

Universidade do Vale do Paraíba
Faculdade de Educação e Artes
Curso de Psicologia

Kallani Félix Tavares
Larissa Aiko Silva Kumisaki
Luisa Emilie Tavares da Silva

**Influência dos padrões culturais de beleza na autoestima e seus impactos
na saúde mental de estudantes universitários**

São José dos Campos/SP
2025

Kallani Félix Tavares
Larissa Aiko Silva Kumisaki
Luisa Emilie Tavares da Silva

**Influência dos padrões culturais de beleza na autoestima e seus impactos na
saúde mental de estudantes universitários**

Relatório Final apresentado como parte das exigências da disciplina Trabalho de Graduação II à Banca Examinadora do Curso de Psicologia da Faculdade de Educação e Artes da Universidade do Vale do Paraíba.

Orientadora: Profa. Dra. Fabíola Alvares Garcia Serpa

São José dos Campos/SP

2025

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Tavares, Kallani Influência dos padrões culturais de beleza na autoestima e seus impactos na saúde mental de estudantes universitários / Kallani Tavares; Larissa Aiko Kumisaki; Luisa Emilie da Silva; orientador, Fabíola Alvares Garcia Serpa. - São José dos Campos, SP, 2025. 41 p. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos. Psicologia. Inclui referências 1. Psicologia. 2. autoestima. 3. padrões de beleza. 4. saúde mental. 5. universitários . I. Kumisaki, Larissa Aiko. II. da Silva, Luisa Emilie. III. Alvares Garcia Serpa, Fabíola , orient. IV. Universidade do Vale do Paraíba. Psicologia. V. Título.
--

Eu, Kallani Tavares, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 15 de Dezembro de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **KALLANI VITOR FELIX TAVARES**
Data: 16/12/2025 08:21:01-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

Data da Defesa: 05/12/2025

Autor(a) da Obra

Kallani Vitor Felix Tavares
Larissa Aiko Silva Kumisaki
Luisa Emilie Tavares da Silva

**Influência dos padrões culturais de beleza na autoestima e seus impactos na
saúde mental de estudantes universitários**

Relatório final de pesquisa aprovado como parte das exigências da disciplina
Trabalho de Graduação II do curso de Psicologia da Faculdade de Educação e Artes
da Universidade do Vale do Paraíba, pela seguinte banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
g vb **FABIOLA ALVARES GARCIA SERPA**
Data: 16/12/2025 14:15:55-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Profa. Dra. Fabiola Alvares Garcia Serpa (UNIVAP) _____

Profa. Dra. Cristiana Vilela de Andrade Strauss (UNIVAP) *Cristiana Strauss*

Documento assinado digitalmente
g vb **THAMIRES VIEIRA MARTINS DE MELO**
Data: 16/12/2025 12:34:51-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Prof. Ma. Thamires Vieira Martins de Melo (UNIVAP) _____

Nota: 10,00 (Dez)

Profa. Dra. Ana Enedi Prince Silva
Diretora da Faculdade de Educação e Artes – FEA/UNIVAP
São José dos Campos, 05 de dezembro de 2025.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a influência dos padrões culturais de beleza na autoestima e seus impactos na saúde mental de estudantes universitários. A vida acadêmica é um período de intensas mudanças, marcado por desafios emocionais e sociais que podem agravar questões relacionadas à autoimagem e ao bem-estar psicológico. A disseminação de ideais estéticos por meio das redes sociais, como Instagram e TikTok, tem contribuído para a internalização de padrões de beleza irreais, promovendo a insatisfação corporal e a diminuição da autoestima. A metodologia utilizada foi uma revisão narrativa da literatura, com base em artigos científicos, dissertações, teses e livros publicados entre 2015 e 2025. Os resultados indicam uma forte correlação entre o consumo de conteúdo nas redes sociais, a insatisfação com a imagem corporal e o surgimento de sintomas como ansiedade e depressão. Estudos recentes mostram que níveis reduzidos de autoestima estão associados a maior prevalência de Transtornos Mentais Comuns, como depressão, ansiedade, irritabilidade e insônia, enquanto níveis elevados de autoestima atuam como fator protetivo, promovendo maior bem-estar psicológico. Além disso, evidências indicam que a autoestima influencia o rendimento acadêmico, sendo preditora do engajamento e da confiança dos estudantes em suas capacidades. O estudo destaca a necessidade de ações educativas e políticas públicas voltadas à promoção da saúde mental, valorização da diversidade corporal e uso consciente das mídias sociais, especialmente no contexto universitário. Conclui-se que promover a saúde mental no ensino superior requer reconfigurar a relação dos estudantes com o ambiente digital, fortalecendo a autoestima e ampliando a valorização da diversidade corporal. Assim, é possível transformar as redes em espaços de pertencimento e reconhecimento mais saudáveis.

Palavras-chave: autoestima; padrões de beleza; redes sociais; saúde mental; universitários.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of cultural beauty standards on self-esteem and their impacts on the mental health of university students. Academic life is a period of intense change, marked by emotional and social challenges that can worsen issues related to self-image and psychological well-being. The spread of aesthetic ideals through social media platforms such as Instagram and TikTok has contributed to the internalization of unrealistic beauty standards, promoting body dissatisfaction and decreased self-esteem. The methodology used was a narrative literature review, based on scientific articles, dissertations, theses, and books published between 2015 and 2025. The results indicate a strong correlation between the consumption of social media content, body image dissatisfaction, and the emergence of symptoms such as anxiety and depression. Recent studies show that low levels of self-esteem are associated with a higher prevalence of Common Mental Disorders, such as depression, anxiety, irritability, and insomnia, while high levels of self-esteem act as a protective factor, promoting greater psychological well-being. Furthermore, evidence suggests that self-esteem influences academic achievement, being a predictor of students' engagement and confidence in their abilities. The study highlights the need for educational actions and public policies aimed at promoting mental health, valuing body diversity, and encouraging conscious use of social media, especially in the university context. In conclusion, promoting mental health in higher education requires reconfiguring students' relationship with the digital environment, strengthening self-esteem and increasing the appreciation of body diversity. In this way, it is possible to transform networks into healthier spaces of belonging and recognition.

Keywords: self-esteem; beauty standards; social media; mental health; university students.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
1.1	OBJETIVO GERAL	10
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
2	METODOLOGIA	11
3	RESULTADOS E DISCUSSÃO	12
3.1	FATORES QUE INFLUENCIAM A SATISFAÇÃO COM A APARÊNCIA NA ATUALIDADE	12
3.1.1	Beleza e Estética na Filosofia	12
3.1.2	A internalização dos ideais de beleza	14
3.2	A AUTOIMAGEM	17
3.3	AUTOESTIMA: DEFINIÇÃO, PILARES TEÓRICOS E SUAS REPERCUSSÕES	18
3.3.1	A Definição e a Formação da Autoestima	18
3.3.2	Pilares da Autoestima e Condições para seu Desenvolvimento	19
3.3.3	Autoestima e sua relação com saúde mental e desempenho acadêmico	21
3.3.4	A Relação entre Autoestima e Imagem Corporal	22
3.3.4.1	Evidências e Consequências para a Saúde Mental	23
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
	REFERÊNCIAS	31

1 INTRODUÇÃO

A vida universitária é um período marcado por transformações significativas, trazendo desafios que vão além das exigências educacionais, como a construção de novas relações sociais e a pressão para corresponder às expectativas da sociedade (Hernández-Torrano *et al.*, 2020; Pérez-Jorge *et al.*, 2025). Esses fatores podem contribuir significativamente para o surgimento de problemas relacionados à saúde mental, como ansiedade, depressão e baixa autoestima (Lew *et al.*, 2019; Osafo *et al.*, 2025). Estudos revelam a presença de ansiedade, depressão e estresse em 75% dos estudantes universitários, com mais da metade sofrendo de ansiedade e depressão em níveis médios a severos (Amorim *et al.*, 2024; Häfele *et al.* 2024; Rodrigues *et al.* 2025). Os índices são alarmantes, especialmente quando se leva em consideração que, muitas vezes, os fatores que contribuem para esses transtornos não estão diretamente relacionados ao ambiente acadêmico em si, mas sim a pressões socioculturais que permeiam a vida desses jovens (Hernández-Torrano *et al.* 2020; Fogaça *et al.* 2022)

Entre os fatores socioculturais que se destacam, está o uso de redes sociais como o TikTok e Instagram, que se tornaram parte da vida cotidiana dos jovens (Gottfried, 2024). As redes sociais podem ser compreendidas como estruturas formadas por indivíduos ou organizações interconectadas, que compartilham informações, valores e interesses comuns, geralmente mediadas por plataformas digitais (Recuero, 2009). Embora ofereçam benefícios como a possibilidade de conexão social, podem ser fontes significativas de estresse, particularmente quando se trata de questões relacionadas à aparência física (Hughes-Nind *et al.*, 2024). Isso porque as redes sociais são movidas por um forte componente visual, no qual a imagem é um fator central na interação entre indivíduos (Jung *et al.*, 2022).

A mídia e as redes sociais desempenham um papel importante no processo de internalização de ideais de beleza, através de fotografias manipuladas e altamente estilizadas (Monks *et al.*, 2021; Perez-Torres, 2024; Hughes-Nind *et al.*, 2024). Além disso, os algoritmos dessas plataformas frequentemente reforçam padrões de beleza idealizados, promovendo conteúdos que destacam corpos esbeltos, musculosos e "perfeitos" (Fioravanti *et al.*, 2022). Esse processo leva o indivíduo a acreditar que sua aparência física é diretamente proporcional ao seu

valor pessoal, gerando assim uma pressão constante para alcançar padrões estéticos irreais (Monks *et al.*, 2021; Perez-Torres, 2024; Fioravanti *et al.*, 2022).

Assim, a exposição contínua a representações estéticas, muitas vezes manipuladas, tem sido associada a uma maior preocupação e insatisfação corporal, levando a uma série de consequências negativas para a saúde mental, incluindo ansiedade e uma baixa autoestima (Dorčić *et al.*, 2023; Fioravanti *et al.*, 2022; Merino *et al.*, 2024; Ansari *et al.*, 2024). A insatisfação corporal surge da discrepância percebida entre a autoimagem real e os padrões idealizados de beleza (Jiotsa *et al.*, 2021).

