

UNIVERSIDADE DE UBERABA
FERNANDA DUARTE FERREIRA
LIANDRA MARQUES COSTA SÁ

**O PAPEL INFLUENCIADOR DAS MÍDIAS SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA
AUTOIMAGEM DA MULHER E SUAS RELAÇÕES NO DESENVOLVIMENTO DE
DISTÚRBIOS MENTAIS E ALIMENTARES**

UBERABA-MG

2022

FERNANDA DUARTE FERREIRA

LIANDRA MARQUES COSTA SÁ

**O PAPEL INFLUENCIADOR DAS MÍDIAS SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA
AUTOIMAGEM DA MULHER E SUAS RELAÇÕES NO DESENVOLVIMENTO DE
DISTÚRBIOS MENTAIS E ALIMENTARES**

Relatório final, apresentado a Universidade de Uberaba, como parte das exigências para a obtenção do título de trabalho de conclusão de curso.

Orientador: Prof. Me. Jéssika Rodrigues Alves.

UBERABA-MG

RESUMO

O ser humano relaciona-se com o mundo e constrói a sua subjetividade através do seu corpo. Com as transformações ao longo dos séculos, as mídias digitais foram assumindo um espaço no cotidiano das pessoas e emergindo uma superexposição de padrões estéticos, alimentados pela indústria do consumo e influenciando os hábitos e a autoestima da mulher. Dessa forma, o objetivo desse estudo foi analisar a relação que as mídias sociais podem provocar e os efeitos na construção da autoimagem da mulher e no desenvolvimento de distúrbios psicológicos e alimentares. Trata-se de uma revisão narrativa que teve como base artigos, dissertações, teses e monografias dos últimos 15 anos. Os estudos apontam que o corpo da mulher sempre foi sexualizado, tido como algo a ser controlado. A sociedade contemporânea, do consumo e do espetáculo, sob a regência do capitalismo utiliza-se das mídias digitais, que são as revistas de moda, redes sociais, televisão e submete à uma coação expositiva, transformando tudo em mercadoria, um objeto a ser exaltado e que explica a incansável busca de tratamentos estéticos e cosméticos. Destaca-se que essa incansável busca e obsessão pela magreza, desencadearam um aumento em determinadas doenças psíquicas e físicas. Além de todo sofrimento causado por doenças biológicas, há também o sofrimento psíquico, na qual a mulher passa a se sentir excluída, rejeitada, formando uma imagem negativa sobre si. Salienta-se a importância de profissionais da saúde, assim como a psicologia, estejam informados sobre tudo que acontece nas redes sociais, sendo uma ferramenta importante na prevenção e tratamento.

Palavras-chave: autoestima, distúrbios, estereótipo, mídias sociais, mulher.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
MÉTODO	6
RESULTADOS E DISCUSSÃO	7
Ser mulher, corpo e patriarcado	7
<i>O corpo como uma construção social</i>	7

<i>O sistema patriarcal</i>	9
<i>O que é ser mulher</i>	10
Pressão estética	13
O corpo perfeito em evidência: o papel das mídias	18
O preço a pagar pelo corpo ideal	24
<i>Anorexia nervosa</i>	27
<i>Bulimia nervosa</i>	28
<i>Transtorno Dismórfico Corporal e Dismorfia muscular</i>	28
<i>Ortorexia</i>	28
<i>Perfil psicológico dos pacientes e o papel da Psicologia</i>	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	32

INTRODUÇÃO

As mulheres ao longo de muitos anos de luta tiveram muitas conquistas para sua liberdade, mas apesar de todo esse movimento, será que elas estão mesmo livres? Pesquisas apontam que mesmo as mulheres que trabalham, são independentes, atraentes e equilibradas, existe uma questão por trás que corrompe a sua liberdade: imagens e conceitos de beleza feminina são impregnados de forma a desencadear problemas de autoestima e sentimentos de ódio a si mesmas, pânico de envelhecer, obsessão com o corpo e desenvolvimento de distúrbios alimentares, estabelecendo uma nova forma de controle sobre a subjetividade feminina. Dessa forma então, que liberdade é essa se ainda somos prisioneiras de um ideal de corpo perfeito? (WOLF, 2020).

É no corpo que está a subjetividade de um indivíduo, é por meio dele que ocorre o contato primário com o ambiente que o cerca e deixa marcado todas as regras, normas, valores de uma sociedade. Para compreender a forma como foram construídos os sentidos atribuídos ao corpo humano e a autoimagem da mulher atual, é preciso fazer uma breve construção histórica e se observar os diferentes significados dados para o corpo e suas formas (DAOLIO, 1995 apud BARBOSA, et al. 2011).

De início, temos a Grécia Antiga, na qual o corpo grego era treinado e saudável, muito valorizado, admirado, idealizado esteticamente e visto como objeto de glorificação. O corpo e o intelecto eram igualmente importantes para eles, mostrando que a inteligência também fazia parte para busca da perfeição. Em relação as mulheres na sociedade, cabiam a elas apenas cumprir suas funções como a obediência e fidelidade aos seus cônjuges e a reprodução, e somente o homem poderia desfrutar dos prazeres da vida. (BARBOSA, et al. 2011).

No período Renascentista, temos um método guiado pelo científico que produziu na sociedade um valor maior sobre o uso da razão científica como única forma de conhecimento. O corpo aqui agora servia de objeto de estudos e experiências. Os princípios básicos eram a disciplina e o controle corporal, na qual se esperava por um corpo sadio com atividades físicas regradas (BARBOSA, et al. 2011).

Com as novas tecnologias e a Revolução Industrial a partir da segunda metade do século XVIII, houve um elevado desenvolvimento técnico e científico, possibilitando novas técnicas sobre o corpo e uma nova função para a mulher, tirando-a da domesticidade e a levando-a para o trabalho industrial, como um complemento da renda familiar, além de uma mudança nas ideias acerca da “beleza” e do dinheiro, “os homens passaram a usar a ‘beleza’ das mulheres como

moeda de troca entre eles” (WOLF, 2020, p. 39). Em consequência disso, com a ampliação dos meios de comunicação, no final do século XX e início do século XXI passou-se a observar uma superexposição de padrões estéticos e corporais alimentados pela indústria do consumo. A mídia cria um jogo de sedução veiculando corpos que se encaixam em um padrão estético em grande parte das vezes inacessível, com o objetivo de satisfazer os interesses desse mercado capitalista (BARBOSA, et al. 2011).

Atualmente, percebe-se uma maior relação do belo com o que é atrativo sexualmente, pois é possível perceber uma exploração do corpo de forma a sexualizá-lo e torná-lo consumível, produto do capitalismo, de forma que submete a beleza à uma fórmula de atração e estímulo. O consumo então acaba eliminando no homem o seu caráter, o qual somente seria uma desvantagem ou obstáculo. As relações se tornam supérfluas, o caráter é substituído pelo *acesso* dentro das mídias digitais. Com isso, as questões subjetivas se tornam mais frágeis e é a partir daí que vão trazendo consequências na autoimagem corporal e na busca incansável de uma auto aceitação, torna-se mais fácil uma adaptação sem resistências, estimulados pelo compartilhamento e troca de *likes*, além do desejo e possibilidade de se manter vivo e belo, esse último, conceituado pelo Han (2019, p. 40) como “belo digital”, em que segundo ele a negatividade do outro é anulada e forma-se um “*espaço liso do mesmo* que não admite estranheza, nem alteridade”, onde só é permitido diferenças consumíveis (HAN, 2019).

Assim sendo, há uma grande influência das mídias sociais no comportamento e autoimagem da pessoa. A partir do século XX, ocorreu uma banalização do corpo da mulher, que é exposto em vários meios de comunicação como revistas, programas de TV, jornais, com o propósito de impor um padrão de corpo feminino e influenciar na forma de pensar, vestir, agir. A mídia impõe vários padrões estéticos, éticos e políticos, que acaba atingindo os sujeitos por meio de suas mensagens subjetivas, através das estratégias de marketing, que trabalham com desejos, vontades, angústias, ansiedade, fazendo com que as pessoas consumam aquilo lançado pelos meios digitais. Através desse conteúdo acessado pelos meios de comunicação, a subjetividade também é construída, e no caso das mulheres faz com que elas construam suas verdades por meio do que elas sentem e o que se identificam na mídia (BORIS, CESÍDIO, 2007).

Tendo em vista o exposto, o presente trabalho teve como objetivo analisar, através da revisão da literatura de artigos científicos dos últimos quinze anos, a relação que as mídias sociais podem provocar e causar efeitos, na construção da autoimagem da mulher e no desenvolvimento de distúrbios psicológicos e alimentares.

MÉTODO

O estudo se trata de uma revisão narrativa de literatura. As revisões narrativas são muito utilizadas para fundamentar teoricamente artigos, dissertações, teses e trabalhos de conclusão de cursos. A revisão se caracteriza por “não utilizar critérios explícitos e sistemáticos para a busca e análise crítica da literatura” (INSTITUTO DE PSICOLOGIA, 2015). Pode ser incluído diferentes tipos de fontes de informação, na qual se considera diferentes fontes e os estudos são realizados por um tema previamente pesquisado, considerando seu contexto histórico e avanços na área.

A questão norteadora desse estudo foi construída com base nas pesquisas em bases de dados pela revisão narrativa. A pergunta norteadora define os rumos a serem seguidos durante o estudo e se bem construída, determina com clareza os princípios do estudo e os métodos que serão utilizados para alcançar respostas para a questão, possibilitando assim que a revisão atinja seu objetivo. A fim de se manter em uma conexão lógica e buscar comprovações mais adequadas, a pergunta norteadora esboçada na presente revisão, foi: Como as mídias sociais podem desencadear ou influenciar no desenvolvimento de distúrbios psicológicos ou alimentares e afetar na autoimagem da mulher?

Critérios de inclusão/exclusão. Nesta revisão foram incluídos: (i) artigos publicados nos últimos quinze anos; (ii) artigos em português; (iii) com o conteúdo pertinente aos objetivos da revisão e relacionado com a pergunta norteadora do estudo; (iv) livros publicados por autores que correspondem ao estudo realizado; (v) monografias e teses. Foram excluídos artigos anteriores ao ano 2007; artigos publicados em línguas estrangeiras; artigos de revisão integrativa; trabalhos que fossem distantes do tema do estudo e que não se relacionassem com a questão norteadora.

Bases indexadoras. Foram utilizadas as bases de dados SCIELO, PEPSIC e o site Google Acadêmico. A escolha dessas bases se deu ao fato de reunir diversos artigos científicos de variadas universidades, com alta credibilidade, juntando publicações científicas de todo o mundo e também nacional. Em todas as buscas realizadas nessas bases de dados, utilizou-se os termos “mídias sociais”, “conceito de beleza”, “sistema patriarcal”, “autoimagem da mulher”, “distúrbios mentais e alimentares”, “construção do corpo social”, “estética”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ser mulher, corpo e patriarcado

O que é ser mulher na sociedade em que se vive ou já viveu? Por que a mulher é considerada como fonte de reprodução e desejo? Por que a mulher precisa estar sempre em forma, com o corpo escultural enquanto os homens e a sociedade ditam regras e impõe padrões?

