



IMPACTOS PSICOLÓGICOS NAS MULHERES FRENTE AOS IDEAIS DE BELEZA DETERMINADOS NAS MÍDIAS SOCIAIS

NATHALIA LEAL PAULINO¹
LEONÇO ALVARO COSTA FILHO²

RESUMO: A pesquisa tem como tema abordado os impactos psicológicos no gênero feminino frente ao ideal do belo com influência às mídias social, enfatizando uma busca pelo perfeito, uma hegemonia imposta, a serem seguidas, as vinculações e influencias negativas que as mídias podem desencadear em mulheres, doenças e transtornos. A metodologia foi pautada em estudos fundamentados em pesquisas bibliográficas, composta através de pesquisa online dos artigos, teses monografias, com base de pesquisa qualitativa. Ao longo do trabalho foram levantadas questões relevantes para se pensar nos impactos psicológicos que um padrão de beleza inalcançável pode fazer com o indivíduo, como a autoestima e autoimagem estão ligadas a este tipo de influência, compreender a construção criada pela sociedade acerca dos padrões exigidos para as mulheres. Foram levantados dados para fundamentar a pesquisa com a abordagem principal mídias sociais e suas influências e sofrimento no gênero feminino, efeitos psicológicos, como o padrão de beleza afeta a psique, e o padrão de beleza exigido pela sociedade, e como o belo é visto e constituído.

PALAVRAS-CHAVE: Beleza. Mídia social. Ideal de beleza.

PSYCHOLOGICAL IMPACTS ON WOMEN CAUSED BY THE IDEAL BEAUTY STANDARDS ON SOCIAL MEDIA

ABSTRACT: The research addresses the psychological impacts on the female gender in the face of the ideal of beauty with influence from social media, emphasizing a pursuit of perfection, an imposed hegemony to be followed, the negative associations and influences that media can trigger in women, leading to diseases and disorders. The methodology was based on studies grounded in bibliographical research, composed through online research of articles, theses, and monographs, with a qualitative research base. Throughout the work, relevant questions were raised to consider the psychological impacts that an unattainable beauty standard can have on an individual, such as how self-esteem and self-image are connected to this type of influence, and to understand the societal construction of the standards required for women.

KEYWORDS: Beauty. Social Media. Ideal of beauty.

1 INTRODUÇÃO

A temática do presente artigo surgiu com a necessidade de compreender como a sociedade estabelece padrões estéticos e como esses padrões influenciam a autoimagem

¹ Bacharel em Psicologia. Curso de Psicologia, Faculdade Fasipe Cuiabá. Endereço eletrônico: nathalia.l18@outlook.com.

² Professor Especialista, em Psicologia, Curso de Psicologia, Faculdade Fasipe Cuiabá. Endereço eletrônico: prof.leocosta@gmail.com.



e a autoestima das mulheres é de extrema importância, não apenas do ponto de vista psicológico, mas também no âmbito da saúde mental e do papel das mídias sociais na disseminação dessas representações. Wolf 1992, afirma que as qualidades que um determinado período considera belo nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável. Sendo uma busca inalcançável e incessante que tem como público alvo um gênero, o feminino. Em muitas circunstâncias, somos obrigadas a introduzir em nossos corpos a idealização corporal ditada pela nossa cultura, priorizando as necessidades sociais em detrimento das individuais e causando insatisfação corporal (TAVARES, 2003).

As mídias sociais têm grande influência a respeito dessa hegemonia da beleza, e a busca pelo padrão estimula e incita as mulheres a buscarem cirurgias plásticas, frequentarem academias e aplicarem toxina botulínica para obter simetria facial. Subjugados pela constante exposição midiática de corpos esculpidos e magros (TAVARES, 2003). A inserção das mídias sociais na sociedade contemporânea leva ao número crescente de comparações, insatisfações e ideais meramente para se encaixar em algo. Segundo Tilio (2014), as mudanças dos corpos pelo consumo têm como finalidade a busca pela satisfação, em que na maior parte das vezes, vem acompanhado de angústias e rejeições devido as pressões sociais para alcance do padrão estético.

