



ASPECTOS NEGATIVOS DAS REDES SOCIAIS NA AUTOIMAGEM FEMININA: intervenções na terapia cognitivo comportamental

ANA CLAUDIA VALDEZ GONÇALVES¹
ANA FLAVIA SOUSA SILVA²
STELA MARIS SCHUTZ HOFFMANN³

RESUMO: As redes sociais tem se mostrado com significativos avanços com o passar do tempo, que permite os usuários conectar e compartilhar fotos, músicas e vídeos de qualquer lugar do mundo e com isso possibilita que pessoas de outros lugares se conheçam mesmo a quilômetros de distância, portanto por conta do seu longo alcance, ajudam a propagar a cultura da beleza e a criar a ideia de corpo perfeito, caracterizado por padrões de corpos femininos na sociedade. Esses padrões acabam tendo um impacto muito negativo na autoimagem, pois levam as mulheres a buscar por métodos como dietas, exercícios físicos em excesso, procedimentos estéticos e até cirurgias plásticas, como também podem acabar desenvolvendo um Transtorno Dimórfico por conta do excesso de preocupação com o corpo bem como desenvolver transtornos alimentares em razão da mudança na alimentação com o objetivo de alcançar o peso ideal para atingir o padrão de corpo perfeito vendido pela mídia. O objetivo geral do estudo buscou analisar os aspectos negativos das redes sociais na autoimagem feminina e as intervenções na Terapia Cognitivo Comportamental. Sendo assim, nesse trabalho foi utilizado uma pesquisa qualitativa com pesquisa bibliográfica em artigos dos últimos cinco anos por meio de variadas plataformas, como: *Scielo br*; *Google Acadêmico Brasil*; *Docero Brasil*; *BVS Psicologia Brasil*. Conclui-se que as redes sociais tem um impacto significativo na autoimagem das mulheres e as consequências desse impacto afetam consideravelmente o bem estar físico e mental delas, e a Terapia Cognitivo Comportamental é uma ferramenta importante que proporciona estratégias que podem ajudá-las a desenvolver uma relação saudável e equilibrada com o corpo.

PALAVRAS-CHAVE: Alimentares; Beleza; Internet; Padrões; Transtornos.

NEGATIVE ASPECTS OF SOCIAL NETWORKS ON FEMALE SELF-IMAGE: intervention in cognitive behavioral therapy

ABSTRACT: Social media has shown significant advancements over time, allowing users to connect and share photos, music, and videos from anywhere in the world, enabling people from different places to get to know each other even kilometers away. However, due to its wide reach, it helps propagate the culture of beauty and create the idea of a perfect body, characterizing standards of female bodies in society. These standards end up having a very

¹Acadêmica de Graduação, Curso de Psicologia, Centro Universitário Fasipe – UNIFASIFE. Endereço eletrônico: anaclaudia260201@hotmail.com

² Professora Especialista em Psicologia no Trânsito. Curso de Psicologia, Centro Universitário Fasipe – UNIFASIFE. anafpsicologia@gmail.com

³ Professora Mestre em Educação. Curso de Psicologia, Centro Universitário Fasipe – UNIFASIFE. Endereço eletrônico: stelamarish@hotmail.com



negative impact on self-image, leading women to seek methods such as diets, excessive physical exercise, cosmetic procedures, and even plastic surgery. They may also develop Body Dysmorphic Disorder due to excessive concern with their body, as well as developing eating disorders due to changes in diet aimed at achieving the ideal weight to meet the perfect body standard sold by the media. The general objective of this study was to analyze the negative aspects of social media on female self-image and interventions in Cognitive Behavioral Therapy. Thus, this work used qualitative research with a bibliographic review of articles from the last five years through various platforms, such as: Scielo br; Google Scholar Brazil; Docero Brazil; BVS Psychology Brazil. It is concluded that social media has a significant impact on women's self-image and the consequences of this impact considerably affect their physical and mental well-being, and Cognitive Behavioral Therapy is an important tool that provides strategies that can help them develop a healthy and balanced relationship with their body.

KEYWORDS: Foodstuffs; Beauty; Internet; Standards; Disorders.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais têm crescido cada vez mais, e se tornou uma grande ferramenta de comunicação e interação social, porém, mesmo com os benefícios de interação e comunicação que as redes trazem, existe uma certa preocupação em como podem impactar seus usuários em relação a autoimagem, principalmente o público feminino. Na atual sociedade as redes sociais se tornaram uma ferramenta importante na rotina das pessoas, no entanto, também ajudam a disseminar uma quantidade massiva de imagens corporais padronizadas, influenciando negativamente nos ideais dos usuários que tem a ideia de corpo perfeito, gerando uma insatisfação corporal (Santos *et al.*, 2023)

Dessa maneira, muitos fatores são associados a insatisfação com a imagem corporal, como depressão, excesso de peso, uso excessivo de celulares e exposição às mídias sociais. Essa insatisfação pode gerar comportamentos problemáticos e não saudáveis, por conta da busca pelo corpo perfeito, comportamentos como, controle excessivo de peso e medidas, comportamentos alimentares inadequados, exercícios físicos em excesso e restrição de atividades sociais, em longo prazo esses comportamentos podem desenvolver compulsão, ansiedade, depressão, problemas de autoestima e até mesmo desenvolver transtornos alimentares, como bulimia, anorexia e transtornos de autoimagem (Santos *et al.*, 2023).

O século XX foi marcado por uma onda de banalização ao corpo feminino, que foi exposto por vários meios de comunicação, como programas, revistas e jornais, o que acaba impondo um padrão de corpo feminino que influencia no modo de pensar, agir e vestir da mulher, até hoje a mídia impõe esses padrões, por meios de mensagens, estratégias de *marketing* para o consumo de produtos que mexem com a vontade e a ansiedade das mulheres e fazem com que consumam o produto, e por meio do conteúdo acessado pelas redes a mulher também constrói a sua subjetividade e suas verdades por meio do que sentem de acordo com o que é imposto pela mídia (Sousa, 2022).

Sob esse viés, os transtornos alimentares têm como principal sintoma característico a obsessão pelo “corpo perfeito” que muitas vezes é incentivado pelas redes sociais que alimentam um padrão estético irreal, os transtornos alimentares mais comuns são a anorexia e a bulimia, que tem como característica principal a mudança no comportamento



alimentar por conta da distorção da imagem corporal, no bulimia o paciente não consegue aguentar grandes períodos em restrição alimentar o que gera compulsão e episódios compensatórios como vômitos, uso de laxantes e excesso de exercícios físicos, já na anorexia os pacientes conseguem ficar um longo período de tempo em restrição alimentar (Viana, 2022). Perante esse cenário, este estudo procura responder: quais os impactos e influências negativas que as redes sociais tem na autoimagem das mulheres e como a terapia cognitiva comportamental pode intervir e ajudar a melhorá-la?

Neste contexto, de acordo com Silva (2021) a Terapia Cognitivo Comportamental tem sido muito utilizada em centro de tratamento de transtornos alimentares, por ser uma terapia mais breve que as demais abordagens e por ser estruturada e trabalhar principalmente com as metas dos pacientes, nas sessões os principais objetivos da terapia são: gerar a satisfação corporal, instruir a motivação de mudança minimizando a distorção que o paciente tem e reestruturando o sistema de crenças do paciente.