O bebê nasce e antes do nascimento, um sexo é estabelecido como masculino e o feminino. A criança nasce em um ambiente em que vai se desenvolver, aprender diferentes formas de agir, distinções entre menino e menina. A educação em que vai receber dará início ao seu comportamento na sociedade. O menino vai brincar de carrinho, bola, super-heróis enquanto a menina irá brincar de boneca, casinha, panelinhas, as formas de se vestir serão diferentes, construindo assim suas características e papéis referentes ao sexo biológico, levadas sempre a seguirem um modelo de papel correspondente. Mas precisa saber que tudo será uma construção social, a identidade e relação de gênero não é determinado pelo sexo, é a partir do ambiente e sociedade em que se convive, que a relação de gênero irá se formar (FARIA, NOBRE, 1997).

O corpo como uma construção social

O corpo humano tem uma história juntamente construída com a história da civilização. A concepção do corpo, a sua posição na sociedade, sua presença no imaginário e na realidade da vida cotidiana foram sofrendo modificações em todas as sociedades históricas (LE GOFF, TRUONG, 2006).

A transição do século XX para o século XXI vem marcada de influências, na qual o corpo se tornou uma forma de obsessão, o culto ao corpo perfeito, em que muitas referências para as mulheres acabam se tornando modelos, atrizes, influenciadores digitais que exibem constantemente uma realidade paralela à vivida no mundo normal. Atualmente, a referência da mulher brasileira são famosas como a Gisele Bündchen, Paola Oliveira, Gabriela Pugliesi, mulheres cuja estética são o bumbum avantajado, peitos maiores, corpos definidos e magros, que acaba de alguma forma servindo de modelos a serem imitados. As pessoas tendem a construir seus comportamentos e hábitos através da imitação de outras culturas, modelos, e que variam de acordo com o momento sócio-histórico. Nesse sentido, o corpo feminino é histórico,

construído ao longo do tempo, não existindo somente uma natureza feminina, um corpo feminino, mas um entendimento e valores por trás (COLLING, 2014).

Esses discursos transmitidos às pessoas produzem uma verdade, forma de como se vestir, andar, o que falar, e ao mesmo tempo que esses discursos inspiram, libertam, ensinam outras formas de viver, também podem virar uma forma de controlar e categorizar a pessoa. A sociedade atual que apresenta homens e mulheres em corpos jovens, aprisionados no discurso do belo, transforma essas pessoas em cópias mal-feitas, sem identidades, reféns de uma sombra, escondida atrás de uma persona, na qual a persona é sua máscara social, o que você apresenta para o mundo. O corpo da mulher sempre foi visto muito erotizado, as mulheres foram ensinadas desde a época da Revolução francesa a serem discretas, que algumas partes do seu corpo precisam estar escondidas e censuradas por serem fontes de prazer, ao passo que os cabelos precisam ser grandes, símbolo do feminino. Em sua forma mais íntima, a mulher também vê seu corpo silenciado e velado quando ocorre a primeira menstruação, sem nenhuma instrução, apenas uma transição que causa medo e desconhecimento, tornando-se assim “mocinha”, pronta para reproduzir e para o mundo adulto. O mesmo acontece com a menopausa, fase marcante para uma mulher, a qual começa se ver como velha, improdutiva, não mais desejada. O corpo fala, e mais do que isso ele expressa sentimentos, a mulher se vê em uma juventude, período materno, produtivo à uma pessoa velha, infértil, com vontade de reprimir sua menopausa. Um fator preocupante desencadeado pela sociedade que julga, impõe rótulos e valores estereotipados de acordo com sua cultura presente (MATOS, SOIHET, 2003).

Atualmente, o corpo virou um pré-requisito maior para se ter um relacionamento amoroso, visto que a cultura brasileira presente hoje valoriza o corpo, a estética, aparência, forma física, na qual acaba por influenciar nos padrões de relacionamentos. Acaba que por consequência dessa atração por formas físicas e estéticas, as pessoas acabam escondendo por trás uma insegurança muito grande em relação à outras formas e características de se relacionar e que vão sendo deixadas de lado, como a inteligência, humor, carisma dentre outros. Na hora do contato íntimo, também se observa as dificuldades de muitos homens e mulheres, que acabam por sentir vergonha de seu próprio corpo querendo que o outro parceiro não veja, em detrimento de pensamentos que foram introjetados na pessoa ou comentários que foi ouvindo ao longo de sua história, ou até do próprio companheiro da forma como trata, se expressa com seu par. (GOLDENBERG, 2002).

As relações sociais são vividas dentro de um contexto cultural, em que tramas, crenças, estilo de vida, comportamentos e conhecimentos são elaborados, em um tempo e espaço. E a interação do homem com esse mundo acontece através de seu próprio corpo. Le Breton (2006, p. 06) ao afirmar que “Antes de qualquer coisa, a existência é corporal”, remete a este pensamento de que o corpo é um meio que reflete a própria cultura.

O sistema patriarcal

A influência do patriarcado no mundo contemporâneo seria uma forma de dominação e poder, observada por Weber como uma “possibilidade de impor ao comportamento de terceiros a vontade própria” (WEBER, 1991, p.187), já vista há muitos anos entre os senhores, burgueses com os seus servos, escravos ou até mesmo com a família, em que o chefe de família mandava nos filhos, na esposa, baseado em uma tradição, e vindo para o país na época do “descobrimento” do Brasil com os europeus que adaptaram ao modelo e estrutura brasileira da época (REZENDE, 2015).

Depois que foi instaurado o patriarcado no Brasil com a chegada dos europeus para o país, as famílias começaram a ser monogâmicas, visto que os índios não possuíam essa relação única com alguém, além do controle do corpo da mulher cedido ao homem, que ficou ainda mais evidente, as relações agora passam a ter mais interesses familiares e os papéis são bem divididos. Apenas mulheres negras e as índias, moradoras da região podiam trabalhar fora, para garantir o sustento da família, que passou a ser obrigada a trabalhar para os europeus, enquanto as mulheres de classe alta e média eram pessoas educadas, do lar, e para casar-se, a espera de um marido. Só com o fim do período colonial, esse papel tradicional começou a mudar, embora o homem ainda tivesse poder sobre a mulher (STRÜCKER, MAÇALAI, 2016).

Essa forma de sistema permanece até hoje não apenas como dominação, mas também como uma opressão e que avança com o capitalismo presente na sociedade, que muitos divulgam ser um país liberal, com direitos, igualdades, porém, é um “liberalismo patriarcal”, que reforça a subordinação das mulheres em vários âmbitos da vida e a desigualdade presente nas esferas políticas, públicas (REZENDE, 2015). O patriarcado não é somente um sistema de dominação dos homens sobre as mulheres presente só no âmbito familiar, trabalhista, político ou social como se observa. Ele compõe todo um sistema, visto inclusive no inconsciente coletivo e individual de homens e mulheres, construído ao longo de toda uma história.

Outro ponto que merece atenção em relação a inferioridade da mulher nos espaços públicos se remete ao seu corpo, retratado em vários veículos de divulgação como objeto de prazer ao homem, que vem desde o período colonial, mostrando muitas indígenas e escravas

tendo seu corpo apropriado tanto pelos seus maridos como por seus chefes, que a partir desse momento se dá a cultura do estupro, a submissão da mulher, abuso sexual e de autoridade, violência, e que persiste até os tempos atuais (PEREIRA et al 2019).

Em uma sociedade patriarcal presente nas sociedades ocidentais e pensando mais à frente em um mundo igualitário, na qual homens e mulheres possuem as mesmas oportunidades, quebrando essa hierarquização, pressupõe que, se as mulheres participarem de forma plena de atividades sociais de maneira igualitária, os homens deverão participar por igual na vida dos filhos e afazeres domésticos. Pois, enquanto as mulheres continuarem a ter esse papel estigmatizado, seu valor na sociedade sempre será inferiorizado, sendo o patriarcado negado diante dos fatos, continuar com essa cultura estereotipada, o natural sempre será esse: a mulher criando os filhos e cuidando da casa (PATEMAN, 1996).

O que é ser mulher

A sociedade muda e a cada dia observa-se mais mudanças em seus núcleos familiares, entretanto ainda há uma forte influência dos antepassados, de sua herança patriarcal, em que é observado um modelo ideal de família, no qual o homem é o centro de tudo, detém o poder, o exerce em relação ao corpo da mulher, enquanto a mesma fica em casa cuidando do lar e esperando o marido chegar (STRÜCKER, MAÇALAI, 2016).

O sistema patriarcal valoriza o homem e coloca a mulher em uma situação desigual, com diversas pressões e obrigações em relação a eles. Isso, até contra a própria vontade e um controle sobre sua sexualidade e seus corpos, de forma a instituir uma dominação. Ocorre então uma associação do feminino à fragilidade, submissão, passividade, inferioridade social a qual as mulheres são submetidas e usadas até hoje para justificar preconceitos e violências. Na cultura presente hoje, infelizmente ainda permanecem pensamentos estereotipados da mulher cuidadora do lar ou como fonte de reprodução. O corpo feminino é visto ainda como um produto a ser consumido pelos homens, em que estes podem “usar” quando quiserem, enquanto a mulher deve ser só de um, com o auxílio da mídia que vincula a imagem e o seu corpo como mercadoria, vendendo em anúncios, propagandas, revistas, nos meios digitais (SOUZA et al 2012).

Nesse entendimento, o papel feminino tradicional da mulher estabelece a maternidade como seu papel fundamental, além de ser a cuidadora da casa, dos filhos, a esposa realizada, a mulher frágil, doce e educada, enquanto o homem é o provedor da casa, que trabalha fora e sustenta a família, forte, viril. Um modelo de padrão fora da realidade vista hoje, só que continua por persistir nas ideias tradicionais (FARIA, NOBRE, 1997).

Beauvoir (1967, p.20) já dizia que a primeira vocação de uma mulher será sempre a de agradar. Diante disso a passividade e as “virtudes femininas” (cozinhar, cuidar da casa) já são desenvolvidas através da educação e convívio social desde os primeiros anos. A menina desde pequena “descobre o sentido das palavras ‘bonita’ e ‘feia’; sabe, desde logo, que para agradar é preciso ser ‘bonita como uma imagem’; ela procura assemelhar-se a uma imagem, fantasiase, olha-se no espelho, compara-se às princesas e às fadas dos contos”. Acontece uma disseminação de um estereótipo de feminilidade e padrões muitas vezes inalcançáveis por essas meninas, afetando a autoestima e desenvolvendo sentimento de rejeição com o corpo. Além disso, aquelas que o nega, sofrem repreensões sociais.