No livro, O Mito da Beleza, a autora Wolf (1992) levanta questões sociais e políticas relacionadas aos padrões de beleza, "beleza" não é universal e imutável, embora o mundo ocidental pretenda que todos os ideais de beleza feminina provêm do ideal platônico de mulher. E com base nas justificativas apresentadas, o presente artigo tem como objetivo Geral é analisar o impacto na saúde psicológica das mulheres em decorrência da construção de um padrão de beleza propagado nas redes sociais, seus objetivos específicos são: Entender a problemática dos padrões de beleza, discutir sobre a relação de autoimagem e autoestima nas redes sociais, compreender a construção criada pela sociedade acerca dos ideais de beleza exigidos para as mulheres e desatar a influência da rede social no psicológico feminino.

O propósito é problematizar, e mostrar quais são os impactos de uma construção equivocada de um padrão de beleza esperado nas redes sociais? Busca investigar a temática do ideal de beleza que é influenciado pelas mídias sociais, e é buscada cada vez mais pelas mulheres como um objeto de desejo, transformando essa busca em incessável, trazendo impactos em sua saúde mental. A metodologia do artigo foi pautada pesquisa bibliográfica, de caráter qualitativo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Em um contexto psicológico, a apreciação e percepção de beleza estão intrinsecamente ligadas às experiências e aos comportamentos emocionais que essa apreciação evoca em um indivíduo. A beleza, frequentemente definida como a harmonia e a estética visual, desempenha um papel significativo no campo da psicologia, influenciando estados emocionais, atitudes e respostas cognitivas (WEITZ, 1956). A percepção da beleza pode desencadear emoções como admiração, satisfação e prazer, contribuindo para estados de bem-estar emocional (WEITZ, 1956). Essas respostas emocionais à beleza podem ser estudadas sob diversas perspectivas na psicologia, incluindo a psicologia da emoção, a psicologia estética e a psicologia social. A compreensão das implicações psicológicas da apreciação da beleza é fundamental para avaliar como as experiências



estéticas impactam o funcionamento psicológico e a qualidade de vida de um indivíduo. (WEITZ, 1956). O conceito de autoestima se refere à forma pela qual um indivíduo estabelece seus objetivos, projeta suas expectativas, aceita sua própria identidade e valoriza suas relações interpessoais. A autoestima também guarda relação direta com a autoconfiança, uma vez que uma pessoa com alta autoestima tende a demonstrar maior confiança em suas decisões (ANDRADE; SOUZA; MINAYO, 2009).

Para Egito (2010) a autoestima diminuída pode manifestar-se por complexo de inferioridade, sensação de incapacidade para o trabalho, apatia, depressão e outros sintomas que refletem indiferença aos valores, tanto físicos como mentais, e que na maioria das vezes se manifestam em tristeza. Quando a autoestima fica muito alta, o resultado é maior ansiedade, dor e até medo. Segundo Silva e Santos (2009), as mídias sociais são uma forte geradora de opiniões, saberes, normas e valores que colaboram para o desdobramento da subjetividade de cada indivíduo e induzem diretamente na distribuição de informações.

2.1 Como os padrões de beleza são veiculados pela mídia

O efeito da mídia na autoimagem é observado na forma como as pessoas se percebem em relação aos modelos corporais amplamente veiculados pela mídia e como essa comparação pode ou não resultar em insatisfação corporal. (COPETTI; QUIROGA, 2018). A influência da mídia na formação de padrões estéticos é um tema relevante e multifacetado, que merece uma análise abrangente para entender sua repercussão na autoestima e bem-estar psicológico. Essa investigação aborda não apenas como a mídia molda as percepções de beleza, mas também como ela afeta a relação do indivíduo com seu próprio corpo, e se essa relação está ligada a níveis de satisfação ou insatisfação corporal. (COPETTI; QUIROGA, 2018).

