

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

LÊNIN DE OLIVEIRA DINIZ SOUZA

AUTOCOMPARAÇÃO: Modulação algorítmica e distorções cognitivas nas redes sociais

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2025

LÊNIN DE OLIVEIRA DINIZ SOUZA

AUTOCOMPARAÇÃO: Modulação algorítmica e distorções cognitivas nas redes sociais

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Psicologia.

Orientador: Prof. Me. Tiago Deividy Bento Serafim

AUTOCOMPARAÇÃO: Modulação algorítmica e distorções cognitivas nas redes sociais

Lênin de Oliveira Diniz Souza¹
Tiago Deividu Bento Serafim²

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo compreender de que forma a modulação algorítmica das redes sociais digitais influencia os processos de autocomparação dos usuários. Trata-se de uma revisão narrativa de literatura, com abordagem qualitativa, desenvolvida a partir do levantamento de artigos, livros, teses e dissertações publicados preferencialmente entre 2020 e 2025, contemplando também obras clássicas relevantes para o embasamento teórico. Os resultados evidenciam que os algoritmos, ao personalizarem o conteúdo exibido e privilegiarem estímulos emocionalmente intensos, favorecem ciclos de comparação social, reforçam padrões idealizados de sucesso e aparência e modulam aspectos do autoconceito, da autoestima e da autoeficácia. A exposição contínua a narrativas filtradas e versões idealizadas do real intensifica distorções cognitivas, contribuindo para sentimentos de inadequação, autocrítica, insatisfação corporal e maior vulnerabilidade a sintomas ansiosos e depressivos, especialmente entre adolescentes e jovens adultos. Conclui-se que a autocomparação em ambientes digitais é amplificada pela lógica algorítmica, configurando um fenômeno psicológico complexo que impacta a construção identitária e o bem-estar emocional. Destacam-se a necessidade de educação digital, práticas de uso consciente e aprofundamento de pesquisas empíricas que analisem os efeitos da modulação algorítmica sobre processos cognitivos e emocionais.

Palavras-chave: redes sociais; modulação algorítmica; autocomparação; distorções cognitivas; autoconceito.

¹Discente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: lenin.diniz.p@gmail.com

²Docente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: tiagodeividu@leaosampaio.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Em vista do crescimento global do consumo de redes sociais digitais e sua crescente dependência na vida cotidiana, é plausível que algumas considerações acerca de saúde mental sejam feitas. É de conhecimento popular que as redes sociais deixaram de ser apenas um ambiente de compartilhamento entre pessoas, e tornou-se um meio de estabelecimento de critérios estéticos, de consumo e estilo de vida, indo além da produção e consumo de conteúdo, tornando-se também, produto de mercado (Felix; Barros, 2024).

Destaca-se a relevância das redes para o consumo pois, torna possível a troca de informações valiosas, facilitar a interação entre pessoa e principalmente de gerar entretenimento. Porém, tudo que é exposto passa inicialmente por um filtro que comumente se molda ao gosto do usuário, mas que também pode se tornar um modelador de gostos dessa mesma pessoa.

Como um nicho de mercado, as redes sociais visam os lucros a partir dos anúncios pagos na plataforma, e para que haja valor suficiente na plataforma em que pessoas a vejam como um potencial impulsionador do negócio, é de extrema importância que a atenção do usuário seja mantida o máximo de tempo possível. É a partir disso que estratégias são desenvolvidas com objetivo de manter o indivíduo engajado na plataforma, sejam através de reforço por likes e comentários, como também por uma distribuição de conteúdo através de algoritmos.

Os modelos algoritmos aparentam ao usuário, seguir uma linha orgânica, onde a partir de informações dadas pela pessoa como tempo de tela, likes e comentários, a plataforma identifica padrões no consumo para o envio de conteúdos que ela possa gostar baseado no seu histórico prévio. O porém é que o gosto do usuário é apenas um tipo de informação que pode gerar engajamento, mas caso o indivíduo através de sentimentos negativos gerados por um conteúdo, consiga passar mais tempo de tela, então esse tipo de informação também será coletado para que novos conteúdos tanto positivos quanto negativos, sejam expostos para manter o engajamento. Com informações sobre comportamentos, gostos e angustias, a plataforma pode direcionar os produtos dos anunciantes para o consumidor.

Os conteúdos podem variar de entretenimento, educação, informação, e até mesmo com a exaltação de determinados estilos de vida, política, religião, visões de mundo, e padrões estéticos. Através de uma constante repetição e exposição de conteúdo vindo de um engajamento baseado em coleta de dados, o indivíduo como um ser biopsico e especialmente social, pode agir através de conformidade, obtendo informações do mundo e olhando para si

próprio notando uma contradição entre o real vivido, e o exposto pelas redes que buscam gerar uma falsa sensação do que mundo real espera.

A temática em questão é sobre o efeito de autocomparação que esse mercado proporciona, ao exibir conteúdo em forma de produto, os produtores de conteúdo pautarão a produção conforme o que o algoritmo proporciona, e o público-alvo vê nessas figuras de influência algo que, aparentemente se é desejado pela sociedade. A plataforma digital acaba servindo como fonte de informação, sobre o que se espera daquela pessoa que está consumindo.

Assim, é importante contribuir para os estudos sobre redes sociais, apesar de que, o acervo de publicações na área é bem vasto, é um tema que não irá parar no tempo, e sua tendência é de se sofisticar cada vez mais. Enquanto área da saúde mental, a psicologia pode contribuir com esse campo das redes sociais, para estudar os efeitos cognitivos e emocionais nesses ambientes, e promover um consumo mais seguro e saudável.

