

AUTOIMAGEM FEMININA NAS REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE PSICANALÍTICA

Eduarda Biesek Kroth¹
Maria Julia Filus Périco²
Samara Raquel Stelter³
Janaina Mazutti dos Santos⁴

Resumo: A presente pesquisa tem como objetivo analisar a influência das redes sociais na percepção da autoimagem feminina sob a perspectiva dos estudos da psicanálise. No mundo contemporâneo, as plataformas digitais intensificaram a exposição da imagem e a busca por validação social, contribuindo para a difusão de padrões estéticos muitas vezes idealizados e inalcançáveis, que impactam diretamente a forma como as mulheres se percebem e constroem a própria imagem. Sendo assim, este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, baseada na análise de obras clássicas da psicanálise e de artigos científicos relacionados ao tema. A partir das contribuições teóricas da psicanálise, especialmente dos estudos de Freud sobre narcisismo, pulsões e constituição do aparelho psíquico, assim como das reflexões de Lacan acerca do estágio do espelho, buscou-se compreender como o olhar do outro, os processos de identificação e a idealização participam da construção da autoimagem feminina. Além disso, discute-se de que maneira as redes sociais potencializam esses mecanismos.

Palavras-chave: Autoimagem feminina; Redes sociais; Psicanálise; Narcisismo.

FEMALE SELF-IMAGE ON SOCIAL MEDIA: A PSYCHOANALYTIC ANALYSIS

Abstract: This study aims to analyze the influence of social media on the perception of female self-image from the perspective of psychoanalytic studies. In the contemporary world, digital platforms have intensified image exposure and the search for social validation, contributing to the dissemination of often idealized and unattainable beauty standards that directly affect how women perceive themselves and construct their self-image. Therefore, this work is characterized as a bibliographic study with a qualitative approach, based on the analysis of classical psychoanalytic works and scientific articles related to the topic. Drawing on the theoretical contributions of psychoanalysis, especially Freud's studies on narcissism, drives, and the constitution of the psychic apparatus, as well as Lacan's reflections on the mirror stage, this study seeks to understand how the gaze of the other, the processes of identification, and idealization contribute to the construction of female self-image. Furthermore, it discusses how social media platforms intensify and reinforce these psychological mechanisms.

Keywords: Female self-image; Social media; Psychoanalysis; Narcissism.

¹ Acadêmica de Psicologia pela Universidade Paranaense - UNIPAR. Email: e.kroth@edu.unipar.br

² Acadêmica de Psicologia pela Universidade Paranaense - UNIPAR. Email: maria.perico@edu.unipar.br

³ Acadêmica de Psicologia pela Universidade Paranaense - UNIPAR. Email: samara.stelter@edu.unipar.br

⁴ Orientadora Mestra em Psicologia pela Universidade Paranaense - UNIPAR. Email: janaina.santos@prof.unipar.br

LA AUTOIMAGEN FEMENINA EN LAS REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS PSICOANALÍTICO

Resumen: La presente investigación tiene como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en la percepción de la autoimagen femenina desde una perspectiva de los estudios psicoanalíticos. En el mundo contemporáneo, las plataformas digitales han intensificado la exposición de la imagen y la búsqueda de validación social, contribuyendo a la difusión de estándares estéticos a menudo idealizados e inalcanzables, que impactan directamente la manera en que las mujeres se perciben a sí mismas y construyen su propia imagen. En este sentido, este trabajo se caracteriza como una investigación bibliográfica de enfoque cualitativo, basada en el análisis de obras clásicas del psicoanálisis y artículos científicos relacionados con el tema. A partir de los aportes teóricos del psicoanálisis, especialmente en los estudios de Freud sobre el narcisismo, las pulsiones y la constitución del aparato psíquico, así como de las reflexiones de Lacan acerca del estadio del espejo, se buscó comprender cómo la mirada del otro, los procesos de identificación y la idealización participan en la construcción de la autoimagen femenina. Además, se analiza de qué manera las redes sociales potencian e intensifican estos mecanismos psíquicos.

Palabras clave: Autoimagen femenina; Redes sociales; Psicoanálisis; Narcisismo.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as redes sociais digitais consolidaram-se como espaços de interação, visibilidade e produção de subjetividades. Plataformas como Instagram e TikTok, ao privilegiarem a circulação de imagens e a exposição da vida cotidiana, passaram a ocupar um papel central na forma como os sujeitos se apresentam, se percebem e se relacionam com o olhar do outro. Nesse contexto, a imagem deixa de operar apenas como meio de representação e passa a assumir uma função relevante nas relações sociais e modos de reconhecimento. Como aponta Barros (2025), a contemporaneidade é marcada pela “hiperconectividade” e pela centralidade das tecnologias digitais nos modos de interação social.

Entre os diferentes modos de apresentação de si, a imagem feminina ocupa uma posição de destaque, sendo frequentemente associada a padrões estéticos e idealizados de beleza amplamente difundidos. A intensificação da exposição e da comparação, mediadas por mecanismos de validação como curtidas e comentários, contribui para a produção de referências que orientam a percepção de si. Como reflete Wolf (1992), a beleza opera como uma forma de controle social por meio de padrões impostos às mulheres. Esse cenário coloca em evidência a necessidade de investigar como tais dinâmicas incidem sobre a construção da autoimagem, especialmente no que se refere às mulheres.

A relevância dessa discussão torna-se ainda mais evidente ao considerar que a relação do sujeito com sua imagem não se reduz a uma dimensão individual ou perceptiva, mas envolve processos mais amplos de constituição subjetiva. A forma como o sujeito se vê e se reconhece está atravessada por relações simbólicas, sociais e culturais, que participam ativamente da construção de sua identidade. Conforme Freud (2010 [1914]), o eu constitui-se a partir de investimentos libidinais e identificações, sendo atravessado pelos ideais culturais internalizados pelo sujeito. Desse modo, a análise da autoimagem⁵ feminina nas redes sociais exige um deslocamento que vá além da descrição dos fenômenos contemporâneos, mas também articulando-os a uma compreensão teórica da constituição do sujeito.

Nesse sentido, a psicanálise, a partir dos estudos de autores como Freud (1856-1939) e Lacan (1901-1981), oferece um referencial teórico importante para a compreensão dessas questões, ao sustentar que a imagem de si se constitui na relação com o outro, com o desejo e com os ideais que orientam o sujeito. A partir dessa perspectiva, torna-se possível problematizar de que modo os espaços digitais, ao ampliarem a visibilidade e intensificarem a circulação de imagens, incidem sobre as formas de reconhecimento e sobre a experiência subjetiva da autoimagem.

Os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho fundamentam-se na pesquisa bibliográfica, realizada a partir do levantamento e da análise de obras da psicanálise, assim como de artigos científicos, dissertações e trabalhos acadêmicos relacionados ao tema. De acordo com Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente por livros e artigos científicos, que permite ao pesquisador entrar em contato com diferentes contribuições teóricas acerca do objeto investigado.