Compreender esses mecanismos é essencial para identificar estratégias de promoção da saúde mental e autoimagem positiva, mitigando os potenciais efeitos negativos da mídia na sociedade atual (COPETTI; QUIROGA, 2018). As mídias sociais, como uma subcategoria da mídia, compartilham o propósito fundamental de divulgação e influência. Elas utilizam diversos meios para perpetuar um conceito comum, que consiste na disseminação da idealização do corpo. Essa estratégia de promover o corpo ideal tornou-se uma ferramenta eficaz para influenciar a sociedade, muitas vezes impulsionada por interesses próprios, transformando o corpo humano em uma mercadoria. Essa representação, moldada pela mídia, perpetua padrões estéticos inatingíveis que podem ter implicações profundas na percepção de beleza, autoimagem e autoestima das pessoas. Compreender a relação entre as mídias e a construção da imagem corporal é fundamental para avaliar como essa influência afeta o bem-estar psicológico e emocional das pessoas, assim como para desenvolver estratégias de promoção da saúde mental e autoaceitação (DUTRA, 2011).

A mulher contemporânea se encontra diante da necessidade de equilibrar seu tempo entre as diversas responsabilidades associadas à sua identidade, que incluem os papéis de mulher, mãe e profissional, ao mesmo tempo em que enfrenta a pressão para corresponder a padrões de beleza muitas vezes exacerbados. Essa pressão é amplamente influenciada pela mídia e pode dar origem a uma série de comportamentos extremados e preocupantes (JACOB, 2014). Essa realidade, que varia de acordo com a cultura, é um tema complexo que envolve questões de gênero, identidade e bem-estar. A influência da mídia na promoção de padrões de beleza idealizados tem impactos significativos na autoimagem, autoestima e saúde mental das mulheres.



Compreender essa dinâmica é essencial para avaliar a interseção de fatores sociais, culturais e psicológicos que afetam as mulheres contemporâneas e para desenvolver estratégias que promovam a saúde e o bem-estar em meio a essas demandas multifacetadas. Além disso, a internet continuou a influenciar o desenvolvimento de imagens corporais estereotipadas e a aumentar o número de pessoas insatisfeitas com os seus corpos. Por ser uma ferramenta gratuita e disponível para todos, pessoas de diferentes culturas e diferentes classes sociais compartilham os mesmos pensamentos sobre o corpo, fazendo comparações injustas entre si (REZENDE, 2019). Considerando que a aparência desempenha um papel significativo na avaliação das interações sociais cotidianas, observa-se uma crescente volatilidade nas relações interpessoais na era da modernidade líquida.

Nesse contexto, a busca pela individualidade assume diversas formas, onde o consumo exacerbado e a incessante busca pelo atendimento às expectativas sociais tornam-se cada vez mais acentuados. Essa dinâmica reflete a noção de indivíduos que se veem compelidos a adquirir produtos e serviços sob a promessa de que isso irá refletir a sua identidade e promover a felicidade e a transformação de suas vidas (COPETTI; QUIROGA, 2018).

A teoria da modernidade líquida de Zygmunt Bauman aborda essa fluidez das relações e a influência da sociedade de consumo nas escolhas e identidade do indivíduo. A constante busca por produtos que prometem representar o "eu" ideal pode levar à formação de um ciclo de consumo desenfreado, com implicações para a identidade e a satisfação pessoal. Compreender essa dinâmica é fundamental para analisar os desafios enfrentados pelos indivíduos em uma sociedade marcada pela efemeridade das relações e a constante busca por validação externa, Bauman (2018). O comportamento se ajusta no que é considerado "belo" ou "feio", "normal" ou "anormal". A beleza passa a ser um valor social que garante o sucesso ou o fracasso tanto nas relações interpessoais quanto na vida profissional (FERRAZ; SERRALTA, 2007).

De acordo com Wolf (1992), vale reforçar que o conceito de beleza não é algo concreto, mas uma abstração que representa algo que tem valor positivo na sociedade. Quando se trata da percepção da beleza em relação ao valor da mulher, esse valor subjetivo pode incutir no gênero feminino um sentimento de inferioridade em relação à imagem de aparência considerada ideal. Ressalta-se também que o discurso social está diretamente relacionado à construção da beleza como característica importante da mulher, identificando assim a imagem da mulher na cultura com a imagem da beleza.