A relevância deste estudo se justifica não apenas pela ampla influência das redes sociais na vida contemporânea, mas também pela constante evolução dos fenômenos psicológicos a elas relacionados. Apesar da crescente produção científica sobre o tema, novas demandas de investigação surgem à medida que as dinâmicas digitais se transformam. Assim, esta pesquisa visa contribuir com a psicologia ao abordar o tema com embasamento nas abordagens social, cognitiva e comportamental.

As redes sociais digitais tornaram-se um espaço central de interação e construção de identidade, especialmente entre jovens e adultos, e, nesse cenário, a cultura da comparação social emerge como um fenômeno relevante de estudo. Debater esses fenômenos é essencial para promover uma reflexão crítica sobre o consumo de conteúdo digital e seus efeitos na percepção de valor pessoal. A pesquisa busca contribuir para o debate acadêmico e social, possibilitando reflexões a partir de aprofundamento teórico e que possa servir de base para discussões sobre saúde mental e educação digital.

Enquanto usuário ativo de redes sociais digitais, o autor deste trabalho observa que a exposição constante a narrativas irreais e idealizadas através de posts de redes sociais, pode contribuir significativamente para o desenvolvimento de sentimentos de autocrítica excessiva. Essa percepção, fundamentada tanto em experiências pessoais quanto na escuta de vivências alheias, constitui a principal motivação para a escolha e investigação do tema proposto. Ademais, reconhece-se que o aprofundamento teórico sobre a temática, bem como a investigação à luz da psicologia social e psicologia cognitivo comportamental, revela-se fundamental em um contexto no qual a presença da tecnologia tornou-se praticamente indissociável da vida cotidiana.

Diante desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo principal compreender a influência das redes sociais no processo de autocomparação. A pergunta norteadora que guia essa investigação é: de que forma a modulação algorítmica influencia os processos de autocomparação dos usuários? Para tanto, busca-se compreender os processos de modulação algorítmica nas redes sociais, abranger sobre a formação do autoconceito e das distorções cognitivas, bem como refletir de que maneira essas plataformas e seus algoritmos impactam a construção identitária e favorecem processos de autocomparação e distorções cognitivas.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão de literatura narrativa e abordagem qualitativa (Gil, 2021; Lakatos, 2021). O estudo foi baseado no levantamento de materiais que abordam a influência das redes sociais e de seus algoritmos nos processos de formação do autoconceito, na prática da autocomparação, com foco em suas implicações para o humor, a autoestima e a percepção de autoeficácia, como também outros materiais relevantes que discutam sobre modulação algorítmica e processos de distorções cognitivas.

Foram incluídos na pesquisa artigos, livros, teses, dissertações e documentos acadêmicos publicados, preferencialmente, nos últimos cinco anos (2020–2025), em língua portuguesa e inglesa, disponíveis na íntegra nas bases de dados consultadas. Obras clássicas ou com mais de cinco anos de publicação também foram consideradas quando relevantes para fundamentação teórica. Foram excluídos materiais duplicados e os que não apresentaram relação direta com a temática.

O levantamento da pesquisa foi realizado nas seguintes bases de dados: SciELO, PePSIC, Google Acadêmico, e Biblioteca Virtual da instituição. Utilizaram-se, nas buscas, as seguintes palavras-chave: “autocomparação”, “redes sociais”, “distorções cognitivas”, “algoritmos” e “autoconceito”.

Como critério inicial de seleção, realizou-se a leitura de títulos, resumos e palavras-chave, a fim de identificar materiais com maior potencial de pertinência ao tema. Em seguida, os textos selecionados foram lidos integralmente, permitindo uma compreensão global dos estudos. Nessa etapa, os que se mostraram distantes da proposta ou sem vínculo direto com a problemática foram descartados.

Dessa forma, a pesquisa pretende organizar e integrar os principais achados da literatura acerca dos efeitos psicológicos da autocomparação em ambientes digitais, fornecendo um panorama crítico e interpretativo do tema.

2.2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.2.1 Redes sociais e modulação algorítmica

A internet proporcionou ao ser humano uma ampla variedade de possibilidades, como acesso ao conhecimento, acompanhamento de notícias globais e, especialmente, comunicação interpessoal. Com a conectividade digital, qualquer pessoa pode se comunicar com indivíduos distantes ou compartilhar aspectos de sua vida pessoal com uma grande quantidade de seguidores em redes sociais digitais. Dessa forma, o modo de viver e se comunicar no ambiente digital deixa de ser apenas uma alternativa, passando a ocupar um espaço equivalente ou até maior do que o das interações presenciais (Matos; Godinho, 2024).

Não obstante, ao tornar-se um meio de comunicação essencial, a rede social digital passa a constituir uma necessidade cotidiana, seja para manter contato com outras pessoas, realizar estudos, desempenhar atividades profissionais ou até mesmo acessar serviços bancários. Nesse contexto, observa-se não apenas uma forma facilitada de acesso a diversas ferramentas, mas também o surgimento gradual de uma sociedade cada vez mais conectada (Matos; Godinho, 2024).

Em face disso, a internet pode ser compreendida como um ambiente modulador, no qual ocorre uma interação recíproca entre o ser humano e a máquina. O comportamento do usuário, suas preferências e padrões de consumo são continuamente registrados, enquanto a própria estrutura das plataformas digitais influencia hábitos, percepções e modos de interagir socialmente. Dessa forma, a internet não se trata apenas de ser um aparente espaço passivo de informação, mas como um meio ativo de modulação cognitiva e comportamental, moldando aspectos da subjetividade e do autoconceito dos indivíduos a partir do compartilhamento mútuo de informações (Gouvea, 2024).

Nesse contexto, o termo modulação algorítmica descreve o processo pelo qual sistemas e algoritmos exercem influência, direcionamento e ajuste sobre dimensões comportamentais, afetivas e cognitivas dos usuários. A partir da coleta e análise contínua das interações e preferências individuais, as plataformas digitais personalizam o conteúdo exibido, criando experiências que aparentam ser alinhadas aos gostos pessoais, mas que, no fim promovem uma

modelagem comportamental em conformidade com as tendências, valores e objetivos de mercado que buscam reforçar (Ferreira, 2025).

