

A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE FEMININA, SUAS IMPLICAÇÕES E EFEITOS NA PÓS-MODERNIDADE: UMA PERSPECTIVA DA TERAPIA COGNITIVO COMPORTAMENTAL¹

Lara Novato de Matos²

Tatiana da Silveira Madalena³

RESUMO:

A subjetividade é o modo de ser, pensar e se comportar em um determinado contexto, e é construída a partir das vivências desde a infância que desenvolvem sua forma de ser no mundo. Entretanto, existe uma diferença entre a construção da subjetividade feminina e masculina em vista que a sociedade impõe papéis distintos de acordo com o sexo. As mídias culturais são grandes fontes de construção de subjetividade e as mais difundidas atualmente são as redes sociais. O principal objetivo desse trabalho é analisar a influência das redes sociais na construção da subjetividade feminina levando em consideração a interferência nas crenças centrais. Foi realizado uma pesquisa bibliográfica por meio de livros e artigos na língua Portuguesa e Inglesa a partir das bases de dados: Scielo, Pepsi, Google Acadêmico e Lilacs com limite de data até janeiro de 2022. As palavras-chave para a pesquisa foram “subjetividade feminina”, “redes sociais”, “atualidade”, “terapia cognitivo-comportamental”, “crenças centrais” e “autoestima”. Pode-se perceber que as redes sociais interferem na construção de subjetividade feminina bem como na ativação das crenças centrais já instaladas. Com isso, é esperado criar uma reflexão crítica acerca do tema abordado.

Palavras-chave: Subjetividade feminina. Autoestima. Redes sociais. Crenças centrais. Terapia Cognitivo-Comportamental.

THE CONSTRUCTION OF FEMALE SUBJECTIVITY, ITS IMPLICATIONS AND EFFECTS IN POST-MODERNITY: A PERSPECTIVE FROM COGNITIVE BEHAVIORAL THERAPY.

ABSTRACT:

Subjectivity is a way of being, thinking and behaving in a certain context and it is built from experiences we have since our childhood that shape our way of being in the world. However, there is a difference between male and female construction of subjectivity as society often imposes distinct roles according to their gender. Cultural media is the great source of construction of subjectivity and the most popular one, nowadays, is social media. The main purpose of this work is to analyse the influence of social media

¹ Artigo de trabalho de conclusão de curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Academia, na Linha de Pesquisa Práticas Clínicas. Recebido em 22/05/2022 e aprovado, após reformulações, em 22/06/2022.

² Discente do curso de graduação em Psicologia do Centro Universitário Academia (UNIACADEMIA). E-mail: laramatos345@hotmail.com

³ Mestre em Psicologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e docente do Centro Universitário Academia (UNIACADEMIA). E-mail: tatianamadalena@uniacademia.edu.br

in the construction of female subjectivity taking in consideration the influence in central beliefs. A bibliographic research was conducted through books and articles in Portuguese and in English from the following database: Scielo, Pepsi, Google Academics and Lilacs before the deadline of January 2022. The keywords for this research are: “female subjectivity”; “social media”; “modernity”; “cognitive behavioural therapy”; “central beliefs” and “self esteem”. One notices that social media does interfere in the construction of female subjectivity as well as in the activation of the pre-established central beliefs. In this way, it is expected to create a critical reflection on this subject.

Keywords: Female subjectivity. Social media. Modernity. Cognitive Behavioural Therapy. Central beliefs. Self esteem.

1 INTRODUÇÃO

A construção da subjetividade pode ser conceituada como a forma que o indivíduo se porta no mundo, como pensa e se comporta, sendo influenciada por suas vivências e interações com a cultura (BORIS; CESÍDIO, 2007). Dessa forma, entende-se a cultura como vários caminhos que levaram ao desenvolvimento da humanidade, transpassada por diversos conflitos como de organização da vida social, de conceber a realidade e expressá-la. Na história, é registrado as transformações culturais que podem ocorrer por meio de forças internas, por consequência desses conflitos ou em sua maioria por conta desses dois fatores. Ao abordar sobre a cultura precisa-se sempre levar em pauta a humanidade como um todo, seus agrupamentos e características (SANTOS, 2006).

A partir disso, segundo Dalgarrondo (2008), o sujeito tem suas características básicas para se compreender como todo, que são seu funcionamento biológico, experiências interpessoais, seu contexto e cultura. O gênero, de acordo com a perspectiva social, é uma invenção humana, ou seja, um reflexo da cultura que distribui seus papéis desempenhados na sociedade entre mulheres e homens que consequentemente tem espaços distintos socialmente (NATT; CARRIERI, 2016).

O patriarcado está inserido na cultura e faz parte da maioria das sociedades do mundo. O conceito de patriarcado consiste na divisão de papéis em que os homens ficam responsáveis pela questão alimentar, protegendo a família e exercendo todas as funções fora de casa. Enquanto as mulheres ficam destinadas a organização da casa e educação dos filhos (DEL PRIORI, 2020).

Dessa maneira, os europeus difundiram suas crenças e princípios ao colonizar outros territórios. Isso fez com que as culturas já existentes fossem esquecidas e vistas de forma preconceituosa (DIAS; CANAVEZ; MATOS, 2018). Quando os portugueses chegaram ao Brasil, as mulheres indígenas tinham tarefas tão importantes quanto as dos homens como a agricultura, preparo dos alimentos e fabricação de utensílios. O patriarcado foi instalado a partir da relação entre índios e portugueses, principalmente com as índias por não haver muitas mulheres portuguesas no início da colonização (DEL PRIORI, 2020).

No século XX, começaram a ter inúmeras mudanças na cultura e costumes, que interferiram na forma como o sujeito se comporta no mundo por conta da revolução tecnológica, que mudou a maneira de se locomover e de se comunicar (DIAS; CANAVEZ; MATOS, 2018). Com isso, as mulheres passaram também a ter mais espaço começando a trabalhar nas fábricas que gerou uma certa liberdade, porém, a insalubridade no trabalho era grande. Por conta disso, surgiram diversos movimentos trabalhistas e feministas para a emancipação dessas mulheres (DEL PRIORI, 2020). Com o feminismo ganhando força assim como a inserção da mulher no mercado de trabalho, vários espaços começaram a se abrir para o público feminino. Entretanto, a mulher passou a ter uma dupla jornada de trabalho tendo que exercer o papel de profissional e responsável pelo cuidado da família que gerou uma sobrecarga de tarefas (COSTA; MELO, 1999). As mulheres começaram a ter uma nova forma de subjetividade feminina com mais independência. Isso foi um grande avanço para a sociedade, contudo a mídia se aproveitou dessa valorização sujeitando as mulheres a imposição da mídia e interesses capitalistas (ANDRADE; BOSI, 2003).

