



CURSO DE PSICOLOGIA

NATHALIA LEAL PAULINO

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

CUIABÁ-MT

2023

CURSO DE PSICOLOGIA

NATHALIA LEAL PAULINO

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

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do Departamento de Psicologia, da Faculdade Fasipe Cuiabá - FASIPE, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Orientador(a): Prof. Esp. Leonço Alvaro Costa Filho.

CUIABÁ-MT

2023

NATHALIA LEAL PAULINO

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

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do Curso de Psicologia – da faculdade Fasipe Cuiabá-FASIPE como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Aprovado em_____.

Professor (a) Orientador (a): Prof. Esp. Leonço Alvaro Costa Filho.

Departamento de Psicologia – FASIPE-CUIABÁ

Professor (a) Avaliador (a): Prof. Arthur Galvão Martini

Departamento de Psicologia – FASIPE-CUIABÁ

Professor (a) Avaliador (a): Brunna Gabriella Cavalheiro

Departamento de Psicologia-FASIPE-CUIABÁ

CUIABÁ-MT

2023

DEDICATÓRIA

A todos os meus amigos que acreditaram e me incentivaram a seguir em frente.

Em especial a minha mãe Vilma e ao meu pai Natanael que sempre estiveram comigo em todos os momentos, foram a minha base e segurança para que eu conseguisse estar aqui hoje.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que me deu paciência e sabedoria para que eu tenha chegado aonde cheguei.

Aos meus pais por todo o apoio e dedicação que tiveram comigo, sem eles nada disso teria sentido.

A todos os meus professores de graduação pela paciência e que contribuíram para minha formação, em especial ao meu orientador que contribuiu para meu conhecimento.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para meu aprendizado e a realização desse trabalho.

EPÍGRAFE

O que significa ser feio nos tempos atuais? Qual o preço pago, os sacrifícios impostos e os sofrimentos vividos? A quais práticas se submetem para escapar da “intolerável feiura?”.

Joana de Vilhena Novaes

PAULINO, Nathalia Leal. **Impactos psicológicos nas mulheres frente aos ideais de beleza determinados nas mídias sociais**. 2023. 45 folhas. Trabalho de conclusão de curso – Centro Educacional Fasipe – FASIPE-CUIABÁ

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.

Palavra-chave: Beleza. Mídia. Ideal de beleza.

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.

Keyword: Beauty. Media. Ideal of beauty.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Mídias Sociais.....	26
Quadro 2- Efeitos Psicológicos.....	30
Quadro 3- Padrão de Beleza.....	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Relatório de autoestima.....	20
---------------------------------------	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 Justificativa	11
1.2 Problemática	13
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Geral.....	13
1.3.2 Específicos.....	13
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	14
2.1 Como os padrões de beleza são veiculados pela mídia.....	16
2.1.1 O mito da beleza, o que são esses padrões de beleza?	16
2.2 Impactos Psicológicos.....	20
3. METODOLOGIA.....	24
3.1 Tipos de pesquisa.....	24
4. Análise de dados.....	26
5. Interpretação de dados.....	37
6. Considerações finais.....	38
REFERÊNCIAS	40

1. INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da civilização, um profundo conflito perdura na sociedade em relação ao conceito de beleza, o que é considerado ideal em diferentes contextos culturais e temporais. Esse debate essencial permeia campos interdisciplinares, englobando psicologia, sociologia, antropologia, filosofia e estudos de mídia, uma vez que a construção social e cultural do ideal de beleza exerce um impacto significativo sobre a psique e o bem-estar dos indivíduos. Compreender como a sociedade estabelece padrões estéticos e como esses padrões influenciam a autoimagem 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, p. 17), 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 obrigados a implementar em nossos corpos a idealização corporal ditada pela nossa cultura, priorizando as necessidades sociais em detrimento das individuais e causando insatisfação corporal (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. É notável a grande busca pelos cosméticos, procedimentos invasivos e não invasivos, com o auxílio de ativos associados viabilizando o bem-estar.

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, os indivíduos são suscetíveis ao

Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), (TAVARES, 2003). um distúrbio caracterizado pela incapacidade de aceitar sua própria imagem corporal, frequentemente percebida de forma distorcida em relação à realidade. Essa busca ultrapassa os limites da realidade de cada biótipo, desconsiderando fatores genéticos e contribuindo para a amplificação de inseguranças e a diminuição da autoestima Tilio (2014).

Desta forma serão abordados temas como autoimagem e autoestima que se interligam e se modificam causando impactos psicológicos na mulher pela pressão do ideal de beleza, a insatisfação e a busca incessante pelo belo e as consequências negativas das mídias sociais incitando e influenciando mulheres a buscar o perfeito.