Dessa maneira, o estudo realizado justificou-se pela grande relevância e importância do tema na atualidade, visto que, é um problema atual, portanto, não muito falado, além da importância da propagação do conhecimento sobre as consequências negativas das redes sociais na autoimagem feminina e de como as intervenções através da Terapia Cognitivo Comportamental pode ajudar.

Em relação aos objetivos do estudo, buscou-se analisar os aspectos negativos das redes sociais na autoimagem feminina e as intervenções na TCC. Procurou-se ainda conceituar Redes Sociais; Relacionar os possíveis aspectos negativos das redes sociais na autoimagem feminina; Citar transtornos que podem ser desenvolvidos por influência das redes sociais; E descrever as intervenções da TCC em pacientes femininos relacionados a autoimagem moldada pelas redes sociais.

Dado a relevância da pesquisa, este artigo está estruturado em quatro partes: a Introdução que apresenta a proposta do estudo; a Revisão de Literatura que discorre sobre os conceitos fundamentais da pesquisa como conceito de redes sociais e o impacto delas na autoimagem; os Materiais e Métodos, que explicam a forma como a pesquisa foi desenvolvida; e, por último, as Considerações finais, dando clareza aos resultados obtidos.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 O Surgimento e o Crescimento do Acesso à Internet

A internet surgiu em meados dos anos 60 em meio a Guerra Fria, com o objetivo de ser uma ferramenta militar de comunicação resistente a ataques e que facilitasse e permitisse a comunicação, pois o governo dos EUA temia um possível ataque Russo as suas bases militares ou o vazamento de informações sigilosas, então idealizaram um modelo que fizesse essa descentralização. Teve uma grande expansão a partir da década de 1990, pois tornou a comunicação a distância muito mais acessível para seus usuários. No Brasil, ela surgiu no final da década de 1995 como um meio de divulgação na área de pesquisa, e rapidamente atingiu o seu público (Vieira, 2023).

No decorrer dos últimos dez anos, o processo de grande acesso aos meios digitais, chamado de “digitalização da vida” teve um crescimento maior, remodelando assim, relações afetivas, econômicas, políticas, empresariais e educacionais. E esse processo tem, cada vez mais, mediado as relações sociais por dispositivos tecnológicos móveis e fixos, como computadores, *tablets*, *notebooks* e celulares que são conectados à internet



(Moraes, 2021).

O Brasil tem um dos maiores fluxos de conectividade no mundo, principalmente entre crianças e adolescentes. Nos últimos 20 anos as tecnologias de informações têm crescido muito, promovendo modificações na maneira como as pessoas se comunicam e se informam, com esse crescimento também ocorre uma grande proliferação de *sites*, redes sociais e *chats*, que possui vários usuários, englobando crianças, jovens e adultos (Vieira, 2023).

2.2 Redes Sociais

Entende-se como rede social o local onde o meio digital é organizado com uma “interface virtual própria”, onde perfis humanos são organizados de acordo com os interesses em comum, seja por afinidade, expressões ou pensamentos. Desse modo, rede social pode ser definida como um meio de representação dos relacionamentos afetivos, relações profissionais, e interações entre pessoas ou grupos de interesses em comum, elas sempre existiram na sociedade, seja por tribos, grupos ou bandos, pois vem da necessidade que o ser humano tem de pertencer a um grupo. Nas redes sociais ainda é possível se observar a evolução de conversas e embates psicossociais de seus usuários (Zenha, 2019).

De acordo com Santos (2022), o mais importante das redes sociais, é que não conectam somente máquinas, conectam pessoas, pois assim é possível se conectar com pessoas distantes, e também permite possibilidade de novos contatos e amizades. Com o passar do tempo as redes sociais tiveram uma grande evolução, e assim tiveram novas funções e formas de interações entre os usuários, consequentemente as trocas de informações se tornaram mais relevante, e possibilitou o compartilhamento de fotos, músicas, vídeos e mensagem privadas e públicas em tempo real.

As redes sociais têm uma forte popularização no mercado, uma das mais usadas pelo público feminino é o *Instagram*, pois, nela o que mais se observa é a idealização da autoimagem, as pessoas se importam excessivamente com curtidas e seguidores. Os perfis que mais crescem nas redes sociais são de conteúdo de beleza, uma vez que, as pessoas seguem para se identificar e se espelhar, geralmente se associam por rotina ou para buscar referência de corpo ideal. Na maioria das vezes, as famosas são mulheres jovens que mostram seu dia a dia, rotina de trabalho, academia, e principalmente, publicidades de produtos de beleza com discursos midiáticos que influenciam os seguidores a consumirem na tentativa de alcançar o corpo da pessoa que seguem como referência (Aprobato, 2019).

A rede social *Instagram* permite aos seus usuários compartilhamentos de fotos, vídeos e “*boomerangs*” a grandes distâncias e de forma gratuita, e nessa plataforma digital também é possível tirar fotos com filtros, fazer alterações, como colocar maquiagem e aumentar ou diminuir o brilho, fazer “*stories*”, no qual o usuário pode compartilhar vídeos em tempo real e ficam disponíveis por 24 horas, também podem compartilhar o conteúdo dele para outras redes sociais. Os famosos que usam o *Instagram* compartilham suas vidas com os seus seguidores, e esse consumo de conteúdo é uma forma de vínculo que mostra a interação social e troca, mesmo que a maioria dos seguidores idealizem e queiram ter aquela vida que os famosos apresentam (Aprobato, 2019).

2.3 Autoimagem Corporal

A autoimagem é um termo utilizado para nomear a imagem que o indivíduo cria sobre si mesmo, é o principal objeto da autoestima, sendo associado ao conhecimento que tem



de si mesmo, suas competências, habilidades, percepções, ideais, sentimentos e atitudes. Construí-se, uma representação multifacetada da estrutura corporal e aparência física, envolvendo uma extensa gama de fatores biopsicossociais. A noção que o sujeito tem sobre o seu corpo, imaginando mentalmente o tamanho, imagem, forma e relacionando os sentimentos, essa construção e suas alterações estão diretamente associadas ao ambiente em que esse sujeito está inserido (Gomes, 2021).

A ideia de imagem corporal está interligada aos termos de imagem e corpo, ela está diretamente associada a identidade do homem, é considerada importante sendo um elemento real e mutável, sujeito ao desenvolvimento e vulnerável aos efeitos colaterais de traumas e doenças (Rocha, 2020). A autoimagem consiste em uma figura corporal que o indivíduo cria na sua própria mente, o conceito de imagem corporal consiste em três elementos: O perceptivo, que está relacionado a própria percepção corporal, considerando o peso e a dimensão corporal; O subjetivo, que está relacionado com a satisfação corporal, associada com o nível de ansiedade e preocupação com corpo; E o comportamental, que está associado as circunstâncias e situações que o indivíduo evita experimentar por conta do desconforto que a aparência corporal causa no indivíduo (Micaliski; Oliveira, 2020).

Percebe-se as imagens corporais que circulam na sociedade e são construídas por relacionamentos que são estabelecidos, nos grupos sociais há imagens sociais de corpo, essa imagem social acaba se tornando um símbolo que provoca sentimentos de identificação ou rejeição do indivíduo. No corpo se inscrevem ideias e crenças de acordo com as imagens que se fazem dele, como uma criação sociocultural, assim, se a imagem corporal dominante valorizada na sociedade for o corpo magro, considera-se que emagrecer seria o ideal, e aqueles que não conseguirem chegar a esse padrão passam por constante sofrimento, e esse processo tem um efeito negativo sobre a autoimagem, principalmente na feminina, pois se sentem obrigadas a terem esse corpo magro e atrativo (Silva *et al.*, 2021).