Os fatores que interferem na subjetividade humana são de diversos meios como cultura, sociedade, linguagem, hábitos, costumes e valores e uma das formas de chegar até o público são por meio dos veículos de comunicação. Sendo assim, atualmente, as mídias são as revistas, televisões e as redes sociais, que são os mais difundidos principalmente entre os jovens (BORIS; CESÍDIO, 2007).

As mulheres sofrem com a imposição do seguimento de características femininas, o que acarreta em padrões mais desadaptativos (RIBAS, 2016). Em vista disso, a Terapia Cognitivo-Comportamental tem o conceito base de que as emoções, os comportamentos e a fisiologia são influenciadas de acordo com que a pessoa

interpreta das situações a partir de suas vivências. Desde a infância é desenvolvido ideias sobre si mesmo, os outros e o mundo, por conseguinte, as crenças centrais são fundamentos duradouros dessa percepção como verdades absolutas, sendo rígidas e generalizadas. Essas crenças centrais são ativadas em momentos de sofrimento, ou pode ocorrer na maior parte do tempo (BECK,2013).

As crenças centrais podem ser conceituadas em três categorias: desamor, desvalor e desamparo. A crença de desamor o indivíduo acredita não ser possível ser amado, desejado e assim não conseguir ter relacionamentos. Na crença de desvalor existe o sentimento de ser insignificante, sem valor configurando como uma pessoa ruim. Já na crença de desamparo se acredita ser frágil e incompetente. É possível que se tenha apenas uma ou ainda as três crenças centrais sendo interpretada de forma negativa tornando as crenças ainda mais forte (BECK,2013).

A partir das considerações feitas anteriormente, esse trabalho tem como objetivo analisar a influência das redes sociais na construção da subjetividade feminina levando em consideração a interferência nas crenças centrais. Os objetivos específicos buscaram apresentar historicamente a construção da subjetividade feminina, a construção da subjetividade feminina na perspectiva da Terapia Cognitivo-Comportamental e estudar a interferências das crenças centrais na construção da subjetividade.

Para que isso fosse possível, a metodologia foi realizado a partir de uma pesquisa bibliográfica por meio de livros e artigos na língua Portuguesa e Inglesa nas bases de dados: Scielo, Pepsí, Google Acadêmico e Lilacs com limite de data até janeiro de 2022. As palavras-chave para a pesquisa foram “subjetividade feminina”, “redes sociais”, “atualidade”, “terapia cognitivo-comportamental”, “crenças centrais” e “autoestima”. Alguns artigos e livros foram admitidos a partir da leitura das referências.

2 A CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DA SUBJETIVIDADE FEMININA

A cultura, segundo Ferreira (1986 apud BORIS; CESÍDIO, 2007), é característico de cada sociedade e vai mudando a cada período histórico sendo determinado a partir dos padrões comportamentais de crenças e valores, ou seja, como o indivíduo se comporta e se expressa no mundo. Entretanto, nem todo

comportamento em si é considerado cultura, para que um comportamento se torne cultura é preciso ser difundido na sociedade durante um longo período.

A subjetividade é o modo de ser, pensar e agir no mundo que é formada da interação do indivíduo com a sociedade, cultura, modos de linguagem, hábitos e costumes sendo modeladas a partir dos comportamentos e valores que o sujeito apresenta. O modelo tanto de subjetividade quanto de corpo é construído com base em um período histórico e cultural que aprendemos nos meios familiares, escolares e de comunicação (BORIS; CESÍDIO, 2007).

Com base nisso, a subjetividade é construída com as vivências que ocorrem na infância e desenvolvem sua forma de ser no mundo, porém existe uma diferença entre a construção da subjetividade feminina e masculina (CASTRO; MELO, 2020). De acordo com Nogueira (2001), na perspectiva de questões sociais, gênero é uma construção social, ou seja, foi inventado pelo ser humano impondo padrões de feminilidade e masculinidade desde a infância até a fase adulta. A aprendizagem de gênero é explicado por Bandura e Hudson (1961) que ocorre por meio da imitação e observação de pessoas próximas desenvolvendo a identificação com o gênero, e conseqüentemente reproduzindo os comportamentos adequadamente ao gênero, o sujeito é reforçado e é punido se os comportamentos não forem condizentes socialmente ao gênero.

Desse modo, Novelino (1998) aponta que o gênero feminino é composto por várias características como a maternidade, domesticidade, o ideal de amor romântico que gera dependência da mulher, a fragilidade, recato e meiguice. Isto posto, Simone de Beauvoir (1970) diz que a passividade sempre foi destinada a mulher enquanto o homem é o ser ativo que possui instrumentos, leis e oportunidades que as mulheres não tem acesso e conseqüentemente não são desenvolvidas. Por isso, essas características da feminilidade de fragilidade, recato e pureza vem da passividade que é imposta (BEAUVOIR, 1970).

De acordo com as ideias de Boris e Cesídio (2007), a construção da subjetividade feminina foi se transformando ao longo dos períodos históricos. Isso se dá por conta desse processo de construção do psiquismo depender da cultura, hábitos e costumes para ser formada, sendo assim, em cada momento histórico essas atribuições eram estabelecidas de maneiras distintas conseqüentemente interferindo

também de modos diversos na construção da subjetividade da mulher (BORIS; CESÍDIO, 2007). Por isso, é importante traçar uma linha do tempo desde a vinda dos portugueses ao Brasil até os dias atuais para entender melhor como ocorre todo o processo da construção de subjetividade feminina.

A partir disso, com a vinda dos portugueses ao Brasil tem-se os primeiros registros acerca da sociedade indígena. Nessa sociedade, as mulheres eram ativas e participantes de uma vida comunitária ocupando espaços públicos. Por mais que a divisão de trabalho fosse por idade e sexo, a mulher indígena não se restringia apenas a atuação familiar fechadas em casa como as mulheres europeias. As índias além de serem responsáveis por cuidar do lar e dos filhos também eram encarregadas da agricultura, do preparo de alimentos e aos 40 anos assumiam o preparo de rituais importantes para a tribo. Além disso, dependendo da tribo, as mulheres indígenas tinham a liberdade de escolherem seus parceiros ou até mesmo escolherem não se casar, se tornar uma guerreira e ter como escolha uma companheira (GANDAVO,2008; REZZUTTI,2018).

