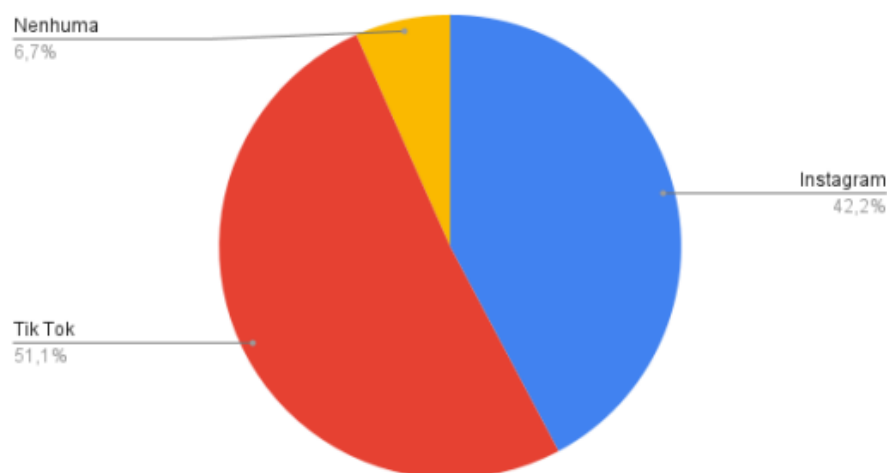


Fonte: elaborado pelas autoras

Comparando os gráficos das duas escolas nas quais aplicamos os questionários, percebemos que no Colégio Sinodal a faixa etária predominante de mulheres que responderam a pesquisa é de 11 a 13 anos, enquanto da Escola Visconde de Mauá é de 14 a 15 anos.

Pergunta 2: Qual das redes sociais abaixo você mais utiliza?

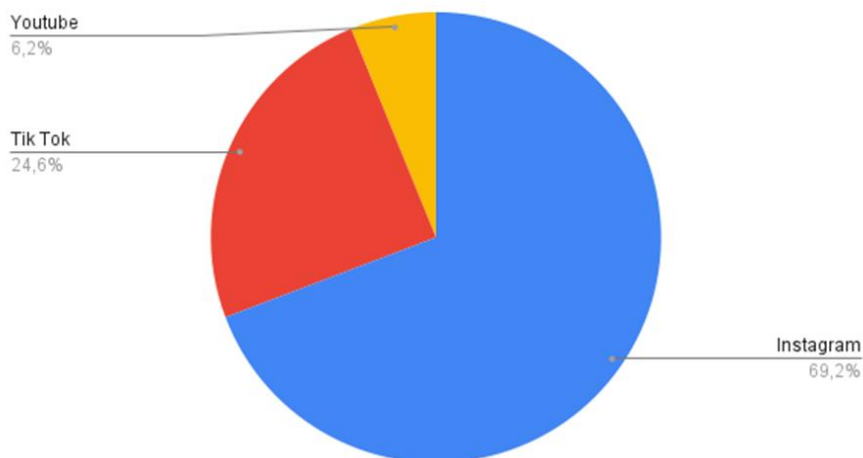
Figura 3 – Redes sociais mais utilizadas – Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras



Figura 4 – Redes sociais mais utilizadas – Escola Visconde de Mauá



Fonte: elaborado pelas autoras

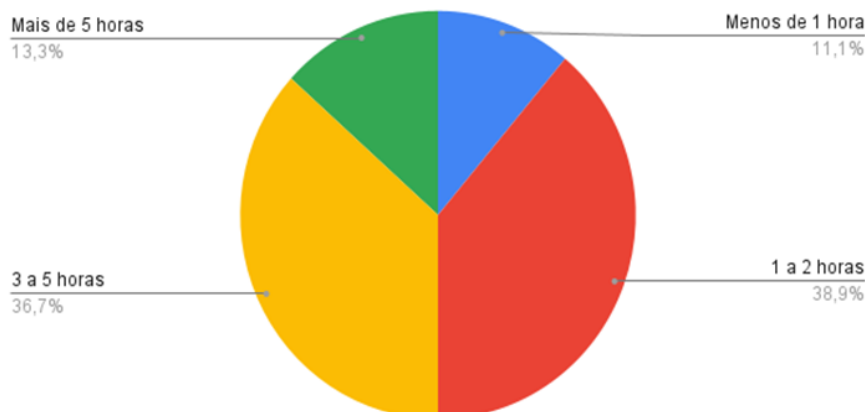
Após analisarmos a segunda pergunta, podemos perceber que no colégio Sinodal a porcentagem de mulheres que marcaram TikTok, é maior do que as que marcaram Instagram e que não utilizam nenhuma das redes sociais listadas. Porém, na E.M.E.F Visconde de Mauá a porcentagem que marcou Instagram é maior do que a porcentagem que marcou TikTok e que utilizam Youtube ou nenhuma rede social. Em alguns dos questionários, algumas mulheres de certa idade responderam que usam YouTube ao invés de Instagram e TikTok, e que mesmo assim se comparam com outras influenciadoras.

Sendo assim, nós percebemos que não são apenas estas duas redes, Instagram e TikTok, que afetam a autoimagem feminina, gerando distorções e comparações. A imposição de padrões irreais de beleza aparece de todos os lados, tendo muito destaque e visibilidade em algumas redes sociais.