Os dados apresentados sugerem que a internalização dos ideais de beleza é uma questão importante a ser investigada, especialmente no que tange o uso das redes sociais, que agravam essa insatisfação, levando ao desenvolvimento de comportamentos disfuncionais e à deterioração da autoestima (Guedes *et al.*, 2024). A implementação de campanhas de conscientização, aliadas a intervenções psicossociais que enfoquem a aceitação e o autocuidado, podem ajudar a reduzir os impactos negativos dos padrões estéticos midiáticos na saúde mental dos jovens adultos brasileiros (Fardouly *et al.*, 2020; Silva; Steins, 2023). Neste sentido, espera-se que este estudo forneça dados que possam subsidiar políticas públicas e programas educacionais que promovam a aceitação da diversidade corporal e o uso consciente das redes sociais.

1.1 OBJETIVO GERAL

Apresentar e correlacionar resultados de estudos realizados sobre a influência dos padrões culturais de beleza na autoestima e seus impactos na saúde mental de estudantes universitários.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Levantar conhecimento sobre autoestima, autoimagem, satisfação corporal e internalização dos ideais de beleza na era das redes sociais.
- b) Sintetizar evidências apontadas pelos estudos sobre a correlação entre a internalização dos ideais de beleza e satisfação corporal da população.
- c) Pesquisar correlação entre uso de redes sociais e satisfação corporal em universitários.

2 METODOLOGIA

O presente estudo apresenta uma revisão narrativa da literatura, com o objetivo de analisar a relação entre autoestima, internalização dos ideais de beleza e saúde mental em universitários, considerando o impacto das redes sociais. A revisão foi realizada por meio da coleta de artigos científicos, dissertações, teses e livros, nas bases de dados PubMed, SciELO, PsycINFO, Google Scholar e Web of Science. Foram utilizadas as seguintes palavras-chave: autoestima, internalização dos ideais de beleza, satisfação corporal, saúde mental, redes sociais, universitários, e impacto das redes sociais na saúde mental. Os critérios de inclusão estabelecidos foram: (a) artigos publicados, preferencialmente, entre 2015 e 2025; (b) estudos que abordassem diretamente a temática de interesse; (c) estudos publicados nos idiomas português, inglês e espanhol. Foram excluídos: (a) estudos sobre elaboração e validação de instrumentos científicos; (b) trabalhos que não abordassem diretamente os temas de interesse (autoestima, padrões de beleza, saúde mental e redes sociais); (c) artigos de opinião, ensaios teóricos sem base empírica. A seguir serão apresentados os resultados organizados em dois tópicos, primeiro a definição de cada variável principal (beleza, autoimagem e autoestima), seguido da sua relação com o uso de redes sociais e saúde mental.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos objetivos propostos, os dados coletados a partir da literatura científica recente foram organizados em três eixos principais de análise: beleza, autoimagem e autoestima. A seguir, são apresentados e discutidos os resultados dos estudos selecionados, com o intuito de aprofundar a compreensão sobre os impactos dos padrões de beleza mediados pelas redes sociais na autoestima e na saúde mental de estudantes universitários.

3.1 FATORES QUE INFLUENCIAM A SATISFAÇÃO COM A APARÊNCIA NA ATUALIDADE

Os resultados foram organizados em três eixos centrais: a influência das redes sociais na satisfação com a aparência, que evidencia os impactos das interações digitais na autopercepção; beleza e estética na filosofia, que oferece uma base conceitual e histórica para o tema; e a internalização dos ideais de beleza, que analisa como padrões sociais passam a ser incorporados no cotidiano dos indivíduos.

3.1.1 Beleza e Estética na Filosofia

A busca pela definição do que seria “beleza” ou “belo” remonta a séculos de reflexão, e começa com as discussões clássicas sobre arte, como nas obras de Platão e Kant, estendendo-se até os debates contemporâneos, que ainda preservam uma discussão filosófica, mas incorporando abordagens mais objetivas e orientadas à investigação dos efeitos dos ideais de beleza sobre os sujeitos. No que se refere à beleza humana, o debate atual articula-se então entre duas vertentes: uma de base biológica e cognitiva, entendendo a beleza como resultado de processos evolutivos e perceptivos (Rhodes, 2006; Kanavakis *et al.*, 2021), e outra de base histórico-cultural, que considera a experiência estética como produto de construções sociais e simbólicas (Medeiros, 2011).

Para um entendimento do que é a beleza e como estudá-la, é fundamental retomar a filosofia de Platão. Em sua tese da ontologia dualista, a realidade seria organizada em dois diferentes níveis: o mundo sensível — representado pelos

sentidos, marcado pela impermanência e pela multiplicidade — e o mundo inteligível — acessado apenas pela razão, onde ficam as essências eternas e perfeitas (Dias, 2020). No que diz respeito a beleza, essa distinção se desdobra em uma hierarquia de representações: no topo está a ideia do belo (na mente), forma ideal e absoluta, abaixo dela, os objetos sensíveis (no mundo exterior), manifestações imperfeitas da ideia e, por fim, a arte, que Platão considera uma imitação da imitação, se afastando ainda mais da verdade (Dias, 2020). Nessa perspectiva, o belo é entendido como uma entidade metafísica, objetiva e autônoma em relação à experiência individual e através da prática da filosofia, o sujeito pode conseguir acessar a contemplação dessa forma ideal e eterna do belo.

Já Aristóteles, discípulo de Platão, traz uma mudança significativa na ideia de beleza, rejeitando a separação radical entre aparência e essência proposta por seu mestre. Para ele, a beleza não é uma entidade metafísica e transcendente, mas sim algo perceptível nas formas organizadas da realidade sensível. No livro ‘Poética’, Aristóteles defende que a arte exerce uma função cognitiva e emocional, ao produzir prazer e conhecimento por meio da ‘mímesis’, entendida não como cópia passiva da realidade, mas como recriação ativa, dotada de sentido próprio (Silva, 2014). Assim, a produção artística adquire valor intelectual e ético, na medida em que permite a interpretação do mundo e a expressão de seus significados. A experiência estética, para Aristóteles, está ligada à harmonia, clareza e proporção, elementos sensíveis que promovem prazer intelectual e emocional no contato com a obra de arte (Silva, 2014). Essa concepção aproxima a beleza da experiência concreta, afastando-a de qualquer referência transcendente ou exclusivamente racional.

Dando um salto histórico, é com Alexander Baumgarten (1714–1762) que a estética se consolida como um campo filosófico autônomo. Em sua obra *Aesthetica* (1750), o autor define a estética como ‘scientia cognitionis sensitivae’, isto é, ciência do conhecimento sensível, propondo uma ampliação do racionalismo moderno ao propor valor filosófico para formas não conceituais de cognição (Cecim, 2014). Em vez de colocar o conhecimento sensível como de menor valor que o racional, da forma que ocorria na tradição clássica, Baumgarten propõe que o conhecimento estético, ainda que diferente do conhecimento lógico-conceitual, possui dignidade. Trata-se de uma cognição “confusa”, que, embora não conceitualmente clara, é portadora de intuições, imagens e afetos (Cecim, 2014). Esse tipo de conhecimento pode ser aperfeiçoado por meio da sensibilidade, da imaginação, do sentimento e do

gosto, que, em conjunto, constituem a experiência estética (Nannini, 2022). Ao reconhecer a validade do conhecimento sensível, Baumgarten inaugura um novo campo filosófico, ampliando os limites do saber e conferindo à estética uma função crítica no processo de conhecimento. O objetivo da estética, portanto, é organizar e aprimorar o conhecimento sensível, dando a ele dignidade epistemológica própria.

Immanuel Kant (1724-804) redefine o estatuto do juízo estético ao diferenciá-lo das formas tradicionais de conhecimento. Kant coloca que o juízo estético é uma faculdade reflexiva que opera sem recorrer a conceitos determinados, caracterizando-se por sua “subjetividade universal” (Vieira, 2023; Pequeno, 2015). O belo é entendido como uma “finalidade sem fim” (*Zweckmäßigkeit ohne Zweck*), isto é, uma forma que aparenta ter uma coerência formal interna, mas que não se orienta por nenhum propósito prático específico (Pequeno, 2015). O prazer estético é desinteressado, não condicionado por desejos ou interesses, e aparece a partir da harmonia livre entre a imaginação e o entendimento, duas faculdades cognitivas que interagem espontaneamente na experiência do belo (Pequeno, 2015; Vieira, 2023). Assim, para Kant, a estética não se reduz a um saber objetivo, mas a uma experiência que implica um tipo de universalidade subjetiva, na qual o juízo do gosto procura uma concordância sem recorrer a regras conceituais (Vieira, 2023; Pequeno, 2015). Embora o juízo estético seja subjetivo, por se basear na sensação individual de prazer, ele ainda busca uma certa forma de universalidade. Segundo Kant, ao julgarmos algo como belo, esperamos que outras pessoas compartilhem da mesma ideia/juízo, mesmo sem recorrer a critérios objetivos ou conceituais (Pequeno, 2015; Vieira, 2023). Essa “universalidade sem conceito” representa uma inovação fundamental no pensamento estético, ao colocar que a estética possui uma racionalidade própria, distinta tanto da razão científica quanto da lógica formal (Vieira, 2023; Pequeno, 2015).

3.1.2 A internalização dos ideais de beleza

Para uma análise atual, podemos usar como base as ideias de Foucault (1926-1984), para entender como a beleza, especialmente aquela relacionada à aparência corporal, deixa de ser levada como uma abstração filosófica universal e passa a ser construída como um sistema normativo, profundamente articulado com estruturas de poder, tecnologias de comunicação e práticas culturais hegemônicas

(Mancebo *et al.*, 2002; Costa; Camargo, 2019). Tal deslocamento não implica o abandono completo dos fundamentos clássicos, mas sim a sua reconfiguração diante das novas formas de produção de subjetividade atualmente. A emergência dos padrões de beleza, nesse cenário, pode ser entendida como um processo constituído por três fases: Inicialmente, determinados atributos físicos, como juventude, magreza, simetria facial ou textura de pele, são selecionados e valorizados por grupos sociais influentes, como elites econômicas, indústrias culturais, instituições médicas ou mídias de massa. Esses atributos não são escolhidos aleatoriamente, como também colocado por Bourdieu (1930 - 2002), eles respondem a interesses econômicos, ideológicos e simbólicos que refletem a lógica da produtividade, do controle corporal e da distinção social (Medeiros, 2011). Assim, os padrões não emergem de forma neutra, mas em consonância com valores dominantes e expectativas de mercado.