A internalização dos ideais estéticos juntamente com a auto comparação são fortes mecanismos que ajudam na formação da percepção do indivíduo sobre si mesmo. Sendo assim, nota-se que a comparação da aparência física com outros indivíduos, que são considerados mais bonitos e atraentes, influenciam na insatisfação com o corpo (Lima, 2024). A imagem corporal está diretamente associada com a autoestima e a aceitação pessoal, quando o indivíduo não está bem consigo, esse descontentamento reflete na satisfação com a autoimagem e a autoestima, a autoimagem é mutável e pode ser moldada pela vivência e conhecimento de cada pessoa (Rocha, 2020).

2.4 A Beleza no Mundo Contemporâneo

O corpo feminino vem sofrendo diversas mudanças no modo em que é concebido pela sociedade e durante séculos foi silenciado e negligenciado, entretanto, passa a conter lugar de fala, porém é marcado por uma lógica capitalista em que se tem uma grande necessidade de suprir a falta e um grande consumismo (Campos; Faria; Sartori, 2020). Os padrões de beleza sempre foram definidos pela sociedade, e ao longo dos anos foi se alterando, o conceito de padrão está relacionado com um conjunto de características físicas que são consideradas como ideais e se tornam modelos a serem seguidos, esses modelos vem mudando de acordo com o período histórico e a cultura (Tomaz, 2023).

Segundo Tomaz (2023) o corpo feminino na Pré-História mostra-se que as mulheres tinham corpos mais avantajados, no período do Renascimento os padrões de beleza almejados na época eram corpos mais arredondados, com seios grandes e quadris



largos. A década de 1920 foi marcada por mudanças na liberdade feminina, considerado um período em que, ao contrário da renascença, os corpos almejados eram magros, com pouco seios, inclusive usavam até faixas para disfarçá-los, cintura desvalorizada e cabelo curto, usavam roupas para ajudar a disfarçar as curvas do corpo. Os anos de 1930 a 1960 foram marcados por musas de *Hollywood*, como Marilyn Monroe, os corpos almejados eram curvilíneos, cintura fina, coxas grossas e seios grandes. Os anos 80 foi a era das supermodelos, corpos altos, atléticos, esbeltos e braços tonificados eram valorizados, já nos anos 90 a tendência eram mulheres magras com estrutura óssea angular.

A beleza pós moderna, que ocorreu a partir dos anos 2000, trouxe à tona um novo padrão de beleza, alcançado por meio de barriga chapada, magreza, nádegas e seios grandes, e com isso, criou-se um novo mercado para se atingir esse padrão, o de cirurgias plásticas (Tomaz, 2023). Na cultura contemporânea, a beleza feminina é ligada a corpos similares a de modelos, mulheres com estrutura corporal bem magra e curvas definidas (Pinheiro, 2020).

No mundo contemporâneo, ter um corpo belo e aceito socialmente é sinônimo de sucesso pessoal e objeto de inspiração. As indústrias da moda, dos cosméticos e das plásticas determinam um ideal de saúde, beleza, magreza e estética a ser alcançado, em que o corpo feminino é o principal consumidor desses ideais (Campos; Faria; Sartori, 2020). Ter uma boa forma e um estilo de vida bem sucedido e ser jovem, são atributos desejados da sociedade atual, muitas mulheres tendem a ter “medo de envelhecer” por conta das rugas e do corpo, pois parte dos padrões da beleza padronizada é a juventude (Calazans; Fonseca, 2023).

2.5 O Corpo Feminino e os Padrões da Mídia

Segundo Brígida (2021) os significados delegados ao corpo feminino no passado, não se assemelham aos atuais, os padrões de beleza femininos tiveram consideráveis transformações ao longo do tempo. Os corpos da atualidade não são mais evidências de identidade, isso por conta das transformações que a sociedade passa e pelas intervenções que as pessoas fazem nele, intervenções que atualmente são bem mais radicais e vastas.

O uso de redes sociais que permitem modificar a autoimagem do usuário causa preocupações de profissionais da saúde que relacionam transtornos de imagem ao uso das mídias sociais. Esses transtornos não estão limitados a uma certa idade, porém é mais pressente na vida de mulheres adultas e jovens, pois são expostas a uma imagem padronizada de corpos perfeitos desde a infância, como nos desenhos animados e nas barbies (Chiesa, 2023).

A falta de regulamentação e limites na exposição das pessoas a conteúdos disponíveis nas redes conduz a acreditarem nas imagens que são expostas a eles diariamente, assim fazendo-os valorizarem cada vez mais a aparência física adotando hábitos e comportamentos que são vistos como normais e socialmente aceitos e desejáveis. Os usuários das redes sociais acabam entrando em constante pressão social para se adequarem em certas práticas que são incentivadas por subcelebridades, que acabam sendo vistos como “autoridades em saúde” pois se oferecem como forma de modelos corporais a serem seguidos e idolatrados por seus usuários, através de postagens que ilustram os últimos procedimentos feitos por eles para a obtenção do corpo perfeito (Moraes; Santos; Leonidas, 2021).

De acordo com Brígida (2021) em várias culturas os padrões de beleza feminino enfatizam o desejo pela magreza, e acabam se tornando um desejo difícil para muitas



mulheres, que buscam meios não saudáveis para atingir esse desejo. Os meios de comunicação são os maiores difusores dessas ideias socioculturais, como por exemplo as revistas de moda, na maioria das vezes as mulheres expostas são jovens, magras, altas e não musculosas, propagando assim, um ideal de beleza feminina, e a constante presença da mídia nesses ideais contribui para os altos níveis de insatisfação corporal e distúrbios alimentares.

2.5.1 Filtros de Redes Sociais

Estudos indicam que o uso excessivo de filtros nas redes sociais pode levar a baixa autoestima e o aumento da insatisfação corporal, assim, podendo influenciar em comportamentos e percepções sobre a autoimagem. A pressão para atender os padrões estéticos irreais que são fortalecidos pelas redes pode levar a ansiedade, depressão, insegurança, transtornos alimentares e transtornos de imagem, como o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) (Vilasanti; Pacífico, 2025).

Com base no que dispõe Silva (2022), é comum ver nas redes imagens idealizadas de beleza de mulheres, nas quais elas apresentam um corpo, cabelo e traços faciais específicos, seguindo padrões específicos, vários sentidos podem ser designados ao sentido de beleza, mas o tipo de beleza que irá ser valorizada é determinado pela mídia. De modo direto ou indireto, as mulheres sempre são expostas a padrões de beleza sustentados pelos meios de comunicação, e esses padrões podem afetar os seus autoconceitos, a forma como se veem, e a autoestima.

Em 2018 os médicos cirurgiões começaram a observar que muitos dos pacientes solicitavam modificações referentes aos filtros do Instagram, desejavam realizar procedimentos que os tornassem parecidos com a imagem dos filtros. A rede social pioneira dos filtros de modificação de rosto foi o *Snapchat*, e em seguida essa mesma ferramenta fez sucesso no *Instagram*. O médico cirurgião plástico Tijion Esho criou o termo *dismorfia do Snapchat* quando percebeu que os pacientes deixaram de levar como referência fotos de celebridades para o consultório e passaram a levar fotos com filtros do *Snapchat*, afirmando que queriam ficar como o filtro, desde os olhos grandes até a pele perfeita (Chiesa, 2023).