Sendo assim, as buscas foram realizadas em bases acadêmicas on-line, como Google Acadêmico, SciELO, repositórios institucionais e periódicos científicos. As pesquisas foram conduzidas a partir de palavras-chave relacionadas ao tema, tais como: autoimagem feminina, redes sociais, psicanálise, narcisismo, feminilidade, Ideal do Eu e Estádio do Espelho. Com isso, foram selecionados textos clássicos da psicanálise freudiana e lacaniana, além de artigos científicos relacionados à autoimagem feminina, redes sociais e subjetividade contemporânea publicados, preferencialmente, entre 2015 e 2026. Como critérios de inclusão, priorizaram-se produções que articulassem psicanálise e cultura digital. Foram excluídos trabalhos sem

⁵ Embora o termo “autoimagem” não constitua um conceito metapsicológico da psicanálise, neste trabalho ele será utilizado para se referir à relação do sujeito com sua própria imagem e com os investimentos narcísicos direcionados ao eu.

fundamentação teórica consistente ou que abordassem exclusivamente aspectos biomédicos e comportamentais do tema.

Com o intuito de proporcionar uma leitura organizada e sistemática, este trabalho está organizado em três capítulos, além desta introdução e das considerações finais. O primeiro capítulo aborda a constituição do sujeito e da feminilidade a partir das formulações psicanalíticas de Freud e Lacan. O segundo capítulo discute os conceitos de autoimagem, narcisismo e noção do eu, articulando-os à constituição psíquica. Já o terceiro capítulo analisa como as redes sociais influenciam a vivência do ideal feminino na contemporaneidade, refletindo sobre os efeitos da centralidade da imagem e da validação social na experiência subjetiva das mulheres.

Diante disso, o presente trabalho tem como objetivo analisar, à luz da psicanálise, a influência das redes sociais na percepção da autoimagem feminina, buscando compreender como os processos de identificação, idealização e reconhecimento se articulam na constituição subjetiva contemporânea. Pretende-se, assim, refletir sobre os efeitos psíquicos da centralidade da imagem e da visibilidade nas redes sociais, bem como o papel do outro na sustentação da identidade feminina na atualidade.

2 CONSTITUIÇÃO DO SUJEITO E DO FEMININO

A constituição do sujeito, no campo da psicanálise, não é dada de forma imediata, mas resulta de um processo que se inicia desde o nascimento. Diferentemente do que sugere o senso comum, o sujeito não nasce pronto, ele se constitui. Ao vir ao mundo, o ser humano apresenta-se como um organismo biológico, marcado por uma condição de desamparo e total dependência do outro para a sua sobrevivência. É nessa relação primordial que se inauguram as bases de sua constituição psíquica (Elia, 2010).

O bebê vem ao mundo humano marcado por um discurso, no qual se inscrevem a fantasia dos progenitores, a cultura, a classe social, a língua, a época etc. Enfim, podemos dizer que tudo isso constitui o campo do Outro, lugar onde se forma o sujeito (Jorge; Ferreira, 2005, p. 44).

O bebê, incapaz de satisfazer suas necessidades, depende de um outro, geralmente representado pela figura materna ou cuidador, que não apenas atende às suas necessidades vitais, mas também as interpreta, nomeia e as inscreve em um campo simbólico. Dessa forma, o cuidado não se reduz à dimensão biológica, pois está atravessado pela linguagem e pela

cultura. É por meio dessas primeiras intervenções do Outro que o corpo do bebê é marcado por significantes⁶, inaugurando o processo de constituição do sujeito (Elia, 2010).

Lacan (1956) diferencia duas formas de alteridade essenciais para a compreensão da constituição do sujeito:

O primeiro, o outro com um pequeno o, é o outro imaginário, a alteridade em espelho, que nos faz depender da forma de nosso semelhante. O segundo, o Outro absoluto, é aquele em que nós nos endereçamos para além desse semelhante, aquele que nós somos forçados a admitir para além da relação espelhar, aquele que aceita ou que se recusa em face de nós, aquele que tem a oportunidade de nos enganar, em que não podemos jamais saber se ele não nos engana, aquele em que nós nos endereçamos sempre” (Lacan, 1956, p. 286).

Nesse sentido, o pequeno outro refere-se à dimensão imaginária e às identificações especulares estabelecidas com o semelhante, enquanto o Grande Outro diz respeito ao campo simbólico, da linguagem e dos significantes que antecedem e constituem o sujeito, podendo ser encontrados no texto como “outro” e “Outro”.

Paralelamente à garantia da sobrevivência, esse encontro com o Outro promove a erotização do corpo, deixando inscrições no aparelho psíquico sob a forma de marcas mnêmicas (Freud, 1905). Ainda conforme aponta Freud (1996 [1895]), tais marcas correspondem a representações associadas às primeiras experiências de satisfação, que poderão ser evocadas sempre que uma necessidade emergir. Nesse momento inicial, ainda não há distinção entre realidade e representação, de modo que o sujeito busca, pela via alucinatoria, a repetição da satisfação vivida. É justamente na impossibilidade de reproduzir plenamente essa experiência que se inaugura o campo do desejo, estruturado em torno de uma falta constitutiva.

Freud (2023 [1915]) aprofunda essa dinâmica ao conceber a pulsão como uma força constante que emerge do corpo e se dirige ao psiquismo, situando-se na fronteira entre o somático e o psíquico. A pulsão não encontra satisfação definitiva, mas se articula em torno de objetos contingentes, sendo o primeiro deles aquele que exerce a função de cuidado. Assim, o objeto primordial não apenas responde às necessidades biológicas, mas participa ativamente da constituição do campo libidinal e do investimento psíquico do sujeito.

⁶ O significante refere-se ao elemento da linguagem que representa o sujeito no campo do Outro. Diferente de um simples significado fixo, o significante opera por meio das relações estabelecidas na cadeia discursiva, produzindo sentidos que escapam à consciência do sujeito. Para Lacan, o sujeito é constituído pelos significantes que lhe são dirigidos desde antes de seu nascimento, sendo marcado pela linguagem e pelo desejo do Outro. Assim, os significantes organizam a experiência subjetiva e participam da constituição do inconsciente. (Roudinesco; Plon, 1998).

Na psicanálise, o sujeito não se confunde com o indivíduo empírico, mas diz respeito ao sujeito do inconsciente. Sua constituição está intrinsecamente ligada à linguagem e à relação com o Outro, sendo efeito da articulação de significantes que lhe são inicialmente exteriores, ou seja, entende-se que o sujeito se constitui a partir das relações estabelecidas entre os significantes da linguagem recebidos do Outro, que produzem sentidos e organizam a subjetividade. Como enfatiza Lacan (1998 [1949]), é no campo do Outro que o sujeito se constitui, na medida em que é nomeado, significado e inserido em uma rede simbólica que antecede sua existência. Nesse processo, o sujeito se constitui ao mesmo tempo em que se aliena aos significantes do Outro, sendo marcado por uma divisão estrutural e por uma falta que jamais poderá ser plenamente preenchida.

