



IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA AUTOIMAGEM E AUTOESTIMA

Aline do Nascimento Pereira¹

Thaís dos Santos Carneiro²

Ricardo Dzierva³

Edimara Gomes Rambo⁴

Resumo: A inteligência artificial permeia nossas vidas atualmente, moldando a forma como interagimos enquanto seres humanos, também a forma como percebemos o mundo. Ferramentas como filtros de redes sociais e assistentes virtuais, embora ofereçam conveniência e diversão, exercem uma influência significativa na autoimagem e autoestima. O uso das redes sociais é parte importante do estilo contemporâneo, disseminando valores, conceitos e normas, e podem tanto influenciar valores e padrões estéticos incorporados pela sociedade quanto transmitir e reforçar ideais sociais relacionadas ao corpo (Furtado, 2009). A exposição constante a imagens editadas e perfeitas nas redes sociais, graças aos filtros, distorce a percepção da beleza real, levando a uma busca incessante por um padrão de beleza irreal e inalcançável. Essa comparação social constante, exacerbada, pode gerar sentimentos de inadequação e baixa autoestima, assim como a exposição constante a padrões de beleza irrealistas, quais são veementemente expostos nas redes sociais como algo a ser buscado, podem contribuir para o desenvolvimento de transtornos como os relacionados a alimentação, no intuito de alcançar o corpo perfeito, ou até mesmo transtornos de ansiedade, pelo fato de estar “fora” desses padrões. Descrever aspectos negativos referentes aos impactos das ferramentas de inteligência artificial na autoimagem e autoestima, como os citados acima, estão entre os objetivos deste resumo, porém, não deixando de lado algumas medidas positivas que podem ser tomadas no intuito de amenizar e até mesmo prevenir tais impactos negativos, que as ferramentas de IA podem desencadear sobre a autoimagem e autoestima. Dentre

¹ Bacharelado em Psicologia IESSA.

² Bacharelado em Psicologia IESSA.

³ Bacharelado em Psicologia IESSA.

⁴ Bacharelado em Psicologia, Universidade Estadual de Maringá.

as medidas positivas a serem tomadas, podemos destacar, o uso equilibrado de dispositivos e redes sociais, incentivando a realização de atividades off-line, que podem contribuir para amenizar a exposição a tais padrões irreais e exacerbados de beleza que podem levar a comparações sociais, causando sentimento de inferioridade. Fatores sociais estão intimamente relacionados à insatisfação corporal, com destaque para a influência da mídia, que é considerada um dos principais fatores de risco para essa insatisfação (Conti, et al., 2010; Thompson et al., 1999). A participação de comunidades e grupos online que promovam a positividade e bem-estar e a inserção da educação digital, que pode ser realizada a partir de escolas e universidades, no intuito de preparar os jovens para lidar com as ferramentas de IA de forma crítica e consciente. O que se pode concluir referente aos aspectos trazidos acima, é que, a partir do uso consciente e moderado das ferramentas de IA, no intuito da realização de boas práticas dentro das plataformas digitais, podemos desenvolver ambientes virtuais mais saudáveis e positivos, auxiliado ainda mais no desenvolvimento de novas ferramentas e ambientes que nos proporcionem maior capacidade de interações e conexões com outras pessoas e melhor qualidade de vida, contribuindo para o desenvolvimento positivo da autoimagem e autoestima.

Palavras-chave: Autoestima, IA, Autoimagem, plataformas digitais.

Referências:

Oliveira, M. R. DE; Machado, J. S. DE A. **O insustentável peso da autoimagem: apresentações na sociedade do espetáculo.** Ciência & Saúde Coletiva, v. 26, n. 7, p. 2663-2672, jul. 2021.

Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação. periodicorease.pro.br, 31 mar. 2023.

Conti, A. M., Bertolin, T. N. M., & Stela, V. S. (2010). **A Mídia e O Corpo: O que O Jovem Tem a Dizer.** Ciência & Saúde Coletiva, 15(4), 2095-2103.

GOETZ, F., Everley Rosane. **Representações sociais do corpo, mídia e atitudes.** 24 out. 2012.