Além disso, percebe-se uma exaltação do homem na cultura, literatura e história, em que há uma mesma narrativa desses contos com o desfecho de que sempre tem um “príncipe encantado” que vai aparecer e trazer todas as soluções para a vida daquela princesa, ou também quando se trata de super-heróis, a maioria é do gênero masculino, bloqueando da imaginação da menina qualquer incentivo a independência, opinião própria, autonomia, protagonismo e, portanto, liberdade (BEAUVOIR, 1967).

Essa relação de desigualdade, já reflete inclusive na interação entre meninos e meninas desde crianças, em muitas brincadeiras de escola por exemplo. Nessa relação elas não podem jogar certos esportes porque não são pra elas ou brincar de certas brincadeiras, os meninos a desprezam e não as aceitam nos seus grupos. Isso demonstra essa separação entre o masculino e o feminino e a criação familiar dessas crianças com a necessidade de afirmar a virilidade e superioridade masculina (BEAUVOIR, 1967)

Desse modo, essas características enraizadas na sociedade vão influenciando os comportamentos das mulheres desde criança, e as induzindo a pensar nisso como a única realidade possível e que se tratam de questões somente biológicas, mas que na verdade são impostas pela sociedade, de forma a eliminar a subjetividade e qualquer potência de diversificação. Existe a ideia, inclusive defendida por vários filósofos, de que biologicamente as mulheres são menos capazes, usada em grande parte para justificar a inferioridade feminina, ou seja, a mulher era definida a partir da comparação com o homem (BROSIN, TOKARSKI, 2017).

Com a sua revolucionária frase “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher”, Beauvoir (1967, p.9), contesta os pensamentos dos filósofos anteriores e formulou as reflexões de que a mulher foi sendo construída socialmente de acordo com a sociedade em que esteve inserida, que ao longo da história, cada cultura foi desenvolvendo sua forma de padrão e comportamento

para os gêneros, e que essas diferenciações se sobrepõem as naturais. Primeiro o indivíduo nasce, existe e depois constrói sua essência. A mulher não nasce como “frágil”, cuidadora do lar e dos filhos, essas visões são construídas pela sociedade que as estipula, escolhas que muitas das vezes tomadas inconscientemente ou influenciadas.

Assim, pioneira do feminismo filosófico, Beauvoir foi fundamental para desconstruir essa concepção de inferioridade resultante do biológico e deu luz a questionamentos que levassem à ideia de gênero, impulsionando diversas pensadoras à incluir esse conceito nos seus debates, de forma a introduzir a dicotomia entre sexo/gênero, deixando de lado as diferenças biológicas entre homem e mulher referente ao corpo. (BROSIN, TOKARSKI, 2017).

O gênero traz a concepção do feminino, como uma construção social, no qual percebe-se a mulher submetida nessa cultura que a induz à feminilidade, a exercer papéis inferiores, ao controle do seu corpo e a cumprir seu papel “fundamental” de ser mãe, pois construiu-se a ideia de uma vocação em ser mãe, que é na maternidade que a mulher realiza aquilo que foi destinada a ser, o destino fisiológico (BEAUVOIR, 1967).

Todavia, feministas atuais discutem o fato de que mesmo a definição de gênero estar relacionada a algo culturalmente construído, de qualquer forma ele estaria atrelado ao binarismo e naturalismo do sexo. Assim sendo, incluindo a ideia de gênero à cultura e sexo ao natural e, portanto, levantando outro conjunto de problemas e questionamentos, como pontua Judith Butler (2003):

Seriam os fatos ostensivamente naturais do sexo produzidos discursivamente por vários discursos científicos a serviço de outros interesses políticos e sociais? Se o caráter imutável do sexo é contestável, talvez o próprio construto chamado ‘sexo’ seja tão culturalmente construído quanto o gênero, de tal forma que a distinção entre sexo e gênero revela-se absolutamente nenhuma. [...] O gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado. (BUTLER, 2003, p.25)

Butler coloca então que essa forma de utilização do conceito de gênero, dá-se a impressão de algo determinado e fixo e que é insuficiente para eliminar essa dicotomia entre masculino e feminino. Ademais também se demonstra insuficiente para desconstruir essa ideia de inferioridade e passividade que é colocado sobre as mulheres e para promover sua emancipação. Ela pontua que a *heterossexualidade compulsória* faz com que exista uma linha de base normativa para o ideal de corpo, fruto do binarismo, que desagrega os seres humanos baseado em sexo e gênero, mas que em vez disso, o gênero deve ser visto como uma variável fluida (BROSIN, TOKARSKI, 2017).

Todas essas reflexões são fundamentais para entender a condição da mulher nas mais diversas esferas da sociedade, o que as impedem no caminho da liberdade e na potência de ser e quais as consequências que vão surgindo em suas vidas em decorrência disso. Assim sendo, contribuir na transformação de ideias padronizadas para uma visão mais mutável dos conceitos e em uma nova atribuição de significados para *homem, mulher, masculino e feminino*, e demais categorias que estão estratificadas culturalmente e que regem o sistema. Diante disso, as mulheres vão incorporando jornadas mais exaustivas em sua vida na tentativa da luta pelos seus direitos e reconhecimento de seu papel, nas suas infinitas possibilidades (BROSIN, TOKARSKI, 2017).

Pressão estética

A imagem do corpo, foi construída de acordo com a cultura da sociedade que vive em determinada época. Ela pode ser definida de diversas maneiras e vai definindo os pensamentos, comportamentos e as relações interpessoais, ou seja, o modo de organização da vida social. Ela compreende as crenças, as leis, os costumes, tudo aquilo que é comumente praticado dentro da sociedade, transmitido entre gerações, e sendo, portanto, mutável. A forma como o ser humano se comporta, veste, pensa, se observa no mundo e relaciona com outras pessoas, tudo está ligado à sua cultura. Hoje, o corpo é percebido como capital, um produto a ser adquirido pelo discurso da beleza, do jovem, do que se encontra nas mídias (BÓRIS, CESÍDIO, 2007).

Ao longo dos anos, vários conceitos de beleza foram sendo estipulados, ao passo que a aparência física sempre foi valorizada, como na Grécia antiga que o belo estava ligado à intelectualidade, alguém prestigiado na sociedade. Depois se foi para a Idade Média, onde tudo era regido pela igreja católica, dando a mulher o papel de pura e delicada. As referências de beleza e mulher perfeita foram se alterando, estabelecendo que a mulher ideal estava ligada à maternidade, submissão ao marido, cuidadora do lar e dos filhos, frutos construídos ao longo da história de uma sociedade patriarcal. A mulher viu seu corpo ser violado, transferido ao outro como um objeto, perdendo sua própria identidade e autonomia. No final do século XIX e século XX, com a industrialização e com as conquistas a partir das reivindicações por igualdade, como o movimento feminista, a mulher assumiu também funções de força produtora de trabalho, diferentemente da sua posição na sociedade patriarcal do período colonial, em que ela vivia a serviço da família. Isso porque, com a migração do campo para a cidade e com o avanço do modo de produção industrial e a necessidade cada vez maior de mais trabalhadores, a mulher passou a viver mais em sociedade, frequentar escolas, e com isso ter mais acesso ao mercado

de trabalho e aos meios de produção, enfraquecendo o sistema patriarcal (BÓRIS, CESÍDIO, 2007).

Dessa forma, com o sistema capitalista em evidência, houve a transição para o corpo manipulável e oprimido. Isso porque, a Revolução Industrial, com o advento da produção em larga escala e mecanizada, focado no quantitativo acima do qualitativo, trouxe um controle sobre os movimentos corporais e uma forma de poder chamada de: poder disciplinar, utilizando ao máximo da força de trabalho. A partir disso, temos então uma padronização dos gestos, dando origem a um corpo produtor, que só responde aos interesses da economia e produção, decorrendo para o surgimento da sociedade do consumo, na qual exige do indivíduo se encaixar a um padrão de beleza (BARBOSA, et al. 2011).

Com isso a subjetividade feminina e a percepção sobre seu corpo passaram por várias transformações, trazendo mais independência e conquistando novos espaços. Contudo, é importante lembrar que mesmo assim, ainda existe uma influência do patriarcado sobre o mundo atual, muitas vezes disfarçado pelo discurso liberal e que causa efeito sobre o papel da mulher na sociedade e a pressão que ela sofre. Como efeito desse novo modo de viver, o corpo feminino passou a ser mais valorizado esteticamente, porém sofreu uma banalização com a difusão dos meios de comunicação, que passaram a propagar em revistas, televisão, jornais, padrões estéticos, de forma a criar um ideal de corpo perfeito que não é real, mas que influencia amplamente na subjetividade do indivíduo (BÓRIS, CESÍDIO, 2007).

Assim podemos perceber as mudanças do modelo de subjetividade e de corpo feminino em relação aos dois períodos culturais (patriarcado e século XX): de um lado, uma mulher pura e recatada [...]; e, de outro, uma mulher sensual e provocante, estável profissional e financeiramente, mas submetida às imposições da mídia. O corpo feminino, que sofreu os limites impostos pela cultura e pela sociedade patriarcal em sua busca de prazer, deu lugar ao corpo que produz força de trabalho e parece se adequar aos interesses capitalistas: o lucro e a mão-de-obra do trabalhador (BÓRIS, CESÍDIO, 2007, p. 462).

Desta forma, com a Revolução Industrial, o capitalismo passou a ditar a maneira de se relacionar com os outros e com o mundo, em que tudo vira moeda de troca. O corpo feminino então passa a ser objeto do consumismo. Retondar (2008) salienta que a sociedade de consumo funciona de uma forma em que haja uma constante insatisfação e se torne um ciclo insaciável, onde uma necessidade satisfeita gera uma outra necessidade e assim não termina. Com isso, o capitalismo estimula o consumismo ao mesmo tempo em que estabelece normas de conduta e padrões que estão sempre se modificando e exigindo diferentes atitudes, e conseqüentemente

provocando pressões sobre o modo de viver da mulher, e aumentando suas inseguranças e excluindo sua alteridade.