Dessa forma, a constituição do sujeito, tal como formulada pela psicanálise, implica sua inserção no campo da linguagem e sua dependência do Outro. Lacan (1998), explica que o sujeito não preexiste à linguagem, mas emerge como efeito dela, sendo constituído a partir dos significantes que lhe são atribuídos no campo do Outro. Esse processo implica em uma divisão estrutural, pois o sujeito se forma a partir de algo que lhe é dado externamente, e que não coincide plenamente consigo. Assim, sua constituição ocorre a partir de uma perda, que marca, permanentemente, a falta e o coloca em uma constante posição de desejo.

As operações de alienação e separação, propostas por Lacan (1964) e discutidas por Sirelli (2010), são fundamentais na constituição do sujeito. A alienação corresponde ao momento em que o sujeito se insere no campo do Outro, passando a existir, a partir dos significantes, os elementos da linguagem que antecedem o sujeito e que lhe são atribuídos. Isso implica uma dependência estrutural da linguagem e do outro. Já a separação ocorre quando o sujeito reconhece que o Outro não é completo, introduzindo a dimensão da falta. Esse movimento permite que o sujeito deixe de ocupar apenas a posição de objeto do desejo do Outro e passe a constituir-se como sujeito desejante. Assim, a subjetividade se estrutura na tensão permanente entre a dependência do Outro e a busca por diferenciação, sendo essa dinâmica fundamental para sua inserção no laço social.

Nesse contexto, a constituição do eu encontra-se articulada à dimensão imaginária, tal como formulada por Lacan (1998 [1949]): ao identificar-se com uma imagem unificada de si, o sujeito antecipa uma forma de totalidade que contrasta com sua experiência corporal fragmentada. No entanto, essa identificação é fundamentalmente alienante, pois se dá a partir de uma imagem exterior, mediada pelo olhar do Outro, configurando o eu como uma instância imaginária e não como expressão de uma unidade real do sujeito (Lacan, 1998 [1949]).

Partindo desse entendimento sobre a constituição do sujeito, torna-se possível avançar para a constituição da feminilidade. Dentro da psicanálise, a feminilidade não é compreendida como decorrência direta da anatomia, mas como resultado de um percurso psíquico singular, atravessado por operações que constituem o sujeito (Freud, 1976 [1933]). A sexualidade humana não é dada de forma natural, mas construída ao longo do desenvolvimento, sendo marcada por deslocamentos e reorganizações das pulsões ao longo da infância. Logo, o complexo de Édipo ocupa um lugar central na organização psíquica e na diferenciação das posições.

Para Freud (2011 [1924]), o complexo de Édipo diz respeito ao conjunto de investimentos afetivos e identificatórios que a criança estabelece com as figuras parentais, sendo decisivo para a estruturação do desejo, da lei e das identificações.

No menino, o complexo se organiza a partir do investimento libidinal da figura materna, ele a toma como objeto de amor enquanto o pai é inicialmente percebido como rival. Quando lhe é negado tomar a posição do pai, essa configuração é atravessada pelo medo da castração, que introduz a ameaça da perda do pênis como consequência do desejo incestuoso. Diante dessa ameaça, o menino renuncia o desejo pela mãe e passa a se identificar com o pai, internalizando a lei e constituindo o supereu (Freud, 2011 [1924]). Assim, o complexo de Édipo masculino tende a se dissolver a partir da angústia da castração, possibilitando a reorganização do investimento libidinal e das identificações.

Já na menina, o complexo de Édipo tem particularidades importantes. A princípio, assim como o menino, a menina tem a figura materna como seu primeiro objeto de amor. Porém, ao constatar diferenças anatômicas entre os sexos, ela entende a falta do falo como uma perda. Freud nomeia esse episódio de castração: a menina entende que a mãe, além de não possuir o falo, também se recusou a dá-lo a ela. Logo, a menina não abandona o complexo de Édipo em função da ameaça da castração, até porque não há como ter medo de perder algo que nunca teve, mas entra nele a partir dessa constatação. Isso implica que a sua saída do Édipo seja menos marcada do que a do menino, de forma mais gradual e menos estruturante no que diz respeito à formação do supereu (Freud, 2010 [1931]).

Na menina, porém, a entrada no complexo de Édipo já se dá pela descoberta da castração, o que provocaria a instauração do supereu pela angústia advinda da perda do amor parental (Freud, 2011 [1924]). Ao perceber que não possui um pênis, ela realiza uma equivalência simbólica entre o pênis e o bebê, passando a desejar um filho com o pai. Esse desejo, entretanto, nunca se concretiza, sendo gradualmente abandonado. Nesse caso, permanecem no inconsciente tanto o anseio original - possuir um pênis -, quanto o desejo

deslocado - ter um bebê com o pai. De acordo com Freud (2010 [1931]), ambos são fundamentais para a construção futura de sua identidade feminina. A ideia de que a menina teria, em algum momento, possuído um pênis, se relaciona à sua disposição masculina inicial, já que o clitóris é interpretado como equivalente ao órgão sexual masculino (Freud, 2011 [1924]).

O autor já havia, então, delineado os principais aspectos de sua concepção sobre o desenvolvimento psíquico da mulher, entre os quais se destacam: a mãe como o primeiro objeto de amor da menina; os possíveis caminhos que a menina pode seguir ao confrontar-se com a constatação da castração e com o chamado complexo de masculinidade; a identificação do ciúme como uma característica marcante da constituição psíquica feminina; a gênese do masoquismo, compreendido também como um traço ligado ao feminino; a transição do prazer clitoridiano para o prazer vaginal, acompanhada do deslocamento do investimento amoroso da mãe para o pai; a noção de que a mulher apresentaria um senso de justiça menos desenvolvido em comparação ao homem; entre outros pontos (Freud, 1925).

Embora Freud tenha se dedicado extensivamente à investigação do psiquismo feminino em diversos de seus escritos, no texto *Sexualidade Feminina* (2010 [1931]), ele reconhece as dificuldades encontradas para compreendê-lo plenamente. O autor descreve como tudo o que diz respeito ao vínculo inicial da menina com a mãe lhe parecia particularmente difícil de acessar durante as análises. Se deparou com aspectos obscurecidos pelo tempo, difíceis de reviver e marcados por uma repressão que ele descreve como especialmente inexorável.

Nesse sentido, afirma que:

Tudo na esfera dessa primeira ligação com a mãe me parecia tão difícil de apreender nas análises — tão esmaecido pelo tempo e tão obscuro e quase impossível de revivificar — que era como se houvesse sucumbido a uma repressão especialmente inexorável (Freud, 2010 [1931], p. 260-261).