Neste sentido, as mulheres esforçam-se constantemente por cumprir normas que lhes permitam manter a sua feminilidade de acordo com as exigências sociais. "Esse é um dos pontos mais enfatizados na discussão sobre as mulheres: elas podem ser bonitas, têm que ser bonitas, caso contrário não são mulheres plenas" (NOVAES, 2006, p. 85).

A Figura 1, apresentada abaixo, é embasada no relatório global de autoconfiança feminina conduzido pela Dove Global Beauty and Confidence Report no ano de 2017. Este relatório trouxe à tona um dado crucial: 71% das mulheres expressaram o desejo de ver a mídia empenhada em representar de maneira mais ampla e inclusiva a diversidade de beleza feminina. Essa representação abarcaria mulheres negras, indígenas, asiáticas, além de contemplar diferentes faixas etárias, raças, biotipos e tamanhos. Vale ressaltar que o relatório baseou-se em entrevistas realizadas com 10.500 mulheres e meninas, abrangendo 13 países, incluindo o Brasil



Figura 1: Relatório de autoestima



Fonte: Dove Global Beauty and Confidence Report, 2017.

2.2 Impactos Psicológicos

Impulsionado pela presença maciça das redes sociais na vida cotidiana, instaura um ambiente que promove a comparação constante e exacerbada entre os corpos femininos e os padrões de beleza preconizados. Essa dinâmica reflete a complexa interação entre as representações idealizadas de beleza, as expectativas sociais e culturais e a psicologia das mulheres, segundo Perez et al. (2013), a autoimagem transtornada e a compulsão pela magreza estão vinculadas com a anorexia, bem como a autoestima baixa, ansiedade e até mesmo fatores genéticos.

A imposição da mídia e da sociedade é vista como um dos principais fatores que causam a alteração da percepção da imagem corporal. Através desses meios existe a estereotipação de um padrão corporal considerado o ideal, onde é associado ao sucesso e a felicidade (CONTI et al., 2005). Baracat, M. e Baracat, J. (2016), revelam também a natureza da estrutura cultural do corpo humano e as regras impostas pela sociedade também são objetos naturais que mudam ao longo do tempo. A estética corporal é suscetível a transformação. Moriyama e Amaral (2007) relatam que, algumas doenças mentais envolvem preocupação excessiva com o próprio corpo, como: a Anorexia, a Bulimia e o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC). A principal característica do TDC é “imaginar e se preocupar com defeitos externos” Moriyama e Amaral (2007), fazendo com que a pessoa fique excessivamente preocupada até mesmo com a menor anormalidade. Ao contrário da preocupação normal com a aparência, no TDC consome todo o tempo do indivíduo e causa tristeza e constrangimento significativos em situações sociais (SILVA, 2014, p. 26).

Segundo o DSM-5 (2014) Diversas comorbidades frequentemente se associam ao transtorno dismórfico corporal, com destaque para o transtorno depressivo maior, que é o transtorno comórbido mais prevalente e que frequentemente se inicia após o diagnóstico do transtorno dismórfico corporal. Além disso, é comum observar comorbidades como o transtorno de ansiedade social (fobia social), o transtorno obsessivo compulsivo (TOC) e



os transtornos relacionados ao uso de substâncias. A caracterização dos transtornos alimentares possui sintomatologia parecida, iniciando como o medo exacerbado de engordar, gerando assim uma preocupação excessiva com o peso e a forma corporal. Barbosa et al (2011).

Isso reduz voluntariamente o consumo de alimentos levando à perda de peso. Em acréscimo, o indivíduo pode utilizar-se do vômito, laxantes e/ou diurético para que haja essa perda de peso. As redes sociais desempenham um papel significativo ao potencializar e difundir padrões de beleza inatingíveis, tornando-se um dos principais fatores na propagação desses ideais. Esses padrões de beleza podem afetar a percepção da imagem corporal e, como resultado, contribuir para o desenvolvimento de doenças mentais e transtornos relacionados à autoimagem e autoestima feminina Moriyama e Amaral (2007).