Outrossim, Rezzutti (2018) afirma que as diversas histórias que indicariam a existência de uma determinada sociedade dominada por mulheres indígenas ser um mito pode realmente ter existido. As mulheres compostas nessa comunidade eram denominadas amazonas e “[...] usavam o sexo com os homens somente para procriação de outras mulheres. Segundo alguns dos relatos sobre as amazonas brasileiras, elas ou matavam os bebês masculinos, ou entregavam para outras tribos ou para o pai criarem” (REZZUTTI, 2018, p. 19).

Após a chegada dos portugueses ao Brasil, a população indígena que conviveu com a população europeia foi dividida, os índios interagiam com os marinheiros enquanto as índias interagiam com as prostitutas por conta de sua nudez. A nudez das índias era relacionado com o sexo fácil então as prostitutas seriam as mais adequadas companhias para elas. Os índios utilizavam da mesma nudez que as mulheres índias, porém apenas as mulheres eram colocadas nesse papel. Isso mostra a diferença do homem “público” para a mulher “pública”, a mulher naquela época já tinha uma maior limitação nos espaços públicos apenas por ser mulher, dessa forma, uma mulher nua ou seminua publicamente só poderia ser vista como prostituta (REZZUTTI,2018).

Essa segregação entre homens e mulheres não ocorreu apenas na limitação aos espaços públicos. Na carta de Caminha em sua visita, de acordo com Rezzutti (2018), as índias quase não foram retratadas e quando foram abordadas foi de uma forma grupal e não como indivíduo, além de serem relacionadas a nudez e preferencialmente das índias jovens enquanto as idosas eram relacionadas ao grupo genérico de mulheres. As mulheres indígenas que se destacaram foram basicamente as que eram filhas de alguém e passaram a ser esposas de alguém, além das que romperam com a tradição indígena para viver na civilização europeia. É possível perceber que o sistema patriarcal foi inserido no Brasil a partir da vinda dos portugueses e a invisibilidade feminina durante toda história é efeito de todo esse processo (REZZUTTI,2018).

De acordo com que o Brasil foi se povoando, essa visão a respeito das mulheres perdurou por um longo período. Primeiro, com as índias que já estavam aqui como relatado anteriormente, depois vieram as mulheres brancas e por fim as mulheres negras. As brancas vieram seguindo seus maridos ou para se casarem, uma vez que em sua maioria eram as escolhidas para casar por serem consideradas castas. A vida delas eram restringida à família, cuidados domésticos e procriação dos filhos. Isso poderia ser diferente caso lutassem pelos seus bens e propriedades ou por vezes assumindo o legado do marido (D'AVILA NETO,1980; REZZUTTI,2018).

Enquanto isso, as negras vieram obrigadas para serem escravizadas consequentemente sofreram diversas perdas como sua individualidade, cultura, família, bens e o principal sua liberdade. Essas mulheres sempre tiveram um histórico de protagonismo em seu país por estarem acostumadas a defender seus territórios, a sua gente e a si mesmas. Ao chegarem aqui estavam destinadas a serem escravizadas e não apenas com trabalhos servis, também eram obrigadas a se prostituírem por seus senhores. Nesse sentido, a construção da subjetividade feminina era designada pelos homens determinando quais papéis a mulher deveria seguir (MOURA,2004; REZZUTTI,2018).

Ademais, as mulheres não eram restritas apenas em determinadas tarefas e espaços públicos, mas também em relação a educação. O máximo que uma mulher poderia ter era educação religiosa, e aprender a ler e escrever. Na época, existia um dito popular que segundo Rezzutti (2018) era “menina que sabe muito é mulher

atrapalhada. Para ser mãe de família, saiba pouco ou saiba nada” (2018, p. 46). Essa limitação da educação ao público feminino perdurou por alguns períodos na história e com o passar do tempo foi sofrendo mudanças. Com o surgimento das Escolas Normais, teve a possibilidade das mulheres trabalharem lecionando para terem uma forma de sustento, principalmente as solteiras. Essa profissão foi aceitável na sociedade como feminina em vista que uma mulher cuidando de crianças é uma extensão das funções maternas, portanto, a mulher não estaria saindo da sua zona de limitação (REZZUTTI,2018).

A partir disso, o sistema patriarcal entrou em declínio e deu início a era da industrialização em que a mulher começou a ter acesso ao mercado de trabalho. Nesse momento, o feminismo ganhou força incentivando as mulheres a entenderem a sujeição em que se encontravam e na discrepância dos direitos entre homens e mulheres. Com a inserção da mulher no mercado de trabalho várias outras limitações foram superadas nessas questões, passou a ter cargos que antes eram considerados masculinos, desenvolvimento de pesquisas, maior reconhecimento intelectual, conseqüentemente contribuição nos gastos financeiros e até mesmo exercendo o papel de chefe de família. Com isso, a mulher passou a ter uma dupla jornada, em que a mesma continuava cuidando da família e do trabalho doméstico, e agora ainda tinha a vida profissional gerando uma grande sobrecarga de tarefas (COSTA; MELLO, 1999).

Isso posto ocorreu em parte por consequência da influência das mulheres europeias e norte-americanas que com a Primeira Guerra Mundial se tornaram mais independentes e protagonistas de sua própria vida. As mulheres brasileiras não tiveram a mesma experiência, entretanto em decorrência do cinema e das personagens femininas sendo retratadas trabalhando, dirigindo seu próprio carro, fumando em público, se maquiando e valorizando o próprio corpo fez com que as brasileiras buscassem por esse estilo de vida. Essa nova forma de subjetividade feminina foi um grande avanço na sociedade a partir do século XX, porém a mídia se aproveitou dessa valorização banalizando o corpo da mulher expondo em propagandas, revistas, jornais e programas de TV. Tanto os modelos de subjetividade quanto de corpo mudaram ao longo dos períodos históricos, enquanto no sistema patriarcal tinha a exaltação da mulher virgem solteira e casada dependente do esposo,

no século XX, se tinha uma mulher estável financeiramente e profissionalmente, mas que estava sujeito à imposição da mídia. O corpo feminino passou a servir aos interesses capitalistas dando lucro e mão de obra a partir dele (ANDRADE; BOSI, 2003; REZZUTTI, 2018).