Essa lógica de funcionamento atua em conjunto ao modelo econômico das redes sociais, que dependem da monetização por meio de anúncios pagos. Como a maioria dessas plataformas é disponibilizada gratuitamente, sua sustentabilidade financeira decorre da venda de espaços publicitários e da atenção dos usuários. Nesse sentido, a rede social atua como intermediária entre o anunciante e o consumidor, enquanto as empresas buscam divulgar produtos, as plataformas utilizam seus algoritmos para manter o usuário engajado e exposto aos anúncios. Assim, a atenção do usuário torna-se o principal produto comercializado, consolidando a dinâmica em que a modulação algorítmica serve também aos interesses mercadológicos das plataformas (Bentes, 2021).

Para haver engajamento e tempo de tela, a rede social precisa desenvolver estratégias eficientes para reter a atenção do usuário. Nesse sentido, alguns conceitos de engajamento devem ser levados em conta como humor, gostos pessoais ou técnicas psicológicas que instigam determinados sentimentos. Os algoritmos das redes sociais atuam como moldes invisíveis que personalizam os conteúdos de acordo com os gostos e preferências dos usuários. Essa personalização ocorre através da coleta contínua de dados de comportamento, como curtidas, comentários, tempo de visualização e até mesmo padrões de navegação. A partir desses registros, as plataformas criam critérios de propagação de conteúdo, analisando quais postagens são mais prováveis de gerar engajamento (Narayanan, 2023).

Dessa forma, os algoritmos não apenas espelham preferências já existentes, mas também contribuem para a formação de novos interesses e padrões de consumo. Esse processo está diretamente ligado ao fluxo de captação de informações e à lógica de vigilância digital. Cada interação na plataforma gera dados que são armazenados e processados, transformando o usuário em uma fonte constante de informações. Esse mecanismo não é neutro, ao mesmo tempo em que oferece conteúdos mais alinhados aos interesses individuais, também atende a objetivos comerciais das empresas, como retenção de atenção e maximização de receitas publicitárias (Ferreira, 2025).

Assim, a vigilância algorítmica cria um ciclo em que a produção de dados pelo usuário retroalimenta a própria máquina que os coleta, intensificando a dependência da plataforma. Uma característica relevante é que os algoritmos tendem a privilegiar conteúdos que despertam emoções intensas, em especial sentimentos negativos como raiva, indignação ou medo. Isso ocorre porque tais conteúdos geram maior probabilidade de reações rápidas e

compartilhamentos, aumentando os índices de engajamento que servem como métrica principal das plataformas (Gerhard *et al.*, 2021).

Nesse sentido, os algoritmos não apenas organizam o fluxo de informações, mas também modulam comportamentos, ao reforçar interações emocionais que podem gerar efeitos adversos tanto para os indivíduos quanto para a esfera pública. Desse modo, conteúdos relacionados a temas polêmicos tendem a alcançar maior visibilidade, já que estimulam engajamento intenso. No entanto, essa dinâmica frequentemente favorece debates acalorados marcados por críticas destrutivas, contribuindo para a amplificação de conflitos e para a disseminação de discursos negativos no ambiente digital (Bentes, 2025).

No contexto do debate digital, marcado pela formação e manutenção de visões de mundo a partir do consumo de conteúdos simplificados, os algoritmos desempenham papel central ao reforçar perspectivas já existentes e estereotipar aquelas que lhes são contrárias. Esse processo dá origem ao fenômeno conhecido como “câmaras de eco”. Diferentemente das bolhas informacionais, as câmaras de eco apresentam um caráter mais restritivo em relação à entrada de novas informações, pois a exposição do usuário é seletivamente direcionada a pessoas, temas e ideias semelhantes às suas. Embora esse filtro pudesse ter aspectos positivos, na prática o sistema tende a favorecer discursos polêmicos em detrimento de debates conscientes e construtivos (Ferreira, 2025).

Além disso, muitos usuários, cientes da lógica de funcionamento das plataformas, produzem conteúdos intencionalmente provocativos, visando à viralização. Nesse caso, o conflito entre diferentes câmaras de eco torna-se combustível para o aumento do engajamento, ampliando a circulação de críticas destrutivas e a polarização no espaço digital.

Por meio da coleta contínua de informações dos usuários, as plataformas digitais constroem aquilo que Horning (2012) denomina *Data Self*, ou “Eu de dados”: uma forma de subjetividade digital estruturada a partir de rastros e interações online. Esse “eu” não é capaz de representar a complexidade da subjetividade humana em sua totalidade, mas se mostra eficaz em produzir contradições e incoerências identitárias. Isso ocorre porque, ao mesmo tempo em que os algoritmos direcionam conteúdos alinhados aos interesses do usuário para estimular engajamento, também moldam diferentes versões de identidade conforme o contexto da plataforma. Assim, por exemplo, o LinkedIn favorece a construção de uma subjetividade voltada ao trabalho e à competência profissional, enquanto o Instagram estimula uma subjetividade orientada ao consumo, à imagem e à exposição social.

As consequências desse processo ultrapassam a dimensão individual, alcançando também a esfera coletiva. A ênfase no engajamento emocional, sobretudo em torno de

conteúdos polêmicos, alimenta um ambiente de polarização, câmaras de eco e conflitos digitais, o que fragiliza o debate público e gera riscos para a própria democracia. Ao mesmo tempo, o reforço constante de interações negativas impacta a saúde mental dos usuários, contribuindo para sentimentos de inadequação, raiva, ansiedade e desgaste emocional. Nesse cenário, não apenas a experiência subjetiva é modulada, mas também o tecido social é reconfigurado a partir de dinâmicas que favorecem a divisão e a instabilidade (Siqueira *et al.*, 2024).