A expressão *dismorfia do Snapchat* é utilizada para se referir a uma grande obsessão controladora em que os adolescentes têm desejo de realizar procedimentos estéticos, com o objetivo de ficarem fisicamente iguais as imagens que eles têm com os filtros de *Snapchat* (Silva, 2019).

Com a grande popularização das redes sociais e o avanço das tecnologias de realidade aumentada consequentemente tem mudado a forma como as pessoas se veem e se apresentam para o mundo. Desde 2016 as discussões sobre os algoritmos utilizados pelas plataformas digitais tomaram mais força por conta de uma implementação de ocorreu e mudou significativamente a forma como os conteúdos são entregues aos usuários, antes da implementação as publicações do *feed* eram mostradas de forma cronológica, a partir dela as publicações passaram a ser entregues seguindo o critério de relevância definido pelo próprio algoritmo do usuário. Essa mudança impactou na sua experiência, visto que os conteúdos deixaram de seguir uma ordem temporal e passaram a ser entregue com base nos conteúdos mais engajados e pertinentes para o usuário, seguindo as interações do perfil (Behnke, 2022).



2.6 A Influência das Redes Sociais no Desenvolvimento de Possíveis Transtornos no Público Feminino

De acordo com Rodrigues (2019) por conta do excesso de preocupação com o corpo, muitas mulheres entram em processo de desconstrução buscando o corpo ideal, o desejo de emagrecer desenvolve uma grande preocupação alimentar, criando uma alteração no comportamento, como restrições de alimentos e excesso de atividades físicas. A relação negativa com o corpo pode fazer com que o indivíduo se baseie e siga o estilo de vida de outras pessoas, a excessiva preocupação com o corpo pregada pela sociedade pode fazer com que as pessoas adotem dietas abusivas e comportamentos não saudáveis para o controle de peso, podendo gerar distúrbios.

A prolongada exposição às redes sociais tem sido associada ao crescimento de mudanças no comportamento alimentar das pessoas, incentivando-as a adotar padrões restritivos em decorrência da adoção de parâmetros de magreza ideal. O impacto sociocultural da dieta está fortemente ligado ao desenvolvimento de transtornos alimentares, as mídias sociais transmitem valores associados especificamente a corpos magros de uma forma que impacta diretamente na construção de hábitos alimentares, e assim aumentando o risco de desenvolvimento de transtornos. A utilização em excesso das redes sociais pode provocar preocupações com a imagem corporal, considerado fator de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares, que são caracterizados por atitudes relacionadas a distorção da imagem corporal e o excesso de preocupação com o peso e o corpo (Lima, 2024).

As redes sociais tem grande influência no desenvolvimento de transtornos alimentares, servem como vitrines de corpos e padrões estéticos com propagação de imagens que em sua maioria não corresponde à realidade da maioria das mulheres, porém passam a impressão que são fáceis de alcançar que levam elas a utilizar métodos para tentar chegar ao padrão desejado, como dietas, exercícios físicos e até uso de medicamentos que podem levar a alterações fisiológicas graves, também podendo acarretar ao desenvolvimento de transtornos alimentares (Lima; Silva, 2021).

As redes sociais mais comuns são o *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, *Google*, *Linkedin*, *Snapchat* e *Youtube*, elas são utilizadas para divulgar informações e comunicação, influenciam as pessoas sobre os conteúdos compartilhados nelas, visto que quaisquer pessoas podem compartilhar conteúdos nas redes e influenciar outras pessoas (Souza, 2022). Também os *blogs*, que são meios de comunicação que compartilham dos mais variados temas, e estabelecem assuntos e interesses em comum entre as comunidades, e não necessita de exposição de rostos ou identidade para fazer publicações (Reckziegel; Lucas, 2024).

Por volta dos anos de 2000 e 2001, inicialmente nos EUA, surgiram diversos *blogs* denominados pró-ana e pró-mia, em poucos tempos conquistaram apoiadores e usuários em vários países, inclusive no Brasil. São blogs de pessoas que defendem os comportamentos de transtornos alimentares como forma de estilo de vida e ser seguido e não como um transtorno alimentar. Nesses *blogs* são compartilhados ideias, sentimentos, desejos, vontades, também estratégias e dicas de como manter os comportamentos de transtornos alimentares. Contém exposições de fotos de corpos extremamente magros, orientações de dietas, sugestões de medicamentos e orientações de como lidarem com pessoas que são contra esses comportamentos, como amigos, profissionais da saúde e familiares (Reckziegel; Lucas, 2024).

Segundo Souza (2022) é possível analisar três aspectos: há discussões sobre o



tema diante do entendimento da anorexia e da bulimia como estilo de vida e não doença; relacionam o corpo magro com ser bem-sucedido; usam esses *blogs* como rede de apoio para suas ideias, constroem uma cultura de identidade e liberdade. Nos *posts* feitos as meninas buscam alcançar o corpo magro como uma forma de serem aceitas socialmente por conta dos padrões de beleza que são culturalmente defendidos.

Por volta de 2012 esses *blogs* perderam a força, com o surgimento de *blogs* e *sites* de pessoas que já tiveram transtornos e de profissionais se posicionando contra essas práticas, com relatos de como se sentiram melhores depois de procurarem ajuda e com o apoio profissional, da família e de amigos. Esses *sites* e *posts* pró-ana e pró-mia estão presentes em várias redes sociais, como por exemplos o *Instagram*, que em 2012 precisou se posicionar contra essas práticas e contra as blogueiras e influenciadoras que incentivavam. A plataforma começou a apagar esse tipo de conteúdo e toda busca por comportamentos alimentares aparece uma mensagem indicando para o usuário procurar ajuda profissional (Souza, 2022).

Apesar desse movimento ter tido início em nos anos 2000 e ter perdido a força com o tempo, com um grande número de pessoas, profissionais e páginas se posicionando contra, entre os anos de 2020 e 2021 foi registrada uma grande quantidade de buscas relacionadas a essas comunidades e termos nas redes sociais. Essas buscas estão relacionadas com a divulgação, por meio de influenciadores digitais, de dietas e práticas que visem a estética corporal (Reckziegel; Lucas, 2024).

As redes sociais geram uma romantização desses transtornos, que são normalizados por meio de dietas fora do comum e métodos para alcançar o corpo perfeito. A rede social X (antigo *Twitter*) é um exemplo, nele é possível encontrar diversas publicações que promovem os transtornos alimentares, tratando-os como algo benéfico e bom, sendo usado para compartilhar experiências de pessoas dessa comunidade e dietas rigorosas. Essa romantização também está presente na inteligência artificial, que ao analisar plataformas de IA famosas é possível encontrar diversas solicitações dentro desse conteúdo, como modelos de dietas de 7 dias, exercícios para emagrecer, como camuflar comida para esconder dos pais e várias outras práticas (Marques, 2024).

De acordo com Reckziegel e Lucas (2024), a forma de comunicação e informação, que eram os *blogs* e *Orkut*, ganharam um novo formato, com o desenvolvimento e crescimento das redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Tiktok*, têm um formato diferente, porém mesmo com essas mudanças de plataformas, ainda é encontrado conteúdos reforçadores de transtornos alimentares. Os *posts* em redes sociais que falam sobre emagrecimento e dietas sempre são acompanhados por discursos que relacionam eles com melhora na qualidade de vida e saúde, entretanto, não é possível controlar como esses posts são interpretados por quem os recebe e nem como serão utilizados, sendo assim, podem funcionar como uma forma de incentivo para a propagação de comportamentos característicos de transtornos alimentares.