3 A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE FEMININA, REDES SOCIAIS E AUTOESTIMA

As grandes mídias culturais tem como foco exigir uma busca pela satisfação das necessidades que em sua maioria são essas que a constroem. A necessidade muitas vezes é voltada para a Indústria do Cultural que é fomentada pelo consumo. Nesse sentido, a Indústria Cultural proporciona a criação da estilização de produtos que no primeiro momento parecem ser diferenciados, todavia depois se revelam ser mais do mesmo. Isso mostra que a Indústria Cultural é resultado do capitalismo e depende da existência de mecanismos que sustente seu domínio. Uma das mídias mais atuais acerca dessa relação são as redes sociais que funciona como uma vitrine mostrando um falso bem estar virtual (ADORNO, 2002; BRUNELLI; AMARAL; SILVA, 2019).

Essas mídias como televisão, revista e principalmente as redes sociais são, atualmente, uma das principais fontes da construção da subjetividade, visto que impõe padrões estéticos e morais que influenciam no sujeito e conseqüentemente interferindo na subjetividade. A influência ocorre com a publicidade utilizando a subjetividade e desejos do consumidor para criar identificação com o produto e ao adquiri-lo ter a crença de que se transformou em uma nova forma de existir. Por consequência, a mídia se apropria influenciando o modo como o sujeito se coloca e se relaciona no mundo (BORIS; CESÍDIO, 2007).

A influência maçante da mídia nas redes sociais relatada anteriormente é evidenciada a partir de dados estatísticos presentes em um relatório feito pelo DataReportal (2022). Nos dados, em janeiro de 2022, no Brasil tinha 171,5 milhões de usuários de mídia social equivalente a 79,9% da população total, entre elas, as duas maiores redes sociais em número de usuários foram o Facebook e Instagram. O Facebook havia 116,0 milhões de usuários equivalente a 65,5% do público elegível que são usuários maiores de 13 anos, uma vez que a plataforma restringe seu uso

para pessoas com idades inferiores a 13 anos. O Instagram apresentou 119,5 milhões de usuários correspondendo a 67,4% do público elegível, também referente a pessoas com 13 anos ou mais. Em relação a porcentagem de usuários divididos por sexo, no Facebook 53,6% correspondeu ao público feminino enquanto 46,4% ao público masculino. Já no Instagram 58,7% se refere a usuários do sexo feminino e 41,3% do sexo masculino. Além de se ter uma média diária de 3 horas e 41 minutos utilizando as redes sociais.

TABELA 1- Dados Redes Sociais

Redes Sociais	Número total de usuários em milhões	Porcentagem público elegível	Porcentagem usuárias sexo feminino	Porcentagem usuários sexo masculino
Facebook	116,0	65,5%	53,6%	46,4%
Instagram	119,5	67,4%	58,7%	41,3%

Fonte: DataReportal

Em vista disso, os sujeitos da era digital acabam se relacionando e fazendo tudo através da internet, isso faz com tenham dificuldade de identificarem e separarem a vida online da offline transformando as duas em uma só. Desse modo, Foucault (1987) aborda sobre o poder disciplinar que utiliza dispositivos como forma de produzir comportamentos, e as redes sociais como ferramenta de construção da subjetividade pode ser caracterizada como poder disciplinar. O poder disciplinar não vem apenas do Estado, pode vim de “micropoderes” na sociedade e por isso não existe uma estrutura que não tenha relações de poder. Esse mecanismo é usado para controlar o sujeito até que os comportamentos impostos se torne algo imperceptível (SCRIMIM, 2019).

Isso é notório a partir dos algoritmos, que é uma inteligência artificial que organiza os conteúdos das redes sociais com base nos seus interesses evitando os que são conflituosos. É feito essa divisão de uma forma sutil para se conseguir informações, sendo bem mais vantajoso para a própria ferramenta. Além de que as redes sociais fazem disso uma forma prazerosa ao ponto de não ser notado e mesmo

no *offline* os padrões de comportamento continuam os mesmos do *online* (SCRIMIM, 2019).

Dessarte, no Brasil, os dados presentes no relatório do DataReportal (2022), a maioria das pessoas que utilizam as redes sociais são os adolescentes de 13 a 17 anos e jovens de 18 a 34 anos que correspondem a 55,7% da população que faz uso da ferramenta, e em todas as idades o número de usuárias do sexo feminino prevalece sendo o maior. De acordo com o Art.2º da Lei Nº 8.069, de 13 de Julho de 1990 que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente é considerado adolescente aquele entre 12 a 18 anos de idade. Com isso, segundo Papalia e Feldman (2013), a adolescência é conhecida como a fase do desenvolvimento humano que mais se ocorre mudanças físicas, cognitivas, emocionais e sociais, compreendendo esse período entre 11 a 20 anos. A busca pela identidade se inicia na adolescência e faz parte de um processo saudável para que se consiga lidar com as próximas etapas do desenvolvimento. Por mais que seja na adolescência o foco da construção e crise de identidade, essas questões podem permear durante toda a vida adulta (ERIKSON, 1998). Posto isso, faz parte do processo de construção da individualidade a busca por seus semelhantes que são pessoas que compartilham das mesmas crenças, valores e estilos de vida, sendo assim, elegendo pessoas com modelos de comportamentos com que se identificam. Esse processo ocorre principalmente durante a adolescência em que o indivíduo introjeta o que considera relevante de acordo com suas preferências para se chegar a vida adulta com seus próprios valores. A adolescência é a faixa etária que o sujeito apresenta maiores modificações físicas, emocionais e cognitivas que constituem e interferem em sua autoestima (NERI, FREIRE, 2000; ORTH, TRZESNIEWSKI, ROBINS, 2010).

Os dados estatísticos mostram que a maior parte dos usuários das redes sociais são do público feminino. Dessa forma, a mídia tem como principal público as mulheres sendo essas as maiores vítimas desse processo. Conseqüentemente, a mulher acaba sempre se adaptando ao mercado capitalista mudando seus hábitos, valores e crenças, chegando em um dado momento em que ela não sabe mais quais são suas reais individualidades e quais são em decorrência dessa influência maçante da mídia. Isto posto, Freire (1979) aborda sobre o opressor-oprimido em que os oprimidos são as mulheres que aderem as características do opressor que é a mídia,

ou seja, o público feminino consome produtos e conteúdo para almejam uma forma de ser no mundo que é imposta pela mídia (BORIS; CESÍDIO,2007).