Em seguida, tais atributos são estetizados, representados e reiteradamente expostos por meio de dispositivos midiáticos, que vão desde os meios tradicionais — como televisão, revistas e publicidade — até as redes sociais, atualmente. Esse processo de mediação não apenas espalha os padrões, mas os reveste de legitimidade simbólica, ao vinculá-los a ideias de sucesso, saúde, atratividade e reconhecimento social (Hedler; Dias, 2017; Januario, 2021). Ao serem constantemente visibilizados e performados, esses atributos ganham densidade cultural e tornam-se referências normativas para a constituição da autoimagem dos indivíduos (Marani, Lara, Souza, 2019).

A terceira etapa diz respeito à internalização subjetiva desses padrões. A contínua exposição de modelos corporais idealizados, combinada com a lógica da comparação, aumenta a assimilação dos ideais de beleza como critérios de avaliação pessoal (Tiggemann; Slater, 2003; Fardouly *et al.*, 2020). Esse processo é intensificado por mecanismos de validação interpessoal, como curtidas, comentários e seguidores, que operam como formas de reconhecimento simbólico (Marwick, 2015). Dessa forma, os sujeitos não apenas reconhecem os padrões de beleza como legítimos, mas passam a regular-se por eles em si mesmos, internalizando-os em suas práticas cotidianas, aspirações e experiências emocionais.

Por fim, a disseminação dos padrões de beleza é sustentada por sistemas institucionais e tecnológicos que os reproduzem e atualizam constantemente. Indústrias como a da moda do fitness, da cosmética, da cirurgia estética e da

produção de conteúdo digital participam ativamente da manutenção desses modelos normativos, oferecendo produtos, serviços e narrativas que reforçam a ideia de que o corpo é um projeto a ser aperfeiçoado e exibido (Castro, 2018; Flor, 2009). Nesse processo, o ideal de beleza não é estático, mas adaptável às transformações sociais e tecnológicas, mantendo-se, contudo, como um instrumento eficaz de conformação subjetiva e distinção social.

Dessa forma, compreende-se que os padrões de beleza contemporâneos não são simples reflexos do gosto coletivo ou da preferência espontânea. Eles são construções culturais complexas, que resultam de articulações entre interesses econômicos, dispositivos da mídia, dinâmicas sociais e processos psíquicos. Tal compreensão é fundamental para uma análise crítica da forma como esses padrões afetam a autoimagem, a autoestima e a saúde mental dos indivíduos na atualidade (Marani, Lara, Souza, 2019; Mancebo *et al.*, 2002; Medeiros, 2011)

Diversos estudos evidenciam a correlação entre o uso de redes sociais e a insatisfação corporal. No Brasil foi observado que o uso de redes sociais está associado à insatisfação com a própria imagem corporal e à comparação com outros, especialmente em estudantes universitários (Pasquali *et al.*, 2022; Dias *et al.*, 2022). De forma semelhante, também foram constatados indicadores de que a satisfação corporal está relacionada a práticas físicas, enquanto a insatisfação está ligada à adesão a dietas e procedimentos estéticos, e o uso das redes sociais influencia essas práticas (Seitenfus *et al.*, 2023). Esses achados são reforçados por pesquisas que apontam como as redes sociais exercem impacto significativo na percepção da imagem corporal de estudantes da área de saúde (Santos; Fernandes; Masquio, 2023).

Resultados internacionais corroboram essas evidências. Estudos estrangeiros demonstram associação entre o uso intenso de redes sociais, preocupações com a imagem corporal e comportamentos alimentares (Karam *et al.*, 2023). Por outro lado, uma pausa no uso das redes sociais aumenta a satisfação corporal e a autoestima, especialmente em mulheres com alta internalização do ideal de magreza (Smith, Mills e Samson, 2024). Nos Estados Unidos, o uso do instagram foi associado a uma comparação mais intensa com pares e menos satisfação corporal, (Engeln *et al.*, 2020). No entanto, estudos conduzidos na Arabia Saudita não encontraram correlação entre o uso de redes sociais e insatisfação corporal entre estudantes,

sugerindo que o efeito pode variar conforme contexto cultural (ABDULWAHAB, I. J. *et al*, 2024).

3.2 A AUTOIMAGEM

A autoimagem constitui-se como a percepção que os indivíduos desenvolvem sobre si mesmos, sendo um conceito multifacetado dentro da Psicologia. Segundo Lima e Branco (2023), para Rogers, a autoimagem é parte integrante do desenvolvimento humano, moldada pelas interações sociais e pelas avaliações recebidas de terceiros. Os autores sintetizam que essa perspectiva enfatiza o caráter relacional da construção do self — “se refere à construção do eu no ser para o outro” (Dohms, 2016, p. 42) —, no qual o indivíduo internaliza feedbacks externos para formar sua autopercepção.

Na Psicologia Social, a autoimagem é compreendida como um processo dinâmico, influenciado por fatores internos (como crenças e emoções) e externos (como cultura, mídia e relações interpessoais). Festinger (1954), autor com consideráveis contribuições para essa vertente da ciência psicológica, em sua Teoria da Comparação Social, postula que a autoavaliação — elemento central na formação da autoimagem — ocorre mediante comparações com outros indivíduos, podendo gerar sentimentos de inferioridade ou superioridade. Esse mecanismo evidencia a natureza social da construção identitária.

Mosquera e Stobäus (2006) ressaltam essa teoria ao afirmarem que a autoimagem surge da relação dialética entre o sujeito e seu contexto sociocultural, bem como da relação consigo mesmo, assim como Dohms (2016) afirma que a autoimagem está relacionada a três fatores: a imagem real que faz de si, o que os outros falam a respeito do indivíduo e o que acredita que falam dele. Nesse processo, a linguagem atua como mediadora, permitindo a interpretação de significados externos e sua transformação em percepções individuais. Ainda, a autoimagem funciona como uma estrutura organizacional do sujeito, facilitando sua compreensão do meio e sua adaptação às demandas internas e externas (Mosquera e Stobäus, 2006).

García del Cura (2001, *apud* Mosquera *et al.*, 2006) propõe que uma relação saudável com a autoimagem requer autopercepção objetiva, aceitação das qualidades e esforço para superar limitações. É possível a enumeração de

características de indivíduos com autoimagem positiva, tais como: segurança emocional, capacidade de resiliência, autocrítica construtiva e habilidade para estabelecer relações interpessoais saudáveis, devendo-se considerar que a conquista desses atributos requer autoconhecimento e reflexão contínua (García del Cura, 2001, *apud* Mosquera *et al.*, 2006).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Mosquera e Stobäus (2006) defendem que a autoimagem relaciona-se ao processo de formação de identidade, a partir do conhecimento de cada indivíduo a respeito de si mesmo e consequente desenvolvimento de potencialidades. Dessa forma, ressalta-se a importância do autoconhecimento e seus impactos na formação de uma autoimagem mais saudável.

A relação entre autoimagem e autoestima é fundamental para a compreensão da dinâmica psíquica. Segundo Mosquera e Stobaus (2006), em sua obra "*Vida Adulta Personalidade e Desenvolvimento*", Mosquera defende que a autoimagem refere-se à percepção realista de si, enquanto a autoestima corresponde à valoração afetiva dessa imagem. Ambas respondem a questionamentos como: Quem sou? Quais são minhas qualidades e limitações? Como me posiciono diante dos outros? Ademais, indivíduos com autoimagem e autoestima positivas tendem a experimentar menor carga de tensões e frustrações, além de maior equilíbrio emocional (Mosquera; Stobäus; Hermínio, 2006).

3.3 AUTOESTIMA: DEFINIÇÃO, PILARES TEÓRICOS E SUAS REPERCUSSÕES

Os resultados sobre autoestima foram organizados em quatro eixos principais: a definição e a formação da autoestima, que esclarecem sua base conceitual; os pilares e condições para seu desenvolvimento, que destacam fatores teóricos e práticos; a relação com a imagem corporal, que mostra como a percepção de si influencia o valor pessoal; e as repercussões para a saúde mental, evidenciando impactos positivos e riscos de sua fragilidade.

3.3.1 A Definição e a Formação da Autoestima

A autoestima refere-se à forma como as pessoas aceitam a si mesmas, à satisfação ou insatisfação com suas vivências, promovendo um sentimento de

confiança e senso de valor pessoal (Schultheisz; Aprile, 2013). Esse conceito é amplamente utilizado no cotidiano da sociedade e possui grande relevância na vida de cada indivíduo. Desde o nascimento, ao começar a entender a diferença entre o “eu” do “outro”, o indivíduo percebe que seu corpo ocupa um espaço próprio, relacionando-se com outras pessoas e objetos (Schultheisz; Aprile, 2013). Esse processo influencia diretamente seu comportamento e modo de agir no ambiente, devido à maneira como vivencia cada momento da vida, afetando sua autoestima de forma positiva ou negativa.

A família é o primeiro e um dos principais agentes na formação da autoestima do indivíduo, devido à relevância dos genitores e demais familiares no processo de desenvolvimento pessoal, especialmente na forma como a criação é absorvida pela criança (Garbazza, 2021). Essas influências, que exercem impactos significativos durante a infância e a adolescência, moldam a maneira como o indivíduo poderá enfrentar a vida adulta, incluindo sua capacidade de lidar com frustrações, conquistas e desafios próprios ao atingir a maturidade (Bernardes; Silva; Uhren, 2023). Adultos com autoestima elevada tendem a ser mais criativos, confiantes e otimistas em suas vidas (Freire; Tavares, 2011). Por outro lado, aqueles com baixa autoestima têm maior possibilidade de serem mais isolados, têm dificuldade em persistir em seus objetivos e evitam desafios (Lima, 2022). Esses padrões muitas vezes resultam da falta de apoio e motivação durante a infância, elementos essenciais para o desenvolvimento de habilidades individuais.

