

# A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA AUTOESTIMA DO FEMININO CONTEMPORÂNEO

KLUSKOVSKI, Crislene<sup>1</sup>

DE CAMPOS, Maira Thatiane Pedroso<sup>2</sup>

**RESUMO:** As redes sociais se tornaram um fenômeno que atinge pessoas de diferentes classes sociais, faixas etárias, graus de escolaridade e identidades culturais. Como esses recursos estão amplamente disseminados, este trabalho busca compreender o impacto das redes sociais para a subjetividade feminina, pois elas são as que mais sofrem com a insatisfação da imagem corporal, em virtude da cobrança social. Foi possível demonstrar o aumento do risco de desenvolvimento de transtornos alimentares e o papel do psicólogo como primordial, por meio do uso de técnicas que possam melhorar a relação da mulher com a própria imagem, fortalecer a autoestima, aprimorar relações interpessoais e modificar o sistema de crenças associadas aos transtornos alimentares.

**PALAVRAS-CHAVE:** Autoestima. Feminino. Influência. Mídias. Transtornos.

## THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE SELF-ESTEEM OF THE CONTEMPORARY FEMALE

**ABSTRACT:** Social networks have become a phenomenon that affects people from different social classes, age groups, levels of education and cultural identities. As these resources are widely disseminated, this work seeks to understand the impact of social networks on female subjectivity, as they are the ones that suffer most from body image dissatisfaction, due to social demands. It was possible to demonstrate the increased risk of developing eating disorders and the psychologist's role as paramount, through the use of techniques that can improve the woman's relationship with her own image, strengthen self-esteem, improve interpersonal relationships and modify the system of beliefs associated with eating disorders.

**KEYWORDS:** Disorders. Feminine. Influence. Media. Self-esteem.

### 1 INTRODUÇÃO

É evidente que a internet vem consolidando-se, progressivamente, como uma das principais tecnologias existentes, e este avanço faz com que seja fortalecida cada vez mais a sua relação com os indivíduos. Esse meio tem, por si, um campo vasto de informações e atribuições, sendo eminente o crescimento das redes sociais na era digital e fazendo delas as protagonistas na comunicação entre pessoas, que se utilizam destas ferramentas para manter relações, além de servirem para entretenimento próprio.

---

<sup>1</sup>Acadêmica do curso de Psicologia, 10º período, Centro Universitário Campo Real.

<sup>2</sup>Psicóloga e professora do Centro Universitário Campo Real.

As primeiras ferramentas digitais criadas foram as *E-mail lists* e *Bulletin Board Systems (BBS)*, que surgiram na década de 1970. Com o passar do tempo, novas redes sociais surgiram, com diferentes interfaces e características. Nos primórdios da internet, era possível apenas a troca de mensagens entre os usuários, entretanto, nos tempos atuais, existe a exposição de perfis com informações pessoais, fotos, além de formas de comunicação mais abrangentes.

Esse interesse pelas redes sociais tem capturado a atenção de estudiosos das mídias e das relações sociais, que têm observado como elas influenciam as formas de comunicação, o relacionamento interpessoal e a própria identidade. Nesse sentido, o objetivo inicial deste estudo era verificar o ponto de vista feminino a respeito da influência da mídia sobre o estilo de vida e de determinados comportamentos, sendo eles: o contexto familiar e sua formação, os hábitos alimentares e alguns distúrbios associados à exibição e à erotização do feminino. Entretanto, devido à falta de material para concluir os estudos, o presente trabalho direcionou-se somente para os efeitos das influências midiáticas acerca dos transtornos alimentares.

É válido ressaltar que as redes sociais se tornaram um fenômeno que permeia e atinge pessoas de diferentes classes sociais, faixas etárias, graus de escolaridade e identidades culturais. Como esses recursos estão amplamente disseminados, este trabalho busca compreender o impacto das redes sociais para a subjetividade feminina, sobretudo nas formas das mulheres se relacionarem consigo mesmas. Isso evidencia como esse tipo de relacionamento afeta o cotidiano e a configuração das identidades pessoais, tendo em vista que o dispositivo midiático é capaz de influenciar tanto positivamente quanto negativamente.