2.6.1 Bulimia

A bulimia é um transtorno alimentar, caracterizado pela excessiva preocupação com peso e imagem corporal, independentemente de estar acima do peso ou com o peso normal, o indivíduo tem compulsões bulímicas que ocorrem na maior parte dos casos nos períodos da noite ou final do dia, nesses episódios o indivíduo consome uma grande quantidade de alimentos. Depois do consumo ele sente uma grande culpa, descontrole e vergonha, podendo induzir o vômito, fazer o uso de remédios para inibir o apetite, laxantes,



excesso de exercícios físicos e dietas, tudo isso em busca de compensar as calorias ingeridas (Sgarbi *et al.*, 2023).

Conforme o DSM-5-TR, a bulimia nervosa é caracterizada por episódios recorrentes de ingestão exagerada de alimentos em um curto período, acompanhados de uma sensação de perda de controle, seguidos por comportamentos compensatórios inadequados, como induzir o vômito, uso de laxantes ou exercícios excessivos. Esses episódios ocorrem com frequência mínima semanal durante pelo menos três meses, sendo que a autoimagem da pessoa é excessivamente influenciada pelo peso e pela forma que ela enxerga o próprio corpo (Apa, 2022).

Em relação a personalidade de pessoas com esse transtorno, são percebidas características como: impulsividade, baixa autoestima, pensamentos como "tudo ou nada", tendência em procurar problemas em situações rotineiras, perfeccionismo e exigências elevadas, e incapacidade de buscar formas saudáveis de obter satisfação e prazer na vida (Santos *et al.*, 2023).

Nos critérios para a diagnóstico do transtorno está incluso a recorrência de episódios de compulsão, definidos pela ingestão de uma grande quantidade de alimento juntamente com a sensação de falta de controle da alimentação seguindo de episódios compensatórios para evitar o ganho de peso, como a indução do vômito (que acontece em 90% dos casos), uso de diuréticos e laxantes, pratica excessiva de exercícios físicos e jejuns excessivos, para o diagnóstico da bulimia esses episódios de compulsão seguidos por práticas compensatórias devem ocorrer no mínimo uma vez por semana no período mínimo de três meses (Bronzatto; Lourenceti, 2024).

2.6.2 Anorexia

É um transtorno que ocorre com maior frequência em mulheres e há uma alta taxa de mortalidade, geralmente a família não se atenta, pois evitam fazer refeições em público, é um transtorno grave em que ocorre a diminuições da ingestão de alimentos de forma involuntária, e por conta dessas diminuições de alimentos o sujeito sofre com uma grande perda de peso, que é o principal motivo de restrição, por conta do grande medo de ganhar peso (Rodrigues, 2019).

Os pacientes diagnosticados com anorexia apresentam um intenso medo persistente e inexplicável de ganhar peso, mesmo que estejam em situação de extrema magreza e até desnutrição. No entanto, mesmo com a evidente condição física eles tendem a camuflar seus comportamentos restritivos quando questionados, pois evitam admitir que estão seguindo hábitos e dietas rigorosas, além disso, é possível se observar que ao ser oferecido alimentos, constantemente, não recusam de imediato, porém podem apresentar o comportamento de simular que se alimentou e esconder o alimento para mascarar a restrição. Outro comportamento relevante é a distorção da imagem corporal, mesmo diante de um quadro severo de emagrecimento eles continuam se percebendo como pessoas gordas, e assim apresentam uma ausência de senso crítico em relação a sua própria imagem corporal (Sgarbi *et al.*, 2023).

Segundo o DSM-5-TR, a anorexia nervosa é caracterizada por uma restrição persistente na ingestão de alimentos que leva à redução significativa do peso corporal, acompanhada de um medo intenso de ganhar peso ou de engordar, mesmo quando a pessoa já está abaixo do peso adequado. Além disso, há uma deturpação na forma como o indivíduo percebe o próprio corpo, com uma autoavaliação distorcida da autoimagem acompanhada da negação da gravidade do baixo peso corporal (Apa, 2022).



2.6.3 Transtorno Dismórfico Corporal (TDC)

Segundo o DSM-5-TR, o Transtorno Dismórfico Corporal é um transtorno no qual o indivíduo apresenta uma preocupação intensa com defeitos percebidos na aparência física que, na maioria das vezes, não existem ou são mínimos aos olhos das pessoas, essa preocupação leva a comportamentos compulsivos e repetitivos, como olhar-se no espelho com frequência, buscar constantemente a opinião de outras pessoas, tentar esconder a suposta imperfeição com maquiagem, roupas ou outros artifícios, além de comparar-se de forma excessiva com os outros (Apa, 2022).

Em 2013 o Transtorno Dismórfico Corporal passou a ser caracterizado no DSM-V no capítulo de "Transtornos Obsessivos Compulsivos e Relacionados", em razão disso incluía comportamentos repetitivos ou ações mentais por conta de preocupação excessiva com a aparência como critério obrigatório para diagnóstico (Almeida; Leahy; moreira, 2021).

São critérios para diagnóstico: a preocupação e percepção de um defeito na aparência física que não seja perceptível para os outros; comportamentos repetitivos, como se olhar no espelho, constante comparação com outras pessoas e a necessidade de aprovação da aparência; sofrimento clinicamente significativo como ansiedade, vergonha e humor deprimido, prejuízos em áreas sociais como escola, relacionamentos e família; e as preocupações com gordura corporal e o peso, podendo gerar sintomas para o diagnóstico de um transtorno alimentar (Almeida; Leahy; moreira, 2021).

A distorção de imagem é a insatisfação corporal ligada a percepção distorcida do corpo, gerando uma visão fora da realidade do corpo, sendo que, nove a cada dez mulheres tem alguma insatisfação com o próprio corpo (Rodrigues, 2019). Os casos de distorção de imagem têm crescido cada dia mais, por conta de conflitos internos entre o corpo atual e o corpo desejado, existem variadas hipóteses para explicar os distúrbios de autoimagem corporal, porém a grande parte dos pesquisadores concordam que os fatores etiológicos, socioculturais e individuais exercem influência nesses distúrbios (Pinheiro *et al.*, 2020).

2.7 Aumento da procura de Cirurgias Plásticas

Conforme Behnke (2022) as mídias digitais contribuem constantemente para a divulgação de padrões de beleza femininas e masculinas, e a maioria das vezes os padrões divulgados com correspondem com a realidade alcançável, e por isso acabam causando muitas vezes frustrações, por conta da constante busca pela perfeição.

Dessa forma, homens e mulheres estão buscando cada vez mais por procedimentos estéticos, com o objetivo de recuperar a autoestima, essa busca engloba profissionais de várias especialidades, principalmente dermatologistas e cirurgiões plásticos, mas com passar do tempo observasse uma crescente expansão de formação de profissionais do ramo da beleza em outras formações, como dentistas, esteticistas e biomédicos, e essa crescente comprova esse aumento da busca por esses serviços (Behnke, 2022).

De acordo com a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética nos últimos 4 anos os procedimentos estéticos tiveram um aumento de 40%, em 2020 o número de cirurgias plásticas tiveram uma diminuição de 10,9% por conta do COVID-19, pois muitas clínicas tiveram que fechar temporariamente, em 2021 teve um aumento de 19,3% recuperando-se do pós COVID-19, em 2022 teve um aumento de 11,22% em relação ao ano anterior e em 2023 o número de procedimentos estéticos chegaram perto de 35 milhões, um aumento de 3,4% em relação a 2022. O país que mais realizou procedimentos estéticos no mundo em 2023 foram os EUA, em segundo veio o Brasil, que é o país que



mais realizou procedimentos cirúrgicos (Isaps, 2024).