A construção da autoestima de cada indivíduo é um processo profundamente pessoal e único, que se desenvolve ao longo da vida, sendo moldado por diversas experiências, como as relações amorosas, familiares e as vivências do dia a dia. Indivíduos com baixa autoestima, muitas vezes, tendem a se isolar de experiências e oportunidades que poderiam contribuir significativamente para uma melhora na qualidade de vida, limitando seu potencial e bem-estar emocional (Lima, 2022). Vale ressaltar, no entanto, que a autoestima não se trata de uma avaliação estática, pois apresenta altos e baixos conforme as mudanças e os acontecimentos sociais e emocionais vivenciados ao longo do desenvolvimento do indivíduo (Lazanha *et al.*, 2016).

3.3.2 Pilares da Autoestima e Condições para seu Desenvolvimento

Um autor muito conceituado, citado nessa temática, é Abraham Harold Maslow, criador da Hierarquia das Necessidades (Cavalcanti *et al.*, 2019). O psicólogo posicionou a autoestima no quarto nível dessa hierarquia, que está dividida em dois aspectos principais: O primeiro refere-se à competência e à realização pessoal, que geram a necessidade de se sentir bem consigo mesmo. O segundo aspecto está relacionado à busca por status e reputação nos círculos sociais, como na vida social e profissional, onde o indivíduo procura reconhecimento e valorização por parte dos outros.

Em contrapartida, Carl Rogers, psicólogo de grande relevância para a conceitualização da autoestima, afirma que a autoestima se forma a partir das vivências pessoais de satisfação ou frustração relacionadas ao próprio "eu". Embora influenciada por interações externas, a autoestima é mais autenticamente construída de dentro para fora, baseada em como o próprio indivíduo percebe a si mesmo, e não apenas no que os outros pensam. Está, portanto, conectada à totalidade da experiência pessoal e ao desenvolvimento do self (Scartezini *et al.*, 2013).

Para fortalecer habilidades pessoais e desenvolver uma autoestima elevada, a psicoterapeuta e escritora Nathaniel Branden propôs seis pilares fundamentais (Branden, 2002). O primeiro deles é viver conscientemente, que se refere à capacidade de compreender as consequências de suas ações e tomar decisões de forma lúcida e responsável. O segundo pilar é a auto aceitação, considerada essencial para uma boa autoestima, pois consiste em reconhecer e respeitar a si mesmo, aceitando tanto os defeitos quanto as qualidades, compreendendo que esses aspectos fazem parte de quem se é (Branden, 2002). Em seguida, tem-se a autorresponsabilidade, que diz respeito ao comprometimento com as próprias escolhas, entendendo que cada pessoa é responsável pelo rumo que dá à sua vida, inclusive pelos erros cometidos e pelos aprendizados que deles advêm. Trata-se de aceitar que errar é parte do processo humano e que é possível crescer a partir dessas experiências (Branden, 2002). O quarto pilar, a autoconfiança, está relacionado aos anteriores e trata da crença em si mesmo, da valorização dos próprios desejos e da certeza de que é possível enfrentar desafios sem negar a própria identidade para agradar aos outros (Branden, 2002). A intencionalidade, quinto pilar, diz respeito a agir com clareza de propósito, definindo metas e mantendo disciplina para alcançá-las, avaliando continuamente se as ações estão alinhadas aos objetivos pessoais (Branden, 2002). Por fim, a integridade pessoal

representa a coerência entre o que se pensa, sente e faz, exigindo alinhamento entre valores, compromissos e comportamentos. Mesmo diante de erros, é necessário reconhecê-los com maturidade e agir com responsabilidade para corrigi-los (Branden, 2002). A autoestima é, portanto, esse conjunto de atitudes que cada pessoa tem em relação a si mesma, uma avaliação que pode ser positiva ou negativa.

3.3.3 Autoestima e sua relação com saúde mental e desempenho acadêmico

A literatura científica aponta de forma consistente que a autoestima está diretamente relacionada à saúde mental e ao desempenho acadêmico. Em um estudo, ao investigar os aspectos psicológicos associados à autoestima e à insatisfação corporal, foi possível observar que a maioria apresentava níveis baixos ou médios de autoestima. Nesse público, a prevalência de Transtornos Mentais Comuns (TMC) foi significativamente maior. A expressão Transtornos Mentais Comuns foi desenvolvida por Goldberg e Huxley para designar quadros clínicos inespecíficos com sintomas como cansaço, insônia, irritabilidade, esquecimento, entre outros, que não necessariamente se encaixam em um diagnóstico específico de transtorno mental reconhecido pelo Manual de Diagnóstico e Estatística (DSM V), mas que causam sofrimento e geram prejuízos funcionais (Machado *et al.*, 2020). Desse modo, os autores concluem que a autoestima reduzida pode ser considerada um fator de risco importante para o desenvolvimento desses transtornos mentais nesse público (Preto *et al.*, 2020).

Em uma revisão bibliográfica destaca-se que a autoestima exerce um papel central na manutenção da saúde mental, sendo considerada um fator protetivo diante de contextos de adversidade emocional e social (Pinheiro *et al.*, 2023). Corroborando esse entendimento, um estudo transversal identificou uma correlação positiva entre autoestima e saúde mental. Os dados indicam que quanto maior o nível de autoestima dos participantes, melhores eram os indicadores de bem-estar psicológico e menor a incidência de sintomas depressivos e ansiosos (Silva *et al.*, 2023).

Além da saúde mental, os estudos também apontam para uma relação significativa entre autoestima e desempenho acadêmico — há a “[...] tendência de adotar o conceito de desempenho acadêmico como a relação entre o potencial

(input) do estudante e o produto que se logra (aprendizagem)” (Fagundes; Luce; Espinar, 2014, p. 641). Acredita-se que a autoestima pode atuar como um fator preditor da performance acadêmica, na medida em que estudantes com avaliação positiva de suas próprias capacidades tendem a apresentar maior engajamento e abertura para o processo de aprendizagem. Por outro lado, segundo Horta (2022), indivíduos com baixa autoestima frequentemente assumem posturas de desvalorização pessoal e descrença em suas habilidades, o que pode comprometer o rendimento escolar.

A mudança de local de estudo não resultou em diferenças significativas. Em uma pesquisa realizada no Brasil, identificaram que estudantes com maior rendimento escolar apresentavam níveis mais elevados de autoestima (Zambon; Rose, 2012). De forma semelhante, na Indonésia, observaram que melhorias na performance acadêmica estavam associadas a aumentos significativos na autoestima em estudantes (Fatah *et al.*, 2016).

3.3.4 A Relação entre Autoestima e Imagem Corporal

Há fatores essenciais que influenciam diretamente a autoestima, entre os quais se destaca a comparação social. Em uma sociedade contemporânea caracterizada pela exposição constante a diferentes padrões de corpos, estilos de vida e pela pressão para conquistar a independência de forma precoce, muitos acabam se comparando a ideais muitas vezes inatingíveis (Lima, 2022). Esse fenômeno tem um impacto significativo na maneira como as pessoas se vêem, criando uma percepção distorcida de si mesmas. Quanto mais intenso for esse processo de comparação, maior será a probabilidade de uma pessoa desenvolver baixa autoestima, uma vez que se sente inadequada diante dos padrões frequentemente impostos pela sociedade.

No contexto atual, marcado pelas redes sociais, observa-se uma constante exposição a padrões estéticos idealizados. Influenciadores digitais frequentemente promovem corpos considerados “perfeitos” e estilos de vida supostamente exemplares, o que contribui para a construção de um imaginário social inalcançável. Essa realidade acaba por fomentar sentimentos de inadequação, frustração e insegurança nos indivíduos que não se encaixam nesses moldes. Ambos os conceitos mantêm uma relação intrínseca e exercem influência significativa sobre a

saúde mental de adolescentes, jovens e adultos que estão expostos a grandes mudanças em suas vidas e são inseridos em novos ciclos sociais, como por exemplo trabalhos e vida universitária (Alves *et al.*, 2017), logo estão mais suscetíveis a serem influenciados a mudarem seu comportamento para se sentirem pertencentes.

3.3.4.1 Evidências e Consequências para a Saúde Mental

A partir dos estudos analisados, observou-se que níveis mais baixos de autoestima estão associados a maiores índices de insatisfação com a imagem corporal. Em uma pesquisa, 9,3% dos participantes universitários apresentaram leve distorção da imagem corporal e 9% apresentaram distorção grave, sendo que estudantes de Ciências Biológicas, Sistemas de Informação e Nutrição apresentaram menores índices de autoestima e maior preocupação com a imagem corporal, com destaque para as mulheres de Nutrição, que revelaram maior insatisfação e autoestima mais baixa (Santos *et al.*, 2019). Resultados semelhantes foram encontrados em outro estudo, que identificou que 27,3% dos adolescentes possuíam baixa autoestima, 47,9% moderada e 24,8% alta, enquanto a insatisfação corporal atingiu 25,2% da amostra, especialmente entre meninas. Nessa análise, a insatisfação corporal esteve significativamente associada à baixa autoestima, sendo as chances 5,61 vezes maiores entre meninas e 3,83 vezes maiores entre meninos (Fonseca *et al.*, 2023).

Em outra pesquisa, verificou-se que 80,5% dos adolescentes estavam insatisfeitos com sua imagem corporal; entre as meninas predominava o desejo por uma silhueta mais fina, enquanto entre os meninos era maior a busca por um corpo musculoso. Nessa amostra, os participantes insatisfeitos apresentaram índices mais baixos de autoestima (Rodrigues, 2015). Já em estudo com universitários, identificou-se elevada prevalência de insatisfação corporal, sendo que 43% das mulheres relataram insegurança relacionada ao excesso de peso, enquanto 23,7% dos homens manifestaram insatisfação com a magreza, evidenciando pressões estéticas distintas, mas igualmente significativas sobre a autoestima (Silva *et al.*, 2019).