Ademais, as redes sociais têm a função de promoção de si mesmo para ter uma aprovação e aceitação do outro (MELO; SACCHQ; REIS, 2019). Conforme Barroso (2006), isso mostra como a valorização da estética está sendo demandada na contemporaneidade em que o olhar do outro é de grande importância na construção da subjetividade. O uso de imagens nas redes sociais é indispensável e em sua maioria essas imagens não condizem com o real, demonstrando apenas anseios e desejos da população que se alteram constantemente.

Essas questões se relacionam com o conceito de autoestima que para Willian James (1890), que foi um dos primeiros a realizar estudos acerca da autoestima, a autoestima é como o indivíduo se avalia em relação ao corpo, habilidades sociais, família e bens. Quando algum desses tópicos são diminuídos, o indivíduo irá se sentir, conseqüentemente de forma diminuída. Dessa forma, Sbicigo, Bandeira e Dell'aglio (2010) fundamentam que a autoestima se relaciona com diversos fatores que é atribuído ao que o sujeito sente e pensa a respeito de si próprio analisando como positivo ou negativo. Portanto, a autoestima é formada a partir do componente cognitivo que são os pensamentos acerca de si mesmo e o afetivo que corresponde a avaliação positiva ou negativa em relação ao indivíduo (ROSENBERG, M.; SCHOOLER; SHOENBACH; ROSENBERG, F., 1995).

O autoconceito é a percepção que o indivíduo tem das suas diversas faces de imagem, ou seja, como se julga a partir da forma que se apresenta no mundo. Isso está relacionado com a autoestima que é a forma de medir o autoconceito como uma avaliação pessoal (VAZ-SERRA, 1986). Diferentemente, o self é uma estrutura mais abrangente que define o sujeito como um todo que filtra as informações recebidas e permite estabelecer prioridades de acordo com seu sexo e idade, isso posto, todos esses conceitos estão ligados ao self (CAVALETT-MENGARELLI, 2008; NERI,2011).

A partir disso, Neri (2011) afirma que as mulheres são mais passíveis de um autoconceito baixo por conta do desgaste físico e emocional que é maior que nos homens, tendo mais tarefas destinadas a esse público que em sua maioria além de fazer exercício do seu trabalho precisa realizar tarefas domésticas. Isso pode se agravar quando a vida é limitada a família, e com a saída dos filhos de casa ou com a

viuvez podendo gerar um sentimento de solidão interferindo negativamente em seu autoconceito. Além disso, em razão da gravidez e da menopausa, o público feminino envelhece mais rapidamente contribuindo para que não se sinta atraente.

A autoimagem tem relação direta com a autoestima e o self, sendo conceituada como uma forma em que o indivíduo se enxerga a partir das informações fornecidas em relação ao comportamento e produção cognitiva que interferem em sua aparência física. Com isso, a autoimagem tem o papel de manutenção e regulação do self permitindo que as pessoas consigam avaliar seu desempenho de papéis na vida (ERTHAL, 1989; PINQUART, SORENSEN, 2001). Nessa mesma perspectiva, a imagem corporal é construída a partir das relações na sociedade e assim o indivíduo tem uma visão de como é no mundo tendo sentimentos e pensamentos vindo da relação com o corpo. Já a insatisfação corporal vem de como o corpo realmente é e como o sujeito percebe o seu próprio corpo, isso vem da internalização dos padrões de beleza. Sendo assim, as redes sociais estão contribuindo para uma maior internalização desses padrões de beleza resultando em uma grande insatisfação com o corpo em vista dos estilos de vida inalcançáveis que são presentes nessas redes sociais (LIRA; GANEN; LODI; ALVARENGA, 2017).

As redes sociais ao impor um padrão de beleza e de estilo de vida gera nos usuários o desejo de se enquadrar nesse padrão. Isso é refletido numa boa apresentação das fotografias, estilos de maquiagem, aplicativos emagrecedores e de retoque, além dos *likes* que produz uma sensação de pertencimento e aceitação. Entretanto, esse processo ocorre no âmbito virtual e ao se contrapor com a realidade causa conflitos no campo da psique e tem efeito inverso na autoestima (BRUNELLI; AMARAL; SILVA, 2019).

Como abordado anteriormente, para James (1890), a autoestima está na dimensão das relações sociais. Dentro dessa dimensão estão os desejos não realizados, respostas negativas socialmente, padrões não alcançados e até mesmo *likes* que não foram obtidos. Conseqüentemente, essas questões podem interferir negativamente em sua autoestima (BRUNELLI; AMARAL; SILVA, 2019).

O significado dos *likes* tem relação em como o outro vê o indivíduo e como esse indivíduo realmente é. A partir da aprovação de como o outro vê o sujeito, o *like* é obtido determinando a sua relevância nas mídias sociais. O *like* tem a finalidade de

moeda que determina como será o desempenho no aplicativo. Com isso, os *likes* representam uma aceitação, perspectiva de acerto e julgamento público positivo. Enquanto, a falta de *likes* representa rejeição, negação e julgamento negativo podendo contribuir para uma autocondenação e em casos mais sérios um adoecimento psíquico (BRUNELLI; AMARAL; SILVA, 2019).

Por isso, Ribas (2016) afirma que existe uma certa pressão em cima do público feminino a respeito do seguimento das características da feminilidade e padrões comportamentais. Isso faz com que as mulheres sejam mais afetadas em relação a padrões desadaptativos.

4 A PERSPECTIVA DA TERAPIA COGNITIVO-COMPORTAMENTAL NA CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE

A Terapia Cognitivo-Comportamental, segundo Beck (2013) tem como principal fundamento que as emoções, comportamentos e fisiologia ocorrem de acordo com a forma que o próprio indivíduo percebe determinada situação, ou seja, não é a situação em si que define a resposta emocional e sim a maneira como o sujeito percebe a realidade. Isso explica o modelo cognitivo em que a interpretação do contexto é expresso em pensamentos automáticos influenciando as emoções, comportamentos e fisiologia. Essas interpretações são conceituadas a partir de três categorias de processo cognitivos: pensamentos automáticos, crenças intermediárias e crenças centras (BECK, 2013).