Nos dias de hoje, é preocupante o que tais influências podem gerar no indivíduo enquanto saúde mental e física, sendo possível estabelecer uma relação com os hábitos alimentares, como, por exemplo, a “tirania do corpo perfeito”, presente em nossa cultura e imposta, principalmente, às mulheres.

Vale evidenciar a importância do papel da Psicologia nesse contexto apresentado, pois é este profissional quem irá auxiliar na identificação das adversidades, sendo fundamental para o autoconhecimento, desenvolvimento pessoal e, até mesmo, para a compreensão da situação. Em casos mais severos, o psicólogo irá tratar das possíveis patologias ocasionadas, promovendo o bem estar físico, social e emocional.

Diante disso, este trabalho busca averiguar alguns fatores que podem ser influenciáveis no comportamento feminino, como, por exemplo, os hábitos alimentares e distúrbios associados à exposição da mulher.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, fundamentada em ideias e pressupostos teóricos que apresentam significativa importância na definição e construção dos conceitos abordados. Como conclusão desse trabalho observou-se que os poucos estudos teóricos existentes não trazem indício de confirmação para o pressuposto de que as mídias interferem na autoestima do feminino, no entanto, produções futuras podem apresentar resultados mais concretos para novas produções.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

A autoestima é, atualmente, um termo muito empregado e que já é pertencente ao senso comum. Segundo o Dicionário Aurélio, autoestima é a qualidade de quem se valoriza, se contenta com seu modo de ser e demonstra, conseqüentemente, confiança em seus atos e julgamentos. No presente, a autoestima é considerada um fenômeno de interesse das mais variadas áreas de conhecimento, tendo perspectivas distintas e sendo teorizada de forma multidimensional (PEREIRA, 2019).

Para a Psicologia, a autoestima é uma avaliação que o indivíduo faz de si mesmo, podendo ser positiva ou negativa, em algum grau. Ela envolve crenças e emoções autossignificantes.

Rosenberg (1965) criou uma significação mais complexa da autoestima. Conforme este, a autoestima é definida como “um conjunto de sentimentos e pensamentos do indivíduo em relação ao seu próprio valor, competência, confiança, adequação e capacidade para enfrentar desafios”. Ou seja, a autoestima está associada com a forma que o ser humano se valoriza, com o bem estar e com a percepção do mundo sobre o mesmo, denotando a importância e relevância de cada um, podendo afetar os relacionamentos pessoais e interpessoais.

Para Tucheran (2019), a autoestima também é definida por gostar de si na totalidade de suas particularidades, reconhecendo seus próprios valores, atributos, qualidades e competências, garantindo a capacidade de reconhecer, tolerar, aceitar e tentar lidar com as incompetências, falhas e características que não aprecia em si. Uma boa autoestima, portanto, não implica em uma atitude na qual o indivíduo se enxerga superior que os demais ou livre de defeitos.

A autoestima refere-se à valoração intrínseca que o indivíduo faz de si mesmo, nas mais diversas situações e acontecimentos de sua vida, a partir de um determinado conjunto de valores eleitos por ele como assertivos ou não.

Há uma relação direta entre autoestima, autoimagem, saúde física e mental das pessoas (MANN et al, 2004). As visões que cada indivíduo tem sobre si mesmo têm grandes impactos em diversas áreas da saúde. Frente a isso, é possível afirmar que, desde o passado, a autoestima já sofria influências.

Atualmente, pode observar-se que, em uma sociedade globalizada, as imagens são cada vez mais acessíveis e influentes na construção e disseminação do que seria um padrão de beleza contemporâneo e culturalmente aceito. A tecnologia midiática, a qual abrange uma série de diferentes plataformas que agem como meios para disseminar informações e gerar entretenimento, tem grande relevância nesse quesito. Algumas das redes sociais que mais se destacam são: Facebook, Instagram, TikTok, Twiter, Youtube, entre outras.

A mídia se configura como um objeto que permite o desenvolvimento e a formulação de opiniões, normativas e valores que influenciam na subjetividade humana. Ela diz respeito aos diversos meios de comunicação que a grande massa tem acesso, inclusive, os veículos midiáticos que são reconhecidos como grandes influenciadores de pessoas (MOREIRA, 2010).