Essa pressão estética tem desencadeado distorções da imagem corporal, levando muitas pessoas a adotarem práticas prejudiciais à saúde, como o exercício físico em excesso e dietas altamente restritivas, uso de anabolizantes e outros

medicamentos que auxiliam no emagrecimento ou no ganho de massa, frequentemente divulgadas e normalizadas nas plataformas digitais (Martelli *et al.* 2022). Tais comportamentos podem causar deterioração da autoestima, provocando um profundo descontentamento com a própria imagem, alimentando o desejo de transformações corporais irreais e reforçando um ciclo contínuo de insatisfação (Azevedo, 2023).

Os homens também enfrentam exigências relacionadas à aparência, especialmente no que diz respeito a um corpo considerado ideal: musculoso, definido e que simboliza força e masculinidade. Essa busca por um padrão corporal masculino pode desencadear impactos negativos na autoestima e no bem-estar psicológico, revelando que a pressão estética atinge ambos os gêneros, embora de maneiras distintas e, por vezes, desigualmente debatidas na sociedade (Mendes *et al.*, 2021).

Um estudo mais recente, publicado na revista *Psicologia em Pesquisa*, aprofundou a análise ao investigar a relação entre autoestima, imagem corporal e saúde mental. Os resultados revelaram que estudantes insatisfeitos com sua imagem corporal – o que está diretamente relacionado a uma autoestima rebaixada – apresentavam maior prevalência de sintomas ansiosos e depressivos, ou seja, indicadores menores de saúde mental (Silva *et al.*, 2025).

Dessa forma, observa-se que a insatisfação com a imagem corporal, associada a uma autoestima fragilizada, pode gerar impactos profundos na saúde mental do indivíduo. Essa condição emocional, muitas vezes intensificada por padrões estéticos irreais, está diretamente relacionada ao surgimento de transtornos alimentares (TA), como a bulimia nervosa e a anorexia nervosa (Plentz *et al.*, 2024). Quando o indivíduo passa a perceber sua imagem corporal de forma negativa, é comum que tente modificar seus hábitos alimentares de maneira drástica, motivado por uma preocupação excessiva com o peso e a aparência física. Em muitos casos, essas mudanças não apenas envolvem restrições severas na alimentação, mas também o uso de métodos prejudiciais à saúde, como a indução do vômito ou a utilização de laxantes para acelerar a evacuação intestinal, como forma de compensar a ingestão calórica (Cardoso *et al.*, 2020). Esses comportamentos, além de comprometerem a saúde física, agravam o sofrimento psicológico, criando um ciclo contínuo de autodepreciação. Com isso, é crucial refletirmos sobre como os padrões de comparação social afetam a formação de nossa identidade e autoestima,

influenciando não apenas o bem-estar individual, mas também as relações sociais e a busca por uma vida mais equilibrada e satisfatória.

A partir do percurso traçado neste trabalho, podemos entender que a estética moderna e a ideia de beleza surgem como uma reflexão filosófica comprometida com a experiência sensível, mas não submissa a ela. Em Baumgarten, a sensibilidade é reconhecida como um tipo específico de conhecimento, recebendo status epistemológico, em Kant, ela é elevada a um patamar próprio e autônomo de julgamento, baseado na liberdade e na universalidade subjetiva. Em ambos os casos, há uma quebra com a tradição que enxergava o sensível como um conhecimento inferior, ideia que vinha do platonismo. A beleza, portanto, deixa de ser apenas uma questão metafísica ou moral, como em Platão, e passa a ser entendida como um fenômeno complexo que envolve cognição, sensação, cultura e linguagem. Essa mudança teórica é importante para a compreensão contemporânea dos padrões de beleza, especialmente quando se busca analisá-los no cruzamento entre estética, psicologia e sociedade. No mundo contemporâneo, então, a beleza deixa de ser compreendida exclusivamente como uma abstração filosófica para se tornar também um fenômeno social, cultural e político. No entanto, embora o foco moderno se concentre cada vez mais em questões empíricas e normativas, como a estética corporal, a influência da mídia e os padrões sociais de aparência, é possível reconhecer que muitas das discussões atuais ecoam, de modo parcial e reformulado, ideias filosóficas desenvolvidas por autores como Platão, Aristóteles, Baumgarten e Kant.

Por exemplo, a noção platônica de que o mundo sensível oferece apenas uma versão degradada da verdadeira realidade encontra algum sentido nas formas atuais de compartilhamento da imagem, como os filtros de aplicativos e redes sociais, que apresentam versões idealizadas, modificadas ou artificiais dos corpos e rostos. Assim como na teoria das ideias, o belo sensível é uma cópia imperfeita de uma suposta forma ideal, e as pessoas passam a desejar e perseguir uma imagem que, apesar de ser percebida, não é completamente real, o que pode gerar frustração e sofrimento psíquico. Da mesma forma, a tentativa de correlacionar beleza facial com harmonia e simetria remete a concepções aristotélicas de ordem, proporção e finalidade como constituintes do belo, mostrando que a busca por critérios objetivos ainda ressurgem em pesquisas atuais, como nos campos da neurociência e da psicologia evolucionista (Rhodes, 2006).

Ainda que Baumgarten tenha proposto uma reabilitação do conhecimento sensível como forma legítima de cognição, o culto à aparência nas redes sociais constantemente banaliza essa sensibilidade, reduzindo-a à superfície modificada. Por outro lado, a própria ideia de que é possível treinar o gosto e organizar o sensível reverbera na cultura de performance e aperfeiçoamento contínuo do corpo, característica das práticas contemporâneas de autoimagem. Já em Kant, vemos que sua ideia de que o juízo estético é subjetivo, mas procura uma universalidade intersubjetiva, é em certa medida, comparável aos efeitos sociais da validação pública da beleza, como ocorre nas “curtidas” e comentários nas redes digitais, que não apenas expressam gosto pessoal, mas operam como mecanismos de reconhecimento social – eu compartilho uma foto esperando universalidade, isto é, que as pessoas concordem com minha subjetividade por meio das curtidas e comentários.

Desse modo, mesmo que os tempos atuais tenham transformado os modos de discutir e experienciar a beleza, incorporando tecnologias, padrões mercadológicos e dinâmicas de visibilidade, ainda é possível traçar paralelos conceituais com os fundamentos clássicos da estética. Essas aproximações não visam equiparar diretamente contextos históricos tão distintos, mas colocar como certas estruturas de pensamento, como a valorização da harmonia, a distinção entre aparência e essência, ou a tensão entre subjetividade e objetividade, continuam, sob novas formas, a moldar a forma como o belo é julgado, perseguido e experienciado. Com isso, compreende-se que a beleza, longe de ser uma noção fixa ou atemporal, permanece como um campo em disputa, cuja significação se desloca entre os polos do pensamento filosófico, da vivência sensível e das construções socioculturais em constante transformação.

Os achados sintetizados também nos permitem entender como os padrões socioculturais de beleza, amplificados por plataformas digitais, agem como vetores de comparação social, internalização de ideais e regulação afetiva de identidade, com repercussões mensuráveis sobre autoestima e saúde mental. A literatura analisada indica uma relação entre insatisfação corporal e o tempo de exposição a conteúdos estéticos, bem como evidências (ainda que não uniformes) de que intervenções simples de “higiene digital” podem produzir ganhos de curto prazo em satisfação corporal e autoestima. Esses resultados corroboram e articulam os eixos

temáticos desenvolvidos na revisão (influência das redes sociais; relação entre insatisfação com a aparência e autoestima; correlações com saúde mental).

Quanto à autoestima, vemos uma correlação positiva em que uma menor satisfação com a imagem corporal prediz níveis mais baixos de autoestima; enquanto que, por outro lado, a autoestima mais alta amortecce o impacto da comparação social. Em amostras brasileiras de universitários, maior prevalência de Transtornos Mentais Comuns (depressão, ansiedade, irritabilidade, insônia) foi observada entre estudantes com autoestima baixa/média; estudos transversais adicionais indicam correlação positiva entre autoestima e bem-estar psicológico. Esses resultados sustentam a formulação de que a autoestima não é um coadjuvante da autoimagem, mas também um protagonista de uma rede psicossocial que conecta corpo, afeto e desempenho.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da revisão desenvolvida neste trabalho é possível salientar algumas limitações dos estudos. A maior parte dos estudos apresenta desenhos transversais, dificultando o estabelecimento de relações causa e efeito entre as variáveis investigadas. Isso significa que, embora se observe correlação entre uso de redes sociais, insatisfação corporal e baixa autoestima, não se pode afirmar a direção dessa relação. A falta de estudos longitudinais dificulta a identificação de ciclos recursivos (p.ex., autoestima baixa → maior uso passivo de redes → mais insatisfação → autoestima ainda menor). Os estudos também apresentam amostras de conveniência, em sua maioria composta por estudantes de áreas específicas e concentradas em determinadas regiões geográficas, o que reduz a representatividade dos resultados e limita sua generalização para o conjunto da população universitária, também amostras não probabilísticas e concentradas em regiões específicas. Além disso, contextos institucionais e regionais distintos podem influenciar os resultados, já que fatores como cultura, nível socioeconômico e padrões locais de uso das redes afetam a forma como os estudantes vivenciam a pressão estética e a construção da autoimagem.

Uma vez que os dados são levantados através de instrumentos de autorrelato (Rosenberg, BSQ, SATAQ-4R) os resultados são mais suscetíveis a vieses de memória, desejabilidade e percepções corporais, gerando possíveis distorções. A heterogeneidade dos instrumentos também dificulta a comparação direta entre pesquisas. Há também pouca atenção à interseccionalidade, como gênero, raça/cor, classe social e orientação sexual, variáveis que influenciam a exposição a estigmas e também a sensação de pertencimento. Isso é especialmente relevante em contextos de redes sociais, onde algoritmos tendem a privilegiar certos corpos e fenótipo-padrões (magros, brancos, jovens, cisgêneros), invisibilizando corpos que desviam desta norma.

A temporalidade é outra limitação relevante, as plataformas e algoritmos mudam rapidamente; achados de um “Instagram 2020” podem não se replicar em um “Instagram 2025”. Essa volatilidade tecnológica afeta o tipo de conteúdo consumido e, portanto, os impactos psicológicos observados. Estudos que não acompanham essa mutabilidade correm o risco de descrever realidades já ultrapassadas. Vale também mencionar a presença de achados nulos em contextos

culturais específicos (p.ex., amostras do Oriente Médio), que lembram como os efeitos não são universais.