Os indivíduos da sociedade atual, ao buscarem construir suas identidades, se organizam por meio de distinções sociais, com escolhas variadas através dos estilos de vidas diversos. Porém, esse processo de construção de identidade é influenciado e até sofre certas pressões e limites socialmente. A questão da idealização do corpo resulta de coerções sociais caracterizada pelas pressões sociais que a sociedade exerce sobre o indivíduo, o que pode ser visto em relação à desconsideração com pessoas mais obesas ou magérrimas em nossa população. Ocorre aqui um modelo heteronormativo, onde leva os homens a afirmarem sua masculinidade com agressões físicas e verbais, além da desqualificação com o feminino, sejam as mulheres, aquelas que se veem como uma ou homossexuais. No século atual em que se vive, pregam-se reflexões sobre as numerosas civilizações e o diferente como característica principal do agora. Contudo, o capitalismo vigente na sociedade, ao ditar padrões uniformes, iguais, corroboram com esse ponto, trazendo como consequência o prejuízo na formação livre de indivíduos e tribos, no impedimento de uma construção de identidade particular de cada um (CARVALHO, 2015). Zygmunt Bauman (2004) denomina a sociedade contemporânea como modernidade líquida, ao passo que a sociedade vive amparada pelo capitalismo, e que segundo Bauman (2004) fica enraizado nas pessoas esse modo de viver de forma a influenciar a todo momento. As formas das pessoas se relacionarem se tornam sólidas, sem laços afetivos significativamente, onde qualquer relação se torna fácil de se fazer e desfazer, tornando os indivíduos descartáveis. Han (2019) também fala sobre o funcionamento dessa sociedade contemporânea. Para ele, a sociedade positiva ou da transparência, do consumo e do espetáculo revela um modo de viver da sociedade atual, sua cultura, e que traz diversos adoecimentos físicos e mentais para qualquer indivíduo. “A economia capitalista submete tudo à coação expositiva, é só à encenação expositiva que gera valor, deixando de lado todo e qualquer crescimento próprio das coisas” (HAN, 2019, p.32). Os valores morais vão perdendo o seu significado e tudo vai se tornando uma completa alienação do próprio corpo, de forma a transformá-lo em um objeto expositivo que precisa ser aperfeiçoado. Essa é a sociedade pornográfica descrita por ele, em que tudo está direcionado para fora, desvelado, despido e exposto, de forma excessiva e que acaba transformando tudo em mercadoria.

Na sociedade positiva de Han (2019), as relações são rasas, superficiais, as coisas se tonam transparentes quando eliminam a singularidade e toda ação se operacionaliza e se subordina a um processo passível de cálculo, governo e controle. É possível observar isso nas relações

atuais, na pressão estética que a mulher sofre na sociedade, em que é submetida a adequar-se a um padrão, eliminando qualquer subjetividade e característica própria da pessoa, para se tornar um objeto a ser exposto fruto do capitalismo e consumismo.

A cultura do narcisismo também que, junto ao capitalismo e a ideologia do consumo possibilita pensar que pela lógica da sociedade do espetáculo, é um consumo do corpo em si, da sua exaltação, o qual deixou de “ser um corpo” para “ter um corpo”. A busca incessante por cirurgias e tratamentos estéticos, a busca da fama e atenção nas redes sociais a qualquer preço, a obsessão por selfies e filtros, tudo isso por causa da disseminação da mídia e a sociedade da transparência. “O corpo feminino foi transformado em espetáculo, exibido midiaticamente para as mulheres. A sua subjetividade foi reduzida a uma corporeidade forjada, metáfora da mulher contemporânea” (NASCIMENTO et al 2012, p.399).

Wolf (2020) pontua que as brasileiras estão entre as mulheres mais insatisfeitas com o próprio corpo, as que mais desejam fazer intervenções, que recorrem a procedimentos estéticos, além disso elas deixam de sair de casa em momentos que se sentem mais feias ou mais gordas. Elas estão submetidas a um ideal de perfeição, de forma automática e livre de críticas e questionamentos, que foi imposto pela sociedade do consumo a fim de vender seus produtos e usar seu corpo como mercadoria. Esse fato se deve até por conta das mídias, que vinculam diretamente a imagem feminina aos seus anúncios, reforçando os padrões estéticos vigentes no mundo capitalista.

Um ponto de destaque é a pressão que o sistema de gênero masculino exerce sobre a mulher, sendo ele um fator histórico. O ideal de mulher, que é aquela que serve ao homem, dona do lar e dos filhos, é presente desde a antiguidade nos dias de hoje. Esse pensamento traz para a mulher a dualidade e conciliação, onde esta se vê em um padrão de beleza ideal para ser desejada pelo homem e também busca ser uma mulher real, com seus princípios, valores, sem influências externas culturais. É esperado historicamente atitudes e posturas diferentes das mulheres em contrapartida com os homens, em que o gênero feminino precisa se cuidar mais esteticamente, não pode sair com várias pessoas se não é mal vista ou diminui suas chances para casar, são ciclos viciosos que acabam por afetar nos padrões estéticos atualmente (CARVALHO, 2015).

Bauman (2004) aponta que na modernidade líquida, o consumo se tornou tema principal, onde o capitalismo progride através de um consumo exacerbado e propósito de vida para diversos sujeitos, em que muitos são vistos pelo que compram e consomem, sugerindo a ideia de status, promovendo a felicidade que o consumo traz com o prazer momentâneo. A felicidade

se encontra dentro do consumo, onde muitos indivíduos se mascaram por meio da mercadoria, buscando suas metas de vida no material, onde não é possível, visto que a felicidade por esses meios não é alcançada. Acaba se por atribuir o sucesso nos padrões de satisfação, tornando a felicidade artificial, adquirida somente pelas compras, padrões estéticos e da moda, buscando se adequar ao sistema atual.

O belo era associado em tempos atrás como algo relacionado a moral e caráter. Atualmente, marcada pelo capitalismo, a indústria da beleza explora o corpo e a coloca como algo a ser conquistado, consumido, para o que é corporalmente atraente e sexy, e que está estampado na capa de uma revista ou nas mídias sociais. Em muitas vezes, deixa de lado o que realmente interessa e faz bem, aquilo que é de caráter, para se tornar refém daquilo que está sendo reproduzido, “o self cuja consistência é a lascividade sexual é um produto do capitalismo do consumo” (HAN, 2019, p.72).

Como Han (2019) coloca sobre a sociedade pornográfica em que tudo é reduzido à exposição, ao vazio, ao desnudo e é dessa forma que é tratada a beleza, a qual molda a identidade das mulheres e as deixam vulneráveis a uma aprovação externa. Elas “devem querer encarná-la e os homens devem querer possuir mulheres que a encarnem” (WOLF, 2020, p.29). Dentro disso, pode-se pensar que a influência nos comportamentos estéticos do feminino, é a busca pela aprovação do outro, apesar da mulher querer se satisfazer e estar dentro da forma “normal” de ser, ela busca pela aprovação e atração do homem para confirmar sua subjetividade, seu modo de ser, assim como busca que a sociedade a aceite. Assim, a beleza faz parte do modo ser e estar no mundo, atrelado a subjetividade que é construída socialmente, culturalmente e individualmente, se adequando sempre ao novo mercado, às tecnologias e tendências que vão surgindo (BORIS, CESÍDIO, 2007).

Portanto, pode-se dizer que apesar da “libertação” da cultura patriarcal e suas limitações, as mulheres ficaram reféns de uma nova forma de controle sobre suas vidas. Para Wolf (2020), foi colocado sobre a mulher um novo mundo com as próprias leis, cultura, sexualidade, mas ainda impondo sobre seus corpos limitações e tabus, um conceito de beleza com elementos tão repressores quanto de qualquer outra época. É como se o corpo feminino fosse capturado pelo capitalismo e transformado em objeto de consumo, com regras, valores, custo, prazo de validade, comprando sua subjetividade (NASCIMENTO, PRÓCHNO, SILVA, 2012). Assim, não existe uma liberdade se as mulheres ainda estão presas a um ideal de corpo perfeito e são transformadas em um espetáculo midiático para o consumismo.

O corpo perfeito em evidência: o papel das mídias

A preocupação pela beleza, corpo, padrão estético e pela boa forma acompanha a sociedade desde os primórdios, e em cada época se observa um estilo de padrão de beleza aceitável. No tempo atual, o mercado que mais vem crescendo é o da indústria da beleza em decorrência de um sistema capitalista, onde os padrões de comportamento e beleza são ditados assim como os papéis desempenhados para cada indivíduo, almejando a vida perfeita. O crescente aumento de compra de produtos de beleza se traduz nos estereótipos que as mídias passam em seus veículos de imagem e o incentivo da competitividade entre as mulheres, onde todas precisam ser bonitas, ter corpos magros, estéticos, dentro dos padrões da normalidade que a sociedade impõe hoje, visto que a cada geração e cultura vão se alterando (BORIS, CESÍDIO, 2007).

Orlowski (2020) por meio do documentário “O dilema das redes”, promove uma reflexão sobre a realidade das mídias atuais com o intuito de mostrar de que forma e até que ponto elas podem causar efeitos prejudiciais na autoestima da pessoa e ser uma ameaça à democracia de um país. No documentário são expostas diversas técnicas utilizadas atualmente, pelas maiores plataformas de tecnologia do mercado, para conseguir capturar e manter os usuários nas suas mídias sociais (Instagram, Facebook, Google, Twitter). São utilizadas muitas estratégias psicológicas que em grande parte afeta negativamente a vida e a subjetividade de cada pessoa, uma vez que provoca alienação por meio da manipulação de milhares de informações, inclusive uma grande parte delas sendo falsas. Ela busca a atenção do indivíduo para que o mesmo comece a usar e a partir daí, manipula o conteúdo que é visto, a fim de manter o acesso por um tempo prolongado. Dessa forma é possível ver como a tecnologia deixou de ser uma ferramenta, enquanto a mesma fica esperando ser usada, para ser um vício e um meio de manipulação, usando a psicologia do indivíduo contra ele mesmo.

Percebe-se que a geração Z, composta por aqueles que nasceram no fim da década de 1990 e em um momento de maior expansão tecnológica com a difusão da internet, são pessoas mais ansiosas, frágeis, deprimidas, visto que é uma geração acostumada com a individualidade e com a tecnologia e que, portanto, tem maior dificuldade de criar vínculos duradouros com outras pessoas. As relações são criadas por meio dos aplicativos, das redes sociais, com cada indivíduo na sua própria casa, sem contato físico, interferindo no controle da autoestima e no senso de identidade. Dessa forma, ao postar uma foto, a autoestima da pessoa vai depender de uma aprovação social manipulada através dos likes, comentários e seguidores. Isso se transforma em círculo vicioso, na qual as atitudes e a própria aparência são moldadas pela percepção de

milhares de outras indivíduos que nem tem grande conhecimento sobre a vida daquela pessoa. Foi possível notar na última década, um drástico aumento nas taxas de automutilação e suicídio entre as adolescentes femininas, acompanhado do surgimento e disseminação das mídias sociais (ORLOWSKI, 2020).