A web é considerada como uma ferramenta fundamental para a sociedade, pois possui informações de diversos segmentos e do que ocorre no mundo. Alguns destes segmentos são marcados pela interferência das redes sociais.

De acordo com a autora Brunelli (2019) as grandes mídias culturais têm como trabalho instituir uma permanente busca de satisfação das necessidades que, muitas vezes, são construídas por elas mesmas. Para a Indústria Cultural, a procura pelo prazer é uma prioridade, pois é através dela que o marketing se faz presente, podendo ser visto nas prateleiras de mercados, shoppings, anúncios de televisões, filmes, músicas ou em qualquer meio de comunicação.

Nesse quesito, se destacam as redes sociais, por representarem uma espécie de “vitrine” do bem estar virtual, que nem sempre condiz com a realidade vivida, influenciando, dessa forma, a busca incessante pelo prazer e/ou felicidade exposta nela.

De acordo com Serra e Santos (2003), as mídias sociais produzem representações e expectativas nas pessoas com propagandas que, de um lado, estimulam o uso de produtos dietéticos e práticas alimentares para emagrecimento e, de outro, instigam o consumo de lanches do tipo *fastfood*.

Ainda segundo Serra e Santos (2003), a busca pelo corpo padronizado manifesta um direcionamento da felicidade, ou seja, as pessoas, especialmente o público jovem e feminino, acreditam que alcançariam o bem estar físico e mental ao atingir o corpo taxado como ideal. Isso porque, associadas ao padrão do corpo magro, estão as mensagens de sucesso, controle, aceitação, conquistas e estabilidade. Sendo assim, o feminino considera que, com o padrão, alcançará todas essas qualidades.

Segundo Nassif (2009), a mídia torna massacrante a exposição sucessiva do corpo feminino, aumentando a potência da erotização através da submissão, sendo exposto, pela autora, como a explicação para a superficialidade nas relações sociais e familiares.

A imposição, por parte das mídias sociais, de um padrão de beleza ideal faz com que os usuários desejem atingir aquele determinado “status”, que está completamente ligado à boa apresentação das fotografias, estilos de maquiagem, aplicativos de photoshop, etc. Isto se evidencia através da grande procura de mulheres por dietas restritivas, procedimentos estéticos, cirurgias plásticas, manipulação digital de seus corpos em imagens, entre outros (BRUNELLI, 2019).

De capas de revistas expondo corpos inatingíveis até a alta exposição nas redes sociais que vivenciamos diariamente, a indústria da beleza tem papel fundamental no tocante à imagem que as pessoas constroem sobre si mesmas.

Segundo a autora Rodrigues (2019), as mulheres são as que mais sofrem com a insatisfação desta imagem, em virtude da cobrança social e da intensa influência da mídia. A conclusão feita em relação à saúde, nas pesquisas realizadas com mulheres insatisfeitas com a imagem corporal, demonstra o aumento do risco de desenvolvimento de transtornos alimentares.

Neste contexto, pode-se ressaltar a forma que as marcas utilizam a “imagem perfeita” associada ao sucesso, isso porque estão ligadas, ao padrão do corpo magro, às mensagens de sucesso, controle, aceitação, conquistas e estabilidade. Sendo assim, o feminino considera que, com o padrão, alcançará todas essas qualidades.

Porém, essa pseudoconcreticidade, ao contrapor-se dialeticamente com a realidade de vida, tem gerado conflitos profundos no âmbito da psiquê, no efeito inverso na autoestima e, em casos extremos, gerando patologias. Trata-se de uma busca pelo prazer e pela beleza que contrapõe o virtual e o real.

Ainda conforme Rodrigues (2019), a mídia influencia no desenvolvimento e/ou ampliação de transtornos relacionados à autoimagem e ao peso ponderal. A rede pode influenciar nas tomadas de decisão em relação aos hábitos de vida.

O poder da influência digital vem não somente do convencimento ao consumo, mas, também, das atitudes, gerando consequências no estilo de vida, atividades, comportamentos e valores, tendo em vista que cada indivíduo é constituído por sua subjetividade.