Essas limitações não esvaziam os postulados deste trabalho, mas ajudam a entender uma agenda futura: são desejáveis estudos longitudinais com modelagem de mediação/moderação (p.ex., trajetória de autoestima mediando associação entre tempo de tela e sintomas), experimentos (p. ex., randomização para “dieta digital” com desfechos psicofisiológicos), análises estratificadas por raça/cor e gênero, e uso de medidas para reduzir viés de lembrança.

Quanto a possíveis intervenções, podemos trabalhar os efeitos dos ideais de beleza e do uso de redes sociais dentro de três diferentes níveis. Em um nível individual, é possível aplicar programas curtos de psicoeducação sobre comparação social, auto-compaixão, treinos de alfabetização midiática (decompor edição, filtros, “corpos impossíveis”), além de estratégias de uso consciente (janelas de desuso e “unfollow” de gatilhos estéticos). No plano comunitário, é possível pensar em campanhas de diversidade corporal e combate à gordofobia, por exemplo; formação docente e de lideranças estudantis para identificação de sinais de risco (TMC, TA, uso de substâncias para modulação corporal); parcerias com serviços de saúde universitária para triagem, encaminhamento e grupos de apoio. Já em um plano mais amplo, dentro das políticas públicas é necessário o desenvolvimento de maior transparência quanto aos algoritmos das redes sociais e entendimento de como os mesmos poderiam ser usados para se atingir maior diversidade na distribuição de conteúdos, além de normas de comunicação que não retifiquem padrões estreitos de beleza.

Em síntese, a discussão sustenta que padrões de beleza mediados por redes sociais não agem como variáveis de “ruído”, mas como dispositivos centrais de subjetivação no período universitário. É possível traçar uma possível causalidade envolvendo exposição e cocriação de padrões; (comparação social e auto-objetificação; internalização e autoavaliação contingente; queda de autoestima, etc...). Embora a magnitude dos efeitos varie por contexto e grupos, a direção geral é clara e é alvo de intervenção. Fortalecer a autoestima como recurso psicológico, ampliar repertórios de beleza como recurso cultural e reconfigurar práticas digitais como recurso ambiental são linhas complementares para mitigar danos e promover saúde mental no ensino superior.

Cabe destacar que o peso desta revisão advém da relação entre evidências correlacionais de larga escala, estudos experimentais de curto prazo e referencial teórico consistente. A agenda futura mais longitudinal, interseccional e sensível à dinâmica das plataformas deverá refinar onde, para quem e em quais condições o mesmo *feed* se torna cuidado de si, sociabilidade ou sofrimento.

Buscamos com este trabalho reconhecer como a autoestima de universitários não se fragiliza “apesar” do ambiente digital, mas frequentemente através dele: o cotidiano digital organiza percepções de valor, pertença e mérito por meio de algoritmos que privilegiam certos corpos e estilos de vida. Ao integrar literatura psicológica, estudos de mídia e sociologia do corpo, esta revisão propôs uma leitura dinâmica dos efeitos dos padrões de beleza: não como variáveis periféricas, e sim como dispositivos que moldam os estímulos atencionais dos estudantes e, por essa via, seus afetos e projetos.

A contribuição central deste estudo está em reformular o problema. Para além do tempo de tela ou conteúdo problemático, o que se mostrou decisivo foram modos de uso, comportamentos de comparação e critérios de reconhecimento que conectam aparência a valor pessoal. Esse ponto ajuda a explicar porque a mesma sequência de conteúdos pode ser neutra para alguns e nociva para outros, dependendo de reservas de autoestima, repertórios culturais e proteção social disponíveis.

Entende-se então que, cuidar da saúde mental no ensino superior implica entender os critérios pelos quais os estudantes são vistos por si e pelos outros. Fortalecer autoestima como recurso psicológico, ampliar repertórios de beleza como recurso cultural e reconfigurar usos de plataforma digitais como recurso institucional compõem uma estratégia coerente com as evidências. O objetivo não é “eliminar redes”, mas reorientar a lógica de validação que nelas opera. Se universidades, serviços de saúde e estudantes atuarem de forma coordenada, é possível converter um ambiente hoje propenso à comparação corrosiva em um campo de pertencimento crítico, no qual a diversidade corporal não seja exceção visível, mas norma compartilhada.

REFERÊNCIAS

- ABDULWAHAB, I. J. *et al.* Social media use and body image dissatisfaction among university students of health sciences in Saudi Arabia. **Cureus**, v. 16, n. 12, e74889, 2024. DOI: <https://doi.org/10.7759/cureus.74889>. Disponível em: <https://www.cureus.com/articles/311112-social-media-use-and-body-image-dissatisfaction-among-university-students-of-health-sciences-in-saudi-arabia#!/>. Acesso em: 18 ago. 2025.
- ALVES, F. R. *et al.* Insatisfação com a imagem corporal e fatores associados em universitários. **Revista do Departamento de Educação Física e do Mestrado de Promoção da Saúde da Universidade de Santa Cruz do Sul**, v. 18, n. 3, 2017. DOI: <https://doi.org/10.17058/cinergis.v18i3.9037>. Disponível em: <https://seer.unisc.br/index.php/cinergis/article/view/9037>. Acesso em: 12 jul. 2025.
- AMORIM, *et al.* Depressive and anxiety symptoms in university students: a study at a university in a state in the northern region of Brazil. **Revista Amazônia: Science & Health**, v. 12, n. 1, p. 313–320, 2024. DOI: <https://doi.org/10.18606/2318-1419/amazonia.sci.health.v12n1p313-320>. Resea. Disponível em: <https://ojs.unirg.edu.br/index.php/2/article/view/4733/2184>. Acesso em: 24 mar. 2025.
- ANSARI, S. *et al.* Social Media Use And Well-Being: A Systematic Review And Meta-Analysis. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, 2024. DOI: [10.1089/cyber.2024.0001](https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0001). Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1089/cyber.2024.0001>. Acesso em: 11 out. 2024.
- AZEVEDO, R. L. **Fatores de saúde que influenciam a autoestima: um estudo correlacional**. Dissertação (Mestrado em Psicologia: Cognição e Comportamento) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/66066>. Acesso em 28 jun. 2025.
- BERNARDES, A. J.; SILVA, J. R. M.; UHREN, V. A. A autoestima e seu papel determinante no desenvolvimento do ser humano. **Anais do Salão de Iniciação Científica e Tecnológica**, 2023. Disponível em: <https://phantomstudio.com.br/index.php/sic/article/view/2872/pdf>. Acesso em: 10 dez. 2024.
- BRANDEN, N. **Autoestima e os seus seis pilares**. Tradução de Vera Caputo. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CARDOSO, L. *et al.* Insatisfação com a imagem corporal e fatores associados em estudantes universitários. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, 2020. DOI: [10.1590/0047-2085000000274](https://doi.org/10.1590/0047-2085000000274). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/PkBT45dVrcWb4rDxMssZZFp/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 abr. 2025.
- CASTRO, A. L. Indústria da beleza: uma abordagem sócio-antropológica do culto ao corpo na cultura contemporânea. **Latitude**, Maceió-AL, Brasil, v. 4, n. 1, 2018. DOI:

10.28998/lte.2010.n.1.818. Disponível em:
<https://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/818>. Acesso em: 7 set. 2025.

CAVALCANTI, T. M. *et al.* Cunha. Hierarquia das necessidades de Maslow: validação de um instrumento. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 39, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-3703003183408>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/X4Cm9CPhzCCSxzGfZ9TBVzh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 17 maio 2025.

CECIM, A. M. Baumgarten, Kant e a teoria do belo: conhecimento das belas coisas ou belo pensamento? **PARALAXE**, v. 2, n. 1, 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/paralaxe/article/view/31114/21531>. Acesso em 12 set. 2025.

COSTA, L. S., CAMARGO, L. N. Disciplina e poder: breves considerações sobre a questão do corpo na filosofia de Michel Foucault. **Griot: Revista de Filosofia**, v. 19, n. 1, p. 127–138, 2019. DOI: <https://doi.org/10.31977/grifi.v19i1.1029>. Disponível em: <https://periodicos.ufrb.edu.br/index.php/griot/article/view/1029>. Acesso em: 16 maio 2025.

DE MENEZES E SILVA, C. M. Mimese, pintura e poesia na Poética aristotélica. **DoisPontos**, [S. l.], v. 11, n. 1, 2014. DOI: <https://doi.org/10.5380/dp.v11i1.32902>. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/doispontos/article/view/32902>. Acesso em: 15 maio 2025.

DIAS, L. C. Platão e a Arte: algumas observações sobre as origens da Teoria da Arte no ocidente em perspectiva hermenêutica. **DAPesquisa**, v. 15, p. 01–13, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5965/18083129152020e0003>. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/18083129152020e000>. Acesso em: 14 maio 2025.

DIAS, C. R. V. *et al.* Tempo de uso diário de redes sociais e risco de transtornos alimentares e de insatisfação corporal em universitárias. **Colloquium Vitae**, Presidente Prudente, v. 14, n. 1, p. 1-10, 2022. Disponível em: <https://journal.unoeste.br/index.php/cv/article/view/4792>. Acesso em: 7 maio 2025.

DOHMS, K. P. Contextualizando a autoimagem e a autoestima na realidade docente. **Cadernos do Aplicação**, Porto Alegre, v. 29, 2016. DOI: <https://doi.org/10.22456/2595-4377.43921>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/CadernosdoAplicacao/article/view/43921>. Acesso em: 31 maio 2025.

DORČIĆ, T. M. *et al.* Effects of social media social comparisons and identity processes on body image satisfaction in late adolescence. **Europe's Journal of Psychology**, v. 19, n. 2, p. 220-231, 31 maio 2023. DOI: <https://doi.org/10.5964/ejop.9885>. Disponível em: <https://ejop.psychopen.eu/index.php/ejop/article/view/9885/9885.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2025.

ENGELN, R.; LOACH, R.; IMUNDO, M. N.; ZOLA, A. *Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in*

college women. *Body Image*, v. 34, p. 38-45, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.007>. Acesso em: 20 ago. 2025

FAGUNDES, C.V.; LUCE, M.B.; ESPINAR, S.R. O desempenho acadêmico como indicador de qualidade da transição Ensino Médio–Educação Superior. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 84, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-40362014000300004>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ensaio/a/pmMZfDzDfshjDK7G8XDLPdc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 ago. 2025.