No momento atual, as inseguranças e adoecimento psíquico de uma pessoa surge muitas das vezes das expectativas criadas em relação a um acontecimento ou de como o exterior a afeta, a forma como é internalizado. Estamos vivendo em uma geração global em que o significado de comunicação e de cultura está atrelado à manipulação, a nossa vida é construída, assim como a imagem que criamos dos outros em torno de uma perfeição que é validada ou recompensada por meio de curtidas e sinais breve, de forma a nos fazer confundir isso com a realidade e o valor pessoal. Designers da tecnologia programam as crianças e adolescentes de forma a roubar sua atenção e assim eles deixam de fazer suas obrigações diárias por exemplo, sentem-se mais inseguros para tomar decisões, buscar sua independência ou se comparam a padrões de belezas inatingíveis (ORLOWSKI, 2020).

Cada dia que passa as pessoas estão tirando menos carteira de habilitação e tendo menos encontros e relacionamentos. Quando uma pessoa está em um lugar em que não conhece ninguém ou se sente incomodada de alguma forma, a reação mais comum atualmente é recorrer ao celular para fugir do desconforto, em vez de socializar e conhecer novas pessoas. Isso vai atrofiando a habilidade de lidar com situações inesperadas e com a espontaneidade do outro, perdendo sua própria identidade e deixando que o exterior seja internalizado de uma forma mais negativa (ORLOWSKI, 2020).

Por conseguinte, as indústrias poderosas crescem em cima das inseguranças, ansiedades e ao mesmo tempo com todo o seu poder e influência sobre a cultura, amplia ainda mais essas fragilidades e apreensões da mulher, detendo do controle sobre os seus corpos. A publicidade então usa a subjetividade do consumidor apresentando algo que “falta” para ele com o intuito de despertar o seu desejo, dessa forma, ele idealiza a aquisição do produto para suprir essa falta, ele tenta enquadrar nos padrões de autovalorização, autoestima e se não consegue fica deprimido e insatisfeito. Assim, ele se relaciona com a lógica do consumo, pois é aí que acontecem investimentos caríssimos em tratamentos estéticos, produtos de cosméticos e cuidados corporais, para deixar as mulheres mais magras, jovens e, portanto, mais belas (WOLF, 2020).

As propagandas publicitárias têm como intuito vender seu produto, e para isso ela apela para todos os recursos possíveis, interferindo no inconsciente das pessoas, o que gostariam,

desejariam ter, entrando na realização dos desejos e sonhos de cada indivíduo, apesar de seu único propósito ser comercial, e os produtos de cosméticos crescem graças à essa influência midiática. A publicidade é um caminho por qual os consumidores são manipulados, controlados e induzidos ao produto que não desejam, mas com a manipulação midiática passam a ter necessidade real do produto. Cada vez mais marcas de beleza investem em produtos veganos, livre de testes em animais, frases de impacto, tudo isso para na hora de comprar, o cliente se sinta mais seguro do produto que está adquirindo. Outro fato que empresas estão investindo é em produtos para peles mais maduras, sabendo que o Brasil vem crescendo com sua população mais idosa e com isso grandes marcas investem no marketing, fazendo de tudo para atrair mais clientes. O consumo desenfreado pelos produtos tenta suprir uma necessidade e carência do ser humano que está cada vez mais inserido em uma sociedade individualista, virtual, e que atribui à mulher uma realização individual e uma sensação de plenitude. Hoje, a mulher ao usar um batom de preferência da sua cor e tendência, se sente atraente, bonita, deseja, chegando a níveis altos de satisfação. Dessa maneira, os meios de comunicação estimulam o consumo maior para que as mulheres tenham cada vez mais essa sensação, investindo nos discursos, comportamentos e ações do indivíduo, interferindo assim no estilo e modo de ser de cada um. Até mesmo no dicionário da língua portuguesa a palavra beleza vem carregada com uma associação feminina, expressa por aquilo que é agradável, sendo um conceito visto para caracterizar uma mulher bela. (ROCHA et al, 2019; CAMPOS et al, 2019).

A indústria da moda possibilitou a abertura para novas vagas de emprego e possibilidade de marcas pequenas garantir maior espaço e visibilidade na mídia. A perfeição estética vem tomando conta do social, abrindo um caminho maior nas redes sociais, onde a aparência compõe um grande papel na vida do ser humano. Além do forte apelo publicitário em produtos de cosméticos para as mulheres, ainda se tem o fato desta estar sempre tendo o seu papel objetificado, reduzido à imagens sexualizadas, como é visto em filmes, a mulher como objeto sexual, seminua, fonte de prazer masculino e o homem sendo identificado pelas suas habilidades sociais, inteligência emocional, cognitiva. Outra forte fonte de objetificação do corpo da mulher são as campanhas publicitárias de produtos que usam o corpo da mulher seminua, com posições atraentes a fim de vender a mercadoria anunciada, reforçando o corpo escultural, magro, cabelos longos e lisos e a pele bronzeada, com forte conteúdo apelativo. A autoimagem da mulher se torna distorcida nesses veículos de imagem reforçando a cobrança da figura feminina pelo corpo ideal. Um fenômeno que manifesta esse comportamento cultural é o carnaval, no qual as mulheres são objetos de desejo do masculino, em que televisões, propagandas, apresentações

mostram a figura feminina desfilando com poucas roupas. Apesar do carnaval ter sido um movimento expressivo, cultural e tradicional trazido pelos negros, ele foi sendo desenvolvido e modificado ao longo dos anos, mas sempre valorizando a beleza do corpo feminino, que atualmente é objetificado nessas comemorações, associando os homens à bebida alcóolica, carnaval e prazer sexual, reforçado pelo papel das mídias (ROCHA et al 2019).

O mundo está se tornando cada vez mais virtual, e as redes sociais possibilitam essa conexão virtual entre as pessoas, onde há troca de mensagens, compartilhamento de imagens, conteúdos realizados em segundos. O virtual vem se tornando parte fundante da grande parcela de população, e por consequência acaba por ditar e influenciar diversos comportamentos dos indivíduos. Atualmente, o que se observa nas redes sociais são pessoas usando máscaras para encobrir o seu verdadeiro eu, por meio de posts motivacionais, fotos com viagens dos sonhos, comidas bonitas e saudáveis, imagens com efeitos omitindo as informações, a vida ideal em que todos são felizes. É assustador como as mulheres são bombardeadas a todo momento por esses ambientes virtuais. São inúmeros os anúncios publicitários induzindo a produtos que prometem verdadeiros milagres, sem contar a quantidade de aplicativos relacionados à estética que são criados com o intuito de propagar a imagem ideal. São cremes, cintas, procedimentos estéticos, técnicas da barriga negativa, suplementos, e até influenciadoras digitais pagas para ajudar nesses mecanismos de divulgação, com frases motivacionais que consistem no simples fato que basta apenas força de vontade, esforço e alguns produtos para se chegar ao padrão perfeito (ROCHA et al 2019).

O contexto atual vivido hoje é marcado fortemente pela ascensão e popularização das redes sociais. Uma das redes mais usadas atualmente e que mais vem crescendo com o seu público feminino na qual pode se observar mais de perto a idealização da autoimagem é o *Instagram*, em que usuários criam seus perfis geralmente para postar fotos, vídeos retratando mais de perto um ambiente perfeito e o que importa são as quantidades de *likes e seguidores* que se possui. Os perfis que mais crescem nas redes sociais é o da beleza, de celebridades escolhidas para se espelhar e se identificar, as associações podem vir por diversos motivos como a idade, saúde, a forma como se comunicam e retratam sua rotina, beleza corporal, referências na busca desse corpo perfeito. Geralmente, essas celebridades são mulheres mais novas, que retratam seu dia a dia na academia, no salão de beleza, rotina no trabalho, e um fator muito importante, as publicidades de moda, beleza, cuidados com a pele, que às vezes podem ser divulgadas diretamente ou indiretamente nos discursos midiáticos que acabam influenciando o consumo

dos itens na tentativa de adquirir aquele corpo perfeito e estar mais próxima daquela pessoa que buscam como associação (APROBATO, 2018).

O *Instagram* é uma rede social online que permite aos seus usuários a interação, compartilhamento de fotos, vídeos, *boomerangs* com outros usuários de interesses comuns ou não, e que podem estar a quilômetros de distância. Na plataforma, se consegue de forma gratuita utilizar filtros digitais, que trocam de cor, aumentam ou diminui o brilho, intensidade, e que podem até colocar batom, cílios, blush, maquiagem nos usuários, e o compartilhamento em diversas outras redes sociais como o *Facebook*, *Whatsapp*, *Twitter etc.* Além disso, há o recurso dos *stories* no *Instagram*, na qual a pessoa pode fazer um vídeo por alguns segundos, sendo em tempo real ou não, disponível por 24 horas, e depois apagado, onde o seu acesso irá para os itens arquivados. O que os famosos postam no *Instagram* parece estar carregado de um discurso único, absoluto, em que a postagem de uma refeição repleta de saladas, por exemplo, seria um bem para a saúde, ou uma viagem de luxo para países e resorts caros seria a maneira de se viver de uma forma maravilhosa e única. Mesmo que os seguidores não compartilhem das vidas saudáveis, sejam sedentários, não podem fazer viagens caras, acabam sendo afetados de alguma maneira, positivamente ou não, demonstrando que aquela mensagem transmitida no *Instagram* tem uma coerção social na imposição de hábitos. O fato de estar seguindo alguém é uma forma de vínculo, na qual mostra que muitos seguidores ficam felizes, motivados quando são notados pelas celebridades que seguem. Esse vínculo forte criado nas plataformas online, apresenta um espaço de interação social, de trocas, exposição social, mas em contrapartida um vínculo narcísico, representado no fato que muitos seguidores desejam ser aquela celebridade, ter o corpo daquela celebridade, a vida que elas apresentam, a história do outro (APROBATO, 2018).

Como dito anteriormente, as redes sociais também surgem como uma forma de subsistência para diversos indivíduos, que de uma simples pessoa anônima pode vir a se tornar celebridade, e ganhando forte credibilidade em seus discursos, recebendo assim o nome popularmente dito *Digital Influencer*, que como mesmo diz, passa a influenciar seus seguidores através de publicações, que frequentemente são ligadas ao consumo. As *Digitais influencers* passam a virar mercadorias também, a estarem sempre com seus corpos belos, malhados, rostos impecáveis sem nenhuma mancha, com sua subjetividade sendo colocada diariamente em jogo. É nesse público de influencers que a mídia está sempre atenta naqueles com mais destaque e engajamento, para assim escolherem o melhor na hora da divulgação de seu produto, seja por meio da quantidade de *likes*, *seguidores*, *publicações*, *número de visitas no perfil*, esse momento é crucial para as empresas faturarem mais alto, os influencers mostrarem seu trabalho e os

usuários adquirirem o produto daquele influenciador que gostam, pelo motivo de ter sido testado, usado, divulgado ou até mesmo comprado por ele (CAMPOS et al, 2019).