Vasconcelos (2017) traz a autoimagem e autoestima como características subjetivas que têm importante papel na maneira como o sujeito se relaciona com outras pessoas e consigo, e como constrói sua identidade.

De acordo com Le Breton, em sua obra “A sociologia do corpo” (2012), as corporeidades humanas devem ser entendidas como um fenômeno social e cultural. O corpo é o intermediador entre o ser e o mundo, tornando possível que ambos interajam entre si, pois a existência é baseada na existência de um corpo. Nenhum corpo é igual a outro, sendo evidente a diversidade, no entanto, a percepção que o ser humano tem sobre as diferentes corporeidades depende de um conjunto de sistemas simbólicos, visto que ele é um objeto de representações e imaginários, sendo moldado pela sociedade na qual o indivíduo está inserido. Nesse sentido, é possível afirmar que os transtornos alimentares não são fenômenos isolados, pelo contrário, estão diretamente relacionados ao contexto social no qual as pessoas estão inseridas e aos padrões de corpo.

No que se refere especificamente ao feminino, os padrões costumam ser ainda mais rígidos, visto que a imagem feminina está totalmente baseada na beleza estética, sendo difundida a noção de que o padrão ideal é acessível a todas as mulheres, desse modo, aquelas que não se encaixam são consideradas inferiores (ZANELLO, FIUZA & COSTA, 2015).

Valeska Zanello é uma pesquisadora de referência nos estudos sobre relações de gênero e machismo. A autora possui diversos textos que abordam essa temática, como, por exemplo, “Saúde Mental, Gênero e Dispositivos: Cultura e Processos de Subjetivação”, de 2020, no qual afirma que o patriarcado e a submissão feminina podem gerar quadros de sofrimento mental.

O feminismo se constitui como um movimento social que tem como principal ideologia o questionamento de papéis de gênero, tendo um olhar crítico em relação ao feminino e ao masculino. “Os estudos feministas sobre gênero surgiram nos anos 1960/1970 visando a desconstrução do feminino e da ideia de essência feminina, assim como dos lugares sociais desprivilegiados que eram destinados à mulher” (NICHOLSON, 2000 apud ZANELLO, FIUZA & COSTA, 2015). Com base nisso, o movimento feminista debate essa padronização dos corpos femininos, que são, na maioria das vezes, a origem dos transtornos associados ao dismorfismo corporal.

A preocupação com a estética tem colocado a saúde mental e física em risco, sendo que grande parte da mídia mostra-se como responsável por esse comportamento, construindo estereótipos e transformando os padrões de beleza em projetos de vida, despertando a busca frenética pelo “corpo perfeito”.

O uso das redes sociais e suas influências são um fenômeno pertinente e alvo de estudos de várias áreas do conhecimento, a fim de compreender os efeitos à sua exposição, no entanto, uma rotina totalmente conectada com o mundo tecnológico pode resultar em grandes impactos, levando a quadros psiquiátricos como transtorno dismórfico corporal, ansiedade, delírios somáticos, depressão, esquizofrenia, obesidade, bulimia, anorexia, entre outros (RODRIGUES, 2019).

Schilder, em 1935, constituiu a imagem do corpo como algo mais que um modelo postural, surgindo de mudanças de posição, representando um modelo integrado de todas as experiências orgânicas e psíquicas. O autor destacou a importância da variante mobilidade neste conceito – através dos movimentos variados, se percebe a imagem do corpo. É de notar a inatividade, tão característica do obeso, relacionada à grave perturbação de seu conceito corporal.

A presença desses traumatismos e seus efeitos sobre o psiquismo pode ser reconhecida na vida do sujeito imediatamente ou muitos anos depois, manifestando-se de diferentes formas.