FARDOULY, J. *et al.* Can following body positive or appearance neutral Facebook pages improve young women's body image and mood? **Body Image**, v. 33, p. 101-112, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.007>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144519302839?via%3Dihub>. Acesso em: 11 out. 2024.

FATAH, A. *et al.* Open-Ended Approach: Na Effort in Cultivating Students' Mathematical Creative Thinking Ability and Self-Esteem in Mathematics. **Journal on Mathematics Education**, v. 7, n. 1, p. 11-20, 2016. DOI: 10.22342/jme.7.1.2813.9-18. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/310781177_Open-ended_approach_An_effort_in_cultivating_students'_mathematical_creative_thinking_ability_and_self-esteem_in_mathematics. Acesso em: 11 set. 2025.

FREIRE, T.; TAVARES, D. Influência da autoestima, da regulação emocional e do gênero no bem-estar subjetivo e psicológico de adolescentes. **Revista de Psiquiatria Clínica**, São Paulo, v. 38, n. 5, p. 184-188, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-60832011000500003>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rpc/a/H98mhpZySfRfGVXsW6jcnFc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 13 jul. 2025.

FESTINGER, L. A theory of social comparison processes. **Human Relations**, v. 7, n. 2, p. 117-140, 1954. DOI: <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>. Disponível em: <https://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/Festinger1954.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2025.

FIORAVANTI, G. *et al.* How the Exposure to Beauty Ideals on Social Networking Sites Influences Body Image: A Systematic Review of Experimental Studies. **Adolescent Research Review**, v. 7, p. 419–458, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40894-022-00179-4>. Acesso em: 24 jul. 2025.

FOGAÇA, F. F. S. *et al.* Anxiety and social skills indicators of college students during COVID-19 pandemic. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 14, p. e292111436137, 2022. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i14.36137>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/36137>. Acesso em: 31 ago. 2025.

FONSECA, J. *et al.* Imagem corporal e autoestima em adolescentes da rede pública estadual de Salvador-Bahia. **Psicologia em Estudo**, v. 28, 2023. DOI: <https://doi.org/10.4025/psicolestud.v28i0.51926>. Disponível em:

<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/PsicolEstud/article/view/51926/75137515572>
4. Acesso em: 15 maio 2025

FLOR, G. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 10, n. 23, 2009. DOI: <https://doi.org/10.7213/rec.v10i23.22317>. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/estudosdecomunicacao/article/view/22317>. Acesso em: 16 maio 2025.

GARBAZZA, J. E. **As relações de desamor no âmbito familiar e o seu impacto na constituição da autoestima**. Monografia (Graduação em Psicologia) – FAF - Departamento De Psicologia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/53301>. Acesso em: 23 mar. 2025.

GOTTFRIED, J. Americans' social media use. **Pew Research Center**, 2024. Disponível em: https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2024/01/PI_2024.01.31_Social-Media-use_report.pdf. Acesso em: 10 out. 2024.

GUEDES, A. *et al.* Padrões de beleza impostos pelas redes sociais em mulheres no Brasil. **Revista FT**, v. 28, 2024. DOI: 10.5281/zenodo.11819554. Disponível em: <https://revistافت.com.br/padroes-de-beleza-impostos-pelas-redes-sociais-em-mulheres-no-brasil/>. Acesso em: 11 out. 2024.

HÄFELE, C. A. *et al.* Prevalence of depression and anxiety and associated factors among students in southern Brazil: results from Respire study. **ABCS Health Sciences**, v. 49, p. e024210, 2024. DOI: <https://doi.org/10.7322/abcshs.2023001.2257>. Disponível em: <https://www.portalnepas.org.br/abcshs/article/view/2257>. Acesso em: 31 ago. 2025.

HEDLER, L.; DIAS, E. Meu corpo é imagem despedaçada: objetificação, representação do feminino na publicidade e a negação de Direitos Humanos. **Anais do Congresso Brasileiro de Pesquisadores/as Negros/as – CONEPIR**, 2017. Disponível em: <https://www.academia.edu/33901832/>. Acesso em: 16 maio 2025.

HERNÁNDEZ-TORRANO, D. *et al.* Mental Health and Well-Being of University Students: A Bibliometric Mapping of the Literature. **Frontiers in Psychology**, v. 11, p. 1–16, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01226>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01226/full>. Acesso em: 07 out. 2024.

HORTA, R. F. **A influência da autoestima na aprendizagem**. 2022. 68 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Matemática em Rede Nacional – PROFMAT) – Instituto de Ciências Exatas, Naturais e Educação - ICENE, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, 2022. Disponível em: <https://bdtd.ufmt.edu.br/handle/123456789/1658>. Acesso em: 17 maio 2025.

HUGHES-NIND, J. *et al.* The association between motivations for social media use, stress and academic attainment. **Current Psychology**, v. 43, p. 28025–28037, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06392-9>. Disponível em:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-024-06392-9>. Acesso em: 07 out. 2024.

JANUÁRIO, S. B.. Feminismo de mercado: um mapeamento do debate entre feminismos e consumo. **Cadernos Pagu**, v. 61, p. e216112, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/18094449202100610012>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/YLjdvTrvRf6JRZp3pvYnqJL/>. Acesso em: 31 ago. 2025.

JIÓTSA, B. *et al.* Uso de redes sociais e transtornos da imagem corporal: associação entre a frequência de comparação da própria aparência física com a de pessoas seguidas nas redes sociais e insatisfação corporal e desejo de magreza. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 18, n. 6, p. 2880, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/6/2880>. Acesso em: 31 ago. 2025.

JUNG, J. *et al.* Social media usage and body image: examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. **Computers in Human Behavior**, v. 135, p. 107357, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107357>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563222001790?via%3Dihub>. Acesso em: 13 jan. 2025.

KANAVAKIS, G. *et al.* Facial shape affects self-perceived facial attractiveness. **PLOS ONE**, v. 16, n. 2, e0245557, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245557>. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0245557>. Acesso em: 25 jun. 2025.

KARAM, J. M. *et al.* The relationship between social media use and body image in Lebanese university students. **Nutrients**, v. 15, n. 18, p. 3961, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu15183961>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2072-6643/15/18/3961>. Acesso em: 31 ago. 2025.

LAZANHA, T. R. *et al.* **A importância da autoestima e autoimagem no desenvolvimento humano: análise de produção científica**. Guarulhos: Sindicato das Mantenedoras de Ensino Superior, 2016. Disponível em: <https://conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000022894.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2024.

LEW, B.; HUEN, J.; YU, P.; YUAN, L.; WANG, D.-F.; PING, F. *et al.* Associations between depression, anxiety, stress, hopelessness, subjective well-being, coping styles and suicide in Chinese university students. **PLoS ONE**, v. 14, n. 7, e0217372, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0217372>. Acesso em: 20 de Jan. 2023

LIMA, A. M. A. **Estado do conhecimento: autoestima, impactos sobre a saúde mental**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Universidade de Uberaba, Uberaba, 2022. Disponível em: <http://dspace.uniube.br:8080/jspui/handle/123456789/2107>. Acesso em: 15 dez. 2024.

LIMA, M. C. S.; BRANCO, P. C. C. Terapia centrada na pessoa e processo de reorganização da autoimagem e autoestima: pesquisa-ação. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, p. 766-785, 2023. DOI:

<https://doi.org/10.12957/epp.2023.77711>. Disponível em:

<https://www.e-publicacoes.uerj.br/revispsi/article/view/77711>. Acesso em: 31 ago. 2025.

MACHADO E. S. *et al.* Estresse ocupacional e transtornos mentais comuns: como atuam as estratégias de enfrentamento? **Revista Brasileira de Medicina do Trabalho (RBMT)**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 195–205, 2020. DOI:

10.47626/1679-4435-2022-680. Disponível em:

<https://rbmt.org.br/Content/pdf/v20n2a05.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2025.

MANCIBO, D. *et al.* Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 7, n. 2, p. 325-332, 2002. DOI:

<https://doi.org/10.1590/S1413-294X2002000200013>. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/epsic/a/sJqFGBk5KLhg5vYnNYk8VXj/?format=pdf&lang=pt>.

Acesso em: 11 out. 2024.

MARANI, V. H.; LARA, L. M.; SOUZA, J. DE .. O AGENCIAMENTO DO CORPO NA MODERNIDADE REFLEXIVA: NOTAS E EXCERTOS A PARTIR DE ANTHONY GIDDENS. **Movimento**, v. 25, p. e25046, 2019.

MARWICK, A. E. Instafame: luxury selfies in the attention economy. **Public Culture**, v. 27, p. 137-160, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>. Disponível em:

[https://read.dukeupress.edu/public-culture/article-abstract/27/1%20\(75\)/137/31071/Instafame-Luxury-Selfies-in-the-Attention-Economy?redirectedFrom=fulltext](https://read.dukeupress.edu/public-culture/article-abstract/27/1%20(75)/137/31071/Instafame-Luxury-Selfies-in-the-Attention-Economy?redirectedFrom=fulltext). Acesso em: 25 jun. 2025.

MARTELLI, A. *et al.* Desafios para o equilíbrio saudável entre a autoestima e imagem corporal. **Revista CPAQV - Centro de Pesquisas Avançadas em Qualidade de Vida**, v. 14, n. 3, 2022. DOI: <https://doi.org/10.36692/1013>. Disponível em:

<https://revista.cpaqv.org/index.php/CPAQV/article/view/1013>. Acesso em: 4 set. 2025.

MEDEIROS, C. C. C. Habitus e corpo social: reflexões sobre o corpo na teoria sociológica de Pierre Bourdieu. **Movimento**, v. 17, n. 1, p. 281-300, 2011. DOI:

<https://doi.org/10.22456/1982-8918.13430>. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/13430>. Acesso em 03 jul. 2025.

MENDES, J. *et al.* Imagem corporal e autoestima em homens estudantes universitários. **Revista Portuguesa de Psicologia da Aparência**, v. 1, n. 1, p. 5-22, 2021. DOI: <https://doi.org/10.52014/rppa.v1.i1.2021.14>. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/349864604_Body_image_and_self-esteem_in_male_university_students. Acesso em: 13 jun. 2025.