Os pensamentos automáticos “são um fluxo de pensamentos que coexistem com um fluxo de pensamentos mais manifesto” (BECK, 1964 apud BECK, 2013, p. 159). Sendo assim, os pensamentos automáticos são comuns a todos, em sua maior parte não se tem consciência da manifestação deles e são tidos como verdades absolutas. Esses pensamentos são originados das crenças centrais. Já as crenças intermediárias que também são originadas das crenças centrais, são regras, pressuposto e atitudes em relação a uma situação. Ao contrário das crenças centrais, as crenças intermediárias são maleáveis sendo mais fáceis de passarem pelo processo de mudança (BECK,2013).

As crenças centrais são constituídas na infância com base nas vivências que o indivíduo tem com a sociedade, família e escola. As crenças centrais ou crenças nucleares são duradouras e percorrem toda a vida do ser humano, isso quer dizer que a forma como se enxerga as situações são pelas lentes que as crenças criam. Dessa forma, as crenças centrais são ativadas em momentos de sofrimento psíquico ou em alguns casos frequentemente (BECK,2013).

Dessarte, as crenças centrais são categorizadas em desamor, desvalor e desamparo. A crença de desamor é quando se acredita que não é possível ser amado, se sente indesejável tendo pensamentos como “eu sou incapaz de ser amado”, “eu não sou querido” e “eu não sou bom o suficiente, então não vou ser amado pelos outros”. Já a crença de desvalor, se acredita ser uma pessoa ruim e sem valor tendo pensamentos como “eu não tenho valor”, “eu sou inútil” e “eu sou ruim”. A crença de desamparo a pessoa acredita que não consegue realizar determinadas coisas com pensamentos de “eu sou incompetente”, “eu sou vulnerável” e “eu sou um necessitado” (BECK,2013).

Além disso, não são apenas as crenças centrais que moldam o jeito do indivíduo, a cultura, a interação com o mundo e a predisposição genética são importantes para ser formado os esquemas cognitivos do indivíduo. De acordo com Dias, Canavez e Matos (2018, p. 19), “os esquemas cognitivos são uma estrutura de processamento de informações que organiza estímulos e percepções de um indivíduo, a cerca de uma situação.” Esses esquemas podem se tornar desadaptativos podendo desenvolver pensamentos automáticos negativos (Beck, 2013; DIAS, CANAVEZ, MATOS, 2018). Como os esquemas adaptativos são produzidos a partir de contextos de vida, histórico familiar e pessoal, com esses estímulos as crenças centrais são ativadas a partir de sua percepção contaminadas por essas informações (SOUZA, CÂNDIDO, 2010; BECK, 2013).

As mulheres se sentem fragilizadas e vulneráveis em vista do padrão imposto pela sociedade, por isso, essa ideia acaba sendo internalizada. Isso é devido ao indivíduo ser colocado em determinadas situações e assim ocorrer o desencadeamento de seu esquema que faz com que essas ideias confirmem sua crença. Nesse sentido, a mídia é responsável por formar opiniões sociais de grande relevância acerca de padrões de comportamento, de expressão e conceitos sobre

normalidade e anormalidade. Em vista disso, pode-se considerar a mídia como desencadeadora de crenças que foram instaladas ou estão em formação (BECK,2013; CASTRO, MELO,2020).

5 DISCUSSÃO

O principal fundamento da Terapia Cognitivo- Comportamental é a forma como o sujeito entende a realidade e enxerga as informações que interferem no seu comportamento e na forma de sentir (KNAPP, BECK, 2008). De acordo com Serra (2006), desde a infância, o indivíduo se depara com experiências que são relevantes que desenvolvem esquemas. Nesses esquemas se encontra as crenças centrais e intermediárias que são ativadas dependendo da situação em que o sujeito se encontra (SERRA,2006).

É possível perceber que a construção das crenças tanto disfuncionais quanto funcionais depende do contexto em que o indivíduo está inserido e suas percepções dos fatos. Desse modo, as regras impostas pela sociedade, que geram pressupostos acerca da vulnerabilidade feminina fazendo com que acreditem ter a necessidade de serem aceitas socialmente, amadas e capazes de realizar feitos (LEAHY,2006; CASTRO; MELO,2020). Segundo Beck (2013), isso ocorre ao longo da vida através de mensagens implícitas e explícitas na interação com o mundo de ideais que já são enraizadas e vão sendo reforçadas. Para Leahy (2006), isso é explicado a partir de informações coletadas pelo indivíduo em relação a esses pressupostos, que podem reforçar crenças disfuncionais a respeito de si.

As mídias como televisão, revistas e redes sociais são uma das principais fontes da construção de subjetividade do indivíduo e isso é evidenciado a partir de resultados que mostram que a faixa etária que mais utiliza redes sociais são de 13 a 17 anos e 18 a 34 anos tornando esse período ainda mais vulnerável e afetando a autoestima (BORIS, CESÍDIO, 2007; DATAREPORTAL,2022). Segundo Carbonari (2017 apud BRUNELLI; AMARAL; SILVA, 2019), o Instagram é um dos maiores provedores desse impacto negativo na subjetividade, na autoimagem e baixa autoestima devido ao compartilhamento de fotos. Além disso, em relação ao público feminino seu efeito é mais devastador, fazendo com que se sintam infelizes com seus

corpos e até mesmo pensam em mudar a própria aparência com procedimentos estéticos e cirúrgicos (CARBONARI, 2017 apud BRUNELLI; AMARAL; SILVA, 2019).

As mulheres são as mais afetadas por esse contexto em vista do papel social em que se é colocada. Esse papel tem diversas cobranças por serem considerados papéis importantes como ser mãe associada as competições impostas por uma sociedade machista, cuidar dos afazeres domésticos além de ter uma boa carreira profissional no mercado de trabalho. Sendo assim, são muitas responsabilidades atribuídas a uma pessoa que são cobradas independentes de seu estado de saúde. (COX; LE BOEUF, 1977)

Em vista disso, foi encontrado na literatura poucas pesquisas que abordam a construção da subjetividade feminina, os impactos com as redes sociais e a relação com a Terapia Cognitivo-Comportamental. Por ser um tema atual, não foi possível ter várias perspectivas dos impactos das redes sociais nas crenças centrais femininas. Por isso, propõe-se a realização de pesquisas futuras para se obter mais informações acerca desse assunto e ter uma maior investigação de como é o impacto das crenças centrais no público feminino bem como sua manutenção e influência no comportamento e sentimento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das informações apresentadas, pode-se concluir que as redes sociais interferem na construção de subjetividade feminina bem como na ativação das crenças centrais. Isso se deve aos papéis sociais que são impostos as mulheres como a maternidade, características de feminilidade, corpo padrão, além de uma boa carreira profissional. Percebe-se que os padrões impostos no público feminino juntamente com o sistema patriarcal que perdura na sociedade, causa sobrecarga nas mulheres.