A relação entre as mídias sociais, os padrões de beleza e a saúde mental é uma área de crescente importância na pesquisa e prática clínica. A compreensão dos mecanismos subjacentes a essa dinâmica é fundamental para desenvolver estratégias de intervenção e prevenção que visem à promoção da saúde mental das mulheres diante dessas influências contemporâneas Moriyama e Amaral (2007).

3 MATERIAIS E MÉTODOS

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa bibliográfica, onde o pesquisador examina as informações disponíveis na área, identifica as teorias criadas, analisa-as e avalia sua contribuição para a compreensão ou explicação do problema em estudo (KOCHE, 2015). De acordo com o Koche (2015) a pesquisa bibliográfica visa compreender e analisar as mais importantes contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema ou questão, tornando-se uma ferramenta essencial em qualquer tipo de pesquisa. Para consubstanciar o artigo científico serão usados livros, artigos que mostram a problemática dos ideais de beleza, que atingem o gênero feminino, a conscientização sobre a imposição social ao padrão de beleza construído; e entender a participação das redes sociais nesse padrão de beleza "ideal" e, levantar considerações sobre as implicações do discurso hegemônico sobre o corpo das mulheres.

Com os desafios encontrados nesse contexto e sua problemática a base para pesquisa será desenvolvida de caráter qualitativo. Segundo Godoy (1995) a principal tarefa do chamado a pesquisa qualitativa é o estudo e a análise do mundo empírico em seu ambiente natural. Essa abordagem valoriza o contato direto e de longo prazo do pesquisador com o ambiente e a situação em estudo.

Para desenvolver o trabalho de conclusão de curso e problematizar a saúde psicológica das mulheres diante da construção de um ideal de beleza determinados nas redes sociais, foram pautados em estudos fundamentados em pesquisas bibliográficas, que Segundo Lima & Miotto (2007), envolve um conjunto de procedimentos ordenados para encontrar soluções sensíveis ao objeto de estudo e, portanto, não podem ser aleatórias (LIRA, 2017). Realizada através de pesquisa on-line de artigos nas bases de dados: Capes catálogo de teses e dissertações, Scientific Electronic Library Online (SciELO), Google Acadêmicos, LILACS e utilizando os relatores: padrão estético, corpo ideal, autoimagem e suas respectivas, redes sociais, impactos psicológicos.

A coleta de dados bibliográficos abrange a busca, seleção e organização de fontes relevantes que fundamentaram teoricamente o estudo em questão. Inicialmente, a técnica de coleta de dados demandou a identificação de fontes confiáveis e pertinentes ao tema de



pesquisa. Isso envolve o uso de bases de dados científicas, bibliotecas digitais, repositórios acadêmicos e catálogos online, bem como a consulta a obras relevantes em livros, periódicos científicos, teses, dissertações e outros materiais especializados (MINAYO, 1992).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesse quadro foram colocados 5 artigos, monografias e teses com autores que abordam de alguma maneira as mídias sociais e suas influências e sofrimentos no gênero feminino.