Diante dessa realidade, torna-se fundamental investigar como a lógica de vigilância e modulação algorítmica se conectam a fenômenos psicológicos, como autocomparação, autoestima, humor e percepção de autoeficácia, os quais se manifestam por meio de processos cognitivos e emocionais mediados pela interação digital.

2.2.2 Autoconceito e distorções cognitivas

O autoconceito constitui um elemento central para a compreensão da psique humana, pois é a partir dele que se organizam as percepções e interpretações que o indivíduo constrói sobre si e sobre o mundo. Cada pessoa elabora esquemas mentais singulares, compostos por modelos interpretativos que orientam sua forma de perceber, sentir e agir no ambiente. Esses esquemas, que integram tanto a visão atual de si quanto as projeções de quem o sujeito acredita poder se tornar, dialogam diretamente com os processos de autoestima e autorregulação emocional (Myers, 2014).

A formação do autoconceito é influenciada por múltiplas vertentes, como os papéis sociais desempenhados e/ou impostos, os aspectos culturais, que variam entre contextos individualistas e coletivistas e, de modo marcante, pela comparação social. Por meio da interação com o outro, o indivíduo estabelece critérios de valorização e pertencimento que moldam uma percepção de si situada entre o ideal e o não ideal. Assim, o autoconceito, embora enraizado em características pessoais, mantém-se em constante diálogo com as expectativas sociais, evidenciando que a identidade individual é, ao mesmo tempo, única e suscetível às influências culturais e relacionais (Myers, 2014).

A compreensão das crenças centrais e de sua relação com os processos cognitivos e emocionais é fundamental para entender como o indivíduo interpreta a si mesmo e o mundo ao seu redor. As interações constantes com o meio social modulam não apenas as emoções e os pensamentos, mas também a própria construção da visão de mundo do sujeito. O sistema de crenças centrais constitui uma parte nuclear da cognição, sendo formadas a partir da integração de experiências e relações interpessoais que influenciam a percepção de si, dos outros e da

realidade. Assim, esse conjunto de esquemas cognitivos fornece a base sobre a qual o indivíduo organiza suas interpretações, reações emocionais e comportamentos frente às demandas do ambiente (Beck, 2022).

A percepção de si constitui um processo dinâmico que se inicia na infância, período no qual a criança começa a reconhecer suas características pessoais a partir das interações sociais e das respostas do ambiente. Durante a adolescência, esse processo atinge um momento particularmente sensível, marcado por intensas transformações físicas, cognitivas e emocionais, que exigem a reorganização do autoconceito e a busca por maior coerência identitária. No entanto, tal desenvolvimento não se encerra com o amadurecimento psíquico. Ao longo da vida adulta, novas experiências, relações, contextos culturais e aprendizados contínuos remodelam e refinam a forma como o indivíduo compreende e avalia a si mesmo (Papalia; Martorell, 2022).

Apesar da dinamicidade, o modo como o autoconceito se desenvolve exerce influência significativa sobre aspectos emocionais, cognitivos e comportamentais do indivíduo. Santos e Menezes (2022), em estudo sobre as implicações do bullying na infância para o autoconceito de estudantes universitários, destacam que, em sua maioria, vítimas e agressores demonstraram tendência a apresentar seu autoconceito afetado na vida adulta, em destaque nas dimensões de insegurança, baixa autoestima, medo e timidez. Dessa forma, embora seja uma estrutura sujeita a mudanças ao longo do tempo, o desenvolvimento inicial do autoconceito pode repercutir de maneira persistente no percurso posterior do sujeito, sobretudo em razão do processo de cristalização cognitiva, no qual transformações psicológicas tendem a ocorrer de forma mais lenta (Papalia; Martorell, 2022).

Beck (2022) aprofunda tal conceito ao examinar desde os processos centrais do desenvolvimento do autoconceito, especialmente no que se refere às crenças centrais constituídas a partir da história de vida do indivíduo, até suas repercussões atuais nas cognições e nos comportamentos. Esse entendimento se organiza no chamado modelo cognitivo, no qual as crenças centrais influenciam diretamente o funcionamento psicológico por meio de pensamentos automáticos, emoções e comportamentos interligados, sustentando um ciclo que pode reforçar tanto padrões adaptativos quanto disfuncionais.

A partir de uma crença central, construída ao longo da vida e continuamente influenciada pela interação com o meio, os pensamentos automáticos se apresentam como expressões diretas dessas estruturas nucleares. Eles emergem de modo rápido, espontâneo e geralmente sem uma avaliação consciente, orientando a interpretação das situações e gerando respostas emocionais e comportamentais coerentes com o conteúdo das crenças subjacentes. No entanto, seu papel não se restringe ao caráter reativo, pois, ao serem confirmados pelo

indivíduo e repetidos de forma recorrente, fortalecem e perpetuam as próprias crenças centrais. Esse ciclo de retroalimentação constitui um mecanismo fundamental para a manutenção de um autoconceito tanto adaptativo quanto desadaptativo, afetando diretamente a flexibilidade cognitiva e a forma como o sujeito interpreta as experiências do meio (Waltman *et al*, 2023)

Aronson e Aronson (2023) apresentam o conceito de conformidade social como um processo psicológico no qual os indivíduos utilizam outros seres humanos como fontes de informação, internalizando cultura, crenças e comportamentos por meio da interação social, ajustando atitudes, crenças ou comportamentos para se alinhar às normas e expectativas de um grupo. Tal compreensão dialoga diretamente com o modelo discutido no anteriormente, uma vez que as crenças centrais não se formam isoladamente, mas se constroem e se fortalecem a partir das respostas, expectativas e validações recebidas do ambiente social.