Conforme descrito no DSM-V (Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais), algumas das adversidades mais recorrentes, devido ao acesso exacerbado às mídias, se associam aos transtornos alimentares, como segue descrito na tabela abaixo:

Tabela 1 — Transtornos Alimentares

<b>Transtorno</b>	<b>Caracterização</b>
Transtorno Alimentar Restritivo	Caracteriza-se como uma perturbação alimentar (p. ex.: falta aparente de interesse na alimentação ou em alimentos; esquiva baseada nas características sensoriais do alimento; preocupação acerca de consequências aversivas) manifestada por fracasso persistente em satisfazer as necessidades nutricionais e/ou energéticas, apropriadas a um (ou mais)

	aspectos como: perda de peso significativa, deficiência nutricional significativa, dependência de alimentação enteral ou suplementos nutricionais via oral, além de interferência marcante no funcionamento psicossocial.
Anorexia Nervosa	A maioria dos indivíduos com o tipo de compulsão alimentar purgativa que se envolvem em comportamentos periódicos de hiperfagia também purga por meio de vômitos autoinduzidos, ou faz uso indevido de laxantes, diuréticos ou enemas.
Bulimia Nervosa	Existem três aspectos essenciais dentro desse transtorno: episódios recorrentes de compulsão alimentar, comportamentos compensatórios inapropriados, para impedir o ganho de peso, e autoavaliação indevidamente influenciada pela forma e pelo peso corporal.
Compulsão Alimentar	Ocorre em indivíduos de peso normal, ou com sobrepeso, e obesos. O transtorno é consistentemente associado ao sobrepeso e à obesidade em sujeitos que buscam tratamento.

Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5. American Psychiatric Association; tradução: Maria Inês Corrêa Nascimento et al.; revisão técnica: Aristides Volpato Cordioli et al. – 5. ed. – Dados eletrônicos – Porto Alegre: Artmed, 2014.

Diante disso, é evidente que o papel do psicólogo é primordial na atuação direta, tanto na prevenção quanto nos transtornos já existentes, sendo possível, por meio da psicoterapia, desenvolver técnicas para promover a adesão do tratamento, melhorar a relação com a imagem corporal, aumentar e fortalecer a autoestima, aprimorar suas relações interpessoais e modificar o sistema de crenças e influências associadas ao desenvolvimento e à manutenção dos transtornos alimentares.



O profissional da Psicologia pode atuar diretamente com a informação, desenvolvendo campanhas com o propósito de convidar a população a discutir a importância do cuidado com a saúde mental e com a qualidade de vida, buscando uma compreensão da conscientização acerca dos padrões sociais, a fim de proporcionar um debate maior na desconstrução de ideias erradas sobre a hipervalorização das aparências.

Por fim, o pouco conhecimento a respeito da temática apenas aumenta a estigmatização. Cuidar da saúde mental é autoconhecimento, é evitar doenças e criar estratégias para lidar com as adversidades da vida.

### **3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

No presente momento, são nítidos os impactos causados pelas mídias sociais, que se encontram infiltradas na rotina dos seres humanos. Por esse motivo, é de extrema urgência trazer estudos e informativos pertinentes sobre a temática. Os efeitos da internet, conhecida como “o mal do século”, são observados em diferentes circunstâncias, pois, de forma geral, grande parte da população utiliza-se desta ferramenta, e os reflexos negativos gerados por ela se tornam preocupantes. Essa temática apresenta relevância para os pesquisadores porque o uso excessivo e descontrolado das redes impacta subjetivamente o indivíduo e amplifica as emoções de caráter prejudicial, que afetam tanto o bem estar emocional quanto o físico, podendo resultar, inclusive, em patologias.

Todavia, tomada a partir da reflexão de como o sujeito pensa, sente e se comporta diante das demandas socioculturais contemporâneas, a imagem de si apresenta grande relevância em estudos feitos sobre os impactos das redes sociais na atualidade.

Pontua-se que, apesar das redes sociais satisfazerem uma necessidade de conexão social, essa ferramenta é capaz de se tornar fonte de sofrimento, especialmente por provocar as referidas comparações. Cabe ressaltar, ainda, que esses meios também se apresentam positivos para a sociedade, sendo capazes de impulsionar quem os utiliza a apropriarem-se de sua autonomia. Portanto, em qualquer área em que haja uma força negativa, deve-se averiguar, compreender e expor, para que o assunto seja trabalhado a partir da prevenção e da solução.

Diante disso, reforça-se, cada vez mais, a importância do papel do psicólogo nesse processo.