Nesse texto, Freud (2010 [1931]) vai além da discussão sobre o feminino e propõe reflexões sobre a chamada "civilização mino-micênica" no desenvolvimento infantil, uma referência à fase pré-ediânica. Segundo ele, as dificuldades em compreender o psiquismo feminino estariam ligadas à importância desse período inicial de construção da identidade feminina, especialmente com a relação entre mãe e filha. Aponta, ainda, que o recalamento torna essa fase pouco acessível à análise, o que dificulta sua investigação. Antes de ingressar no Édipo positivo, em que o pai se torna objeto de amor e a mãe se torna rival, a menina

atravessaria uma fase de Édipo negativo, na qual o pai é visto como obstáculo ao amor da mãe.

Freud (1976 [1933]) detalha, ainda, o difícil percurso da menina rumo à feminilidade. Ele inicia sua conferência reconhecendo o caráter enigmático da feminilidade, afirmando que “sobre o enigma da feminilidade, ruminaram os seres humanos de todos os tempos” (Freud, 1976 [1933], p. 314). Também retoma reflexões anteriores a respeito do desenvolvimento psicosssexual feminino. Entre os pontos destacados estão: a presença inicial de uma disposição masculina; a necessidade de transição da zona erógena do clitóris para a vagina; a relevância da relação primordial com a mãe; e a hostilidade dirigida a esta figura durante a fase edípica.

Freud (1976 [1933]) também ressalta que sentimentos como o ciúme e a inveja tendem a se manifestar de forma mais acentuada nas mulheres: “Não é que eu pense estarem essas características ausentes nos homens, ou julgue que elas não tenham nas mulheres outras raízes além da inveja do pênis; estou inclinado, no entanto, a atribuir quantidade maior nas mulheres a essa influência.” (Freud, 1976 [1933], p. 154).

Além disso, associa o desenvolvimento feminino ao masoquismo, compreendido como consequência da repressão da agressividade, tanto de origem constitucional quanto de imposição social. Por fim, descreve traços psíquicos característicos da feminilidade adulta, como a sensação de inferioridade, a necessidade de ser amada mais do que amar, a valorização da vaidade e o sentimento de vergonha, todos relacionados, em maior ou menor grau, à condição anatômica feminina (Freud, 1976 [1933]).

Nos textos *Análise terminável e interminável* (1975 [1937]) e *Esboço de psicanálise* (1940), Freud também retoma reflexões sobre a constituição psíquica feminina.

No primeiro, destaca a permanência da inveja do pênis no inconsciente como um dos fatores que podem atuar como resistência ao processo analítico em mulheres. Segundo ele, esse desejo frustrado pode levar à manifestações de intensa depressão, sustentadas pela crença de que a análise não trará benefícios e de que nenhuma intervenção poderá modificar tal condição (Freud, 1975 [1937]). O autor acrescenta, ainda, que “a resistência impede a ocorrência de qualquer mudança - tudo fica como era” (Freud, 1975 [1937], p. 270), assinalando que o desejo de possuir um pênis e o protesto contra a condição feminina atravessam todas as camadas do psiquismo e criam um limite ao trabalho terapêutico. Para ele, esse limite representaria uma barreira de ordem biológica: na mulher, manifestada pela inveja do pênis; no homem, pela presença de atitudes femininas.

Já no segundo texto, Freud (1940) retoma concepções desenvolvidas em obras anteriores e reforça a ideia de que a inveja do pênis constitui uma das estruturas mais resistentes e de difícil acesso no psiquismo feminino.

Nesse sentido, segundo Kehl (2008), a feminilidade não deve ser compreendida apenas como um desdobramento da inveja do pênis, mas também como uma forma de sustentação identitária em uma cultura que historicamente posicionou a mulher como objeto de desejo do outro. Isto posto, o desejo de “ser amada” pode ser entendido como efeito das construções sociais e simbólicas que atravessam a constituição do feminino.

Além disso, é importante considerar que as formulações freudianas acerca da feminilidade foram produzidas em um contexto histórico específico, marcado pelos valores e concepções de gênero do final do século XIX e início do século XX. Assim, embora Freud e Lacan ocupem um lugar central na teoria psicanalítica, suas elaborações sobre o feminino são frequentemente debatidas e reinterpretadas por autores contemporâneos, especialmente em razão do caráter falocêntrico atribuído à primazia da função fálica, historicamente associada ao masculino e ao pênis.

3 AUTOIMAGEM, NARCISISMO E A NOÇÃO DO EU

A autoimagem, no campo da psicanálise, não se reduz a uma percepção imediata ou objetiva do corpo, mas constitui-se como uma formação psíquica resultante de investimentos libidinais e processos de identificação. Nesse sentido, Freud (2010 [1914]) promove um deslocamento fundamental ao conceber o eu não como uma instância originária, mas como efeito de um processo: o eu constitui-se na medida em que é investido pela libido. De acordo com o autor “formamos assim a ideia de um originário investimento libidinal do Eu” (Freud, 2010 [1914], p. 12), de forma que a imagem de si deixa de ser entendida como um dado natural e passa a ser concebida como produto da economia libidinal. Freud (2010 [1914], p. 10) afirma, ainda que “o narcisismo não seria uma perversão, mas o complemento libidinal do egoísmo do instinto⁷ de autoconservação”.

Essa formulação implica reconhecer que a relação do sujeito com sua própria imagem é atravessada por idealizações. Nesse contexto, Freud (2010 [1914]) introduz a noção de Ideal do Eu, compreendido como uma instância psíquica constituída a partir das identificações com

⁷ O termo alemão “*Trieb*” recebeu diferentes traduções nas obras de Freud, aparecendo como “instinto” em algumas edições e como “pulsão” em traduções mais recentes da psicanálise. Muitos autores consideram “pulsão” mais apropriado ao conceito freudiano por não se restringir ao aspecto biológico.

figuras significativas e da internalização de valores culturais. O Ideal do Eu funciona como referência para a autoavaliação do sujeito, estabelecendo um modelo ao qual ele tende a se comparar, de modo que sua constituição implica uma tensão permanente entre a posição atual do eu e os ideais internalizados. À vista disso, Freud (2010 [1914], p. 27) afirma que “o que ele projeta diante de si como seu ideal é o substituto para o narcisismo perdido da infância, na qual ele era seu próprio ideal”.

Posteriormente, Freud (2011 [1923]) formaliza o modelo estrutural do aparelho psíquico, composto por “isso”, “eu” e “supereu”: o isso corresponde ao pólo pulsional, regido pelo princípio do prazer; o eu exerce função mediadora entre as exigências pulsionais, a realidade e as instâncias internas; e o supereu constitui-se a partir da internalização das interdições parentais, operando como instância crítica e normativa, associada à lei, à censura e à produção de culpa. Embora o Ideal do Eu não se reduza ao supereu, ambos se articulam no interior da economia narcísica, funcionando como pólo de orientação identificatória, enquanto o supereu incide principalmente pela via da exigência e da interdição.