Dessarte, as redes sociais está sendo utilizada como uma forma de aprovação na sociedade. Quando se recebe *likes* significa um bom desempenho, se não recebe *likes* significa rejeição e negação. Essa associação faz com que as mulheres desenvolvam uma diminuição na autoestima, autoconceito e autoimagem. Podendo ser gatilhos para a ativação das crenças centrais já instaladas, que fazem com que se

tenha uma visão distorcida do contexto e das emoções conseqüentemente tendo comportamentos disfuncionais.

Com o entendimento acerca do processo histórico da construção de subjetividade feminina, suas implicações e efeitos, a influência das redes sociais nessa subjetividade e as contribuições da Terapia Cognitivo-Comportamental nesse processo, espera-se formar uma reflexão crítica sobre o tema abordado.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Disponível em: <
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179826/mod_resource/content/1/IND%C3%9ASTRIA%20CULTURAL%20E%20SOCIEDADE.pdf> Acesso em: 11 maio. 2022.

ANDRADE, Â; BOSI, M. L. M. Mídia e subjetividade: Impacto no comportamento alimentar feminino. **Revista de Nutrição**, v.16, n.1, p. 117-125, 2003 Disponível em: <
<https://www.scielo.br/j/rn/a/DwyJjBYbgKGMzGKTt6S3GjR/?lang=pt#>> Acesso em: 03 maio. 2022.

BANDURA; HUDSON. Identification as a process of incidental learning. **Journal of Abnormal and Social Psychology**. [S.l.]: SUBIS, vol. 63, no. 12, p. 311-318, 1961. Disponível em: <
<http://www.uky.edu/~eushe2/BanduraPubs/Bandura1961JASP.pdf>> Acesso em: 04 maio. 2022

BARROSO, S. F. O uso da imagem pela mídia e sua repercussão na subjetividade contemporânea. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 12, n. 19, p.92-99, 2006. Disponível em: <
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v12n19/v12n19a11.pdf>> Acesso em: 10 maio. 2022.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.

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

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; CESÍDIO, Mirella de Holanda. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade**. Fortaleza, v.7, n.2, p.451-478, 2007 Disponível em: <
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27170212>> Acesso em: 03 maio. 2022.

BRASIL. Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília, 1990. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm> Acesso em: 11 maio. 2022.

BRUNELLI, Priscila Barbosa; AMARAL, Shirlena Campos de Souza; SILVA, Pauline Aparecida Ildefonso Ferreira da. Autoestima alimentada por “likes”: uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. **Revista Philologus**. Rio de Janeiro, v.25, n.53, p.226-236, 2019. Disponível em <<http://www.filologia.org.br/rph/ANO25/73supl/19.pdf>>. Acesso em: 11 maio. 2022.

CASTRO; MELO. **Um estudo sobre crenças**: as personagens de animação infantil e a composição do estereótipo feminino. Ponta Grossa: Atena, 2020. Disponível em: <<http://educapes.capes.gov.br/handle/capes/582183>>. Acesso em: 15 maio. 2022.

CAVALLET-MENGARELLI, Ana Paula Raittz. **Interações entre autoconceito e personalidade de marca nas representações de consumo de adolescentes**. 2008. Dissertação (Mestrado em Administração) -Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/16855>. Acesso em: 15 maio. 2022.

COSTA, A; MELLO, I. **História do Brasil**. São Paulo: Scipione, 1999.

COX, C. R.; LE BOEUF, B. J. Female incitation of male competition: a mechanism in sexual selection. **American Naturalist**, vol.111, no. 978, Santa Cruz, p. 317-335, 1977. Disponível em: <<http://mirounga.ucsc.edu/leboeuf/pdfs/cox.1977.pdf> >. Acesso em: 15 maio. 2022.

DALGALARRONDO, Paulo. **Psicopatologia e semiologia dos transtornos mentais**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

DATAREPORTAL. **DIGITAL 2022: BRAZIL**. [S. l. : s. n.], 2022. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil> > Acesso em: 11 maio. 2022.

D'ÁVILA NETO; M. I. **O autoritarismo e a mulher**: O jogo da dominação macho-fêmea no Brasil. Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.

DEL PRIORI, Mary. **Sobreviventes e guerreiras**: uma breve história das mulheres no Brasil de 1500 a 2000. São Paulo: Planeta, 2020.

DIAS, S.; CANAVEZ, L.; MATOS, E. **Transtorno de estresse pós-traumático em mulheres vítimas de violência doméstica**: Prejuízos cognitivos e formas de tratamento. Volta Redonda: Revista Valore, v. 3, n. 2, p. 597-622, 2018. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/114>. Acesso em: 15 maio. 2020.

ERIKSON, Erik. **O Ciclo de vida completo**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/535817363/O-Ciclo-de-Vida-Completo-E-Erikson> > Acesso em: 10 maio. 2022.

ERTHAL, Tereza Cristina Saldanha. **Terapia vivencial**. Petrópolis: Vozes, 1989.

FREIRE, P. **Conscientização: Teoria e prática da libertação uma introdução ao pensamento de Paulo Freire.** São Paulo: Cortez & Moraes, 1979. Disponível em: < https://www.fpce.up.pt/ciie/sites/default/files/Paulo%20Freire%20-%20Conscientiza%C3%A7%C3%A3o_pp.5-19.pdf > Acesso em: 11 maio. 2022.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Petrópolis: Vozes, 1987. Disponível em: < https://www.ufsj.edu.br/portal2/repositorio/File/centrocultural/foucault_vigiar_punir.pdf > Acesso em: 10 maio. 2022.

GANDAVO, Pero de Magalhães. **Tratado da Terra do Brasil: história da província Santa Cruz, a que vulgarmente chamamos Brasil.** Brasília : Senado Federal, Conselho Editorial, 2008. Disponível em: < <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/188899/Tratado%20da%20terra%20do%20Brasil.pdf> > Acesso em: 10 maio. 2022.

JAMES, Willian. The consciousness of self. *In*: JAMES, Willian. **Principles of psychology.** [S. l. : s. n.], p. 650-913 1890. Disponível em: < http://library.manipaldubai.com/DL/the_principles_of_psychology_vol_1.pdf > Acesso em: 11 maio. 2022.