Quadro 1- Mídias sociais

Autores	Título	no	Resumo
Dutra	O que é mídia? Para que serve?	011	A mídia faz parte do processo de comunicação que se apresenta em três etapas subdivididas, como processo de comunicação devemos entender que este compreende todos os elementos da comunicação, como emissor, mensagem e o receptor
Barbosa et al.	A beleza dói: interferência da mídia no corpo feminino	023	O objetivo do estudo foi analisar as mudanças representadas no padrão estético sobre o corpo feminino na mídia e os efeitos emocionais decorrentes. Os resultados mostram que a busca por padrões de beleza tem impactado negativamente as mulheres, causando sofrimento psíquico e insatisfação com a própria singularidade.
Silva e Santos	A relação entre mídias sociais e a construção da autoimagem corporal em mulheres	009	A formação da imagem corporal inicia-se na infância e os fatores que a acompanham influenciam esse processo de desenvolvimento da subjetividade. Dessa forma, mídia, escola e família são determinadas condições subjetivas e por fim à condição física ideal. Que desenvolvimento gradual, a globalização, as mídias sociais tomaram o lugar de uma das maiores forças na difusão de informações ao redor do mundo, e sua influência aumentou em toda a sociedade de forma positiva e negativa. Portanto, o objetivo deste estudo foi compreender a relação entre mídias sociais e imagem corporal feminina.
Silva	Repercussões das Redes Sociais na Imagem Corporal de Seus Usuários: Revisão Integrativa.	019	Uma revisão integrada da literatura baseou-se na estratégia PICO e teve como objetivo explorar as consequências do uso da imagem corporal entre usuários de redes sociais.. A pesquisa mostrou que as redes sociais têm efeitos principalmente negativos na imagem corporal dos usuários, o que aumenta a insatisfação corporal e afeta negativamente o humor e a autoestima. Além disso, as redes sociais influenciaram o tipo de corpo que os



			usuários desejam na tradução, com um perfil corporal esguio considerado o epítome da beleza.
Jacob	Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram.	014	Nesta comunicação analisamos a linguagem fitness nas redes sociais e o quanto os textos da cultura estruturados nesta linguagem afetam as mulheres Ao destacar a necessidade de alimentação e exercícios para a obtenção do corpo ideal, essas linguagens, advindas do sistema cultural alimentação, acabam por impactar e oprimir mulheres, que se acham sempre desajustadas por causa dos seus corpos.

Fonte: Própria (2024)

No segundo quadro ficou agrupados 3 artigos, monografias e teses que tem como abordagem os efeitos psicológicos que o padrão de beleza exerce nas mulheres.

Quadro 2- Efeitos psicológicos

Autor	Título	Ano	Resumo
Minayo	O desafio do conhecimento	2019	Possui duas tônicas combinadas. A primeira parte é mais teórica e abstrata. Introduce você às questões polêmicas do mundo científico e aos conceitos básicos da pesquisa, particularmente da pesquisa social. A segunda parte é mais técnica. Porém está intimamente ligada com o assunto tratado no primeiro capítulo, articulando a teoria e a prática da pesquisa
Baracat M e Baracat J	A influência social e cultural da idealização do corpo perfeito através dos meios de comunicação e seu impacto na formação da imagem corporal	2006	O trabalho em questão discorreu sobre a influência das mensagens midiáticas sobre a idealização do corpo em mulheres e suas consequências na construção da imagem corporal e na formação de patologias relacionadas, como a anorexia, a bulimia e a dismorfia muscular.
Moriyama e Amaral	Transtorno dismórfico corporal sob a perspectiva da análise do comportamento	2007	Investigar comportamentos classificados como Transtorno Dismórfico Corporal e suas contingências de desenvolvimento e manutenção. Encontraram-se comportamentos depressivos, obsessivos, compulsivos e delirantes; de esquiva social; checagem no espelho e rituais de camuflagem.

Fonte: Própria (2024)

No terceiro quadro estão 3 artigos, monografias e teses que tem como perspectiva o padrão de beleza exigido na sociedade, como o belo é visto e construído.



Quadro 3-Padrão de beleza

Autores	Título	Ano	Resumo
Wolf	O mito da beleza	2018	Argumenta que a indústria da beleza, a mídia e a publicidade utilizam imagens altamente idealizadas e sexualizadas de mulheres para vender produtos e serviços, perpetuando a ideia de que a beleza é essencial para o sucesso e a felicidade de uma mulher.
Egito	Autoestima e autoimagem: a relação com a estética	2010	Teve como objetivo Conceitos intuitivos de auto-estima, auto-imagem e a relação destes com a Estética. Concluí-se que as pessoas estão satisfeitas Ou insatisfeitas com sua autoimagem, tendo a sua autoestima em equilíbrio Ou desequilíbrio, busca constantemente recursos da estética, para Melhorarem ou manterem a boa aparência.
Novais	O intolerável peso da feiura.	2006	O culto ao corpo perfeito tornou-se um tema da moda, motivo de preocupação para os cientistas e fonte de dor para as mulheres. Numa sociedade onde o corpo não é apenas objeto de consumo, torna-se um lugar privilegiado na formação da identidade da mulher, a relação com o seu corpo torna-se desagradável e perseguida.