1.1 Justificativa

O ideal de beleza e o que é belo existe e se constrói durante os anos em diferentes culturas e existem inúmeras perspectivas do que é “ideal” na nossa sociedade, o padrão estético vem dos primórdios, de regimes patriarcais. No livro, O Mito da Beleza, a autora Naome Wolf levanta questões sociais e políticas relacionadas aos padrões de beleza:

A "beleza" não é universal, nem imutável, embora o mundo ocidental finja que todos os ideais de beleza feminina se originam de uma Mulher Ideal Platônica. O povo maori admira uma vulva gorda, e o povo padung, seios caídos. “Tampouco é a “beleza” uma função da evolução das espécies, e o próprio Charles Darwin não estava convencido de sua própria afirmação de que a “beleza” resultaria de uma “seleção sexual” que se desviava da norma da seleção natural (WOLF, 1992, p. 15).

A angústia, o receio com a autoimagem é um quesito polemizado na sociedade contemporânea como um discurso hegemônico em cima do que se é belo no gênero feminino, dessa maneira esse a vontade de conseguir a grandes esforços pode interferir na vida mental, e no processo de aceitação de sua autoimagem, ou seja, os modelos de beleza veiculados pelas redes sociais e sua relação com a vida psíquica em mulheres promovem influências de um possível desenvolvimento de patologias decorrentes ou reforçadas pelas imposições da mídia quanto ao modelo de beleza feminina, Segundo Kehl (2009) crescente casos de distúrbios depressivos, nas últimas décadas do século XX, podem estar ligados com a padronização estética.

A transformação da aparência física ocorre sem considerar as consequências, com o foco exclusivo no resultado desejado. Porém, com o uso cada vez maior da Internet, constatou-se que as pessoas estão mais suscetíveis a essa influência. As relações sociais fragilizadas e a exposição constante aos perfis de influenciadores estão associadas à autoimagem negativa, baixa autoestima e sentimentos de inferioridade (Fernandes, 2019). O distúrbio da autoimagem corporal é caracterizado como uma autoavaliação distorcida dos

indivíduos sobre a sua autoimagem, fazendo que se sintam inseguros e imaginando que são vistos com hostilidade e menosprezo pelas outras pessoas. Embora isso afete a todos, se mostra mais evidente entre as mulheres. Estima-se que nove em cada dez mulheres estão um pouco insatisfeitas com a sua aparência (Lima, 2019, p.7).

A mídia atua na influência da mente de forma subjetiva, interferindo na autoestima e na percepção de si do indivíduo ao determinar o padrão de beleza. Essas ações geram resultados físicos e psicológicos, sendo os principais os transtornos alimentares, como bulimia e anorexia, práticas intensas de atividades físicas, distorção da autoimagem corporal, baixa autoestima e que, pode levar ao óbito (Castro et. al., 2019).

O uso das redes sociais aumentou significativamente nos últimos anos, em 2018 no Brasil, 78% dos consumidores de internet estavam em alguma rede social, sendo alguns exemplos Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Whatsapp e blogs (Fioriani, Marcante e Braggio 2016). Esse é um local recheado por temas referentes ao corpo, moda, padrão de beleza, alimentação e atividade física, que se tornam temas impulsionados as marcas. Um exemplo disso são as “blogueiras ou digital influencers”, pessoas com amplo número de seguidores e que são usados como intermediários de marketing (Costa et. al., 2019).

A pesquisa de Fioriani, Marcante e Braggio (2016) demonstra que a satisfação com a aparência está diretamente relacionada à percepção da autoimagem do indivíduo, ou seja, se o sujeito gosta de si mesmo, se aceita e se sente bem consigo mesmo, isso resulta em uma melhoria na qualidade de vida. Isso evidencia que, cada vez mais, o ser humano não se encontra satisfeito com a sua imagem devido a uma percepção distorcida de si mesmo. O sujeito está constantemente em busca da perfeição, buscando se enquadrar em algum padrão de beleza. Conforme Paiva (2010), essa busca nunca foi tão intensa quanto no século atual. A estética e o padrão de beleza tornaram-se objetos de desejo para muitas mulheres. A Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS) divulgou um relatório anual que revela um aumento de 7,4% nos procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos em 2019, em comparação com 2018 (5,6%). O Brasil figura entre os 10 países com maior número de cirurgias plásticas no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, de acordo com a ISAPS (2020).