Uma consequência desses aplicativos com filtros que vem se tornando bastante comum nos dias atuais, é segundo Orlowski (2020), a Dismorfia de Snapchat, uma nova síndrome denominada pelos cirurgiões plásticos resultado da procura de pacientes por cirurgias com o intuito de ficarem cada vez mais parecidos com as suas fotos com os filtros aplicados nessas redes sociais, porém sem a imagem de um artista ou personalidade digital mas com correções naquilo que seria “feio ou defeituoso” se adequando a um padrão criado.

A relação da mídia com a mulher pode ser vista como opressora-oprimida, ao passo que a mulher oprimida consome, compra, investe nos produtos divulgados de beleza para se sentir pertencente a mídia opressora, aceitando assim fazer parte desses modelos impostos de forma consciente e inconsciente muitas das vezes. E quando a mulher não consegue se adequar aos modelos culturais impostos, seja por motivos financeiros, estéticos, genéticos, familiares, os problemas podem interferir diretamente na sua saúde psicológica e física, buscando outras alternativas de enfrentar a situação, ou passando até mesmo a odiarem umas às outras e a si mesmas como um mecanismo de defesa. Para atingir a boa forma e aos padrões estéticos divulgados em revistas, mídias, redes sociais, é muito importante o dinheiro e tempo destinado para cada procedimento, e não são todas as pessoas que possuem esse recurso e tempo disponível. Por isso, o conceito beleza e suas práticas para tornar esse corpo “aceitável” estão relacionadas ao status social e poder econômico de cada indivíduo. É muito comum se observar milhares de revistas destinadas à beleza, páginas e páginas que contam como você pode perder peso em apenas alguns meses, cremes antirrugas, dietas milagrosas, enfatizando como a boa forma pode não ser motivada apenas por questões de saúde, mas também pelo status social, em poder se encaixar naquilo ditado na sociedade (FLOR, 2009).

E para influenciar ainda mais o público feminino na compra de seus produtos, as mídias sociais usam imagens distorcidas e manipuladas, divulgam produtos com preços exorbitantes, fugindo da realidade, para que muitas mulheres acreditem naquilo divulgado e se sintam mal. As fotos divulgadas nesse mundo tecnológico adulteram as imagens, escondem sinais e marcas do corpo, editam a foto para que tudo pareça o mais natural possível, e com isso, toda a história da mulher é eliminada, perdendo pouco a pouco sua identidade, singularidade e conseqüentemente o valor feminino é retirado (CAMPOS et al, 2019).

Em suma, vivemos em uma sociedade do imediatismo, das soluções rápidas, onde se valoriza tudo aquilo que é instantâneo, que valoriza o fazer parte de um grupo, a padronização, a aparência, o espetáculo (GOMES, LEITE, 2021).

Toda normatização, pressupõe então, um enquadramento dos indivíduos dentro de determinados padrões valorizados por uma determinada cultura. No caso da atualidade, este cenário imputa ao sujeito a obrigação das realizações das performances espetaculares a todo tempo. Estas performances espetaculares podem ser entendidas como um posicionamento, no sentido de uma estética das aparências sempre endereçadas ao Outro. A cultura espetacular é a pré-condição para uma performance demasiadamente narcísica (TAVARES & HASHIMOTO, 2008, p.10 apud GOMES & LEITE, 2021).

Assim sendo, é importante refletir o fato de que todas essas mídias sociais, em sua maioria não representam a realidade tal como ela é, pois só é mostrado aquilo que queremos que as pessoas vejam, e essa imagem de perfeição que se cria sobre uma pessoa ou que buscamos transmitir com as postagens, pode alterar a percepção que temos sobre nós mesmos. A mídia exige um modelo inatingível e difunde a ideia de uma juventude e beleza eterna e a necessidade de estar atualizado e mostrar sempre o novo a cada postagem. O objetivo é manter todos controláveis de modo a satisfazer o mercado capitalista, com a venda de mercadorias e procedimentos, que a cada ano se reinventam, através das diversas propagandas instigadoras do consumo manipuladas pelos algoritmos que controlam todas as páginas que o usuário visita. O autêntico deu lugar ao falso, ao superficial e artificial. O corpo adquire sentido no *parecer* ou *pertencer* e não no *ser*, ou seja, o valor é dado pela aparência e não pela essência, e que por consequência levam as mulheres a pagarem um preço muito alto, com muitas frustrações e adoecimentos (GOMES, LEITE, 2021).

O preço a pagar pelo corpo ideal

A alimentação é uma das atividades humanas mais importantes em questões biológicas, pois a partir dela que o ser humano consegue os nutrientes necessários para sua sobrevivência. Além disso, por meio da alimentação alguns aspectos econômicos, relações sociais, psicológicas, culturais podem ser envolvidos no processo (COSTA, 2014; BARACAT, 2014). Diante de um país cada vez mais tecnológico, em que as mídias controlam grande parte da vida das pessoas e de mulheres cada vez mais inseridas no mercado de trabalho, a indústria alimentícia passou a criar novas práticas alimentares, visando principalmente a preocupação com a saúde e qualidade de vida, com produtos mais saudáveis, com poder econômico maior, e

que o principal alvo dessas propagandas e publicidades se tornam as mulheres, no objetivo de uma manipulação e veiculação de um padrão estético cultural (COSTA, 2014).

Além de toda propagação pela mídia de como se deve ter o corpo padrão, a alimentação saudável também se tornou um pré-requisito na busca desse alcance. É comum observar mulheres seguindo dietas malucas ou como se fosse uma doutrina, na qual é preciso ficar de jejum por horas, comer apenas determinado alimento, se privando de diversas coisas, apenas para se obter o padrão estético vigente na sociedade. Todas essas dietas em alguns casos, não se tem o acompanhamento do nutricionista, apenas de algo que se viu na internet ou dicas de *influenciadores digitais*, como se fosse algo mágico, o sujeito se torna engessado e dependente, diante daquilo que está sendo colocado como padrão a ser seguido na mídia (COSTA, 2014). O cuidado com o corpo, associado com a preocupação excessiva pela saúde do ser humano, são temas muito vistos em revistas de moda, publicidades voltadas ao público feminino, trazendo a todo instante a saúde e estética como um só, em que para ser saudável é preciso estar em forma, tal fato ainda é reforçado pelas academias, em que o número de locais específicos para se exercitar aumentaram significativamente. O modelo de padrão/corpo perfeito vigente na sociedade e nas mídias, leva muitas mulheres desde à sua infância e adolescência, a uma imagem negativa de seus corpos juntamente com uma insatisfação por não estar no modelo ideal. Com isso, induz muitas mulheres a adotarem dietas desde muito cedo restritivas e exercícios físicos pesados, em que ficou muito famoso na era atual, o *crossfit* que contém diversos exercícios com uma elevada intensidade, na tentativa de eliminar aquelas calorias e gorduras a mais, para assim se adequar ao modelo de padrão da sociedade. Os relatos de famosas, visto muitas vezes em revistas ou entrevistas, intensificam mais essa busca pelo padrão, em que muitos relatos consistem em dietas milagrosas, que prometem diversos benefícios em apenas poucos dias (BARACAT, 2014).

Entretanto, essa incansável busca e obsessão pela magreza, o corpo perfeito e no cuidado da alimentação em dietas ditas saudáveis, observa-se que o número de determinadas doenças psíquicas e físicas atualmente aumentaram. Até mesmo mulheres que fazem exercício físico em excesso alegando que é apenas pela saúde, mas que estão em busca de um corpo musculoso e definido, fazem uso de dietas muitas vezes radicais, deixando se ingerir diversos alimentos necessários para o corpo, fazendo uso de anabolizantes e suplementos, acabam sofrendo em decorrência do que é divulgado pelo medo de não conseguirem se adequar ao padrão definido. Além de todo sofrimento causado por doenças biológicas, há também o grande sofrimento psíquico, em que alguns casos quando a mulher não consegue se enquadrar no padrão

estipulado, ela se sente excluída, rejeitada do padrão de beleza que é imposto. Outro fator que agrava esse sofrimento é o econômico, pois em uma realidade como a vivida atualmente, a falta de dinheiro pode levar às pessoas se inferiorizarem e se privarem de diversas coisas, como em alguns casos, a saúde e alimentação. Assim, é introduzido mais uma forma de segregação, na qual para se ter o corpo perfeito, custa dinheiro, alimentações mais saudáveis livres de alguns conservantes, geralmente mais caras que o habitual, tratamentos estéticos, cirurgias plásticas, roupas da moda (BERGER, 2010).

Assim com toda essa rejeição causada consigo mesma e com os fatores que as envolvem, a mulher passa a se julgar magra ou gorda demais, alta ou baixa, usuária ou não das tendências de moda, se comparando a todo momento com o outro. O culto ao corpo perfeito se torna divulgado e propagado em todos os veículos de imagem, na qual até mesmo a exibição de corpos na TV passa a repercutir na cabeça das mulheres, formando uma imagem negativa sobre si com a divulgação de corpos sarados, magros, musculosos interferindo diretamente no comportamento. Essa necessidade consciente ou inconsciente de alcançar o corpo ideal, vem atrelada com diversos problemas de saúde, como anorexia, bulimia, distorção de imagem, dismorfia muscular, ortorexia, na qual muito desses aspectos são influenciados pela mídia, como imagem a ser alcançada (BARACAT, 2014).

Desde muito cedo, o indivíduo já obtém um contato mesmo que indiretamente com o mundo virtual, seja através do som transmitido por um aparelho eletrônico, babás eletrônicas, todos se tornaram reféns do mundo digital. Diante toda globalização, muitas jovens acabam se deparando com as mídias sociais, influenciadoras digitais que acompanham e admiram, na qual o assunto acaba entrando no padrão estético, no modelo de corpo ideal. A adolescência é o período em que muitas meninas estão passando por transformações físicas, os hormônios estão aflorados e os pensamentos e sentimentos oscilam a cada instante. Com toda a propagação nos veículos midiáticos, ditando regras, dietas, roupas, maquiagens e como se comportar, o número de mulheres cada vez mais jovens com alguma patologia aumentaram (BARACAT, 2014).

Os distúrbios alimentares podem ser resultantes da interação com a mídia, fatores do próprio indivíduo, familiar e cultural referente aos padrões e costumes determinados pela época, na qual há uma preocupação anormal com o peso, corpo e o alimento. Assim, a mulher acaba acreditando e associando o padrão do corpo magro ao sucesso, aceitação, conquistas amorosas e financeiras, saúde mental, e que apenas com as dietas tudo irá se resolver (BARACAT, 2014). A prática alimentar vai se moldando e se influenciando a partir de uma cultura e sociedade a qual um indivíduo pertence, e pelas mudanças ao longo da história. Dessa forma, o mundo

moderno, toda tecnologia e mídias digitais tem contribuído para a distorção das imagens corporais e valorizando as qualidades físicas acima das psicológicas. Ocorre então um culto exagerado ao corpo e à estética e essa preocupação excessiva aumenta a relação conflituosa entre a comida e o comer, tendo por consequência diversos desequilíbrios, dando surgimento a esses distúrbios. Geralmente as pessoas que estão com algum distúrbio, não se sentem doentes, o que faz com que há uma maior relutância em procurar algum tratamento e ajuda (SILVEIRA JR et al., 2015; SANTOS et al., 2014).