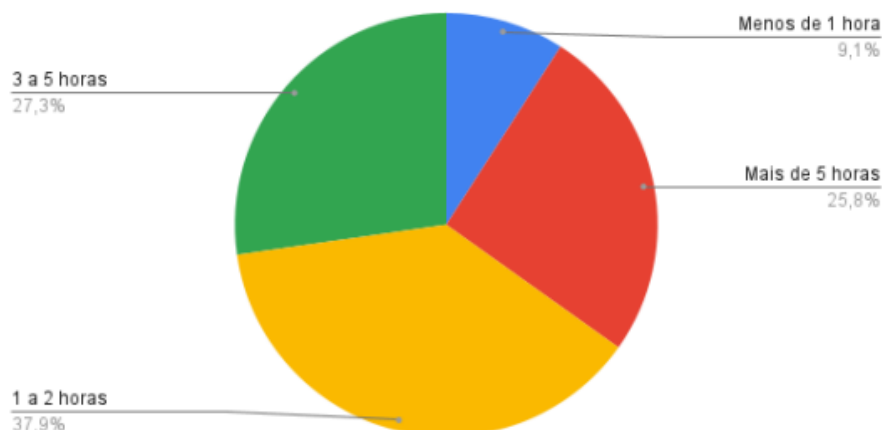
Pergunta 3: Em média, quantas horas por dia você utiliza as redes sociais?

Figura 5 – Tempo diário de redes sociais – Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras

Figura 6 - Tempo diário de redes sociais – Escola Visconde de Mauá



Fonte: elaborado pelas autoras

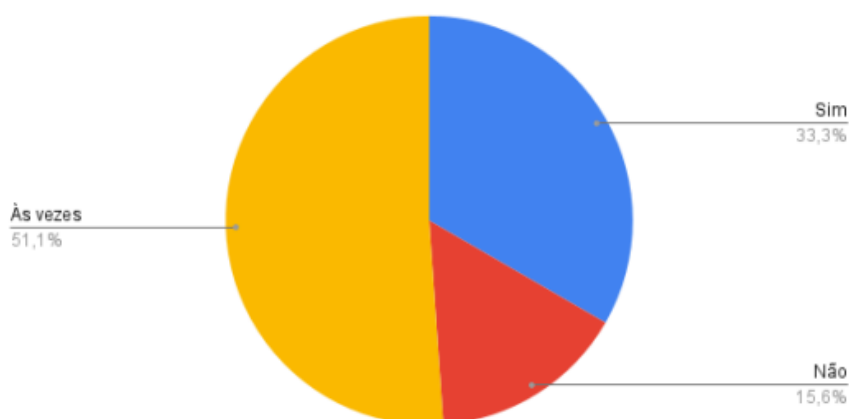
Analisando a terceira pergunta, percebemos que, tanto no Colégio Sinodal Portão, quanto na E.M.E.F Visconde de Mauá, a quantidade de horas as estudantes usam as redes é predominantemente de 1 a 2 horas, e a idade de meninas que usam as redes por esse tempo é de 11 a 13 anos (no Sinodal) e 14 a 15 anos (Mauá). A faixa etária que mais afirmou usar as redes de 3 a 5 horas e mais de 5 horas foi de 11 a 13 anos e elas também são as que mais se comparam e as que menos estão satisfeitas com seu próprio corpo, tendo apenas 53,16% de mulheres nesta idade que afirmaram estar satisfeitas.

O que podemos concluir com isso é que, como esse é um público mais jovem, está mais vulnerável a acreditar em tudo e todo o tipo de corpo e padrão que aparecem nas redes sociais.

Além de que muitas delas também não têm maturidade suficiente para perceber que cada corpo é único e belo em suas diferenças e singularidades.

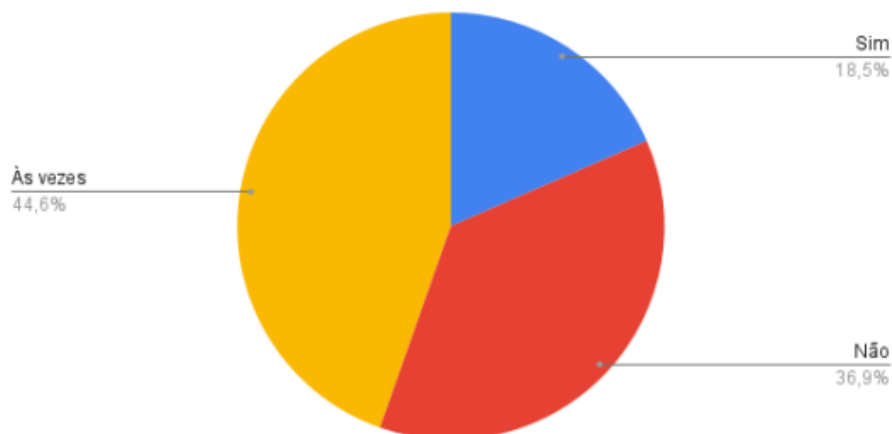
Pergunta 4: Você costuma se comparar com outras modelos ou influenciadoras nas redes sociais?

Figura 7 - Comparação com modelos ou influenciadoras – Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras

Figura 8 - Comparação com modelos ou influenciadoras – Escola Visconde de Mauá



Fonte: elaborado pelas autoras

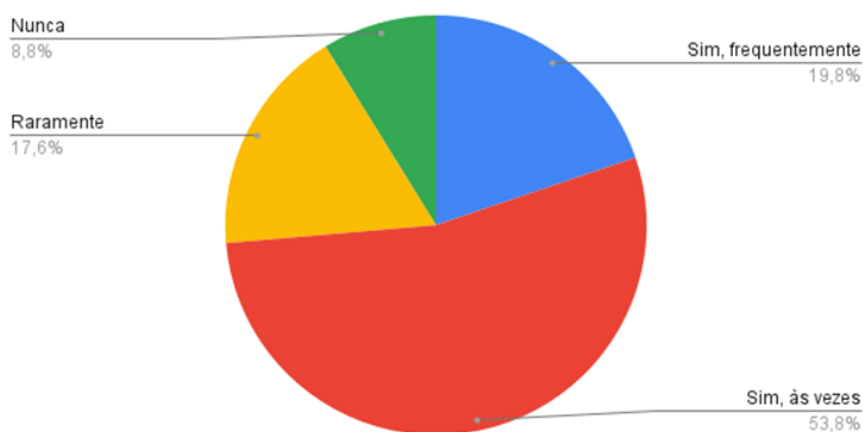
Analisando os resultados obtidos a partir da quarta pergunta, observamos uma semelhança entre os resultados das escolas, onde as mulheres jovens afirmaram que se comparam às vezes. Uma diferença entre os resultados dessas duas escolas foi que no Sinodal Portão, aproximadamente 15.6% de mulheres marcaram que não se comparam, enquanto que



na E.M.E.F Visconde de Mauá aproximadamente 36.9% de mulheres marcaram que não se comparam, um número significativamente maior em relação ao colégio Sinodal.