Retomando a noção de Ideal do Eu, Freud (2010 [1914]) destaca que essa instância concentra os investimentos narcísicos anteriormente dirigidos ao eu infantil idealizado. Nesse sentido, afirma que

A esse Ideal do Eu dirige-se então o amor a si mesmo, que o Eu real desfrutou na infância. O narcisismo aparece deslocado para esse novo Eu ideal, que, como o infantil, se acha de posse de toda preciosa perfeição. Aqui, como sempre no âmbito da libido, o indivíduo se revelou incapaz de renunciar à satisfação que uma vez foi desfrutada (Freud, 2010 [1914], p. 27).

No que se refere ao feminino, Freud (2010 [1914]) sugere uma possível intensificação desse investimento na própria imagem. Freud (2010 [1914], p. 23) afirma que “tais mulheres amam apenas a si mesmas com intensidade semelhante à que são amadas pelo homem”. Sua necessidade não reside tanto em amar quanto em ser amada. Contudo, o chamado “narcisismo feminino” pode ser compreendido não como uma estrutura psíquica fixa, mas como efeito de condições culturais que vinculam o reconhecimento social feminino à imagem corporal e aos ideais de feminilidade. Nessa perspectiva, os investimentos libidinais dirigidos à própria imagem articulam-se ao conceito freudiano de Ideal do Eu (Freud, 2010 [1914]).

A partir da discussão sobre a feminilidade desenvolvida anteriormente, é possível examinar como essa dinâmica se articula no feminino. Em *A feminilidade* (1976 [1933]), Freud sugere que a relação da mulher com o reconhecimento do Outro assume uma

centralidade particular, associando-a à necessidade de ser amada. No entanto, tais formulações devem ser problematizadas: como evidenciado no tópico anterior, o próprio autor reconhece os limites de sua investigação sobre o feminino, o que permite compreender essas proposições como situadas em um contexto histórico e cultural específico, marcado por relações de gênero assimétricas, próprias do contexto histórico em que a obra foi produzida.

Desse modo, a maior incidência da validação externa na autoimagem feminina não deve ser compreendida como traço essencial, mas como efeito de uma organização simbólica que historicamente atribuiu à mulher um valor social fortemente ligado à aparência e à desejabilidade. A autoimagem, nesse caso, revela-se particularmente sensível aos ideais culturais, não por determinação natural, mas por processos de identificação atravessados por discursos sociais. Como afirma o autor, “não ser amado rebaixa o amor-próprio, enquanto ser amado o eleva” (Freud, 2010 [1914], p. 31).

Sendo assim, o conceito de narcisismo se mostra central para compreender essa dinâmica. Freud (2010 [1914]) distingue o narcisismo primário, no qual a libido está inicialmente investida no próprio eu, do narcisismo secundário, caracterizado pelo retorno da libido ao eu após seu investimento em objetos. Esse movimento evidencia que o eu permanece como um pólo privilegiado de investimento libidinal ao longo da vida, sendo continuamente reconfigurado pelas relações objetais (Freud, 2010 [1914]).

A noção de eu é aprofundada em *O ego e o id* (2011 [1923]), no qual Freud o concebe como uma instância mediadora, constituída a partir de múltiplas identificações. Ao afirmar que “o eu é, acima de tudo, um eu corporal” (Freud, 2011 [1923], p. 32), o autor indica que sua formação está ancorada nas experiências corporais e nas sensações do corpo, ainda que continuamente atravessada pelas relações com o mundo externo e pelas inscrições psíquicas decorrentes dessas relações.

Nessa perspectiva, o eu não se apresenta como uma unidade estável, mas como uma formação psíquica marcada por deslocamentos e conflitos, resultante da articulação entre as exigências pulsionais do id, as imposições normativas do supereu e as condições da realidade. Conforme afirma Freud (2011 [1923], p. 36), “o eu busca aplicar a influência do mundo externo ao isso e às suas tendências”, o que evidencia o caráter mediador e conflitivo dessa instância psíquica.

Em uma perspectiva lacaniana, a constituição do eu relaciona-se ao registro do imaginário, marcado pelas identificações à imagem corporal, enquanto o simbólico introduz os ideais e significantes sociais que atravessam a experiência subjetiva. No texto *O Estádio do Espelho como formador da função do eu* (1949), Lacan descreve o momento em que a criança

se identifica com a imagem externa apreendida como totalidade. De acordo com o autor, “a assunção jubilatória de sua imagem especular pela criança [...] manifesta [...] a matriz simbólica na qual o eu se precipita numa forma primordial” (Lacan, 1998 [1949], p. 97). Essa identificação inaugura o eu enquanto instância imaginária, conferindo uma sensação de unidade que não corresponde à experiência fragmentada do corpo vivido.

Entretanto, essa identificação só se sustenta por meio do simbólico. Em Lacan (1998 [1949]), o reconhecimento da imagem depende do Outro enquanto instância que nomeia, valida e insere o sujeito na linguagem. O chamado “olhar do Outro” não se reduz a um olhar empírico, mas corresponde a uma função simbólica que confere valor e significado à imagem. Dessa forma, a autoimagem constitui-se na articulação entre imaginário e simbólico, sendo, ao mesmo tempo, uma identificação com uma imagem e um efeito de reconhecimento.

Essa perspectiva permite compreender que a relação do sujeito com sua imagem não se limita ao campo visual, mas envolve uma rede de significações que orientam sua posição no laço social. No caso do feminino, a relação com o corpo pode adquirir centralidade em contextos nos quais o corpo da mulher é intensamente significado e regulado socialmente. A imagem corporal tende, assim, a ocupar um lugar privilegiado na constituição da autoimagem, podendo intensificar a distância entre o eu e o Ideal do Eu. Conforme discutido anteriormente, a partir de Freud (2010 [1914]), o Ideal do Eu opera como instância de comparação e exigência, articulando-se aos ideais culturais internalizados pelo sujeito.

Dessa forma, essa configuração deve ser compreendida como efeito de processos históricos e simbólicos, e não como expressão de uma essência feminina. Nesse sentido, Kehl (2008, p. 12) afirma que sua intenção é “examinar o campo a partir do qual as mulheres se constituem como sujeitos, de modo a contribuir para ampliá-lo”.

Diante disso, a partir das contribuições de Freud (2010 [1914]; 2011 [1923]) e Lacan (1998 [1949]), torna-se possível compreender a autoimagem, o narcisismo e a noção do eu como dimensões fundamentais da constituição psíquica, articuladas em torno da relação do sujeito com o Outro, com seus ideais e com suas identificações. Nessa perspectiva, a imagem de si não se apresenta como fixa ou objetiva, mas como resultado de processos simbólicos e imaginários em constante transformação. Assim, considerando a centralidade das imagens e do olhar do Outro nos processos de constituição subjetiva, pode-se pensar que as redes sociais digitais potencializam formas contemporâneas de investimento narcísico na autoimagem.

4 COMO AS REDES SOCIAIS INFLUENCIAM A VIVÊNCIA DO IDEAL FEMININO

Com o avanço das tecnologias digitais e a expansão das redes sociais com acesso mais democratizado para todos, observa-se uma reconfiguração das formas de comunicação e interação social. Na maioria das vezes, já não é mais por meios presenciais que nos encontramos com os outros, mas sim por meios digitais, nos quais compartilhamos vivências, opiniões, experiências e principalmente, a própria imagem, a qual ganha grande importância nesse contexto. Conforme destaca Barros (2025, p. 08), “no século XXI, vivemos uma era marcada pela convergência midiática, pela instantaneidade da informação e pela hiperconectividade”.