Nesse sentido, experiências de aprovação, rejeição ou comparação com outros podem alimentar pensamentos automáticos específicos, que por sua vez reforçam interpretações sobre o próprio valor, competência e identidade. Portanto, a conformidade social atua como um elemento estruturante da formação e manutenção do autoconceito, na medida em que regula o modo como os indivíduos ajustam suas crenças e percepções de si para se alinharem às normas e aos padrões socialmente compartilhados (Waltman *et al*, 2023).

A depender da forma como as crenças são formadas e do meio onde o sujeito está inserido as distorções cognitivas representam um mecanismo psicológico adicional que contribui para a consolidação de crenças e interpretações relacionadas ao autoconceito. Elas consistem em padrões sistemáticos de interpretação que desviam a percepção da realidade, frequentemente resultantes da tentativa do indivíduo de manter coerência com suas crenças centrais e com as normas internalizadas por meio da conformidade social. Assim, situações de comparação social, críticas ou ausência de validação podem ser interpretadas de forma exagerada, globalizante ou seletiva, reforçando pensamentos automáticos negativos sobre valor pessoal e competência. As distorções cognitivas, portanto, ampliam a influência do ambiente social sobre o autoconceito ao moldar a forma como cada experiência é percebida e registrada cognitivamente, sustentando ciclos de manutenção de percepções desadaptativas sobre si mesmo (Waltman *et al*, 2023)

Pensando o autoconceito como um processo dinâmico marcado pela aprendizagem social, a conformidade pode gerar a necessidade de alinhamento a expectativas externas, sobretudo em contextos de comparação constante. Em uma busca por aprovação ou pela evitação de rejeição, as percepções passam a ser filtradas por crenças já internalizadas, favorecendo distorções cognitivas como supergeneralização, leitura mental e catastrofização.

Dessa forma, indivíduos com crenças desadaptativas tendem a interpretar experiências de forma enviesada, reforçando pensamentos automáticos negativos. Portanto, a conformidade social não apenas influencia o conteúdo das crenças, mas também sustenta os vieses cognitivos que distorcem a percepção de si em relação ao grupo (Beck, 2022).

Em síntese, as distorções cognitivas podem impactar diversas dimensões da vida do indivíduo, especialmente no que se refere à percepção de autoimagem e valor pessoal. Em contextos de exposição intensa como nas redes sociais, onde a comparação e a conformidade com padrões idealizados são continuamente incentivadas, podem emergir interpretações distorcidas sobre o próprio corpo e aparência (Ervilha; Lima; Amorim, 2023). Além disso, crenças centrais relacionadas à autoestima, autoeficácia e valor próprio podem ser processadas de maneira equivocada, superestimando qualidades e minimizando falhas do outro, enquanto ocorre o movimento inverso em relação a si mesmo, reforçando um autoconceito negativo e menos adaptativo (Santos; Marchetto; Silva, 2023).

2.2.3 Distorções Cognitivas e a Influência Algorítmica na Autocomparação

Em um processo contínuo de consumo de redes sociais, a literatura já evidencia impactos significativos decorrentes desse uso, com destaque para prejuízos relacionados à autoestima e ao bem-estar psicológico. A atuação desses ambientes digitais exerce influência significativa sobre dimensões fundamentais da subjetividade, como o autoconceito, a autoimagem e a autoeficácia. A forma como alguém pensa e sente sobre si próprio pode ser progressivamente modulada por interações, métricas de engajamento e conteúdo que reforçam expectativas irreais e idealizadas pela própria plataforma, contribuindo para processos de autocritica (Santos; Rodrigues, 2023).

As redes sociais configuram um ambiente propício e permanente para processos de comparação entre indivíduos. Através do processo de comparação social, seres humanos tendem a avaliar suas próprias habilidades, características e valores observando outros como parâmetro (Rodrigues *et al*, 2000). No contexto digital, essa predisposição é intensificada, já que o usuário é exposto a um fluxo contínuo de informações cuidadosamente selecionadas e editadas para representar versões idealizadas da realidade. Diferentemente da interação presencial, onde as comparações ocorrem em contextos pontuais, nas redes sociais o contato com padrões de sucesso, beleza e realização é constante, visualmente atrativo e mediado por algoritmos que reforçam conteúdos semelhantes aos interesses do usuário. Nesse cenário, a

autocomparação deixa de ser um fenômeno eventual e passa a constituir um processo cotidiano (Santos; Silva; Lima, 2023).

À medida que existem plataformas online, onde o foco é a interação social das mais diversas maneiras, e que estimulam a retenção de tempo de tela, tornam-se um ambiente extremamente propício para que haja processos de comparação social. Através dos processos de datificação do perfil, os dados usados de forma correlacionada a prever posts que gerarão engajamento logo, gerando atenção e emoção do sujeito para com aquele conteúdo, sendo possível haver ajustes no sistema de propagação de informações, para que certos comportamentos e crenças específicos desejados, sejam evocados (Gouvea, 2024).

Dessa forma, temos um processo de governamentalidade algorítmica invisível pois, o sistema não atua de forma direta, mas molda todo o contexto para que os comportamentos, crenças e emoções sejam propícios de ocorrerem. A modulação algorítmica se torna ainda mais significativa quando associada ao fenômeno da comparação social. Ao exibir conteúdos altamente selecionados e idealizados, o algoritmo cria um cenário no qual o sujeito é constantemente exposto a padrões de sucesso, beleza e desempenho apresentados como comuns e desejáveis (Gouvea, 2024).

A modulação algorítmica configura uma nova forma de controle social, caracterizada por sua sutileza e adaptabilidade. Em vez de apenas oferecer um ambiente personalizado conforme as preferências do usuário, o sistema ajusta continuamente o fluxo de informações com o intuito de coletar dados, prever e modificar comportamentos, emoções e preferências. Por meio da criação de perfis baseados em correlações estatísticas, constrói-se a ilusão de que o indivíduo detém controle sobre o conteúdo que consome, quando, na realidade, há uma curadoria minuciosamente estruturada que determina o que será exibido (Machado, 2019).