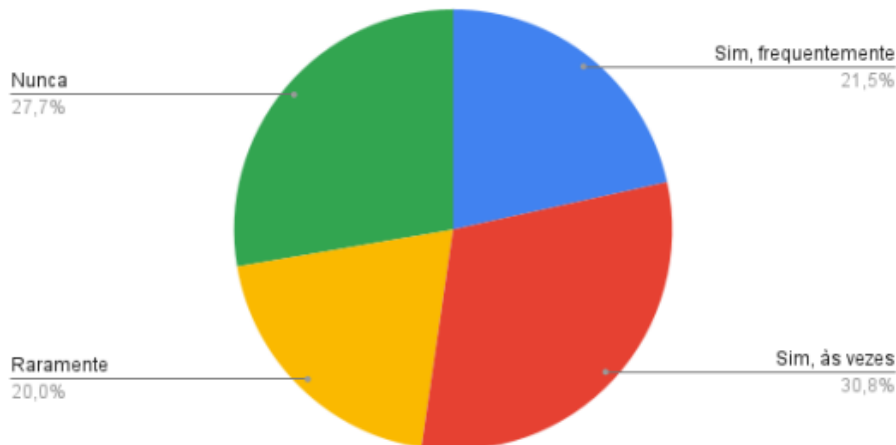
Pergunta 5: As postagens de outras mulheres com um padrão físico diferente do seu influenciam a forma como você enxerga seu próprio corpo ou aparência?

Figura 9 – Respostas da pergunta 5 – Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras

Figura 10 – Respostas da pergunta 5 – Escola Visconde de Mauá



Fonte: elaborado pelas autoras

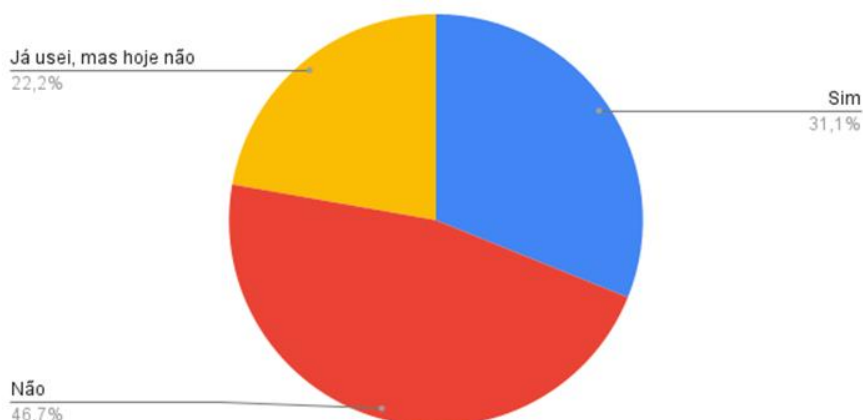
Após contabilizarmos os resultados obtidos com a quinta pergunta, percebemos outra semelhança entre as respostas de ambas as escolas. A alternativa mais assinalada pelas estudantes foi: que se comparam às vezes e também frequentemente, o que é preocupante, afinal todo mundo tem um corpo diferente e com suas particularidades. Na E.M.E.F Visconde de Mauá boa parte das mulheres que responderam nunca se comparam, admitiram não terem



celular ou não terem redes sociais, ou seja, uma boa chance de uma mulher não se comparar por não ter acesso às mídias. Esta informação é relevante para esta pesquisa e diz muito sobre a sociedade em que estamos inseridos, os padrões impostos por ela e a influência da tecnologia e das redes sociais na vida das meninas e mulheres.

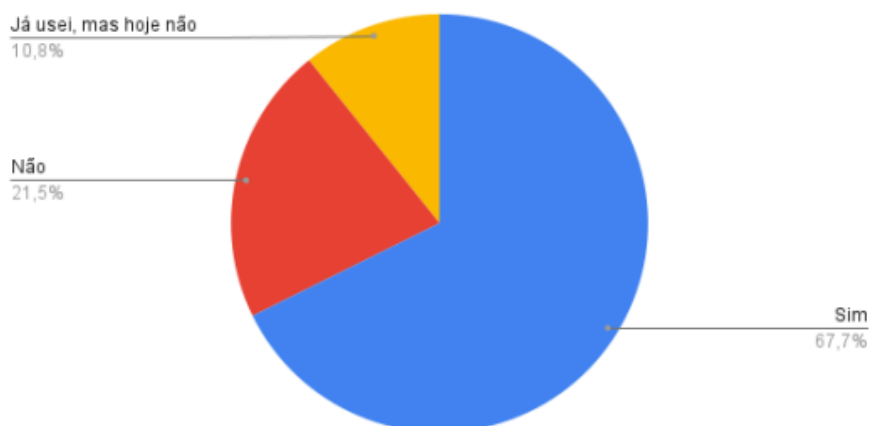
Pergunta 6: Você usa filtros ou edita suas fotos com o objetivo de alterar ou melhorar sua aparência?