O mesmo pode adotar algumas estratégias, a fim de proporcionar um espaço de abertura para a expressão dos sentimentos do indivíduo e a escuta qualificada, com empatia frente à situação. São elas: orientar as pessoas a resolverem as dificuldades da vida; ajudá-las a encontrarem suas próprias respostas; promover a autorreflexão e o desenvolvimento pessoal.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os padrões de beleza, amplamente exteriorizados pelas mídias, refletem um grande impacto na autoestima e na imagem corporal do público feminino, conforme observado nos estudos analisados. As comparações a imagens expostas, taxadas como “perfeitas”, nas redes sociais, podem desencadear diversas consequências. Algumas pesquisas apontam para problemas relacionados à saúde mental das mulheres, os quais emergem a partir dessa pressão estética que exige um esforço significativo das mesmas, para que elas mantenham-se dentro dos padrões impostos.

Deste modo, esse trabalho viabilizou uma melhor compreensão dos conceitos de autoestima, autoimagem e imagem corporal, além de confirmar, através das pesquisas realizadas, as hipóteses de que as mídias sociais realmente influenciam o feminino dentro desse fenômeno.

A quantidade e o foco das produções brasileiras, as quais não se encaixavam na especificidade do tema escolhido, foram algumas das limitações do presente estudo, poucos são os estudos que relacionam o padrão de beleza e a autoestima à influência das mídias sociais e, ainda, costumam partir de áreas temáticas além da Psicologia.

Assim, faz-se necessário aumentar a produção brasileira acerca do tema, estudando mais a fundo o uso das redes sociais, as influências do padrão de beleza e as adequações feitas para encaixar-se nele. Dessa forma, será possível obter mais informações dentro da temática proposta, viabilizando novos estudos, na busca da resolução da problematização levantada.

## REFERÊNCIAS

BASTIAN, Flávia Castelan; GOMES, Quele de Souza. Os padrões de beleza e seus efeitos sobre autoimagem, autoestima e imagem corporal. **UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA - UNISUL**, Florianópolis - SC, 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/16630#:~:text=Os%20padr%C3%B5es%20de%20beleza%20contempor%C3%A2neos,corpos%20em%20imagens%2C%20entre%20outros>. Acesso em: 9 set. 2022.

BRUNELLI, Priscila Barbosa; AMARAL, S. C. D. S.; SILVA, P. A. I. F. D. Autoestima alimentada por “likes”: uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. **Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro**, Campo dos Goytacazes - RJ, 2019. Disponível em: [http://www.filologia.org.br/xi\\_sinefil/completos/autoestima\\_PRISCILA.pdf](http://www.filologia.org.br/xi_sinefil/completos/autoestima_PRISCILA.pdf). Acesso em: 7 ago. 2022.

KELNER, Gilda. Transtornos alimentares: um enfoque psicanalítico. **Estud. psicanal.**, Belo Horizonte - MG, 2004. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-34372004000100005&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-34372004000100005&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 3 set. 2022.

LE BRETON, David. **A Sociologia do corpo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.

LIRA, A. G. *et. al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **SciELO Brasil: Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Rio de Janeiro - RJ, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/#:~:text=Os%20resultados%20sobre%20insatisfa%C3%A7%C3%A3o%20corporal,redes%20sociais%20por%20meninas%20adolescentes>. Acesso em: 7 ago. 2022.

RODRIGUES, Daniela da Silva De Souza; FERNANDES, Fernanda de Souza. A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares. **Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC**, Criciúma - SC, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/7153>. Acesso em: 7 ago. 2022.

SOUZA, Roberta Del Grande de; ASSIS, Fátima Regina Pires de. A autoestima de mulheres jovens e a relação mãe-filha: um estudo psicanalítico. **Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**, Perdizes - SP, 2021. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/26348>. Acesso em: 7 ago. 2022.

ZANELLO, Valeska; FIUZA, Gabriela; COSTA, Humberto Soares. Saúde mental e gênero: facetas gendradas do sofrimento psíquico. **Fractal, Rev. Psicol.**, Niterói - RJ, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/7ZzRG6HkzvbGYj35qZXNzyP>. Acesso em: 8 dez. 2022.

ZANELLO, Valeska. **Saúde Mental, Gênero e Dispositivos: Cultura e Processos de Subjetivação**. Brasil, Editora Appris, 2020.