Em um cenário de falso controle em escala social, as redes sociais induzem, direta e indiretamente, comportamentos considerados desejáveis. Quando esses comportamentos são reproduzidos e compartilhados em larga escala, intensificam o processo de comparação social, expondo o indivíduo a múltiplos padrões de vida, sucesso e beleza. Essa dinâmica gera um ciclo de retroalimentação no qual o sistema coleta dados, o sujeito recebe o devido estímulo pré planejado, e os comportamentos e emoções resultantes aumentam o engajamento, a retenção e a extração contínua de informações, assegurando a perpetuação do próprio mecanismo de modulação (Machado, 2019).

A comparação social funciona, não somente como um dispositivo desadaptativo em relação a autoestima, pelo contrário, funciona como um mecanismo psicológico central de autorregulação e construção de identidade. Ao observar o outro, o indivíduo busca validar

percepções sobre si mesmo e compreender seu lugar no grupo (Rodrigues *et al.*, 2000). Nas redes sociais, esse processo ganha uma dimensão ainda mais intensa, pois o sujeito não compara apenas comportamentos e resultados, mas versões idealizadas e altamente filtradas da vida alheia. Assim, a autopercepção passa a depender de métricas externas, criando um ciclo de reforço em que a autoestima é regulada pela aprovação do outro e pelos padrões exibidos no ambiente digital. Quanto maior a discrepância entre o “eu real” e o “eu ideal” projetado nas redes, maior a probabilidade de surgirem sentimentos de inadequação e insatisfação (Santos; Silva; Lima, 2023).

Bandura *et al.* (2008) apresenta a Teoria Social Cognitiva como um modelo explicativo do comportamento humano baseado na aprendizagem observacional. Nesse modelo, o indivíduo não é um agente passivo diante do meio, mas participa ativamente de sua própria aprendizagem ao observar as ações de outros e as consequências que delas decorrem. Essa perspectiva dialoga diretamente com o conceito de conformidade social, na medida em que a observação e a internalização de comportamentos grupais podem levar à adoção de atitudes alinhadas às normas e expectativas sociais, ainda que de forma não coercitiva (Aronson; Aronson, 2023).

Do mesmo modo, relaciona-se à comparação social, uma vez que o indivíduo utiliza os outros como referência para avaliar suas próprias habilidades, valores e desempenho, o que influencia a formação da autoeficácia e da autopercepção (Rodrigues *et al.*, 2000). Assim, a teoria social cognitiva integra processos de aprendizagem e influência social, oferecendo uma compreensão abrangente de como o comportamento humano é moldado tanto por fatores cognitivos quanto por interações sociais.

Diante de sua influência sobre a autopercepção, as redes sociais também exercem impacto significativo nas crenças centrais e nas distorções cognitivas dos indivíduos, ao configurarem um ambiente de intensa exposição social e comparação constante. Segundo Fracalossi (2025), o uso irrestrito dessas plataformas pode favorecer o desenvolvimento de padrões cognitivos e comportamentais disfuncionais, que distorcem a forma como o sujeito percebe a si mesmo, os outros e os acontecimentos do cotidiano.

A exposição contínua a conteúdos idealizados intensifica vieses cognitivos, como leitura mental, rotulação e generalização, levando o indivíduo a internalizar crenças negativas sobre sua competência, valor pessoal e aceitação social, elementos centrais das crenças disfuncionais (Waltman *et al.*, 2023). Nesse contexto, as redes sociais tornam-se um espaço que reforça distorções de pensamento e valida esquemas de inferioridade, fracasso e desvalorização, reduzindo a autorregulação emocional e a autoestima. Assim, o ambiente virtual atua não

apenas como meio de interação, mas também como um modulador cognitivo que perpetua e retroalimenta crenças desadaptativas, influenciando diretamente os processos atencionais, motivacionais e emocionais dos usuários (Fracalossi, 2025).

Considerando que o indivíduo estrutura sua compreensão da realidade por meio da interação e da percepção, diversas implicações relacionadas à autoestima e à autopercepção podem ser observadas. A autopercepção corporal, nesse contexto, emerge como um dos principais aspectos afetados pela comparação social e pela exposição contínua a padrões idealizados nas redes sociais. A construção da imagem corporal passa a ser mediada por referências externas, frequentemente inatingíveis, o que leva o sujeito a reinterpretar seu corpo de forma distorcida (Soares *et al.*, 2023).

Estudos recentes evidenciam que o contato constante com influenciadores digitais e conteúdos voltados à estética corporal tem ampliado a incidência de distorção da imagem corporal, especialmente entre adolescentes, público particularmente vulnerável à aprovação social. Essa influência não se restringe à percepção do corpo, mas se estende a comportamentos alimentares, uma vez que muitos usuários passam a adotar dietas e práticas nutricionais orientadas por modelos midiáticos em busca de um corpo idealizado. Por mais que as questões estéticas sejam uma pauta muito anterior ao contexto digital, esses ambientes potencializam cada vez mais tais comparações a partir de interações constantes. (Soares *et al.*, 2023).

Desse modo, o consumo prolongado de redes sociais aponta para um maior índice de insatisfação corporal e a sintomas de transtorno alimentar, através da internalização de padrões estéticos irreais, gerando insatisfação corporal, autocrítica e desequilíbrios na relação com a alimentação. A imagem corporal, nesse sentido pode ser alvo de um nicho de consumo que vai desde a produção ativa e de consumo passivo, que além da exposição, o fator de feedback dos demais consumidores cria uma rede de interação e reforço. A fragmentação entre realidade e idealidade digital sobre corpos, torna a imagem corporal subordinada à lógica da comparação, reforçando distorções cognitivas e afetivas que comprometem a saúde psicológica e o bem-estar geral (Dondzilo, 2024).