Por fim, com as justificativas apresentadas e com base nas justificativas apresentadas, o presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo investigar a temática do ideal de beleza influenciado pelas mídias sociais, que tem se tornado um objeto de desejo crescente entre as mulheres. Essa busca incessante, orientada por padrões muitas vezes inatingíveis, está

associada a impactos significativos na saúde mental das mulheres. O propósito é problematizar a pressão estética que envolve o gênero feminino. Busca investigar a temática do ideal de beleza que é influenciado pelas mídias sociais, e é buscado cada vez mais pelas mulheres como um objeto de desejo, transformando essa busca em incessável, uma busca pelo que é impossível, trazendo impactos em sua saúde mental, e problematizar essa pressão estética em torno do gênero feminino.

1.2 Problemática

Quais são os impactos de uma construção equivocada de um padrão de beleza esperado nas redes sociais?

1.3 Objetivos.

1.3.1 Geral

Analisar o impacto na saúde psicológica das mulheres em decorrência da construção de um padrão de beleza propagado nas redes sociais

1.3.2 Específicos.

- 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.
- Desatar a influência da rede social no psicológico feminino.

2. REVISÃO DE LITERATURA.

Segundo o dicionário, a palavra “beleza” significa a qualidade de algo belo, agradável. Ele também pode ser usado como um termo para descrever uma mulher bonita ou algo bonito. (SIGNIFICADOS, 2017). Na filosofia, a estética é como uma medida de experiência e da ação humana que permite definir algo como belo agradável, sublime ou então como feio, desagradável. 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. A percepção da beleza pode desencadear emoções como admiração, satisfação e prazer, contribuindo para estados de bem-estar emocional. 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).

A percepção pessoal e a auto conceituação ao se observar no espelho está intimamente ligada às normas sociais, dado que os seres humanos são, em grande medida, produtos de uma construção social de imagem. 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 (Andrade, Souza & Minayo, 2009). 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. Entender essas

interconexões é crucial para analisar o impacto das normas sociais na formação da autoestima e, conseqüentemente, no bem-estar psicológico. Essa compreensão pode ser valiosa na pesquisa e prática da psicologia, uma vez que ajuda a elucidar como fatores psicológicos, sociais e culturais interagem e influenciam a autoestima e a autoconfiança.

Conceitua-se então, que a autoestima equivale ao querer bem a si mesmo e que quando diminuída pode se refletir como complexo de inferioridade, sentimento de incapacidade, apatia, desânimo, e outros sintomas que refletem indiferenças para com os seus próprios valores, para com aparência pessoal tanto física quanto mental, e que geralmente se apresenta como um estado de tristeza. Quando ocorre uma ampliação em demasia da autoestima a consequência se faz presente mais como ansiedade, como angústia ou mesmo como medo. (EGITO,2010, p.4).

A definição de autoestima é muitas vezes confundida com a definição de autoimagem, mas a principal diferença entre esses conceitos é que autoestima é a forma como a pessoa se percebe, e autoimagem é a forma como os outros a percebem (EGITO, 2010). Para Gouveia et al (2005) o autoimagem expressa a percepção e reflexão de uma pessoa sobre si mesma versus o retorno de sentimentos, pensamentos ou ações nos relacionamentos. 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. De acordo com os artigos e pesquisas utilizadas.

A mídia veicula um modelo de beleza, que é possível apenas para uma parcela da população mundial, já que para conseguir estes padrões envolve custos para diferentes classes sociais e culturais. Além disso, as propagandas existentes, principalmente nas revistas, de uma forma indireta, afirma que a aparência física é responsável pela felicidade e sucesso, formando uma ilusão de bem estar que para ser conquistado será necessário que a pessoa se enquadre no padrão de beleza estabelecida. (WITT e SCHNEIDER, 2009 p. 3911)

Os meios de comunicação, ao longo do tempo, experimentaram um crescimento exponencial, ampliando significativamente sua capacidade de divulgar mensagens e exercer influência sobre um público cada vez mais amplo. No entanto, é importante observar que as representações de beleza difundidas por esses meios frequentemente se restringem a um segmento específico da população feminina, deixando de abranger uma diversidade de biótipos, culturas e contextos sociais. Conforme destacado por Silva e Santos (2009), esse fenômeno ressalta a necessidade de considerar as nuances e as complexidades da influência da mídia na formação de padrões estéticos, bem como os desafios associados à promoção da diversidade e da inclusão no discurso midiático. Compreender essas dinâmicas é essencial para avaliar o impacto da mídia nas percepções de beleza e autoimagem das mulheres. A construção da autoestima e autoconfiança está intrinsecamente relacionada com fatores internos de cada indivíduo, sendo assim as promessas de cirurgias plásticas e procedimentos estéticos não garantirá a satisfação desses fatores, pelo contrário esses procedimentos

alimentam ainda mais a insatisfação devido a ser uma variante multável a todo o momento (WOLF, 2018).