Figura 11 – Uso de filtros para melhorar aparência - Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras

Figura 12 – Uso de filtros para melhorar aparência - Escola Visconde De Mauá



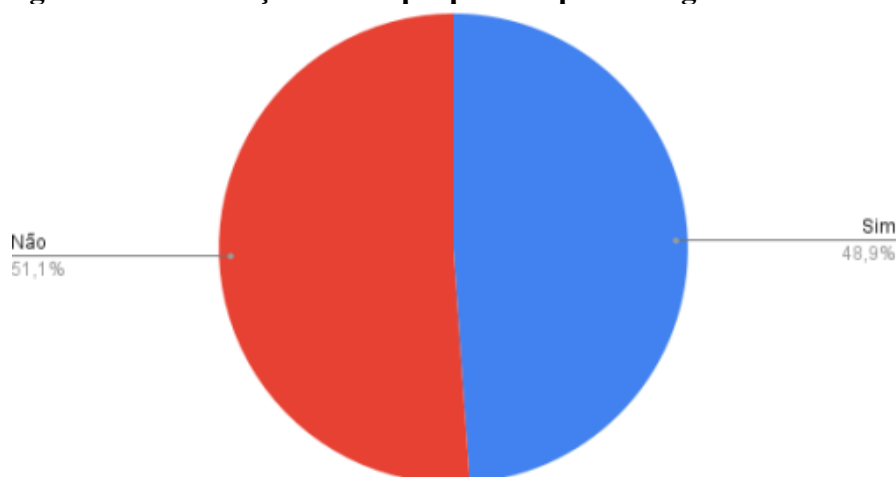
Fonte: elaborado pelas autoras

Observamos que, nos resultados obtidos na sexta pergunta, as duas escolas tiveram resultados particularmente diferentes. No colégio Sinodal, 46,7% das mulheres negaram usar algum tipo de filtro ou edição em suas fotos, enquanto que na E.M.E.F Visconde de Mauá 67,7% das mulheres afirmaram usar filtros e edições. Esses resultados ainda assim são preocupantes, pois a faixa etária de mulheres que mais afirmaram usar filtros são de 11 a 13

anos nas duas escolas e essa faixa etária também predomina afirmar que já usaram filtros mas hoje não usam mais. Meninas nessa idade são muito jovens para necessitarem de filtros ou edições em suas fotos e não deveriam estar se preocupando com esse tipo de coisa nessa fase da vida, uma vez que o corpo nessa faixa etária ainda está em desenvolvimento.

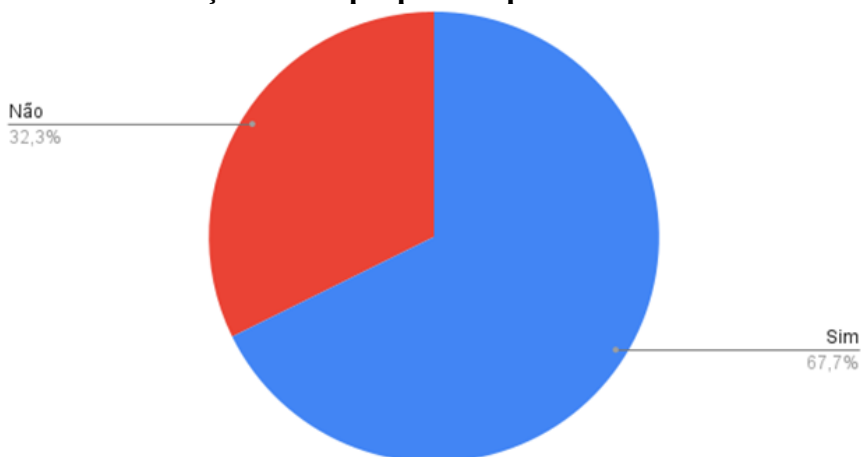
Pergunta 7: Você se sente satisfeita com seu próprio corpo?

Figura 13 – Satisfação com o próprio corpo - Colégio Sinodal Portão



Fonte: elaborado pelas autoras

Figura 13 – Satisfação com o próprio corpo - Escola Visconde De Mauá



Fonte: elaborado pelas autoras

Através dos resultados obtidos da sétima pergunta, notamos que no Colégio Sinodal a porcentagem de mulheres que não se sentem satisfeitas com seu próprio corpo é maior do que as que sentem, sendo 51.1% que não se sentem e 48.9% que se sentem satisfeitas. Na E.M.E.F Visconde de Mauá os resultados não são muito diferentes, mas nesse caso 67.7% de mulheres afirmaram estar satisfeitas com seu próprio corpo e 32.3% que negaram. A maior parte das

mulheres de 11 a 13 anos negaram estarem satisfeitas com seu próprio corpo, o que se relaciona muito com o tempo que elas ficam nas redes sociais. 41.3% das mulheres de 14 a 15 anos afirmaram estarem satisfeitas com seu próprio corpo, o que é um bom sinal e afirma sua maturidade.

5.2 Entrevista com a psicóloga

1) Quais os efeitos psicológicos mais comuns associados ao uso excessivo das redes sociais por mulheres jovens?

Depressão e ansiedade.

2) Como a comparação constante com outras mulheres nas redes sociais interfere na construção da identidade pessoal?

Afeta muito em função da comparação e acaba gerando baixa autoestima.

3) Que papel as campanhas publicitárias de autoestima e aceitação do seu corpo vêm desempenhando para a construção positiva da própria autoimagem? E o que mais você acha que poderia ser feito para essa construção positiva aumentar?

Acho importante trabalhar a essência da mulher, construindo sua própria identidade, para assim não haver comparações.

4) Quais estratégias você recomenda serem adotadas para o uso consciente das redes sociais em relação à imagem corporal?

Primeiramente diminuir o tempo de telas, porque isso causa obsessão, principalmente falando de imagem corporal e também buscar conteúdos mais construtivos e não aqueles que te deprimem.

5) Enquanto mulher, você percebe que tende a comparar seu próprio corpo com aqueles que vê nas redes sociais, especialmente quando se depara com padrões físicos significativamente diferentes do seu?

Atualmente não, pois já adquiri um ponto de maturidade, onde olhar padrões diferentes do meu não me afetam, pois trabalhei com diversas estratégias cognitivas para entender e aceitar meu próprio corpo, claro que já me afetou, hoje não mais.