Seguinte a Isaps (2024), a cirurgia estética mais realizada em 2023 foi a lipoaspiração, seguida do silicone nos seios, a cirurgia das pálpebras, abdominoplastia e a rinoplastia.

Grande parte das blogueiras e influenciadoras digitais despertam na sociedade a fantasia pela procura por cirurgias estéticas ao mostrarem em suas redes realidades que em sua maioria não condizem com a realidade, fazem parecer que foi uma mudança fácil, como em um passe de mágica, fotos que mostram o corpo com curvas perfeitas, peles perfeitas, e pós operatório imediato, como se fosse fácil, causando assim desejos nas pessoas de ficarem como aquele corpo que é mostrado (Kataoka *et al.*, 2024).

De acordo com Nascimento (2024) o *Instagram* é um grande aliado das cirurgias plásticas, pois, promove ideias de corpo, estilo de vida e beleza. Influenciadores digitais constantemente mostram mudanças corporais surpreendentes e de forma rápida, fazem parecer que essas transformações foram realizadas de maneira indolor e positiva. Diante dos avisos de riscos e contraindicações, até mesmo as pequenas cirurgias são vistas apenas pelos resultados positivos e pela satisfação de encaixar no padrão social. Portanto se tem uma falsa crença de que não se pode viver com “defeito” nenhum, e esse ideal manipula uma constante busca por procedimentos estéticos, vivemos em uma cultura de culto ao corpo, tendo práticas estéticas cada vez mais democráticas, o que acaba tornando os riscos banais.

Segundo Kataoka *et al* (2024), na era digital, a mídia tem um papel importante na construção da imagem e na reputação dos profissionais de cirurgias plásticas, ela influencia diretamente a base de pacientes e no sucesso financeiro, as estratégias de *marketing* com o objetivo de divulgar experiências positivas e resultados impressionantes dos pacientes são empregados para atrair novos clientes e ter uma vantagem competitiva no mercado.

2.8 Conceito Histórico de Terapia Cognitivo Comportamental (TCC)

No início da década de 1960 foi desenvolvida, por Aaron Beck, uma forma de psicoterapia denominada inicialmente como “Terapia Cognitiva”, termo esse que é usado por muitos profissionais como sinônimo de “Terapia Cognitivo Comportamental”. A TCC tem o tratamento baseado em uma formulação cognitiva, visando comportamentos e crenças que caracterizam certos transtornos e compreende os padrões de comportamentos e crenças de cada indivíduo (Beck, 2013).

A Terapia Cognitiva de Beck começou a ser desenvolvida no final da década de 1950, quando ele testou o conceito psicanalítico de que a depressão é resultado da hostilidade que o indivíduo tem consigo mesmo, então ele fez uma investigação com os sonhos dos pacientes com depressão, que na sua percepção manifestavam mais hostilidades em sonhos, e então concluiu que pacientes deprimidos tinham mais sonhos relacionados a perda, privação e fracasso (similares aos pensamentos que tinham quando estavam acordados) do que relacionados a hostilidades. Durante seus atendimentos, percebia que os pacientes relatavam duas vertentes de pensamento, a primeira era de livre associação e a segunda de pensamentos rápidos de qualificações que tinham sobre si mesmos (Beck, 2013).

Segundo Beck e Alford (2000) a Teoria Cognitiva de Psicoterapia e Psicopatologia considera que cognição é a chave para os transtornos psicológicos, definem cognição como como a função que envolve deduções sobre experiências pessoais e o controle de eventos futuros.



2.9 Intervenções da TCC nos Transtornos Alimentares e nos ligados a Autoimagem

A Terapia Cognitivo Comportamental tem como principais objetivos: a regulação emocional, a reestruturação cognitiva do paciente e a adaptação do comportamento do paciente baseando-se na compreensão desse comportamento por meio da identificação e da refutação dos seus pensamentos automáticos e crenças nucleares, também é feito o manejo das emoções e a elaboração de estratégias de comportamento. As cognições distorcidas estão ligadas diretamente a desregulação emocional e a comportamentos disfuncionais, e esse ciclo cognitivo e comportamental juntamente com a história de desenvolvimento e aprendizagem do indivíduo reforçam padrões de defesa que podem se estabelecer como forma de psicopatologias ao longo da vida (Gonçalves; Ferreira; Alves, 2023).

De acordo com Bronzatto e Lourenceti (2024) a Terapia Cognitivo Comportamental é considerada como a mais utilizada o Brasil para o Tratamento de Transtornos Alimentares, ela aborda, não somente os comportamentos alimentares problemáticos, mas também os padrões de pensamentos disfuncionais que contribuem para o transtorno. Isso em razão da natureza semiestruturada da TCC, tem uma adaptação flexível as necessidades individuais de cada paciente, envolvendo a colaboração entre paciente e terapeuta, fazendo a identificação e mudança nos padrões de pensamentos negativos e comportamentos disfuncionais e buscando promover a mudança de práticas e tangíveis da vida do paciente, onde busca resultados concretos.

Relacionado aos Transtornos Alimentares, a TCC busca levar técnicas comportamentais com o objetivo de normalizar o peso e alterar os padrões alimentares. Utiliza técnicas como registro de pensamentos, em que o paciente é incentivado a descrever as situações que podem ser desencadeadoras de tal comportamento, os pensamentos automáticos resultantes, as evidências que sustentam esses pensamentos e as emoções associadas a eles; o questionamento socrático, que é o uso de questionamentos de forma cuidadosa com o objetivo de promover reflexão para o paciente estimulando uma análise crítica as suas crenças; e a psicoeducação, que visa fornecer informações educativas e promove habilidades cognitivas ampliando o conhecimento do paciente (Bronzatto; Lourenceti, 2024).

A Organização Mundial da Saúde define Transtornos Alimentares como quadro psíquicos com grandes alterações no comportamento alimentar e disfunções no controle do formato do corpo e do peso, que levam a grandes prejuízos clínicos, sociais e psicológicos. São dadas ênfases em dois transtornos em específico: Anorexia Nervosa e Bulimia Nervosa, que mesmo sendo classificados de forma separada em ambos há grande preocupação com o peso e medo de engordar, fazendo assim, com que as pacientes utilizem dietas radicais e ou métodos incorretos e perigosos para alcançar o corpo ideal (Meneses; Dias; Leitão, 2023).

A TCC é uma abordagem de intervenção objetiva, tem o objetivo de identificar e reparar as condições favoráveis do desenvolvimento e da manutenção das mudanças cognitivas e comportamentais. Sendo assim, no sistema de crenças, o comportamento e os sentimentos do indivíduo desempenham um papel importante. Os principais objetivos do tratamento é a diminuição da restrição e compulsão alimentar, dos excessos de atividades físicas, do distúrbio de imagem corporal, dos episódios bulímicos e modificar o sistema disfuncional de crenças com relação ao corpo, peso, alimentação, aparência e também elevar a autoestima (Meneses; Dias; Leitão, 2023).