2.1 Como os padrões de beleza são veiculados pela mídia

2.1.1 O mito da beleza, o que são esses padrões de beleza?

A discussão dos meios de comunicação, com destaque para os amplamente utilizados na sociedade, como noticiários televisivos e redes sociais, incluindo Instagram, TikTok, YouTube, Facebook e Twitter, é fundamental, uma vez que esses canais de comunicação promovem o consumo desenfreado de informações e disseminam padrões de beleza que a sociedade é encorajada a seguir (Copetti & Quiroga, 2018). 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. 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. 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).

Para o Dutra (2011), mídias sociais e redes sociais fazem parte do mesmo sistema:

A palavra mídia é derivada do latim "media", plural de "medium" e que tem como significado as palavras "meio" ou "forma". A mesma palavra é derivada de outros vocabulários como o inglês "media", que no Brasil é mais utilizado através da palavra "mídia", derivada da pronuncia inglesa. Baseando-se no significado da palavra, começamos a definir melhor o que vêm a ser mídia (DUTRA, 2011, p.1).

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. A influência da mídia, particularmente das mídias sociais, é um tópico relevante e

complexo, que envolve não apenas a promoção de ideais de corpo, mas também os impactos psicológicos e sociais resultantes dessa exposição. 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 perfeita existe e mora nas representações midiáticas. Ela é bonita, inteligente, divertida, engraçada, mãe amorosa e amante voraz: e, além de todas essas vantagens, come pouco e tem, por causa disso e da malhação constante, um corpo escultural, perfeito. Essa mulher existe na tevê, nas revistas, nos jornais e, hoje, especialmente existe e se alimenta das redes digitais, que se tornaram um ponto de grande inflexão do culto à magreza e ao corpo ideal (JACOB, 2014, p.90).

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).

A magreza estereotipada comum na sociedade foi considerada um fator universal de fortalecimento do status e do avanço social, da competência e da atratividade sexual, que se aplica a todas as camadas da sociedade, especialmente aquelas com maior poder econômico. (COPETTI; QUIROGA, 2018). Dado que o ideal de magreza e a busca por um corpo ao estilo manequim são biologicamente inatingíveis para a maioria das pessoas, a insatisfação corporal está se tornando uma ocorrência cada vez mais prevalente. Esse fenômeno tem levado ao desenvolvimento de distúrbios alimentares como uma consequência direta. O impacto da

imposição de padrões de beleza inatingíveis pela mídia e pela sociedade em geral é um tópico de crescente relevância na psicologia e na saúde mental. Entender como a insatisfação corporal desencadeada por tais ideais pode contribuir para o surgimento de distúrbios alimentares é fundamental para avaliar e abordar essa questão de maneira eficaz. Além disso, essa compreensão pode auxiliar na promoção de uma imagem corporal saudável e na prevenção de problemas relacionados à alimentação. (COPETTI; QUIROGA, 2018) 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). Nessa perspectiva, circulam nos meios de comunicação discursos que exercem forte influência na divulgação de padrões de beleza hegemônicos que seguem mantidos. Destaca o problema de que o corpo deve se adaptar às funções de resistência, aos sinais de idade, é padronizado e deve responder constantemente às demandas dos outros (Novaes, 2006). Desse modo, as imagens fornecidas pela mídia sobre os corpos dos leitores, tanto na mídia impressa quanto em textos online, têm o poder de desencadear um processo reflexivo que se estabelece entre a imagem do próprio corpo e o olhar do outro, contribuindo para a construção da autoestima e da autoimagem. As imagens que a mídia fornece aos leitores sobre seus corpos por meio da mídia impressa e de textos on-line são imagens que arremetem no jogo de

espelho entre o seu corpo e o olhar do outro, ajudando a construir sua autoestima e autoimagem (Ferraz & Serralta, 2007).

No cerne dessa questão, os meios de comunicação desempenham um papel significativo na promoção do sofrimento psicológico, ao atribuir símbolos de inferioridade e objetificação à feminilidade, além de disseminar anúncios que veiculam a ideia de que as mulheres e seus corpos são objetos a serem avaliados sob o olhar do outro. Como resultado, essa prática tornou-se ubíqua em nossa sociedade contemporânea e frequentemente está associada ao surgimento de psicopatologias que exercem impactos negativos na autoestima e autoimagem das mulheres (Novaes, 2006).