Fonte: Própria (2024)

Os materiais, artigos, teses e monografias catalogados e selecionados para compor este trabalho demonstram claramente que as mídias sociais são e sempre foram ferramentas de influência com um alcance significativo em tudo o que é proposto (PAIVA, 2023). Desta forma, a busca incessante pelo ideal de beleza por parte das mulheres pode desencadear transtornos mentais e outras doenças relacionadas à aparência, muitas vezes decorrentes da sensação de não pertencimento ou da tentativa de escapar da realidade para se adequar a um padrão muitas vezes enraizado no imaginário coletivo.

Essa pressão para se conformar a um ideal de beleza não é um fenômeno recente na história da sociedade patriarcal, e tem suas raízes em décadas passadas (PAIVA, 2023). Na sociedade, a figura feminina sempre esteve rodeada de exigências e percepções muito precoces de beleza e aparência física. Desde a juventude até o ambiente de trabalho e a esfera de gênero, as mulheres têm sido assombradas por padrões inatingíveis de beleza (PAIVA, 2023). Na sociedade contemporânea, onde predomina a cultura do culto ao corpo e a busca incessante pela perfeição, viver sob o olhar dos outros quando não se consegue atingir o ideal de beleza torna-se uma experiência dolorosa para muitas mulheres.

Esse sofrimento é agravado pela representação contínua da mídia, que retrata esses padrões como alcançáveis, comparáveis e saudáveis, transformando os corpos femininos em verdadeiros laboratórios de busca pelo bem-estar (DOURADO et al., 2018). Em diferentes momentos da história, o mesmo corpo exaltado e respeitado pode ser vítima e assediado. Em cada uma dessas etapas há uma busca ou esforço constante para alcançar o ideal utópico determinado pelos valores da época, e nessa busca as pessoas tornam-se escravas, tentando moldar seus corpos e alcançar esse ideal. Devido a fatores sociais, biológicos e genéticos, a busca por um ideal de forma corporal inatingível é uma realidade para a maioria das pessoas.

A conquista dessa forma padronizada por meio de práticas nutricionais, como alimentação saudável e exercício físico, demanda tempo, o que muitas vezes entra em



conflito com a cultura da gratificação instantânea. Como resultado, muitas pessoas recorrem a abordagens rápidas e simplificadas, o que pode levar ao desenvolvimento de transtornos alimentares ou psicológicos, uma vez que se torna difícil se ajustar a um ambiente que perpetua esse ideal (COPETTI; QUIROGA, 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Refletindo sobre a questão do padrão estético imposto ao gênero feminino, que historicamente tem exigido das mulheres a conformidade com os ideais estabelecidos pela sociedade patriarcal, este estudo revelou um panorama complexo. Com o avanço das mídias sociais nas últimas décadas, o poder de influência dessas plataformas tornou-se ainda mais proeminente na sociedade contemporânea. Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok e outras oferecem ferramentas poderosas para disseminar padrões estéticos que, frequentemente, são apresentados como alcançáveis e desejáveis.

No entanto, a realidade é que esses padrões estéticos não consideram a diversidade de biótipos, as diferenças sociais e os impactos psicológicos que as mulheres enfrentam ao consumir esse conteúdo. Como resultado, a busca por se enquadrar nesse ideal muitas vezes termina em frustração e fracasso, contribuindo para a baixa autoestima e o desenvolvimento de doenças e transtornos relacionados à autoimagem. A mídia, neste cenário, desempenha um papel fundamental ao fortalecer o consumismo na sociedade capitalista, tornando a busca incessante pelo ideal de beleza altamente lucrativa para a indústria. Portanto, as mulheres continuam presas em um ciclo de busca incessante pelo belo, perpetuando a necessidade de pertencer a um padrão pré-estabelecido.