Anorexia nervosa

São critérios diagnósticos de uma Anorexia nervosa, de acordo com o DSM-5 (2014): uma restrição da ingestão calórica, medo intenso de ganhar peso, obsessões e compulsões relacionadas a alimentação, assim como uma perturbação em relação ao próprio peso, ausência de percepção da gravidade do baixo peso. Pode-se dividir em dois tipos: restritivo e compulsão alimentar purgativa. O primeiro refere-se a uma perda de peso decorrente de dietas, jejuns e exercícios físicos intensos, já a segunda é quando ocorre vômitos autoinduzidos, ou uso de laxantes, diuréticos ou enemas. É um distúrbio, em que o indivíduo mantém um peso considerado abaixo do recomendado para suas condições físicas. Consequências costumam ocorrer, como perturbações fisiológicas associadas a desnutrição e perda da densidade mineral óssea. Além disso, a baixa do peso pode ocasionar sinais e sintomas depressivos, humor deprimido, irritabilidade, baixa autoestima, sentimento de desesperança, hipersensibilidade à críticas, necessidade de maior aprovação externa, isolamento e insônia, podendo até ser diagnosticado juntamente, um transtorno depressivo. Os indivíduos com Anorexia nervosa do tipo purgativa têm a tendência de serem mais impulsivos, enquanto a do tipo restritiva são mais obsessivos e perfeccionistas. (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2014; OLIVEIRA-CARDOSO et al., 2018)

Entre os fatores de risco estão questões ambientais, em que a variabilidade histórica e transcultural está associada com culturas e contextos que valorizam a magreza. A anorexia é considerada um dos distúrbios alimentares, tendo como um dos fatores desencadeantes, a mídia. Na anorexia, ocorre uma distorção da imagem do corpo em relação ao seu tamanho, ou seja, na realidade a pessoa se apresenta de uma forma, porém ela acredita estar sempre mais gorda do que aparenta no espelho (BARACAT, 2014; AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2014)

Bulimia nervosa

A Bulimia é um distúrbio em que ocorre episódios recorrentes de compulsão alimentar, por ingestão de uma maior quantidade de alimento em um certo período de tempo (normalmente menos de 2 horas), acompanhado de uma falta de controle durante o episódio. Também pode ocorrer alguns comportamentos com intuito de compensar aquele ganho de peso, através de vômitos, laxantes, diuréticos, entre outros. Os indivíduos que sofrem desse distúrbio costumam esconder os sintomas, e a internalização de um tipo ideal de corpo magro, contribuiu para o risco de bulimia nervosa, devido a preocupação com o peso. Além do mais, baixa autoestima, sentimentos negativos em relação ao próprio peso, sintomas depressivos, distúrbios de ansiedade são fatores que contribuem para o desenvolvimento da bulimia. O afeto negativo é uma condição mais comum à propensão de surgir uma compulsão alimentar (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2014; OLIVEIRA-CARDOSO et al., 2018)

Transtorno Dismórfico Corporal e Dismorfia muscular

Os indivíduos com Transtorno Dismórfico Corporal, também conhecido como Vigorexia, são preocupados com características em qualquer área do corpo que acreditam parecer feia, defeituosas e sem atrativos, o que causam um sofrimento significativo e problemas no funcionamento psicossocial, interpessoal, profissional, acadêmico, ou qualquer outra área da vida desse indivíduo. O que também caracteriza esse distúrbio é a execução de comportamentos repetitivos como arrumar-se excessivamente, ficar se olhando demais no espelho, realizar procedimentos estéticos ou atos mentais excessivos como ficar se comparando demais aos outros, podendo aumentar a ansiedade e a disforia. Ademais, lesões, infecções ou outros problemas de saúde mental e física podem surgir desse distúrbio, do uso abusivo de anabolizantes e levantamento de peso acima do recomendado. As taxas de ideação suicida são altas em pessoas que apresentam o distúrbio. A Dismorfia muscular está dentro do Transtorno Dismórfico Corporal e ocorre geralmente em homens, a qual o indivíduo acredita que está insuficientemente musculoso ou pequeno demais. Sobre fatores de risco valores e preferências culturais podem ter uma certa influência nos sintomas (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2014)

Ortorexia

A Ortorexia é um distúrbio mais recente e embora ainda não seja reconhecido oficialmente, já é bastante falado e tema de muitos estudos. Se caracteriza pela preocupação

excessiva com a qualidade dos alimentos e com sua saúde, as pessoas que tem esse distúrbio se baseiam nos discursos de cuidado com a saúde, amplamente difundido nas mídias e que nem sempre é realmente saudável. Dessa forma, o indivíduo tem tendência a isolar-se por medo de sair da dieta, ter dificuldades nas relações interpessoais, de comer em outros ambientes que não conhece o preparo e a origem do que se come, uma vez que eles não consomem alimentos que passam por substâncias artificiais (SILVEIRA JR et al., 2015).

Esse distúrbio possui uma relação bem próxima ao TOC (Transtorno obsessivo compulsivo), apesar de não ter muitos estudos sobre o assunto, indivíduos ortorexicos apresentam alguns mecanismos obsessivo-compulsivos em relação ao natural, saudável e substâncias encontradas nos alimentos. Dessa forma a Ortorexia se colocaria nos espectros alimentares e Transtorno Obsessivo-Compulsivo. Além disso, pacientes com esse diagnóstico também tem níveis mais altos de excitação, depressão, solidão, nervosismo e culpa (SILVEIRA JR et al., 2015).

Perfil psicológico dos pacientes e o papel da Psicologia

É possível observar que todos os distúrbios levam a prejuízos significativos em várias, ou até todas as áreas da vida de um indivíduo. Em pacientes com Anorexia e Bulimia, a contenção de impulsos fica prejudicada o que pode levar a episódios de auto e héteroagressividade. Aspectos como a autoestima e identidade da pessoa, relações interpessoais, trabalho, estudo, ficam comprometidos e, portanto, gera ansiedades, sentimentos e pensamentos de desesperança, desvalor, desamor, solidão, desamparo, ou seja, um sofrimento físico e psíquico muito grande (OLIVEIRA-CARDOSO et al., 2018; SILVEIRA JR et al., 2015).

Dessa forma o estudo da Psicologia e a prática psicoterápica tem sido usada como um importante recurso para o acompanhamento e a busca de melhores intervenções com o paciente, uma vez que os fatores importantes relacionados ao aparecimento e evolução dos sintomas estão no meio social do indivíduo. Os enfoques teóricos mais utilizados são a psicanálise e a terapia cognitivo comportamental, apesar da psicologia ter uma visão muito ampla e com diferentes abordagens, por exemplo, intervenções grupais também são bem utilizadas como essencial no apoio a pacientes e familiares. Assim, é muito importante o investimento e cada vez mais pesquisas e estudos a fim de consolidá-la e permitir maiores reflexões acerca do tema e intervenções (SCORSOLINI-COMIM, SANTOS, 2012).

O grupo também é um espaço potente para o paciente se expressar emocionalmente, trocar experiências, questões relacionadas à resistência ao tratamento, convivência familiar e

em outros ambientes e assim explorar esses significados e auxiliar na resolução de problemas (SANTOS et al., 2014).

Abordagens psicodinâmicas com fundamento em diferentes teóricos da Psicanálise também podem fornecer uma intensa colaboração ao proporcionar uma maior compreensão e detalhamento dos antecedentes de desenvolvimento do distúrbio, a história pessoal do paciente, todo o seu contexto social e cultural. Em vista disso, a psicoterapia, a contribuição da psicologia ao todo, se coloca como uma intervenção bem eficaz para ajudar o indivíduo a entrar em contato com o vazio interno, conhecer a si mesmo, descobrir suas potencialidades e recursos de enfrentamento e ampliar sua visão acerca do mundo, dos relacionamentos, da cultura, e daquilo que é imposto nas mídias sociais, para que ele recupere sua autoestima e construa uma autoimagem positiva (SCORSOLINI-COMIM, SANTOS, 2012; SANTOS et al., 2014).

Além de todo esse trabalho desenvolvido de suma importância pelo psicólogo nesse contexto, há outros profissionais que servem como grande apoio à mulheres que sofrem com algum tipo de distúrbio, como nutricionistas, psiquiatras, terapeutas, que podem juntamente compor uma equipe multidisciplinar, em que consigam através de um olhar crítico, humanizado, ajudar, orientar, acompanhar as mulheres que venham a desenvolver alguma doença física ou psíquica da autoimagem causada por fatores culturais, genéticos, de uma forma que ela consiga lidar melhor com as emoções que foram geradas, trabalhar suas crenças nucleares e disfuncionais desenvolvidas desde a infância e a alimentação adequada de acordo com sua realidade (VAZ et al. 2021).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais e sua relação direta com a autoestima da mulher é um assunto que se observa cada vez mais sendo abordado até no próprio meio midiático, e que vem ganhando espaço e divulgação na sociedade, artigos científicos, estudos. Esse trabalho buscou entender e realizar uma aproximação de como as mulheres são influenciadas pelo que é propagado através das mídias sociais e como distúrbios mentais e alimentares podem ser desencadeados durante esse processo de comparação, influência e autoestima afetada, a partir de uma revisão narrativa.

Conclui-se que apesar de nos tempos atuais existir um padrão estético imposto, em que o ideal de beleza são corpos magros, altos, esbeltos, o padrão sempre existiu desde a antiguidade, e que no decorrer dos anos, foi se alterando e atualmente se tornaram mais fortes devido à globalização e o fácil acesso aos meios midiáticos. A pesquisa cuja pergunta principal

se deu entorno de como as mídias sociais podem desencadear ou influenciar no desenvolvimento de distúrbios mentais ou alimentares em mulheres, se limitou a ser respondida através de artigos já existentes brasileiros sobre o tema, e considerou-se que nos diversos conteúdos midiáticos acessados atualmente com foco nas redes sociais como o Instagram e Facebook, é abordado um padrão sexualizado da mulher, com receitas, exercícios, dietas que ajudam na busca desse estereótipo. Dessa forma, a mulher vai construindo sua imagem através do que é imposto e divulgado pelas mídias, e que em muitos casos, vê o seu corpo como imperfeito, fora dos padrões e com necessidade de alcançar aquele ideal para que seja aceita pela sociedade.