Nesse sentido, por exemplo, anúncios de cerveja, de carros e outros anúncios direcionados ao público masculino retratam mulheres estereotipadas com corpos esculpidos, curvilíneos ou muito esguios, glorificando a sexualidade masculina. Sendo assim, mesmo nas propagandas de produtos que não são de beleza, as mulheres que aparecem nelas quase sempre têm aparência jovem e corpo esguio. Anúncios que enfatizam as qualidades intelectuais, o senso de humor e as habilidades das mulheres são raros. Esse ideal feminino apresentado na publicidade reforça estereótipos sobre as mulheres. Naome Wolf, 1992 discutiu sobre esse tipo de publicidade:

“No entanto, esse padrão de beleza disseminando pela publicidade, não corresponde a características naturais da mulher brasileira, correspondendo assim, a uma sociedade voltada à modelos e às intervenções de cirurgias plásticas.”

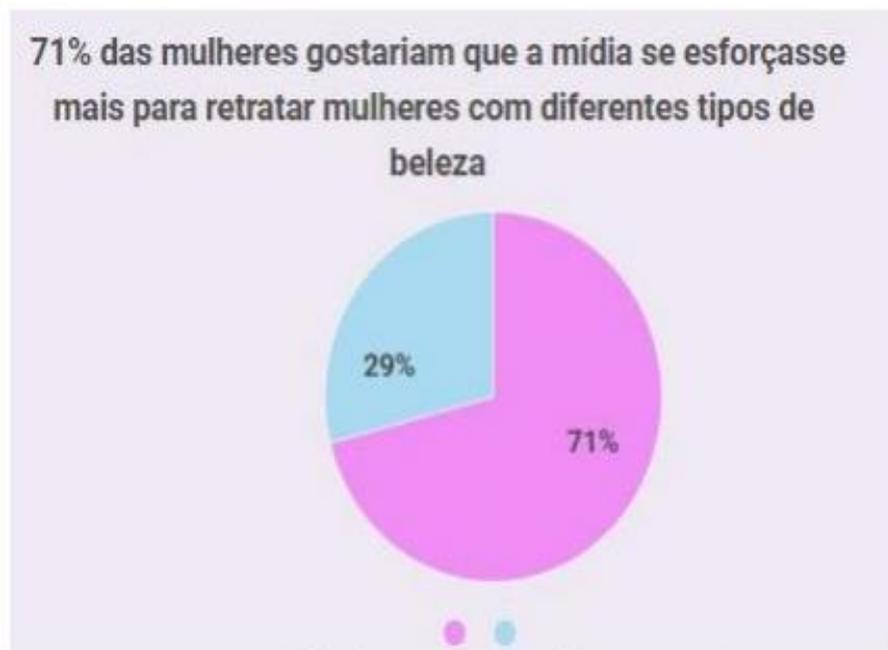
Portanto, a imagem corporal é influenciada por diversos fatores, dos quais três são os mais importantes. Pais, amigos, mídia. Este último é sinônimo de “mídia social” e tem a influência de maior alcance. (LIRA et al, 2017). O mito da beleza pode ser visto como uma forma de controlar o corpo das mulheres porque os padrões de beleza são impostos culturalmente e podem levar a doenças no corpo e na mente das mulheres. O conceito de beleza mudou ao longo da história, adaptando-se à economia, às pessoas, à cultura e à sociedade de cada época. Na sociedade atual, a beleza é considerada sinônima de perfeição e aceitação social. As mulheres consideradas bonitas são obrigadas a fazer sacrifícios para alcançar os seus ideais de beleza (XAVIER, 2006).

De acordo com Wolf (1992), A beleza feminina condiz a um desses mitos. 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.



Fontes: Dove Global Beauty and Confidence Report, 2017.

2.2 Impactos Psicológicos.

As interações complexas entre os ideais de beleza disseminados pelas plataformas de mídias sociais e o contexto de gênero feminino apresentam uma correlação marcante, resultando em um aumento substancial nas taxas de insegurança e no surgimento de transtornos associados a essa dinâmica. A proliferação de imagens e representações de padrões estéticos irrealistas e estereotipados, amplamente difundidos nessas mídias, exerce uma influência considerável sobre a autoimagem e a autoestima das mulheres, impactando negativamente seu bem-estar psicológico e emocional. (LIRA, 2017)

Esse fenômeno contemporâneo, 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 busca incessante pela conformidade com tais padrões, muitas vezes inatingíveis e distantes da realidade, tem se revelado como um fator significativo na geração de sentimentos de inadequação e insatisfação corporal, fomentando o surgimento de distúrbios alimentares, ansiedade, depressão e outros problemas de saúde mental entre as mulheres.

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). Portanto, embora seja comum a ocorrência de influências midiáticas no processo de desenvolvimento humano, a ocorrência de influências cumulativas, a intensidade e a frequência desses fatos estão intimamente relacionadas à definição de psicopatologia.