De acordo com Meneses, Dias e Leitão (2023) a TCC, quando se trata de



Transtornos Alimentares propõe um tratamento em três etapas: Primeiro: se estabelece um plano alimentar juntamente com técnicas comportamentais, buscando evitar contexto de tentação e ambientes que possam provocar algum gatilho; Segundo: trabalha a reestruturação cognitiva do paciente, onde ocorre a modificação das crenças disfuncionais que estejam reforçando os padrões alterados; Terceiro: é feito, pelo psicoterapeuta, um plano de prevenção e recaída, para que assim evite que o paciente retorne aos padrões disfuncionais anteriores.

Conforme a TCC, a autoimagem se influencia por crenças centrais que fazem a sustentação dos pensamentos automáticos, eles são pensamentos que ocorrem em resposta a certas situações, e se haver pensamentos automáticos disfuncionais relacionados a aparência, ocorre uma distorção da autoimagem e sentimentos inadequados (Monteiro; Silveira, 2024).

A subjetividade tem um papel essencial na construção e evolução da autoimagem, ser subjetivo ou ter uma natureza individual é uma qualidade inerente e está diretamente ligado a forma como o indivíduo constrói a sua identidade e interpreta a realidade. A TCC tem uma grande visão na construção da subjetividade, pode ser influenciada pelo modo em que se interpreta experiências, eventos e até ela mesma. Na fase adulta, muitas mulheres enfrentam desafios relacionados a sua subjetividade, podendo desenvolver interpretações distorcidas ou opiniões negativas sobre si mesmo e o mundo ao seu redor e essas interpretações podem afetar a autoimagem (Monteiro; Silveira, 2024).

O autoconceito é moldado pela autoimagem e pela subjetividade, visto que, envolve a compreensão das crenças e avaliações sobre personalidade, habilidade, papéis sociais, valores, identidade e crenças. Para a TCC o autoconhecimento faz parte do processo terapêutico, pois ajuda o paciente a encontrar padrões de pensamentos disfuncionais e também ajuda a criar estratégias para lidar com esses pensamentos, explorando abordagens distorcidas e substituindo pensamentos como “preciso ser perfeito em tudo sempre” por pensamentos mais adaptativos e realistas (Monteiro; Silveira, 2024).

Percebe-se, conforme Monteiro e Silveira (2024), que a relação entre subjetividade, autoconceito e autoimagem é extremamente relevante na fase adulta da mulher, pois ela passa a explorar a sua identidade, metas, valores e moldam a sua própria visão de si mesmo e de seu lugar socialmente. Sendo assim, a Terapia Cognitivo Comportamental exerce um papel importante sobre esses três conceitos, pois auxilia na identificação e na modificação de padrões de pensamentos e comportamentos disfuncionais que moldam como o indivíduo se vê, promovendo assim, uma subjetividade mais positiva, uma autoconceito mais saudável e uma autoimagem mais equilibrada. A forma como o indivíduo pensa impacta na maneira como ele se enxerga e também enxerga o mundo ao seu redor, e isso tem uma grande influência sobre suas ações e respostas emocionais, então a TCC é eficaz na promoção de saúde mental e bem-estar, pois, permite que as pessoas avaliem e modifiquem as distorções cognitivas que tem relação com a sua autopercepção e identidade.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

O método utilizado para coleta de dados da presente pesquisa foi bibliográfica, realizada mediante a busca por obras já publicadas e que sejam relevantes para conhecer e analisar o tema da pesquisa que será realizada (Sousa; De Oliveira; Alves, 2021).



Com o conteúdo aprofundado na abordagem Cognitivo Comportamental, sendo de natureza qualitativa, que segundo Paiva, Oliveira e Hillesheim (2021) é um método de pesquisa que trabalha com uma visão que não considera números e nem estatísticas, considera compreensões, entendimento e observa as relações entre os indivíduos na sociedade, refletindo e investigando novas possibilidades para o problema que está sendo investigado. A pesquisa terá como alvo o público feminino usuário das redes sociais.

A pesquisa apresentou uma perspectiva de como as redes sociais podem influenciar negativamente o modo como a mulher se vê e como a Terapia Cognitivo Comportamental pode contribuir a melhorar essa visão. Também será realizada através de livros, revistas, e artigos encontrados na internet, como: *Scielo br*; *Google Acadêmico Brasil*; *Docero Brasil*; *BVS Psicologia Brasil*; utilizando como palavras chaves: Autoimagem; Redes sociais; Transtornos alimentares; Transtorno dimórfico corporal; Terapia Cognitivo Comportamental. E selecionando artigos e pesquisas dos últimos 5 anos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir esse trabalho de conclusão de curso fica evidente que as redes sociais tiveram um grande crescimento nos últimos tempos e é uma ferramenta de informação e comunicação que por meio delas os usuários conseguem se comunicar com outras pessoas em qualquer lugar e distância, também conseguem fazer publicações de conteúdos desejados ou do seu próprio dia a dia, porém muito conteúdos expostos acabam tendo impactos negativos aos usuários.

Nesse trabalho foi analisado os impactos negativos que elas têm na autoimagem do público feminino, percebe-se que as redes sociais acabaram se tornando um meio, não só de comunicação, mas também de comparação, em que padrões de vida e de beleza são reforçados e levados aos usuários diariamente causando uma insatisfação na autoimagem das pessoas, principalmente no público feminino.

A constante exposição a padrões corporais, filtros, imagens e corpos “perfeitos” acabam afetando a forma como muitas mulheres se enxergam, e isso acaba alimentando sentimentos de inadequação e comparação. Esses sentimentos distorcidos acabam acarretando em uma onda de cirurgias plásticas e procedimentos estéticos para que se possa chegar ao padrão desejado.

As redes sociais criam um padrão irreal e muitas vezes inalcançáveis, corpos, rostos e filtros irreais, que criam um desejo na cabeça das mulheres de terem aquela imagem que é mostrada, e isso leva a buscarem meios de chegar à imagem desejada.

Com o crescimento e a popularização das redes muitos médicos perceberam que as pacientes passaram a levar fotos delas com filtros de Instagram como referência para cirurgias plásticas, e não mais fotos de famosas. Isso reforça o quanto as redes sociais modificam e distorcem a autoimagem e a forma que a mulher enxerga a beleza. Essa distorção pode chegar ao nível patológico como o transtorno dismórfico corporal, que tem as redes sociais como incentivo, o transtorno tem como característica a distorção na imagem corporal acompanhado de uma grande obsessão que faz o paciente ter pensamentos intrusivos sobre o corpo durante dia, causando estresse e irritabilidade.

Outro ponto observado é como essa distorção pode acarretar em Transtornos Alimentares como Bulimia e Anorexia que são transtornos que tem como principal característica a obsessão pela busca do corpo perfeito, que é reforçado diariamente pelas



redes sociais. Neste contexto, a Bulimia e a Anorexia são os Transtornos Alimentares mais comuns, e um dos principais fatores observados no desenvolvimento deles é a influência das redes sociais na distorção corporal, em ambos os transtornos ocorrem mudanças no comportamento alimentar, porém no casos da anorexia o paciente fica um longo período de tempo sem ingerir alimentos e na bulimia o paciente não consegue ficar, o que gera uma compulsão alimentar seguida de comportamentos compensatórios, como induzir o vômito após comer, fazer o uso de laxantes ou inibitórios e o excesso de exercícios físicos.

Foi concluído assim, que a Terapia Cognitivo Comportamental é considerada um dos melhores métodos, para o tratamento dos transtornos e dos malefícios que as redes causam no público feminino, visto ser uma abordagem mais breve e estruturada que foca nas crenças e pensamentos automáticos do paciente. Atua ajudando os pacientes em metas, e ajudando ele a identificar e mudar as crenças e os pensamentos disfuncionais, e assim reconstruindo a autoimagem e a autoaceitação.