De acordo com as respostas da profissional, os efeitos psicológicos mais comuns associados à comparação são ansiedade e depressão, que geram baixa autoestima. Ela também pontua que é importante trabalharmos a essência da mulher através de campanhas publicitárias, para assim diminuir a comparação excessiva. Algumas estratégias inteligentes que ela nos apresentou para uso consciente das redes foi diminuir o tempo de telas e buscar conteúdos mais construtivos, que agregam e que não diminuem nem deprimem. Em alguns dos resultados dos questionários, as meninas que mais se comparavam eram de 11 a 13 anos. Isso pode suceder em consequência à faixa etária, muito influenciável e com pouca maturidade para utilizar as redes sociais. A psicóloga entrevistada diz não se comparar, pois é uma mulher adulta que atingiu a maturidade e adotou estratégias de compreensão e aceitação de seu corpo e imagem.

5.3 Entrevista com a publicitária

1) Considerando que muitas influenciadoras digitais têm como objetivo impactar e influenciar outras mulheres, quais cuidados elas devem ter com os conteúdos que publicam nas redes sociais?

Hoje, a profissão de influenciadora digital ainda não é regulamentada no Brasil e carece de diretrizes específicas. O que existem são normas que regem a publicidade, e que, por consequência, também se aplicam a esse tipo de conteúdo. No entanto, as regras da publicidade tradicional muitas vezes não acompanham a realidade dinâmica e informal do trabalho de influência digital. Por isso, as influenciadoras precisam ter um cuidado redobrado com os conteúdos que compartilham, pensando na responsabilidade que têm sobre quem as acompanha. Exemplos disso são a obrigatoriedade de sinalizar conteúdos patrocinados com hashtags como #publi ou #parceria paga, e os disclaimers que vemos em publicações de jogos de azar, como "jogue com responsabilidade" ou "apenas para maiores de 18 anos" que, sabemos, nem sempre têm real eficácia na proteção do público. Além disso, áreas como a da saúde têm regulamentações rígidas, o que não acontece no universo dos influenciadores. Isso aumenta ainda mais a necessidade de bom senso e ética ao produzir conteúdos que, direta ou indiretamente, podem impactar a vida de milhares de pessoas.

2) Você acredita que as influenciadoras digitais influenciam negativamente ou positivamente a autoestima das mulheres nas redes?

Com certeza. As influenciadoras têm o poder de impactar tanto de forma positiva quanto negativa. Elas influenciam opiniões, escolhas de consumo, hábitos de vida e até o modo como as pessoas enxergam o próprio corpo. Isso pode acontecer ao defender ou criticar um produto, compartilhar um estilo de vida ou expressar opiniões.

Afinal, estamos falando de pessoas que têm uma comunidade de seguidores que as acompanham e se identificam com elas, seja por afinidade, admiração ou até por insegurança. Quando uma pessoa com milhares (ou milhões) de seguidores compartilha um posicionamento, ela tem o poder de afetar a autoestima de quem está do outro lado da tela, seja reforçando padrões inalcançáveis ou, felizmente, encorajando a aceitação e o autocuidado de forma saudável.

3) Você acha que os profissionais de marketing e publicidades têm responsabilidade ética sobre os impactos da imagem corporal nas redes?

Não respondeu.

4) Você já se sentiu desconfortável em ter que vender ou divulgar algo que reforçava um padrão de beleza que você mesma não acreditava?

Nunca trabalhei diretamente com algo que reforçasse um padrão de beleza, mas acredito que me sentiria bastante desconfortável em divulgar algo que não estivesse alinhado aos meus valores. Primeiro, porque vai contra aquilo em que acredito pessoalmente. E segundo, porque, como comunicadora, tenho total noção da responsabilidade que é divulgar algo que pode afetar a autoestima de outras pessoas.

Infelizmente, ainda vemos muitas campanhas feitas apenas com foco em vendas, sem considerar o impacto emocional que podem gerar. Muitas agências e marcas ainda priorizam resultados imediatos, sem refletir sobre as consequências para o público final. O que importa é dinheiro.

5) Tem alguma influenciadora que você admire que influencie amar a você mesma?

Sim! Uma influenciadora que me inspira bastante é a @eu.andy (Andressa Almeida). Ela compartilha com muita honestidade seu processo de aceitação corporal e de

emagrecimento, mostrando como a busca por saúde pode ser feita de forma consciente e sem cair em extremismos ou padrões irreais.

Outro perfil que admiro muito é o da @marikrugerb, uma bióloga que combate vários mitos sobre saúde que circulam nas redes. Ela traz conteúdos educativos, por exemplo, desmistificando o uso de gomas para crescimento capilar, explicando que o crescimento do cabelo está muito mais ligado à genética do que a produtos milagrosos.

6) Você acredita que há espaço para mostrar vulnerabilidades e imperfeições nas redes sociais, mesmo sendo uma profissional da área de imagem e marketing?

Não respondeu.

7) Qual foi o impacto mais forte que você já sentiu das redes sociais sobre sua autoimagem?

Foram vários momentos, mas o mais marcante foi a dificuldade em aceitar o meu corpo. Durante muito tempo me enxerguei como alguém "extremamente gorda", uma percepção totalmente errônea, mesmo sabendo que muitas das imagens que eu via na internet eram editadas ou irreais.

Passei por fases de comparação constante: querer ter o mesmo biquíni da influenciadora, mas depois perceber que ele não ficava do mesmo jeito em mim.

Sentir que precisava de inúmeros procedimentos estéticos para me encaixar em um padrão. E viver com aquela sensação de que nunca estava satisfeita com nada no meu corpo.

Comentário final sobre o mercado de influência do que presencio:

Hoje, o marketing de influência é responsável por grande parte do retorno das marcas, seja em vendas ou reconhecimento de marca. Em média, mais de 50% da verba de marketing das empresas é destinada a influenciadores digitais, especialmente quando se trata de campanhas com bom engajamento e alinhamento com o público-alvo.

O combo de stories bem feitos, um influenciador com forte poder de persuasão pode resultar em milhares de pessoas impactadas e em um volume expressivo de vendas em questão de horas.