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 transformações e aprimoramentos influenciados pelos padrões socioculturais vigentes. Nas últimas décadas, a geração de teorias em comunicação de mídia social tem facilitado a construção e adaptação de ideias, valores, perspectivas de mundo e padrões comportamentais. Isso tem permitido a influência direta das mídias sociais na forma como a estética corporal é percebida e moldada. Como resultado, tem ocorrido um aumento na prevalência dessas influências, contribuindo para o crescimento da sua incidência. É válido o conhecimento de que o padrão de beleza vai além de ter uma vida

saudável ou dieta balanceada, a questão fundamental a ser abordada é sobre o real prejuízo que essas exigências têm causado nas mulheres, as consequências são de depressão, alterações no humor, ansiedade e também os distúrbios alimentares. São criadas expectativas e metas absurdas que não estão de acordo com sua estrutura corporal e acabam resultando em transtornos. É importante entendermos que esse padrão está longe de ser o ideal, devido as relações de diversidades (ROCHA, 2018). Na busca pelo padrão de beleza ideal, as mulheres tornam se escravas da beleza, a qual é muito difundida pelos meios de comunicação e pela mídia, no qual muitas delas estão perdendo o prazer de viver, por não estarem satisfeitas com seu corpo e consigo mesmo. Essa escravidão de certa forma gera depressão, ansiedade, perda da autoestima e uma não aceitação de si própria (GRACIANO, 2015). Nota-se que as mulheres vêm fazendo cobranças a si mesma para atingir o padrão de beleza impostos pela mídia, e isso, vem lhe afetando diretamente em todos os aspectos. Com isso, começam a aparecer o stress, a não aceitação do seu próprio corpo, as dietas exacerbadas, entre outras enfermidades (GRACIANO, 2015).

Os transtornos alimentares são síndromes comportamentais cuja origem e desenvolvimento são multifatoriais e provavelmente decorrem do contexto histórico, cultural, familiar e de aspectos individuais do indivíduo, como genética, biologia e personalidade. Afetam principalmente mulheres jovens e um aumentar significativamente, na população o que também pode afetar gravemente a saúde e a incapacidade física destas pessoas e, em casos extremos, levar à morte (CARVALHO, 2009). O contexto cultural pode ser considerado um dos fatores mais importantes no desenvolvimento do transtorno, pois os padrões de beleza regulamentados e o ideal corporal atribuído obrigam a pessoa a utilizar qualquer estratégia para adaptar o corpo ao ambiente. (HUTZ; OLIVEIRA, 2010). De acordo com Barbosa et al (2011, p. 8) o aumento dos números de casos de transtornos alimentares na população feminina tem ligação direta com as transformações dos padrões de beleza e às exigências sociais.

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. De acordo com Barbosa et al (2011, p. 3) A preocupação com a imagem corporal é algo alarmante, pois essa preocupação pode prejudicar a vida em um todo. O aparecimento da anorexia e bulimia nervosa é diretamente associado à insatisfação corporal, baixa autoestima e influência midiática. 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. 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. METODOLOGIA.

3.1 Tipos de pesquisa

A pesquisa bibliográfica, 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, P. 122). Usando esta categoria de pesquisa é possível abranger vastos conhecimentos para agregar na contribuição dos conhecimentos sobre o tema. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica é que ela permite ao pesquisador cobrir uma gama de fenômenos muito mais ampla do que poderia estudar diretamente (GIL, 2010, P. 45). De acordo com o autor Koche (2015, p.122)

O objetivo da pesquisa bibliográfica, portanto, é de conhecer e analisar as principais contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema ou problema, tornando-se um instrumento indispensável para qualquer tipo de pesquisa.

Para consubstanciar o trabalho de conclusão de curso 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 ao autor Godoy (1995, p.62).

Os estudos denominados qualitativos têm como preocupação fundamental o estudo e a análise do mundo empírico em seu ambiente natural. Nessa abordagem valoriza-se o contato direto e prolongado do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo estudada.

Possibilita um contato mais abrangente, maior qualidade do indivíduo em questão do tema que será abordado no trabalho de conclusão de curso em questão. Hoje, a abordagem qualitativa, com seus diversos subtipos de pesquisa, ocupa um lugar sólido como forma de

trabalhar viável e promissora (GODOY, 1995, p.63). De acordo com Pereira (2010) A abordagem qualitativa em pesquisa pressupõe a consideração da especificidade inerente às ciências sociais, em contraste à proposta de um modelo único de pesquisa aplicável a todas as áreas do conhecimento científico. Tal consideração advém da compreensão de que as ciências sociais demandam métodos e estratégias metodológicas distintas, consonantes com sua complexidade e natureza.

Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa rejeitam o modelo positivista tradicionalmente empregado no estudo da vida social. Essa rejeição é motivada pela crítica à crença na objetividade absoluta do observador e à neutralidade dos processos de investigação. Nessa perspectiva, reconhece-se a impossibilidade de um distanciamento completo do pesquisador em relação ao objeto de estudo, bem como a inevitável influência de seus próprios preconceitos, crenças e experiências na condução da pesquisa (Lakatos, 2010).

Dentro dessa ótica, é preconizado que o pesquisador adote uma postura reflexiva e crítica, reconhecendo e explicitando seus posicionamentos e vieses ao longo do processo investigativo. A reflexão constante sobre as próprias inclinações permite minimizar o impacto dos juízos de valor pessoais na interpretação dos dados e na construção do conhecimento científico. Assim, o rigor metodológico na pesquisa qualitativa reside na consciência e na transparência do pesquisador em relação às suas subjetividades, sem a pretensão de neutralidade absoluta. (COZBY, 2023).

3.2 Técnicas de Coleta e Análise de dados (técnicas utilizadas)

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 & Mito (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)

A análise dos dados coletados na pesquisa bibliográfica teve uma abordagem crítica e reflexiva. Essa análise não se limita à mera descrição do conteúdo das fontes consultadas, mas busca identificar conexões, lacunas, divergências e convergências entre as diferentes perspectivas teóricas apresentadas. (Minayo, 1992)

A técnica de análise consiste em organizar as informações obtidas, sintetizando-as de maneira lógica e coerente. A categorização dos conceitos, a identificação de temas recorrentes e a elaboração de sínteses conceituais são passos cruciais para a construção do referencial teórico do trabalho de conclusão de curso. (Minayo, 1992)

4. Análise de dados.

Quadro 1- Mídias sociais.

Nesse quadro foram colocados 12 artigos, monografias e teses com autores que abordam de alguma maneira às mídias sociais e suas influências e sofrimentos no gênero feminino.

Autores	Título	Ano	Resumo
Silva e Oliveira	A influência da internet em adolescentes com transtorno alimentar	2018	O nível de beleza da mulher é algo que está em constante mudança e há muito tempo, desde o início da era da televisão, do corpo na mídia, da feminilidade na mídia tem sido enorme. Com o efeito da Internet , os meios de comunicação que causam preocupações excessivas com a aptidão física têm contribuído para o desenvolvimento de transtornos alimentares, principalmente nos casos em que há um forte medo do peso, por isso as pessoas acabam tomando medidas extremas na forma de dieta e exercícios seguir os padrões estabelecidos pela sociedade e pela mídia.
Santos	A beleza contemporânea, o papel da mídia na veiculação de padrões e possíveis relações com o sofrimento mental da mulher.	2015	O objetivo deste estudo foi analisar o impacto da beleza veiculada pela mídia e a devoção das mulheres a eles, bem como suas próprias relações com a vida mental das mulheres e identificar aspectos que contribuem para essa satisfação com a imagem, confirmando a importância da mídia na a percepção da beleza da mulher, discutiu as consequências dessa busca pela beleza controlando a vida mental e por fim o possível desenvolvimento da patologia resulta da cobertura midiática do modelo de beleza ou é

			<p>reforçada pela Mulher. Embora a amostra leve em consideração as normas da mídia forte nas atividades sociais e, principalmente, na sua imagem dirigida e desejada pela mulher moderna. Também que existe uma ligação entre os meios de comunicação de massa e as doenças femininas que têm sido criadas por muitas destas mulheres que pretendem melhorar a sua imagem arriscando a sua saúde, submetendo-se a métodos muitas vezes agressivos e arriscados.</p>
Silva et al.	<p>Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores</p>	2018	<p>As representações contemporâneas dos padrões de beleza estão confinadas a um corpo magro e de formato delicado, e isso é especialmente verdadeiro nas redes sociais. O Instagram, graças à sua alta qualidade de imagem, é amplamente utilizado para compartilhar fotos de fitness promovendo modelos corporais. Uma relação íntima entre magreza, beleza, como fonte de felicidade, inspiração e desejos. Sob esta luz, há um forte desejo de (re)construir um corpo desorientado com um desejo de (re)construir a própria identidade. Além disso, cria-se a ilusão de que um modelo de corpo ideal universal é alcançável. Tudo o que é exigido de todos é comprometimento, dedicação e força de vontade para alcançá-lo; Você sente tristeza e decepção ao mesmo tempo quando esse ideal não é alcançado. Isso também pode ser observado pelo fato de haver um desejo de renovação do corpo na relação com a comida, o que distorce e provoca sentimentos de culpa, arrependimento e necessidade de controlar o prazer que pode ser obtido ao acabar com maus comportamentos alimentares.</p>
Santos e Gonçalves	<p>Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física.</p>	2020	<p>A imagem corporal está se tornando cada vez mais importante para a nossa sociedade e o que preocupa é a forma como ela é utilizada pela mídia, vista como produto e objeto de padrões corporativos que devem ser respeitados. As redes sociais são uma ferramenta utilizada nos meios de comunicação modernos para divulgação de informações. Na maioria dos casos, trata-se de um modelo corporal que se espalha pelas redes sociais por vezes inacessíveis à população, levando à insatisfação com a imagem corporal. dessas constatações, este artigo foi elaborado com base nos dados coletados. O estudo foi realizado num grupo de 112 alunos de escolas primárias e de licenciatura em educação física, todas as seções, sexo e idade de participação não especificada.</p>
Lima e Maynard	<p>Relação entre mídias sociais e transtornos de autoimagem em mulheres</p>	2019	<p>Autoimagem é a imagem que você cria ou imagina sobre si mesmo. E o princípio da autoestima, porque está embutido no conhecimento, no desenvolvimento natural da própria individualidade e competências e na</p>