A exposição de fotos e vídeos pessoais, mediada por mecanismos de validação social, como comentários e curtidas, se tornou o epicentro do mundo virtual. A preocupação com a própria aparência se intensificou, afetando não só quem as postou, mas também quem as vê e desenvolve sentimentos comparativos com quem está do outro lado da tela. Conforme apontado por Carvalho, Magalhães e Samico (2019), vivemos em um contexto social onde há de ser mercadoria atraente, começando uma busca desenfreada para se tornar o mesmo. A relação do sujeito com a própria imagem, portanto, se intensifica na contemporaneidade. Nesse cenário, a imagem deixa de ser apenas uma representação de si e passa a ocupar o lugar de mediadora das relações sociais e da própria constituição subjetiva.

Além disso, plataformas como Instagram e TikTok desempenham um papel central nesse processo, uma vez que operam por meio de algoritmos que priorizam conteúdos visuais capazes de gerar maior engajamento. Essas redes não apenas possibilitam a exposição da imagem, mas também organizam e hierarquizam as imagens que ganham maior visibilidade. Braga (2024) realizou uma pesquisa em sua tese de doutorado a respeito dos algoritmos digitais. Segundo ele, as redes sociais “capturam informações sobre os comportamentos, preferências, localização, e até aspectos sutis como pausas em vídeos, direcionando esse conteúdo para ajustar o feed individual de cada usuário” (Braga, 2024, p. 12).

O Instagram, por exemplo, estrutura-se a partir de um cuidado estético do *feed*⁸, incentivando a produção de imagens visualmente atraentes e alinhadas a tendências. Já o TikTok introduz uma dinâmica acelerada, baseada em vídeos curtos e editáveis, nos quais o sujeito é levado a performar versões de si que se encaixam nos padrões. Em ambos os casos, a

⁸ Feed é o termo utilizado nas redes sociais para designar a página principal onde são exibidas, de forma contínua e organizada, as publicações de usuários, páginas ou conteúdos sugeridos pela plataforma, funcionando como um espaço de exposição, interação e construção da imagem de si no ambiente digital.

visibilidade não depende apenas da intenção do sujeito, mas da adequação a um sistema que seleciona o que será visto (Braga, 2024).

Essas plataformas funcionam como mediadoras das relações ao reorganizar a forma como os sujeitos se encontram, se reconhecem e se validam, por meio de algoritmos que reforçam padrões e criam bolhas estéticas em que muitas pessoas se veem querendo fazer parte. Além disso, destaca-se a constante necessidade de se fazer estar presente nesses ambientes, produzindo e consumindo conteúdos de forma contínua. Segundo Braga (2024, p. 20), “cada vez mais o “mundo real” deixa de ser sinônimo de “mundo físico” e se torna a interposição do material com o virtual. As fronteiras entre o que é digital e o que é palpável se tornam cada vez mais fracas e desnecessárias”.

Dessa forma, as redes sociais tornaram-se formas de linguagem que substituem expressões presenciais de reconhecimento, fazendo com que o vínculo com o outro seja mediado por uma lógica de performance e visibilidade, na qual o sujeito constrói sua imagem já antecipando a recepção que ela terá. Isso reforça a ideia de que a identidade, nas redes sociais, não é apenas expressa, mas constantemente produzida em função de um público. Isto posto, percebemos que a forma como a pessoa é percebida ganhou grande relevância, como uma “vitrine de exposição para a própria vivência” (Carvalho; Magalhães; Samico, 2019, p. 48).

No caso das mulheres, esse fenômeno torna-se ainda mais evidente devido à histórica valorização social da aparência feminina e da presença de padrões estéticos culturalmente estabelecidos. Nesse contexto, as redes sociais configuram-se como espaços privilegiados de circulação desses padrões de beleza e do que seria uma mulher hipoteticamente bela. Nesse sentido, Wolf (1992) afirma que o “mito da beleza” funciona como um sistema de controle social que impõe às mulheres padrões estéticos inalcançáveis, reforçados constantemente pela mídia e pela cultura contemporânea.

Conforme apontam Zaina e Caravieri (2025), essa percepção se revela frequentemente falsa, uma vez que atualmente lidamos com o crescimento de Inteligência Artificial e pela ampla disponibilidade de programas de edição de imagem.

Articulando com o que foi discutido anteriormente, pode-se compreender esse processo da autoimagem feminina nas redes sociais a partir do conceito freudiano de Ideal do Eu. Nas redes sociais, os ideais são amplamente difundidos por meio de imagens que encenam uma suposta perfeição, podendo levar o sujeito a investir libidinalmente em uma imagem de si que se aproxima desses modelos. No caso do feminino, como apontado por Wolf (1992), essa dinâmica pode se intensificar, uma vez que a validação social se articula

historicamente à aparência e à desejabilidade.

Dessa forma, a autoimagem feminina tende a se constituir em estreita relação com esses ideais, ampliando a distância entre o eu e o Ideal do Eu e podendo produzir sentimentos de inadequação, culpa e insatisfação corporal. Segundo Santos e Rodrigues (2023) *apud* Andrade *et al.* (2025)

O corpo feminino perfeito e a forma de como a mulher se vê e se sente, está sendo estabelecido como um padrão imposto pela busca implacável de uma beleza ideal. Nesta empreitada, a ideia do corpo feminino perfeitamente invejado está condicionada a experiências ditadas pelo Instagram, TikTok e Facebook, que potencializam a busca por corpos padronizados, que frequentemente está associada à felicidade, ao bem-estar e aceitação (Santos; Rodrigues, 2023 *apud* Andrade *et al.*, 2025, p. 165-166).

As redes sociais, ao priorizarem conteúdos compartilhados por forma de imagem, como ocorre no Instagram - plataforma que conta com mais de 3 bilhões de usuários ativos -, promovem uma lógica de exposição contínua. Assim, podem funcionar como dispositivos que intensificam a circulação desses ideais, reforçando modelos de corpo, comportamento e estilo de vida que passam a ser tomados como referência amplamente difundidas e constantemente reafirmados por meio de “registros fotográficos de uma realidade seletiva” (Carvalho; Magalhães; Samico, 2019, p. 48).

A posição feminina, portanto, pode passar a investir libidinalmente em uma imagem de si que se aproxima desses modelos, buscando corresponder ao que acredita ser desejado pelo Outro. Esse processo, no entanto, é atravessado e internalizado pela cultura e pelos ideais sociais de cada época, constituindo um Ideal do Eu cada vez diferente e que não se apresenta como algo fixo, mas como uma construção constantemente atualizada. Além disso, o uso frequente de filtros, edições e recursos de inteligência artificial contribui para a construção de imagens que não correspondem à realidade, mas sim à versões idealizadas de si. Esse fenômeno pode acentuar a distância entre o eu e o Ideal do Eu, ao produzir efeitos como inadequação, baixa autoestima e ansiedade, assim como favorecer o isolamento social, já que essa busca por padrões estéticos pode criar uma relação conflituosa com o corpo, levando assim ao sofrimento psíquico (Andrade *et al.*, 2025).