Muitos influenciadores digitais dizem que trabalham influenciando o público, mas de acordo com a especialista em publicidade, essa não é uma profissão regulamentada no Brasil, o que existem são normas que regem a publicidade. Por conta disso, as

influenciadoras devem ter responsabilidade sobre seu público e um cuidado redobrado com o conteúdo que pretendem postar nas redes sociais, afinal elas não têm controle sobre quem pode ou não ver suas postagens. As influenciadoras também têm muito poder nas redes sociais, podendo influenciar seus seguidores tanto de forma negativa quanto de forma positiva, pois elas impõem opiniões, estilos de vida, escolhas de consumo, entre outras coisas. E como aquela é uma pessoa que eles têm muita “afinidade”, o público acaba indo atrás do que o influenciador diz, e começa a jogar jogos de azar sem nem ler que é para “jogar com responsabilidade” ou “apenas para maiores de 18 anos”, afinal aquela é uma pessoa “de confiança”, ela nunca faria mal para mim. Algumas influenciadoras não sabem seu limite nem filtram seu público, então elas acabam postando coisas que talvez sejam para a pessoa errada sem nem se preocupar com as consequências que isso pode vir a acarretar.

A especialista alega nunca ter trabalhado diretamente com algo que reforçasse um padrão estético, mas contou que caso trabalhasse, não compactuaria com isso, pois isso não vai de acordo com seus valores, tendo noção da responsabilidade que é divulgar algo que tem poder de afetar a autoestima das pessoas. Muitas agências fazem propagandas sem se preocupar com o impacto que isso pode acarretar nas pessoas. Por isso, é tão importante os influenciadores terem senso e fazerem parcerias com as empresas certas, e não com aquelas que destroem a imagem com que alguém se vê.

A especialista já passou por alguns casos de comparação em relação ao seu corpo, onde ela se enxergava como alguém “extremamente gorda”, mesmo sabendo que as imagens que ela via nas redes sociais eram totalmente editadas e irreais, e pensar que precisava de procedimentos estéticos para se encaixar no padrão atual.

É impressionante como mesmo ela sabendo que as imagens que ela via nas redes eram com corpos falsos, ela ainda assim não se sentia satisfeita com seu corpo, e isso mostra o quanto as redes sociais podem mexer com o nosso psicológico e com a forma como nos enxergamos. Dois exemplos de influenciadoras que inspiram o amor próprio são a @eu.andy (Andressa Almeida) e a @marikrugerb (Mari Krüger).

5.4 Entrevista com a influenciadora

1. Você sente que tem responsabilidade sobre como suas seguidoras se sentem ao se verem representadas (ou não) nas suas postagens?

Sim, somos espelho de jovens e até crianças que nos seguem, e temos sim responsabilidade disso.

2. Que conselho você daria para mulheres que se sentem inseguras ao se compararem com influenciadoras nas redes sociais?

Devemos estar preparadas para encarar as redes sociais. Se nos sentimos inseguras, precisamos nos preparar psicologicamente antes de estarmos nas redes sociais como influenciadores ou como telespectadores, já que as redes sociais trazem pontos positivos e negativos para nossa autoestima.

3. Como você escolhe os conteúdos que compartilha pensando em quem te acompanha e pode estar lidando com inseguranças?

Meus conteúdos são 95% de trabalho, então procuro levar assuntos de qualidade a quem me acompanha.

4. Já se sentiu cobrada para mostrar uma imagem “perfeita” online? Como isso afeta sua autoestima?

Sim, já fui muito cobrada em levar um padrão como influenciadora, que saiu do meu legado, então resolvi parar 90% dos meus trabalhos na internet como influenciadora. Passei a indicar o que realmente faz bem para mim, não por marketing ou salário.

5. Você acha que as redes sociais contribuem para a construção de padrões irreais de beleza? Como lida com isso no seu conteúdo?

Acredito que sim, por isso temos que cuidar quem seguimos e acompanhamos, sempre sendo influenciados por quem realmente entrega um conteúdo de qualidade e relevância.

6. Você acredita que é possível manter a autenticidade sendo influenciadora de beleza? Como equilibra isso?

Para mim sim. Como meu intuito é sempre levar a verdade para minhas seguidoras, acho isso tranquilo de realizar.

7. Para você, maquiagem é mais sobre esconder imperfeições ou destacar o que se ama em si mesma?

Destacar o que ama em si mesma e ao mesmo tempo melhorar as imperfeições que incomodam as clientes, dentro do que elas nos pedem.

Como influenciadora digital de maquiagem, a profissional alega que as influenciadoras devem ter responsabilidade sobre como as pessoas que as acompanham se sentem ao se verem representadas ou não em suas postagens, afinal elas são espelhos de jovens e crianças. As redes sociais são um universo de tanto coisas positivas, quanto coisas negativas, por isso o cuidado que devemos ter ao acessá-la e se tornar influenciador nela é extremamente necessário. Digamos que uma mulher deseje algum dia trabalhar com as redes sociais e compartilhar sua vida com outras pessoas na internet. Para fazer isso ela precisa ter em mente que sua vida e o que ela faz vão se tornar públicos, e as pessoas vão poder comentar sobre nas redes. À partir disso, é indispensável que a influenciadora entenda que, se ela não deseja que as pessoas opinem sobre seu modo de vida, ela não pode considerar a ideia de ser influenciadora, pois a partir do momento em que você cria um perfil público, postando sua vida e suas ideias, as pessoas irão comentar, seja positivamente ou negativamente.

A maioria dos conteúdos da profissional são relacionados ao trabalho, mas ela conta que já precisou parar 90% de seus trabalhos por conta dos padrões impostos à ela. A partir daí, ela começou a indicar o que realmente faz bem, não por marketing e salário.