Em síntese, este estudo ressalta a necessidade contínua de abordar e compreender as complexas dinâmicas entre padrões estéticos, influência da mídia e impactos na saúde mental das mulheres. É fundamental desenvolver estratégias de conscientização, educação e promoção da autoaceitação, bem como desafiar a idealização de um único padrão de beleza. A busca por uma sociedade mais inclusiva e respeitosa com a diversidade de corpos e identidades de gênero deve ser um objetivo constante na luta contra os desafios impostos por essas normas estéticas opressivas.

REFERÊNCIAS

Associação Psiquiátrica Americana. (2014). Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (5ª ed.). Arlington, VA. American Psychiatric Publishing

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. Revista científica eletrônica de psicologia FAEF, p. 1-11, 2016

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena e COSTA, Maria Emília. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. Psicologia & Sociedade, p. 23- 34, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/WstTrSKFNy7tzvSyMpqfWjz/?format=pdf&lang=p t> Acesso em: 17 agos. 2023

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, 255p.



CASTRO, A. P., Lopes, N. E., Moreira, T. B. V., Oliveira, T. A. & Rodrigues, C. M. M. (2019). Os Impactos da Mídia na Imagem Corporal. 2019. <https://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/Psico/article/download/605/602>

COPETTI, Aline Vieira Sá; QUIROGA, Carolina Villanova. A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. Rev. Psicol. IMED, Passo Fundo, v. 10, n. 2, p. 161-177, dez. 2018. Disponível em . acessos em 28 maio 2023. <http://dx.doi.org/10.18256/2175-5027.2018.v10i2.2664>

DOURADO, Cláudia de Souza et al. Corpo, cultura e significado. Journal of Human Growth and Development, v. 28, n. 2, p. 206-212, 2018.

DUTRA, C. A. Furtado. O que é mídia? Para que serve? [s.l.]. 2011. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/o-que-e-midia-para-que-serve/57042/>. Acesso em: 01 de mai. de 2023.

EGITO, J. Laércio. Auto-estima e auto-imagem. Disponível em: http://www.laerciodoegito.com.br/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=69. Acesso em: 30 abril. 2023

GODOY, A. Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 de abril de 2023

JACOB, H.. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. Revista Comunicare Dossiê Feminismo, São Paulo, v. 14, n.1, 2014, p. 89-105

KÖCHE, J. C. Fundamentos de metodologia científica. Editora Vozes, 2015

LIMA, R. A. R. (2019). Relação entre Mídias Sociais e Transtornos de Autoimagem em Mulheres. TCC (Trabalho de Conclusão do Curso de Nutrição) - Centro Universitário de Brasília, Brasília. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13488/1/21604814.pdf>

LIRA, Ariana Galhardi et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 66, p. 164-171, 2017.

MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento. São Paulo, Rio de Janeiro: Hucitec, Abrasco; 1992. Saúde em debate.

MORIYAMA, J. S.; AMARAL, V. L. A. R. Transtorno dismórfico corporal sob a perspectiva da análise do comportamento. Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva, jun. 2007. Disponível em: <http://rbtcc.webhostusp.sti.usp.br/index.php/RBTCC/article/view/143/126>. Acesso em: 16 de setembro de 2023.



NOVAIS, J. V. (2006). O intolerável peso da feiúra: Sobre as mulheres e seus corpos. Rio de Janeiro: Garamond/Ed. PUC.

SILVA, M. L. A. Diretrizes para suspeição do Transtorno Dismórfico Corporal em adolescentes e adultos jovens candidatos à cirurgia plástica estética. Tese de Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Ciências Médicas – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, p.153. 2014

TAVARES, M.C.C. Imagem Corporal: Conceito e Desenvolvimento. São Paulo: Manole, 2003.

TILIO, R., Padrões e estereótipos midiáticos na formação de ideais estéticos em adolescentes do sexo feminino, Revista Ártemis, vol. XVIII nº 1, 2014

WOLF, N. O Mito da Beleza: Como as imagens da beleza são usadas contra as mulheres. Trad. Waldéa Barcelos. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1992.