A literatura aponta também, correlações significativas entre o uso desadaptativo das redes sociais e o aumento de sintomas ansiosos e depressivos, especialmente durante a adolescência, fase marcada por intensas transformações cognitivas, emocionais e identitárias. Nesse período, o sujeito busca aceitação e pertencimento, tornando-se mais sensível às validações externas e aos padrões de reconhecimento social. O uso prolongado e sem regulação dessas mídias tende a favorecer comportamentos compulsivos e sentimentos de inadequação, além de comprometer o sono, a produtividade e o engajamento em interações presenciais. O

adolescente, ao integrar-se ao ambiente virtual, encontra um espaço que simultaneamente promove conexão e isolamento, funcionando como um agente potencializador de ansiedade, autocrítica e dependência emocional do feedback social (Tostes *et al*, 2022).

Além dos efeitos emocionais diretos, o uso depreciativo das redes sociais também se associa a alterações na percepção da realidade e no processamento cognitivo de si e do outro. A exposição constante a conteúdos idealizados intensifica a comparação social e reforça crenças disfuncionais relacionadas à autoimagem e ao valor pessoal. A literatura aponta que adolescentes com maior tempo de tela apresentam o dobro de probabilidade de desenvolver sintomas depressivos quando comparados a usuários de baixo tempo de exposição. Em síntese, tais fenômenos apontam decorrer da maior possibilidade de comparação própria com terceiros a partir de uma maior facilidade de interação (Tostes *et al*, 2022)

2.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo responder ao problema de pesquisa: de que forma a modulação algorítmica influencia os processos de autocomparação dos usuários nas redes sociais. Retomar essa questão permite reconhecer que, ao longo da investigação, constatou-se que os algoritmos não apenas organizam conteúdos, mas moldam experiências subjetivas, modulando emoções, crenças e interpretações que sustentam a autopercepção e a comparação social.

No que se refere à metodologia, a revisão narrativa de literatura mostrou-se adequada para integrar diferentes perspectivas da psicologia social, cognitiva e comportamental, permitindo uma análise ampla e crítica do fenômeno. Embora não possibilite generalizações estatísticas, a abordagem qualitativa favoreceu a compreensão aprofundada da relação entre modulação algorítmica, autoconceito e distorções cognitivas, evidenciando padrões teóricos consistentes na literatura recente (2020–2025), além de textos clássicos mais antigos.

A hipótese inicial, de que os algoritmos amplificam processos de autocomparação a partir da exposição seletiva a conteúdos idealizados, mostrou-se coerente com os achados. Os objetivos específicos, de compreender a modulação algorítmica, discutir a formação do autoconceito e identificar a relação entre algoritmos, distorções cognitivas e autocomparação, foram atendidos. Ao integrar autores da psicologia cognitiva, social e da ciência dos algoritmos, foi possível demonstrar que a interação entre usuário e plataforma produz efeitos significativos na construção de crenças, expectativas e avaliações pessoais.

Quanto aos resultados, a literatura indica que a modulação algorítmica cria ambientes digitais altamente estimulantes, nos quais conteúdos emocionalmente carregados e idealizados

recebem maior destaque. Essa dinâmica intensifica a comparação social, favorece a internalização de padrões inatingíveis e impacta dimensões como autoestima, autoimagem e autoeficácia. Além disso, verificou-se que as distorções cognitivas são reforçadas pela exposição contínua a narrativas irreais, contribuindo para autocrítica, insatisfação corporal, ansiedade, sintomas depressivos e fragilidade emocional, especialmente entre jovens. Assim, o ambiente virtual atua como um modulador cognitivo e afetivo, retroalimentando crenças desadaptativas e influenciando a forma como o sujeito percebe a si mesmo.

Por fim, este trabalho aponta direcionamentos para pesquisas futuras. Recomenda-se que estudos empíricos investiguem de forma experimental ou longitudinal os impactos da modulação algorítmica sobre variáveis como autoestima, humor e autoimagem. Sugere-se também a ampliação de pesquisas com públicos específicos, como adolescentes, jovens adultos e profissionais expostos a métricas de desempenho digital. Além disso, torna-se relevante desenvolver intervenções psicoeducativas e estratégias de alfabetização digital que promovam um uso mais saudável das redes sociais, fortalecendo habilidades de regulação emocional, questionamento crítico e identificação de distorções cognitivas no ambiente online.

REFERÊNCIAS

ARONSON, E.; ARONSON, J. **O animal social**. [s.l.] Goya, 2023.

BANDURA, A. et al. **Teoria social cognitiva: conceitos básicos**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

MACHADO, Débora. A modulação de comportamento nas plataformas de mídias sociais. [s.l.] p. 47–69, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Debora-Machado-11/publication/333881847_A_modulacao_de_comportamento_nas_plataformas_de_midias_sociais/links/5d110283a6fdcc2462a336ac/A-modulacao-de-comportamento-nas-plataformas-de-midias-sociais.pdf. Acesso em: 13 nov. 2025.

BECK, Judith S. **Terapia cognitivo-comportamental: teoria e prática**. 3. ed. Porto Alegre: ArtMed, 2022. E-book. p.i. ISBN 9786558820260. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786558820260/>. Acesso em: 03 nov. 2025.

BENTES, Anna. **Quase um tique**: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021. E-book. Disponível em https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/16510/1/quase-um-tique_2020.pdf. Acesso em: 14 set. 2025.

DONDZILO, L.; MAHALINGHAM, T.; CLARKE, P. J. F. A preliminary investigation of the causal role of social media use in eating disorder symptoms. **Journal of Behavior**

Therapy and Experimental Psychiatry, v. 82, p. 101923, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2023.101923>. Acesso em: 13 nov. 2025.