A profissional acredita que as redes sociais contribuem sim para a construção de padrões de beleza irreais, por isso temos que ter muito cuidado com quem seguimos ou com os conteúdos que acompanhamos, a fim de sermos influenciados por aqueles que entregam um conteúdo relevante e saudável. Ela também cita que é possível sim levar autenticidade em seu perfil como influenciadora digital, pois seu intuito é e sempre foi levar a verdade para quem a acompanha. Algumas das influenciadoras que trabalham com maquiagem, falam que a maquiagem é só uma máscara de disfarce, mas ela na verdade pode ajudar muito com a autoestima e o jeito com que as mulheres se veem. A profissional acredita que a maquiagem é destacar o que ama em si mesma e melhorar as imperfeições, com o intuito, é claro, de melhorar na forma como se enxergam.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após realizarmos entrevistas com três profissionais, questionários com alunas de 11 a 18 anos e pesquisas em diversos sites e livros, concluímos que as redes sociais afetam a autoimagem feminina, através de propagandas e vídeos curtos em plataformas como Tik Tok e Instagram que, à partir de nossas pesquisas, são as mais utilizadas pelos jovens atualmente.

A partir do problema de nossa pesquisa: “Como as redes sociais afetam a autoimagem das mulheres?”, constatamos que elas exercem uma influência significativa e prejudicial esculpindo suas percepções em relação à beleza e autoestima. A exposição demasiada a padrões irreais e inatingíveis cultuados por influenciadores digitais, faz com que as mulheres comparem sua imagem corporal, o que na maioria das vezes gera frustração. A comparação social ascendente, quando uma pessoa se compara com outras que ela nota como superiores em determinado aspecto, muito comum em plataformas como Instagram e TikTok, agrava o sentimento de “desconformidade”, contribuindo para uma visão distorcida da sua autoimagem.

Nossas hipóteses iniciais foram confirmadas, pois, sim, as redes sociais afetam negativamente a autoimagem das mulheres, que ficam buscando modelos inatingíveis, comparando-se com a influenciadora X, e quando não atingem tal padrão desejado, desenvolvem muitas vezes distúrbios psicológicos. Esta busca pela perfeição em sua autoimagem é inatingível, pois cada indivíduo e cada mulher são únicos em sua individualidade

A utilização desmedida das redes sociais pode abalar o psicológico feminino, levando à dependência. As mulheres podem ser compelidas a buscar intervenções estéticas para se encaixar em tais padrões e, muitas vezes, também estão constantemente buscando aceitação e validação do meio.

Tal idealização da autoimagem feminina não reflete a realidade, causando distorções entre o que é real e o que foi idealizado, gerando problemas de saúde mental e transtornos alimentares. A aceitação social ocorre muitas vezes por meio de curtidas e comentários, gerando prazer e satisfação. Contudo, a ausência de tal validação traz insegurança e decepção, corroborando uma autoimagem negativa.

Diante de tudo o que foi exposto, as redes sociais, ao fomentarem comparações e modelos de beleza irreais, abalam a autoimagem feminina, gerando efeitos emocionais e de comportamento, que prejudicam sua autoestima e bem-estar. Desta forma, é fundamental, uma

reflexão crítica acerca dos conteúdos consumidos, com a necessidade de repensar os ambientes virtuais, de modo que questionem padrões, valorizem a diversidade de corpos e auxiliem na aceitação pessoal.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Bruna Ribeiro; FERREIRA, Daniel Junio da Silva. Influência das redes sociais na autoimagem de adolescentes: uma revisão integrativa. 2022. 17 f. TCC (Doutorado) – Curso de Educação Física, Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac, Brasília, 2021. Disponível em: Redes sociais e os impactos na formação da identidade dos adolescentes – Revista Científica. Acesso em: 6 mar. 2025.

BARROS, C. Beatriz Ana; RIBEIRO, N. Thalita; PAQUIELA, S. K. Cristina Larissa. A influência das redes sociais na autoestima e autoimagem corporal da mulher. Revista FT, ed. 140, 2024. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-influencia-das-redes-sociais-na-autoestima-e-autoimagem-corporal-da-mulher/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

BERGALLO, Laura. Alice no espelho. 2. ed. São Paulo: Edições SM, 2015.

BLANES, Simone. Empoderadas ou impostoras? Como as redes sociais impactam mulheres jovens. Veja, 2023. Disponível em: Empoderadas ou Impostoras? Como as redes sociais i... | VEJA. Acesso em: 25 maio 2025.

CNN BRASIL. Entenda o que é ter autoestima alta e baixa e saiba como melhorar a sua. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/autoestima-alta/>. Acesso em: 8 jun. 2025.

DEFINO, Jessica. Estamos caminhando para um burnout da beleza? Vogue, 2025. Disponível em: Estamos caminhando para um burnout da beleza? | Beleza | Vogue. Acesso em: 10 maio 2025.

FIGUEIREDO, Débora; NASCIMENTO, Fábio Santiago; RODRIGUES, Maria Eduarda. Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras. Santa Catarina, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/317597759_Discurso_culto_ao_corpo_e_identidade_representacoes_do_corpo_feminino_em_revistas_brasileiras/download. Acesso em: 11 jun. 2025.

FLAUSINO, Giovanna Manfrin; ZANETTI, Fernando. Uma revisão histórica dos padrões de beleza feminino: quando você se olha, você se vê? Revista FT, 2022. Disponível em: <https://revistaft.com.br/uma-revisao-historica-dos-padroes-de-beleza-feminino-quando-voce-se-olha-voce-se-ve/>. Acesso em: 7 jun. 2025.

GROSMAN, R. O Facebook vai dominar a web. Meio & Mensagem, 19 jul. [ano não informado].

HOFF, T. M. C. O corpo imaginado na publicidade. Cadernos de Pesquisa ESPM, São Paulo: ESPM, v. 1, n. 1, p. 9-64, maio/jun. 2005. Disponível em: Vista do A influência das redes sociais na autoimagem feminina: desvendando padrões de beleza e seu papel no desenvolvimento do transtorno dismórfico corporal. Acesso em: 10 maio 2025.