Nesse sentido, esse estudo destacou como as representações da mídia ajudam na construção da maneira como as mulheres veem a si mesmas e às outras e a constituir sua história e sua subjetividade, trazendo ao mesmo tempo um paradoxo no qual houve e ainda há toda uma luta com o movimento feminista em que se busca a liberdade do corpo feminino, ao mesmo tempo que a mídia, sustentada pelo capitalismo e pela sociedade do consumo, traz a mulher para esse aprisionamento e imposição no sentido de limitar as atitudes, as formas de ser e se expressar principalmente em relação aos cuidados corporais, transformando-o em um espetáculo. E com relação a isso, demonstrou, portanto, que essa liberdade de certa maneira é ilusória visto que a mulher procura seu modo de ser e estar no mundo, de acordo com aquele padrão que a publicidade determinou para vender seu produto, e também como um determinado estereótipo não tem relação com ser saudável ou não, mas principalmente a consequência que essa postura adotada nas mídias provoca na saúde física e psíquica da mulher.

Ademais, é válido pontuar algumas outras limitações que foram possíveis observar com a realização do estudo, possibilitando uma direção para pesquisas futuras. A falta de artigos mais recentes e científicos que trazem essa relação entre os distúrbios mentais e alimentares e a influência da mídia demonstram uma limitação na generalização dos resultados, relacionados a uma situação mais atual, considerando o crescimento exponencial que ocorre no acesso à mídia e às redes sociais nos últimos anos, inclusive durante a pandemia causada pelo coronavírus SARS-CoV-2.

Assim sendo, sugere-se para que nos próximos estudos, seja realizado o levantamento de uma análise mais profunda das redes sociais mais fortes atualmente, como o caso do Facebook, Instagram, TikTok, na tentativa de avaliar como as mulheres são afetadas em cada rede social, se há comparações e influências patológicas e como cada mulher se observa, o processo da

autoimagem, visto que muito estudos se relacionam mais fortemente ao público adolescente, podendo nos estudos futuros englobar todas as idades.

Além do mais, é importante mais pesquisas e estudos que busquem ampliar sobre os métodos e técnicas de intervenções da psicologia e de outras áreas - de que forma elas podem ajudar, qual o seu papel - e a relação com outros adoecimentos e distúrbios, partindo da conclusão da influência que a mídia exerce sobre essas formas de adoecimento e sobre toda a vida de uma mulher, refletindo nas suas interações sociais, na família, no trabalho. É importante também que esses profissionais estejam informados a tudo o que acontece nessas redes, uma vez que, por meio deste estudo percebeu-se a importância que eles podem exercer na prevenção e no tratamento dos distúrbios.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. (2014). **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5** [Recurso Eletrônico]. (5 ed.; M. I. C. Nascimento, Trad.). Porto Alegre, RS: Artmed.

APROBATO, Valéria C.. **Corpo digital e bem-estar na rede Instagram: um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade**. Bol. - Acad. Paul. Psicol., São Paulo , v. 38, n. 95, p. 157-164, 2018 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415711X2018000200003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 24 fev. 2022.

BARACAT, Mariana; BARACAT; Juliana. **A influência social e cultural da idealização do corpo perfeito através dos meios de comunicação e seu impacto na formação da imagem**

corporal. 2003. Disponível em: <
http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/Xwf05ZDP3MtONsC_201710-17-21-27-33.pdf>. Acesso em 22 Abril. 2022.

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília. **Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje.** 2011. Disponível em:
 <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010271822011000100004&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 08 abr. 2021.

BEAUVOIR, Simone De. **O segundo sexo.** Tradução de Sérgio Milliet. 2 ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BERGER, Mirela. **Felicidade é entrar num vestido P”: o culto ao corpo na sociedade urbana contemporânea.** 2010. Disponível em: <
<https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/43288/46911>>. Acesso em 22 Abril. 2022

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; CESIDIO, Mirella de Holanda. **Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade.** Rev. Mal-Estar Subj., Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 451-478, set. 2007 . Disponível em
 <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S151861482007000200012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 03 nov. 2021.

BROSIN, Danuska; TOKARSKI, Maine Laís. Do gênero à norma: contribuições de Judith Butler para a filosofia política feminista. **GÊNERO**, Niterói, v. 18, n.1, p. ,098-118, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/revistagenero/article/view/31278/18367>>.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003

CAMPOS, Gabriela Rocha; FARIA, Hila Martins Campos; SARTORI, Isabela Duarte. **Cultura da estética: o impacto do instagram na subjetividade feminina.** 2019. Disponível em: <<https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/cadernospsicologia/article/view/2495/1628>>. Acesso em 25 de Fev 2022.

CARVALHO, Deborah Soares. **A representação da mulher na mídia: questões de gênero e poder.** 2015. Disponível em < <https://core.ac.uk/reader/185255780>>. Acesso em 30 de nov de 2021.

COLLING, Ana Maria. **Tempos diferentes, discursos iguais: a construção do corpo feminino na história.** Editora Ufgd, 2014.

COSTA, Mariana Fernandes. **Dietas da moda e transtornos alimentares: a construção de sentidos na busca do “corpo perfeito” e da “vida saudável”.** 2014. Disponível em: <https://www.bdtd.uerj.br:8443/bitstream/1/7208/1/TESE_Mariana%20Costa.pdf>. Acesso em 16 de Abril 2022.

FARIA, Nalu; NOBRE, Miriam. **O que é ser mulher? O que é ser homem? Subsídios para uma discussão das relações de gênero.** Disponível em: <<http://ceseep.org.br/wp-content/uploads/2014/05/SUBS%C3%8DDIOS-PARA-UMA-DISCUSS%C3%83O-DEG%C3%8ANERO.pdf>>. Acesso em 31 de Out de 2021.

FLOR, Gisele. **Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza.** 2009. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/estudosdecomunicacao/article/view/22317/21415>> .Acesso em 01 de Março 2022.

GOMES, Lidiane Bernardo; LEITE JUNIOR, Francisco Francinete. Essência versus Aparência? Perspectivas Teóricas sobre os Transtornos Psicológicos numa “Sociedade do Espetáculo” / Essence versus Appearance? Theoretical Perspectives about Psychological Disorders in a “Spectacle Society”. **ID on line. Revista de psicologia**, [S.l.], v. 15, n. 55, p. 119, maio 2021. ISSN 1981-1179. Disponível em: <<https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3000/4828>>. Acesso em: 03 mar. 2022.

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo.** Tradução de Gabriel Salvi Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência.** Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** Tradução de Sonia M. S. Fuhrmann. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

LE GOFF, Jacques; TRUONG, Nicolas. **Uma História do Corpo na Idade Média.** Tradução de Marcos Flamínio Pires. Revisão técnica de Marcos de Castro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. 207 p.

MATOS, Maria Izilda Santos; SOIHET, Rachel. **O corpo feminino em debate.** 1 ed: Editora Unesp, 2003.

NASCIMENTO, Christiane Moura; PRÓCHNO, Caio César Souza Camargo; SILVA, Luiz Carlos Avelino da. **O corpo da mulher contemporânea em revista**. Fractal: Revista de Psicologia [online]. 2012, v. 24, n. 2, pp. 385-404. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1984-02922012000200012>>. Acesso em: 02 dez. 2021.

O DILEMA DAS REDES. Direção: Jeff Orłowski. Estados Unidos: Netflix, 2020.

OLIVEIRA-CARDOSO, Érika Arantes et al. **Qualidade de Vida em Pacientes com Anorexia e Bulimia Nervosa**. Psicologia: Teoria e Pesquisa [online]. 2018, v. 34. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0102.3772e34411>>. Acesso em: 04 mai. 2022.

RETONDAR, Anderson Moebus. **A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como "contexto social" de produção de subjetividades**. 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/se/a/nvqttKf4ZsZ5zy6ss9V8C7r/?lang=pt#>>. Acesso em: 03 nov. 2021

REZENDE, Daniela Leandro. **Patriarcado e formação do Brasil: uma leitura feminista de Oliveira Vianna e Sérgio Buarque de Holanda**. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pensamentoplural/article/view/6568/5155>>. Acesso em 31 de Out 2021.

SANTOS, Manoel Antônio dos; SCORSOLINI-COMIN, Fabio; GAZIGNATO, Elaine Cristina da Silva. **Aconselhamento em saúde: fatores terapêuticos em grupo de apoio psicológico para transtornos alimentares**. Estudos de Psicologia (Campinas) [online]. 2014, v. 31, n. 3, pp. 393-403. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0103166x2014000300008>>. Acesso em: 4 mai. 2022

SILVEIRA JR, Luiz Alberto da Silva et al. **Ortorexia nervosa e transtorno obsessivo-compulsivo: qual a relação?**. Psicol. hosp. (São Paulo), São Paulo, v. 13, n. 2, p. 4763, ago. 2015. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S167774092015000200004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 04 mai. 2022.

SCORSOLINI-COMIN, Fabio; SANTOS, Manoel Antônio dos. **Psicoterapia como estratégia de tratamento dos transtornos alimentares: análise crítica do conhecimento produzido**. Estudos de Psicologia (Campinas) [online]. 2012, v. 29, pp. 851-863. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-166X2012000500021>>. Acesso em: 4 mai. 2022.

SOUTO, Silvana. FERRO-BUCHER, Júlia Sursis Nobre. **Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares**. 2006.

Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/rn/a/YsxbPv5PJkHvrYsjLYPYd3n/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em 25 Abril 2022.

SOUZA, Daryane Ariel; KAZMIERCZAK, Marília; COUTO, Rafaella. **Mulher e sociedade: Como podemos compreender as mulheres à luz de seus direitos sociais na contemporaneidade**. 2012. Disponível em:

<https://www.redeicm.org.br/revista/wpcontent/uploads/sites/36/2019/06/A6_Mulher_Sociedade.pdf>. Acesso em 31 de Out 2021.

STRUCKER, Bianca; MAÇALAI, Gabriel. **Bela, recatada e do lar: os novos desdobramentos da família patriarcal**. 2016. Disponível:

<<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidspp/article/view/15880/3777>>. Acesso em 31 de Out 2021.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - INSTITUTO DE PSICOLOGIA. **Tipos de revisão de literatura**. 2015. Disponível em: <<https://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-devisao-de-literatura.pdf>>. Acesso em 15 de Abril 2022.

VAZ, Lara Cristina Stoppa; FERNANDES, Natane Cristina Pereira Vassoler. **Redes sociais e a distorção da autoimagem – um olhar atento sobre o impacto que os influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres**. 2021. Disponível em:

<<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/17274/1/Redes%20Sociais%20e%20a%20Distor%20c3%a7%20c3%a3o%20da%20Autoimagem.pdf>>. Acesso em 05 Mai 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução de Waldéa Barcellos. 14 ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 2020.