ERVILHA, A. C.; LIMA, S. K. R. de S.; AMORIM, L. F. de. Influência das redes sociais na autoestima e autoimagem de adolescentes. Ubá (MG), 2023. Disponível em: <https://ri.unipac.br/repositorio/trabalhos-academicos/influencia-das-redes-sociais-na-autoestima-e-autoimagem-de-adolescentes>. Acesso em: 3 nov. 2025.

GERHARD, Felipe *et al.* Anúncios e mídias sociais: o impacto das emoções. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 104-119, abr.-jun. 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441768343008>. Acesso em: 14 set. 2025.

GIL, Antonio C. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.16. ISBN 9786559770496. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770496/>. Acesso em: 07 set. 2025.

GOUVEA, Ane Laura Rios. **OS ALGORITMOS DAS REDES SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS DE MODULAÇÃO COMPORTAMENTAL**. 2024. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/items/1853233f-aa30-407c-b60a-7830a33aee53>. Acesso em: 13 nov. 2025.

LAKATOS, Eva M. **Técnicas de Pesquisa**. 9. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.23. ISBN 9788597026610. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026610/>. Acesso em: 07 set. 2025.

MATOS, Kelvym Alves; GODINHO, Mônica Oliveira Dominici. A influência do uso excessivo das redes sociais na saúde mental de adolescentes: uma revisão integrativa. **Revista Foco**, Curitiba (PR), v. 17, n. 4, e4716, p. 01-18, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v17n4-035>. Acesso em: 14 set. 2025.

MYERS, David G. **Psicologia social**. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. *E-book*. p.49. ISBN 9788580553390. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553390/>. Acesso em: 13 nov. 2025.

NARAYANAN, Arvind. **Understanding Social Media Recommendation Algorithms**. New York: Knight First Amendment Institute at Columbia University, 2023. 47 p. Disponível em: <https://doi.org/10.7916/khdk-m460> . Acesso em: 10 set. 2025.

FERREIRA, Sérgio Rodrigo da Silva. Subjetividade e vigilância algorítmica: notas sobre o agenciamento tecnológico das plataformas de redes sociais. **Revista Psicologia Política**, [S. l.], v. 25, e23986, p. 1-13, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.5935/2175-1390.v25e23986>. Acesso em: 14 set. 2025.

PAPALIA, Diane E.; MARTORELL, Gabriela. **Desenvolvimento humano**. 14. ed. Porto Alegre: ArtMed, 2022. E-book. p.i. ISBN 9786558040132. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786558040132/>. Acesso em: 03 nov. 2025.

RODRIGUES, Aroldo *et al.* **Psicologia Social**. 19. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

SANTOS, L. C. O.; MENEZES, F. A. L. Implicações do bullying na infância e adolescência no autoconceito de estudantes universitários. **Aletheia**, v.55, n.2, p.167-185, jul./dez. 2022. Disponível em: <http://posgrad.ulbra.br/periodicos/index.php/aletheia/article/view/7510/4524>. Acesso em: 3 nov 2025.

SANTOS, Sabrina Passarello de Jesus; MARCHETTO, Daniele Bolsan; SILVA, Rayane Paradelo da; SANTANA JUNIOR, Guilherme Tomas de; CÂNDIDO, Diene Fialho. O Olhar da Teoria Cognitiva Comportamental Sobre a Autoestima. In: MARCHETTO, Daniele Bolsan; SILVA, Rayane Paradelo da (Org.). **Psicologia em diálogo: depressão, ansiedade, luto e outros desafios humanos**. Londrina: Editora Científica, 2023. p. 38-47.

SANTOS, Tânia Cristina Alves dos; RODRIGUES, Karen Lúcia Abreu. IMPACTOS DAS REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO À AUTOESTIMA E AUTOIMAGEM. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 851–862, 2023. DOI: 10.51891/rease.v9i3.8724. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/8724>. Acesso em: 3 nov. 2025.

SANTOS, Carla Daiane Silva; SILVA, Sueli Cândida da; LIMA, Alana Ferreira de. Redes sociais e perfeccionismo: como afetam a saúde mental através da exposição e comparação social. **Scire Salutis**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 36–48, 2024. DOI: 10.6008/CBPC2236-9600.2024.002.0005 . Disponível em: <https://sustenere.inf.br/index.php/sciresalutis/article/view/8439>. Acesso em: 13 nov. 2025.

SIQUEIRA, Lowhana Farias *et al.* O impacto das mídias sociais na saúde mental de adolescentes e jovens adultos. [S. l.], v. 6, n. 10, p. 1384-1390, out. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.36557/2674-8169.2024v6n10p1384-1390>. Acesso em: 14 set. 2025.

SOARES, Wellington Danilo *et al.* IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA AUTOPERCEPÇÃO E ESTADO NUTRICIONAL DE ADOLESCENTES. **R B O N e**: Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento, São Paulo, v. 17, n. 107, p. 192-199, abr. 2023.

TOSTES, Alice Maria Gonçalves *et al.* CORRELAÇÃO ENTRE O USO DEPRECIATIVO DAS MÍDIAS SOCIAIS E TRANSTORNOS DE ANSIEDADE E DEPRESSÃO EM ADOLESCENTES: uma revisão bibliográfica. **Revista Transformar**, Itaperuna, v. 16, n. 1, p. 188-208, jul. 2022.

WALTMAN, Scott H.; III, R. Trent C.; MCFARR, Lynn M.; et al. **Questionamento Socrático para Terapeutas: Aprenda a Pensar e a Intervir como um Terapeuta Cognitivo-comportamental**. Porto Alegre: ArtMed, 2023. *E-book*. p.i. ISBN 9786558821250. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786558821250/>. Acesso em: 03 nov. 2025.