GZH. Assim como "A Substância", confira outras produções que discutem pressão estética feminina. 2024. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2024/10/assim->

como-a-substancia-confira-outras-producoes-que-discutem-pessao-estetica-feminina-cm29a6trt0041014ua2igemf4.html. Acesso em: 8 jun. 2025.

LIMA, A. G.; GANEN, A. P.; LODI, A. S.; ALVARENGA, M. S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13488/1/21604814.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2025.

LAUS, M. F. Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação e escolha alimentar de adultos. Ribeirão Preto: USP, 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13488/1/21604814.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2025.

MAZARELO, Ana Beatriz Rito Almeida. A influência das redes sociais na intenção das mulheres portuguesas em realizar cirurgia plástica. Portugal: Universidade Católica Portuguesa, 2020. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/d6db925921801e8d6f8f0e49bb2e00e4/1?cbl=2026366&diss=y&pq-origsite=gscholar>. Acesso em: 27 maio 2025.

OLIVEIRA, Rebeca Costa. Pressão estética e autoimagem: um estudo com mulheres de diferentes faixas etárias. 2021. Disponível em: <https://repositorio-api.animaeducacao.com.br/server/api/core/bitstreams/000c0b70-f6f1-4d07-bd6b-ddf7b9fe78ef/content>. Acesso em: 7 jun. 2025.

PUCRS. Da capa de revista às telas de celular: de que forma as mídias sociais impactam a relação das mulheres com a sua aparência? 2021. Disponível em: <https://portal.pucrs.br/noticias/ensino/pressao-estetica-redes-sociais/>. Acesso em: 15 maio 2025.

SOUZA, K. C.; CUNHA, M. X. C. Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Educação, Psicologia e Interfaces*, 2019. Disponível em: <https://educacaoepsicologia.emnuvens.com.br/edupsi/article/view/156>. Acesso em: 18 maio 2025.

SPAMER, Fernanda Gomes; CARVALHO, Roberta Fidalgo. Impacto das mídias sociais na autoimagem e autoestima de jovens. São Paulo, 2022. 36 f. TCC (Graduação) – Curso de Psicologia, Universidade São Judas. Disponível em: *Redes sociais e os impactos na formação da identidade dos adolescentes – Revista Científica*. Acesso em: 20 maio 2025.



APÊNDICE 1: QUESTIONÁRIO PARA ESTUDANTES

1) Qual é sua faixa etária?

- ☐ 11 a 13 anos
- ☐ 14 a 15 anos
- ☐ 16 a 17 anos
- ☐ 18 anos

2) Qual das redes sociais abaixo você mais utiliza?

- ☐ Instagram
- ☐ Tik Tok

3) Em média, quantas horas por dia você utiliza as redes sociais?

- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ 1 a 2 horas
- ☐ 3 a 5 horas
- ☐ Mais de 5 horas

4) Você costuma se comparar com outras modelos ou influenciadoras nas redes sociais?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Às vezes

5) As postagens de outras mulheres com um padrão físico diferente do seu influenciam a forma como você enxerga seu próprio corpo ou aparência?

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Sim, às vezes
- ☐ Raramente
- ☐ Nunca

6) Você usa filtros ou edita suas fotos com o objetivo de alterar ou melhorar sua aparência?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Já usei, mas hoje não uso mais

7) Você se sente satisfeita com seu próprio corpo?

- ☐ Sim
- ☐ Não



APÊNDICE 2 - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM A PUBLICITÁRIA

1. Considerando que muitas influenciadoras digitais têm como objetivo impactar e influenciar outras mulheres, quais cuidados elas devem ter com os conteúdos que publicam nas redes sociais?
2. Você acredita que as influenciadoras digitais influenciam negativamente ou positivamente a autoestima das mulheres nas redes?
3. Você acha que os profissionais de marketing e publicidades têm responsabilidade ética sobre os impactos da imagem corporal nas redes?
4. Você já se sentiu desconfortável em ter que vender ou divulgar algo que reforçava um padrão de beleza que você mesma não acreditava?
5. Tem alguma influenciadora que você admire que a influencie amar você mesma?
6. Você acredita que há espaço para mostrar vulnerabilidades e imperfeições nas redes sociais, mesmo sendo uma profissional da área de imagem e marketing?
7. Qual foi o impacto mais forte que você já sentiu das redes sociais sobre sua autoimagem?

APÊNDICE 3 - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM A PSICÓLOGA

1. Quais você acredita serem os efeitos psicológicos mais comuns associados ao uso excessivo das redes sociais por mulheres jovens?
2. Como a comparação constante com outras mulheres nas redes sociais interfere na construção da identidade pessoal?
3. Que papel as campanhas publicitárias de autoestima e aceitação do seu corpo você acredita que vêm desempenhando para a construção positiva da própria autoimagem? E o que mais você acha que poderia ser feito para essa construção positiva aumentar?
4. Quais estratégias você recomenda que podem ser adotadas para o uso consciente das redes sociais em relação à imagem corporal?
5. Enquanto mulher, você percebe que tende a comparar seu próprio corpo com aqueles que vê nas redes sociais, especialmente quando se depara com padrões físicos significativamente diferentes do seu?

APÊNDICE 4 - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM A INFLUENCIADORA

1. Você sente que tem responsabilidade sobre como suas seguidoras se sentem ao se verem representadas (ou não) nas suas postagens?
2. Que conselho você daria para mulheres que se sentem inseguras ao se compararem com influenciadoras nas redes sociais?
3. Como você escolhe os conteúdos que compartilha pensando em quem te acompanha e pode estar lidando com inseguranças?
4. Já se sentiu cobrada para mostrar uma imagem “perfeita” online? Como isso afeta sua autoestima?
5. Você acha que as redes sociais contribuem para a construção de padrões irreais de beleza? Como lida com isso no seu conteúdo?
6. Você acredita que é possível manter a autenticidade sendo influenciadora de beleza? Como equilibra isso?
7. Para você, maquiagem é mais sobre esconder imperfeições ou destacar o que se ama em si mesma?