Nesse sentido, o conceito de narcisismo mencionado anteriormente também se aplica quando falamos de redes sociais e da vivência do feminino nelas, podendo ser compreendida a partir da dinâmica entre investimento libidinal no eu e nos objetos. Se o narcisismo primário corresponde ao investimento inicial da libido no próprio eu e o narcisismo secundário ao

retorno desse investimento após sua passagem pelos objetos, nas redes sociais observa-se uma intensificação desse movimento de retorno: a imagem de si torna-se um dos principais alvos de investimento libidinal, ao mesmo tempo em que depende do reconhecimento do Outro para se sustentar.

Assim, o narcisismo contemporâneo evidencia sua dimensão relacional, estruturando-se na articulação entre o investimento no eu e a busca por validação externa. Conforme discutem Carvalho, Magalhães e Samico (2019),

A maçante apresentação da auto-imagem nesses veículos de mídia de certa forma tampona uma ferida narcísica instaurada no sujeito que muitas vezes olha o outro da forma que gostaria de ser. Por desejar mostrar-se ao outro, deseja ao mesmo tempo ser o objeto de desejo alheio a fim de suprir esse desamparo recorrente” (Carvalho; Magalhães; Samico, 2019, p. 48).

No que diz respeito à noção do eu, essa também se vê atravessada pelas dinâmicas das redes sociais. Como discutido por Freud (2011 [1923]), o eu constitui-se a partir de identificações e encontra-se em constante tensão entre as exigências pulsionais, as normas internalizadas e a realidade. No ambiente digital, essa instabilidade tende a se intensificar, uma vez que o sujeito é constantemente convocado a sustentar e produzir versões de si em função do olhar do Outro, já que, nesse espaço, pode-se obter a identidade que desejar (Carvalho; Magalhães; Samico, 2019). A possibilidade de editar, filtrar e selecionar imagens contribui para a construção de um eu cada vez mais apoiado em representações idealizadas, o que pode acentuar o descompasso entre a experiência subjetiva e a imagem projetada.

Nesse âmbito, as contribuições de Lacan (1998 [1949]) permitem aprofundar a análise ao considerar o papel do imaginário e do olhar do Outro. No estádio do espelho, podemos compreender que o desejo do sujeito é o desejo do Outro, indicando que o desejo não se forma sozinho, mas é estruturado a partir de quem nos cerca. Nas redes sociais, esse Outro se manifesta de forma ampliada e difundida, por meio de curtidas, comentários e visualizações, que funcionam como indicadores de reconhecimento. Esses indicadores, portanto, se tornam um novo tipo de “espelho” para o sujeito, que se identifica com uma imagem externa que lhe confere uma sensação de unidade.

Como citado por Carvalho, Magalhães e Samico (2019, p. 49), “pode-se dizer que o grande Outro é um lugar simbólico que alguns outros podem ocupar”. Contudo, essa identificação se mostra fundamentalmente alienante, pois o sujeito passa a depender de uma

imagem que lhe é exterior, e, na qual a mulher, ao se expor, busca não apenas mostrar-se, mas corresponder a um ideal que acredita ser desejado pelo Outro.

Esse Outro (Lacan, 1998 [1949]) se manifesta, na contemporaneidade, por meio de uma multiplicidade de olhares anônimos que avaliam, validam ou rejeitam a imagem exposta. Dessa forma, curtidas e comentários operam como marcadores de reconhecimento, funcionando como indicadores do valor da imagem e, por extensão, do próprio sujeito. Nesse sentido, o desejo passa a ser fortemente mediado por essas dinâmicas, levando o sujeito a orientar sua imagem em função daquilo que acredita ser desejável para esse Outro ampliado.

No caso da vivência feminina, essa lógica pode reforçar a centralidade da aparência e da desejabilidade como formas privilegiadas de reconhecimento. É importante destacar, porém, que essa configuração não vem de uma essência feminina, mas de construções históricas e simbólicas que encontram nas redes sociais um meio potente de reprodução e intensificação. Toebe (2025) explicita essa questão ao citar Weeks (2000), reiterando que “os padrões estéticos e as expectativas em cima dos corpos femininos variam de culturas e momentos históricos, ou seja, eles não são universais ou naturais” (Weeks, 2000 *apud* Toebe, 2025, p. 24).

Em suma, articulando as análises aqui apresentadas com a noção freudiana de desamparo - presente desde a constituição do sujeito -, pode-se compreender que a construção e a exposição de uma imagem idealizada nas redes sociais também operam como tentativas de lidar com essa condição estrutural. Como apontam Carvalho, Magalhães e Samico (2019), a produção de uma imagem pode funcionar como uma forma de tamponar o desamparo, oferecendo ao sujeito uma sensação de consistência e pertencimento. Essa estratégia é, no entanto, sempre parcial, já que depende de um reconhecimento externo, por natureza, instável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar a influência das redes sociais na percepção da autoimagem feminina a partir da perspectiva psicanalítica, tomando como base as contribuições teóricas de Sigmund Freud e Jacques Lacan, entre outros autores contemporâneos. Observou-se, portanto, que a constituição da feminilidade se configura como um processo complexo, no qual a autoimagem não se estabelece de forma imediata, mas se constitui a partir de processos de identificação, investimentos libidinais e da relação do sujeito com o Outro.

A partir da teoria freudiana, evidenciou-se que o narcisismo e o Ideal do Eu

desempenham papel central na construção da imagem de si, estabelecendo uma tensão constante entre aquilo que o sujeito é e aquilo que busca ser. Essa tensão evidencia o caráter dinâmico e instável da imagem de si, que se constrói e se reconstrói ao longo da vida, sempre atravessada por exigências simbólicas e culturais. As contribuições de Lacan, por sua vez, permitiram aprofundar essa compreensão ao situar o eu como uma instância imaginária, formada a partir da identificação com uma imagem externa e sustentada pelo reconhecimento do Outro, destacando a centralidade do olhar na constituição subjetiva.

Nesse sentido, evidencia-se que a imagem de si não corresponde a um dado natural, mas a uma construção psíquica atravessada por dimensões simbólicas e imaginárias, continuamente reconfigurada ao longo da vida. No caso do feminino, essa construção se mostra particularmente atravessada por ideais sociais que historicamente associam a mulher à visibilidade, à aparência e à desejabilidade.