MERINO, M. *et al.* Body perceptions and psychological well-being: a review of the impact of social media and physical measurements on self-esteem and mental health with a focus on body image satisfaction and its relationship with cultural and gender

factors. **Healthcare**, v. 12, n. 14, p. 1396, 2024. DOI: <https://doi.org/10.3390/healthcare12141396>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2227-9032/12/14/1396>. Acesso em: 10 out. 2024.

MONKS, H. *et al.* “We’re continually comparing ourselves to something”: navigating body image, media, and social media ideals at the nexus of appearance, health, and wellness. **Sex Roles**, v. 84, p. 221-237, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01162-w>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-020-01162-w>. Acesso em: 27 ago. 2025

MOSQUERA, J. J. M.; STOBÄUS, C. D. Auto-imagem, auto-estima e auto-realização: qualidade de vida na universidade. **Psicologia, Saúde e Doenças**, Lisboa, v. 7, n. 1, p. 83-88, 2006. Disponível em: <https://www.scielo.pt/pdf/psd/v7n1/v7n1a06.pdf>. Acesso em 16 maio 2025.

MOSQUERA, J. J. M. *et al.* Universidade: auto-imagem, auto-estima e auto-realização. **UNirevista**, São Leopoldo, v. 1, n. , 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Saul-Jesus/publication/28083197_Auto-imagem_auto-estima_e_auto-realizacao_na_universidade/links/0046351c0132508ad7000000/Auto-imagem-auto-estima-e-auto-realizacao-na-universidade.pdf. Acesso em 18 maio 2025.

NANNINI, A. Baumgarten e o problema da beleza: Aisthesis, educação estética, inspiração. **Rapsódia**, v. 1, n. 16, p. 34–57, 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2447-9772.i16p34-57>. <https://revistas.usp.br/rapsodia/article/view/205540>. Acesso em: 16 maio 2025.

OSAFO, A. B. *et al.* Navigating the transition to higher education: understanding the experience among first-year university students. **Journal of Tertiary Education and Learning**, v. 3, n. 1, p. 51-64, 2025. DOI: <https://doi.org/10.54536/jtel.v3i1.4192>. Disponível em: <https://journals.e-palli.com/home/index.php/jtel/article/view/4192>. Acesso em: 31 ago. 2025.

PAIM, L. D. **Prevalência de insatisfação corporal e fatores associados em universitários da área da saúde**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Nutrição) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Nutrição, Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://api.repositorio.ufcspa.edu.br/server/api/core/bitstreams/2046be39-6095-4434-a61b-6d96c935c096/content>. Acesso em: 23 jun. 2025

PASQUALI, L. V. *et al.* Insatisfação corporal, comportamento alimentar e o uso das redes sociais em estudantes de cursos de graduação da área das ciências da vida. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 16, n. 103, p. 832-841, 2022. Disponível em: <https://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/2135>. Acesso em: 7 maio 2025.

PEQUENO, M. O belo, o sublime e a formação do juízo estético em Kant. **Cartema**, Recife, Brasil, v. 4, n. 4, p. 88-98, 2015. DOI: 10.52583/cartema.v4i4.251760. DOI: <https://doi.org/10.52583/cartema.v4i4.251760>. Disponível em:

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/CARTEMA/article/view/251760> Acesso em: 16 maio 2025.

PÉREZ-JORGE, D. *et al.* Examining the effects of academic stress on student well-being in higher education. **Humanities and Social Sciences Communications**, v. 12, p. 449, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04698-y>. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41599-025-04698-y>. Acesso em: 31 ago. 2025.

PÉREZ-TORRES, V. Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. **Current Psychology**, v. 43, p. 22170–22180, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-024-05980-z>. Acesso em: 31 ago. 2025.

PINHEIRO, A. P. O. R. S. *et al.* Autoestima como fator protetivo para a saúde mental. **ID on line. Revista de Psicologia**, v. 17, n. 68, p. 46-56, 2023. DOI: 10.14295/online.v17i68.3844. DOI: <https://doi.org/10.14295/online.v17i68.3844>. Disponível em: <https://online.emnuvens.com.br/id/article/view/3844>. Acesso em: 10 set. 2025.

PLENTZ, A. L. G. *et al.* Insatisfação corporal em adolescentes e a relação com as mídias sociais digitais. **Revista FT**, v. 28, n. 139, 2024. DOI: 10.69849/revistaft/ch10202410281140. Disponível em: <https://revistaft.com.br/insatisfacao-corporal-em-adolescentes-e-a-relacao-com-as-midias-sociais-digitais/>. Acesso em 23 mar. 2025.

PRETO, V. A. *et al.* Transtornos mentais comuns, estresse e autoestima em universitários da área da saúde do último ano. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 8, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i8.6362>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/view/6362/5933>. Acesso em: 11 out. 2025.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHODES, G. The evolutionary psychology of facial beauty. **Annual Review of Psychology**, v. 57, p. 199–226, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>. Acesso em: 26 maio 2025.

RODRIGUES, P. V. A. **Relações entre imagem corporal e autoestima em uma população de adolescentes e jovens em um município da Bahia**. Dissertação (Mestrado em Saúde Comunitária) – Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva, Instituto de Saúde Coletiva, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/18274/1/DISS%20ACADEM.%20Poliana%20Rodrigues.%202015.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2025.

RODRIGUES, Y. M. *et al.* Depressão, ansiedade e estresse em universitários e relação com fatores sociodemográficos e psicossociais pós-COVID-19. **Cogitare Enfermagem**, v. 30, p. e96208, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/ce.v30i0.96208>.

Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/cogitare/article/view/96208>. Acesso em: 31 ago. 2025

SANTOS, B. S.; FERNANDES, N. D. V.; MASQUIO, D. C. L. Redes sociais e insatisfação com a imagem corporal em estudantes da área da saúde. **O Mundo da Saúde**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. e13742022P, 2023. DOI: 10.15343/0104-7809.202347e13742022P. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/373731762>. Acesso em: 7 maio 2025.

SANTOS, V. S. *et al.* Preocupação com a imagem corporal e a autoestima de universitários do interior de Minas Gerais. **Revista Brasileira de Educação e Cultura**, São Gotardo, v. XIX, n. 5, p. 95–105, 2019. Disponível em: <https://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura/article/view/448/601>. Acesso em: 26 jul. 2025.

SCARTEZINI, L. G. *et al.* A necessidade de autoestima em Carl Rogers. **Revista Científica Eletrônica da FEAF**, v. 16, 2013. Disponível em: <https://revista.faef.br/pub/552>. Acesso em: 17 maio 2025.

SCHULTHEISZ, T. S. V.; APRILE, M. R. Autoestima, conceitos correlatos e avaliação. **Revista Equilíbrio Corporal e Saúde**, v. 5, n. 1, p. 36–48, 2013. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/663545348/AUTOESTIMA-CONCEITOS-CORRELATOS-E-AVALIA>. Acesso em: 10 dez. 2024.

SEITENFUS, K. A. *et al.* Redes sociais virtuais, satisfação corporal e práticas corporais: um estudo com jovens adultos. **Saúde e Pesquisa**, Maringá, v. 16, n. 3, p. e11192, 2023. DOI: <https://doi.org/10.17765/2176-9206.2023v16n3.e11192>. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/saudpesq/article/view/11192>. Acesso em: 7 maio 2025.

SILVA, L. P. R. *et al.* Insatisfação da imagem corporal e fatores associados: um estudo em jovens estudantes universitários. **Einstein**, São Paulo, v. 17, n. 4, eAO4642, 2019. DOI: https://doi.org/10.31744/einstein_journal/2019AO4642. Disponível em: https://journal.einstein.br/wp-content/uploads/articles_xml/2317-6385-eins-17-04-eAO4642/2317-6385-eins-17-04-eAO4642-pt.pdf. Acesso em: 13 jun. 2025.

SILVA, G. *et al.* Relação entre autoestima e saúde mental de estudantes universitários: estudo transversal. **Psicologia, Saúde & Doenças**, v. 24, n. 1, p. 104–114, 2023. DOI: <https://doi.org/10.15309/23psd240109>. Disponível em: <https://doceru.com/doc/xensn8cc>. Acesso em: 17 maio 2025.

SILVA, R. C.; STEINS, G. Social media and body dissatisfaction in young adults: An experimental investigation of the effects of different image content and influencing constructs. **Frontiers in Psychology**, v. 14, art. 1037932, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1037932>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2023.1037932/full>. Acesso em: 31 ago. 2025.

SILVA, M. L. *et al.* Correlatos entre imagem corporal e saúde mental de estudantes universitários. **Revista Psicologia em Pesquisa**, v. 19, 2025. DOI: <https://doi.org/10.34019/1982-1247.2025.v19.38104>. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/psicologiaempesquisa/article/view/38104>. Acesso em: 03 de maio 2025.

SMITH, O. E.; MILLS, J. S.; SAMSON, L. Out of the loop: taking a one-week break from social media leads to better self-esteem and body image among young women. **Body Image**, v. 49, p. 101715, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101715>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144524000378?via%3Dihub>. Acesso em: 26 jun. 2025.

TIGGEMANN, M; SLATER, M. Thin ideals in music television: A source of social comparison and body dissatisfaction. **International Journal of Eating Disorders**, v. 34, n. 1, p. 1–9, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.10214>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/eat.10214>. Acesso em: 31 ago. 2025.

VIEIRA, V. A centralidade da arte para a Crítica da faculdade do juízo. **Discurso**, São Paulo, Brasil, v. 53, n. 2, p. 46–58, 2023. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2318-8863.discurso.2023.215679>. Disponível em: <https://revistas.usp.br/discurso/article/view/215679>. Acesso em: 16 maio 2025.

ZAMBON, M. P.; ROSE, T. M. S. Motivação de alunos do ensino fundamental: relações entre rendimento acadêmico, autoconceito, atribuições de causalidade e metas de realização. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 38, n. 4, p. 965–980, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1517-97022012000400012>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/tF64LpMQJ8VKSY8nSkSb6vG/?lang=pt>. Acesso em: 17 maio 2025.