REFERÊNCIAS

APA – AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5-TR: texto revisado*. 5. ed. rev. e atual. Porto Alegre: Artmed, 2022.

APROBATO, Valéria. Corpo digital e bem-estar na rede Instagram: um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade. *Bol. - Acad. Paul. Psicol.*, São Paulo, p. 157-164, 2019.

ALMEIDA, Mariana Mello Mattos Shaw; LEAHY, Ana Rachel Moreira; MOREIRA, Luiza Amélia Cabus. *Transtorno dismórfico corporal: uma revisão integrativa*. 2021.

BECK, Judith. *Terapia cognitivo-comportamental: teoria e prática*. 2 Porto Alegre: Artmed, 2013.

BECK, Aaron; ALFORD, Brad. *O poder integrador da Terapia Cognitivo*. Porto Alegre. Artmed. 2000.

BEHNKE, Emilly Ramos. *Publicidade no Instagram: a experiência do usuário e o consumo algorítmico*. 2022.

BRÍGIDA, Franciele Balbino. *Evolução da Imagem da Mulher na Mídia*. 2021.

BRONZATTO, Jheniffer Amanda; LOURENCETI, Maria Dalva. *A eficácia da terapia cognitivo-comportamental (TCC) no combate aos transtornos alimentares: anorexia nervosa e bulimia nervosa*. Revista JRG de Estudos Acadêmicos, 2024.

CALAZANS, Fabíola; FONSÊCA, Angélica. *“Os segredos da beleza sem idade”: O imperativo da juventude e a cultura da jovem velhice feminina*, 2023.



CAMPOS, Gabriela Rocha; FARIA, Hila Martins Campos; SARTORI, Isabela Duarte. Cultura da estética: o impacto do instagram na subjetividade feminina. 2020.

CHIESA, Bianca Esther Cabral. As redes sociais como um fator para a insatisfação crônica com a auto-imagem (dismorfia do snapchat e dismorfia corporal) e como abordar esses pacientes na clínica de harmonização orofacial. 2023.

GOMES, Giovana da Silva Cunha Reis *et al.* Transtornos alimentares e a influência das mídias sociais na autoimagem corporal: um olhar sobre o papel do nutricionista. Research, Society and Development, 2021.

GONÇALVES, Júlio; FERREIRA, Andriel; ALVES, Adriana Gomes. Desenvolvimento de uma tecnologia digital de apoio à terapia cognitivo-comportamental. *Revista Psicologia, Diversidade e Saúde*, 2023.

ISAPS – International Society of Aesthetic Plastic Surgery. About ISAPS, 2024. Disponível em: <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/global-survey-2023-full-report-and-press-releases/>. Acesso em: 05 jun.2025.

KATAOKA, Alexandre *et al.* A influência das mídias sociais na decisão pela cirurgia plástica. *Revista Brasileira de Cirurgia Plástica*, 2024.

LIMA, Ana Paula de Freitas. Influência das Redes Sociais no Desenvolvimento dos Transtornos Alimentares. 2024.

LIMA, Gabriella Campos Jannini; SILVA, Luciana Maria. Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiaticizados no Instagram. *Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social*, 2021.

MARQUES, Beatriz; DE OLIVEIRA, Noemy Lima; MAGALHÃES, Christiane Paiva. Como as redes sociais podem influenciar no desenvolvimento de transtornos alimentares. Anais da Exposição Anual de Tecnologia, Educação, Cultura, Ciências e Arte do Instituto Federal de São Paulo-Câmpus Guarulhos, 2024.

MENESES, Andressa Yara; DIAS, Cássia Nathalia; LEITÃO, Yasmin. Ressignificando a Relação com o Corpo Feminino. *Revista Cathedral*, 2023.

MICALISKI, Emerson Liomar; OLIVEIRA Pinheiro, Bruno de. Fatores de vulnerabilidade na construção da autoimagem corporal na adolescência. *Caderno Intersaberes*, 2020.

MONTEIRO, Rielle de Souza; SILVEIRA, Giselda Benedita Jordão da. Influência do Instagram na Autoimagem de Mulheres na Etapa da Vida Adulta Jovem na Perspectiva Cognitivo Comportamental (Psicologia). *Repositório Institucional*, 2024.

MORAES, Raquel Borges de; SANTOS, Manoel Antônio dos; LEONIDAS, Carolina. Repercussões do acesso às redes sociais em pessoas com diagnóstico de anorexia nervosa. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 2021.



NASCIMENTO, Sara Chagas do. A influência do Instagram na decisão de mulheres de realizar cirurgias plásticas. 2024.

PAIVA, Adriana Borges de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago De; HILLESHEIM, Mara Cristina Piolla. Análise de conteúdo: uma técnica de pesquisa qualitativa. Revista Prisma, p. 16-33, 2021.

PINHEIRO, Talita.; PIOVEZAN, Nayane.; BATISTA, Helder.; MUNER, Luana. Relação dos Procedimentos Estéticos com Satisfação da Autoimagem Corporal e Autoestima de Mulheres. Revista Cathedral, 2020.

ROCHA, Monique da Silva. Composição corporal e percepção de autoimagem em universitárias. RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, 2020.

RECKZIEGEL, Thaís Karolyne; LUCAS, Maria Salete Junqueira. Transtornos alimentares—o mal-estar na cultura pós-moderna. Cadernos de Psicologia, 2024.

RODRIGUES, Daniela da Silva De Souza. A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares. 2019.

SANTOS, Manoel Antônio dos *et al.* Relações de amizade nos transtornos alimentares: Revisão integrativa da literatura. Psico-USF, 2023.

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. Algoritmos, engajamento, redes sociais e educação. Acta Scientiarum. Education, 2022.

SGARBI, Mariana Teixeira; *et al.* Uma análise dos transtornos alimentares: anorexia nervosa e bulimia. Revista Eletrônica Acervo Médico, 2023

SILVA, Ana Flávia de Sousa; JAPUR, Camila Cremonezi; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues de Oliveira. Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários: revisão integrativa. Psicologia: Teoria e pesquisa, 2021.

SILVA, Jacilene Maria. Feminismo na atualidade: A formação da quarta onda. 2019

SILVA, Vitor Maurilio Freire da. Redes sociais, algoritmos e procedimentos estéticos: uma análise da influência do Instagram no aumento de procedimentos estéticos na Geração Z brasileira. 2022.

SOUSA, Angélica Silva de; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. Cadernos da FUCAMP, 2021

SOUZA, Pietra Silva de. A Relação entre mídias sociais e a construção da autoimagem corporal de mulheres. 2022.

TOMAZ, Valéria Diniz. Padrões de beleza e o corpo feminino. 2023.



VIANA, Bárbara Scoralick *et al.* Redes Sociais e os Transtornos Alimentares: O Papel do Nutricionista. Revista De Trabalhos Acadêmicos–Centro Universo Juiz De Fora, 2022.

VIEIRA, Gustavo; DE OLIVEIRA DIAN, Mauricio. Impacto e crescimento da internet nos últimos anos. Revista Interface Tecnológica, 2023.

VILASANTI, Viviane Soares; PACÍFICO, Marsiel. A Beleza na Roda de Conversa: Dismorfia de Snapchat na Percepção de Jovens Adolescentes Sul-Mato-Grossenses. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, 2025.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?. Caderno de Educação, p. 19-42, 2019.