KNAPP; BECK. Fundamentos, modelos conceituais, aplicações e pesquisa da terapia cognitiva. **Brazilian Journal of Psychiatry**, v. 30, n. 2, p. 54-64, 2008. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1516-44462008000600002>>. Acesso em: 15 maio. 2022.

LEAHY, L. R. **Técnicas de Terapia Cognitiva: manual do terapeuta.** Porto Alegre: Artmed, 2006.

LIRA, A. G.; GANEN, A. de P.; LODI, A. S.; ALVARENGA, M. dos S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Rio de Janeiro, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852017000300164&lng=en&nrm=iso >. Acesso em: 11 maio. 2022.

MELO, M. L. M.; SACCHQ, S. S. C.; REIS, F. F. S. **Narcisismo e redes sociais: a constituição da subjetividade na era virtual.** Anápolis, 2019. Disponível em: < <http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/1163/1/NARCISISMO%20E%20REDES%20SOCIAIS-A%20CONSTITUI%C3%87%C3%83O%20DA%20SUBJETIVIDADE%20NA%20ER%20VIRTUAL.pdf> >. Acesso em: 11 maio. 2022.

MOURA, C. **Dicionário da Escravidão Negra no Brasil.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

NATT; CARRIERI. É para Menino ou para Menina? Representações de Masculinidade e Feminilidade. **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**,

Ponta Grossa, v. 7, n. 1, p. 109 - 131, 2016. Disponível em: <
https://www.researchgate.net/publication/295250144_E_para_menino_ou_para_menina_Representacoes_de_masculinidade_e_feminilidade> Acesso em: 19 maio. 2022.

NERI, Anita Liberalesso. **Qualidade de Vida na Velhice**: enfoque multidisciplinar. Campinas: Alínea, 2011.

NERI, Anita Liberalesso; FREIRE, Sueli Aparecida. **E por falar em boa velhice**. Campinas: Papyrus, 2000.

NOVELINO, Aida. Feminilidade: um perfil cultural. **Tópicos Educacionais**, [S.l.], v. 16, n. 1-3, p. 19-31, 1998. Disponível em:
 <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/topicoseducacionais/article/view/22453/18639>>. Acesso em: 21 abr. 2022.

NOGUEIRA, C. Feminismo e discurso do gênero na Psicologia Social. **Psicologia e Sociedade**: Revista da Associação Brasileira de Psicologia Social, Santa Catarina: v.13, n.13, p. 107-128, 2001. Disponível em:
 <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4117/1/feminismo%20e%20discurso%20do%20g%C3%A9nero%20na%20psicologia%20social.pdf> > Acesso em: 03 maio. 2022.

ORTH, Ulrich; TRZESNIEWSKI, Kali H; ROBINS, Richard W. Self-Esteem Development from Young Adulthood to Old Age: A Cohort-Sequential Longitudinal Study. **Journal of Personality and Social Psychology**. Birmannsgasse: [s.n.], 2010. Disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/42388163_Self-Esteem_Development_From_Young_Adulthood_to_Old_Age_A_Cohort-Sequential_Longitudinal_Study > Acesso em: 10 maio 2022.

PAPALIA, Diane E; FELDMAN, Ruth Duskin. **Desenvolvimento Humano**. Porto Alegre: AMGH, 2013.

PINQUART, Martin; SORENSEN, Silvia. Gender differences in self-concept and psychological well-being: A meta-analysis. **The Journals of Gerontology**. [S.l.], vol. 56, no. 4, p. 195–213, 2001. Disponível em: <
<https://academic.oup.com/psychsocgerontology/article/56/4/P195/566985?login=false>
 > Acesso em: 11 maio. 2022.

REZZUTTI, P. **Mulheres do Brasil**: a história não contada. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

RIBAS, K. **Esquemas iniciais desadaptativos em pacientes com Migrânea**. 2016, 76 f. Dissertação (Mestrado em Neuropsiquiatria e Ciências do Comportamento) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <
<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/27793> >. Acesso em: 11 maio. 2022.

ROSENBERG, M.; SCHOOLER; SHOENBACH; ROSENBERG, F. Global self-esteem and specific self-esteem: different concepts, different outcomes. **American**

Sociological Review. [S. l.], vol. 60 n. 1, p. 141-156, 1995. Disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/271953721_Global_Self-Esteem_and_Specific_Self-Esteem_Different_Concepts_Different_Outcomes > Acesso em: 11 maio. 2022.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5767487/mod_resource/content/1/O%20que%20%C3%A9%20Cultura%20-%20Jose%20Luiz%20dos%20Santos.pdf. Acesso em: 15 maio. 2022.

SBICIGO, Juliana Burges; BANDEIRA, Denise Ruschel; DELL'AGLIO, Débora Dalbosco. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): validade fatorial e consistência interna. **Psico-USF**. Porto Alegre, v. 15, n. 3, p. 395-403, 2010. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/psuf/a/QmW8Jr3cNCfvxW5XKMbt5jN/?lang=pt&format=pdf> > Acesso em: 11 maio. 2022.

SCRIMIM, Nayara Dias. **A influência das redes sociais na subjetividade dos sujeitos contemporâneos**. 2019, 127 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019.

SERRA, Ana Maria. Introdução à Terapia Cognitiva. In: SERRA, Ana Maria. **Estudo da Terapia Cognitiva: um novo conceito em Psicoterapia**, São Paulo: Criarp, p. 04-12, 2006. Disponível em: < https://www.academia.edu/35125994/Estudo_da_Terapia_Cognitiva_um_novo_conceito_em_Psicoterapia >. Acesso em: 15 maio. 2022.

SOUZA, I. C. W.; CÂNDIDO, C. F. G. Diagnóstico Psicológico e Terapia Cognitiva: Considerações atuais. **Revista Brasileira de Terapias Cognitivas**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 82-93, 2010. Disponível em: < http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-56872009000200009 >. Acesso em: 15 maio. 2022.

VAZ-SERRA, A. O inventário clínico de auto-conceito. **Psiquiatria Clínica**. [S. l.], v. 7, n. 2, p. 67-84, 1986. Disponível em: < <https://xdocs.com.br/doc/o-inventario-clinico-de-auto-conceito-p1-67-84-1986-qjov5d0x298v> > Acesso em: 11 maio. 2022.