No contexto contemporâneo, as redes sociais digitais operam como dispositivos que intensificam essas dinâmicas já descritas pela psicanálise. Ao ampliarem o campo de visibilidade e multiplicarem os olhares que incidem sobre o sujeito, essas plataformas reforçam a centralidade da imagem e da validação externa. A lógica de exposição contínua, mediada por curtidas, comentários e compartilhamentos, contribui para a consolidação de padrões idealizados de beleza e comportamento, que passam a orientar a forma como o sujeito se percebe e se apresenta.

Além disso, a possibilidade de edição, filtragem e construção de imagens cada vez mais idealizadas evidencia o caráter fabricado da autoimagem nas redes sociais, acentuando a diferença entre o eu e o Ideal do Eu. Esse distanciamento pode favorecer o surgimento de sentimentos de inadequação, insuficiência e insatisfação constante, uma vez que o sujeito se vê confrontado com modelos frequentemente inalcançáveis. Nesse cenário, a busca por reconhecimento tende a se intensificar, reforçando a dependência do olhar do outro para sustentar sua identidade. A partir dessa perspectiva, foi possível compreender que as redes sociais não criam tais dinâmicas, mas as intensificam ao ampliar o campo de visibilidade e ao multiplicar os olhares que incidem sobre o sujeito.

Assim, a vivência do feminino nas redes sociais evidencia não uma essência natural da mulher, mas uma construção marcada por determinações simbólicas, culturais e históricas. Logo, a autoimagem feminina não pode ser compreendida de maneira isolada ou individual e sim como efeito de processos psíquicos articulados às identificações, aos ideais e às relações estabelecidas socialmente. As redes sociais tornam-se, nesse contexto, um espaço privilegiado de intensificação dessas dinâmicas, ao ampliarem a centralidade da imagem e do olhar do

Outro na constituição subjetiva.

Por fim, destaca-se que os efeitos dessa lógica de exposição e validação contínua ultrapassam o campo da aparência, incidindo diretamente sobre a experiência subjetiva e podendo favorecer a produção de sofrimento psíquico. Assim, a imagem de si revela-se como uma construção histórica e simbólica, continuamente reconfigurada na relação com o Outro.

Esta pesquisa, portanto, contribui para uma leitura crítica da contemporaneidade, ao evidenciar que, mesmo em novos cenários como o digital, a constituição do sujeito permanece atravessada pela falta e pelo desejo e pela impossibilidade de uma imagem de si plenamente estável.

Nesse contexto, a psicanálise pode contribuir ao oferecer um espaço de escuta e elaboração subjetiva, possibilitando que o sujeito questione os ideais impostos socialmente e compreenda de que maneira se relaciona com o desejo do Outro. A análise não busca eliminar a falta, uma vez que ela é constitutiva da experiência humana, mas pode possibilitar que o sujeito estabeleça uma relação menos alienada com os ideais e com a própria imagem. Assim, torna-se fundamental incentivar espaços de reflexão, acolhimento e valorização das diferenças individuais, possibilitando formas mais saudáveis de relação com o próprio corpo e com a própria imagem, para além das imposições estéticas e dos modelos idealizados difundidos na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, A. Érica P. de; SOUZA, L. A. de; MUNIZ, M. J. A.; SOUZA, M. J. G. de; SANTOS FILHO, J. A. dos; AMORIN, D. G. B. de. *A autoimagem como um dos fenômenos determinantes para a saúde mental de mulheres: revisão integrativa de literatura*. ID on Line: Revista de Psicologia, v. 19, n. 79, p. 164-181, 2025. DOI: 10.14295/online.v19i79.4303.

BARROS, Luiza Galvão de. *Inovação tecnológica na comunicação social e os seus desafios*. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Faculdade de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2025.

BRAGA, Giovanni Capobianco Malta. *A geração Z e a busca por reconhecimento digital no TikTok: explorando a consciência algorítmica e as estratégias de engajamento*. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

CARVALHO, J. P. S. T.; MAGALHÃES, P. M. L. S.; SAMICO, F. C. *Instagram, narcisismo e desamparo: um olhar psicanalítico sobre a exposição da autoimagem no mundo virtual*. Revista Mosaico, v. 10, n. 2, p. 87-93, jul./dez. 2019.

ELIA, Luciano. *O conceito de sujeito*. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

- FREUD, Sigmund. Projeto para uma psicologia científica (1895). In: FREUD, Sigmund. *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago, 1996. v. 1, p. 339-410.
- FREUD, Sigmund. *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade* (1905). In: FREUD, Sigmund. *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*, v. 6. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- FREUD, Sigmund. Introdução ao narcisismo (1914). In: FREUD, Sigmund. *Obras completas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- FREUD, Sigmund. As pulsões e seus destinos (1915). In: FREUD, Sigmund. *Obras incompletas de Sigmund Freud*. Belo Horizonte: Autêntica, 2023. p. 19-27.
- FREUD, Sigmund. O ego e o id (1923). In: FREUD, Sigmund. *Obras completas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. v. 16.
- FREUD, Sigmund. A dissolução do complexo de Édipo (1924). In: FREUD, Sigmund. *O ego e o id, "Autobiografia" e outros textos (1923-1925)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- FREUD, Sigmund. Algumas consequências psíquicas da distinção anatômica entre os sexos (1925). In: FREUD, Sigmund. *O ego e o id, "Autobiografia" e outros textos (1923-1925)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- FREUD, Sigmund. Sexualidade feminina (1931). In: FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias e outros textos (1930-1936)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- FREUD, Sigmund. A feminilidade (1933). In: FREUD, Sigmund. *Novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- FREUD, Sigmund. Análise terminável e interminável (1937). In: FREUD, Sigmund. *Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago, 1975. v. 23.
- FREUD, Sigmund. Esboço de psicanálise (1940). In: FREUD, Sigmund. *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago, 1975. v. 23.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- JORGE, Marco Antonio Coutinho; FERREIRA, Nadiá Paulo. *Lacan, o grande freudiano*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- KEHL, Maria Rita. *Deslocamentos do feminino*. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 2008.
- LACAN, Jacques. O estádio do espelho como formador da função do eu (1949). In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- LACAN, Jacques. O significante no real e o delírio (1956). In: LACAN, Jacques. *O Seminário, livro 3: As psicoses (1955-1956)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- ROUDINESCO, Elisabeth; PLON, Michel. Significante. In: ROUDINESCO, Elisabeth; PLON, Michel. *Dicionário de psicanálise*. Trad. Vera Ribeiro e Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- SIRELLI, N. M. *Alienação e separação: a lógica do significante e do objeto na constituição*

do sujeito. São João del-Rei: Universidade Federal de São João del-Rei, 2010.

TOEBE, Ana Luiza. *A mercantilização do corpo feminino no Instagram: explorando as conexões entre a construção de identidade, consumo e padrões de beleza*. 2025. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Serviço Social) – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2025.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ZAINA, L. F. F.; CARAVIERI, F. P. M. *Análise do impacto da inteligência artificial na criação de imagens: tendências e implicações*. 2025. Artigo de Graduação (Tecnologia em Sistemas para Internet) – Faculdade de Tecnologia Prof. José Camargo, Jales, 2025.