			compreensão de sentimentos, atitudes e pensamentos relacionados à dinâmica pessoal. A investigação analisada centrou-se na relação entre os meios de comunicação social e os distúrbios de autoimagem das mulheres, e parece haver extensa literatura sobre este tema, o que mostra o impacto negativo dos meios de comunicação de massa sobre este público. Alcance não apenas mulheres adultas, mas também crianças e adolescentes, como os desenhos e brinquedos de hoje.
Barbosa et al.	A beleza dói: interferência da mídia no corpo feminino	2023	O objetivo do estudo foi analisar as mudanças representadas no padrão estético sobre o corpo feminino na mídia e os efeitos emocionais decorrentes. Porque analisaram pesquisas bibliográficas e dois grupos focais, já que mulheres de 15 a 35 anos acreditam que os padrões têm influência na estética publicada no Instagram e na capa da revista Vogue. Os dados foram analisados através de um método fenomenológico de análise. Os resultados mostram que a busca por padrões de beleza tem impactado negativamente as mulheres, causando sofrimento psíquico e insatisfação com a própria singularidade.
Souza	A relação entre mídias sociais e a construção da autoimagem corporal em mulheres	2022	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. Metodologicamente, este estudo caracteriza-se por ser qualitativo, exploratório, transversal e desenhado como um estudo de caso. quantas entrevistas foram realizadas com quatro mulheres que foram o público-alvo do estudo, a faixa etária de 18 a 25 anos, que utilizam as redes sociais para transmissão de informação e comunicação Os resultados mostraram que pode ser controlado Os modelos estéticos propostos pela sociedade e difundiu nas redes sociais a imagem de mulheres brancas com corpos magros e esbeltos, corpos considerados “milimetrados perfeitos” e com cabelos lisos. Três das quatro entrevistadas indicaram que, pelo menos em algum momento de suas vidas, vivenciaram dificuldades em lidar com o próprio corpo à medida que a norma estética se fortalecia. Portanto, conclui-se que existe uma relação entre as mídias sociais e o desenvolvimento da imagem corporal.

Lira	Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras.	2017	Avaliar a relação entre influência da mídia e o uso das redes sociais no desenho do corpo de uma adolescente. Os meios de comunicação de massa, incluindo as redes, e os problemas sociais estão associados à insatisfação com imagem corporal nos jovens
Silva	Repercussões das Redes Sociais na Imagem Corporal de Seus Usuários: Revisão Integrativa.	2019	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. Foram pesquisados artigos publicados entre janeiro de 2006 e fevereiro de 2019. Foram analisados 32 artigos completos, incluindo a parte principal desta revisão. 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.
Xavier	Mito da beleza: como a publicidade reforça o padrão feminino de beleza vigente.	2006	A beleza, ao contrário do que muitos pensam, não é um conceito fixo e imutável, ela sofre os efeitos do tempo, mudando constantemente de acordo com os valores da sociedade e do tempo. Em todos os momentos da história, em diferentes sociedades e em diferentes épocas, o padrão de beleza mudou. O que hoje é considerado bonito pode ser feio por muito tempo, ou um ícone de beleza de várias décadas atrás pode hoje ser considerado anormal, muito baixo ou muito gordo... Então o objetivo desta peça é mostrar às pessoas, especialmente as mulheres, que o atual entendimento de beleza em nossa sociedade, especialmente em relação à magreza, não é um conceito rígido como a lei, mas pode e deve ser mudado, especialmente porque em muitos casos causa enormes danos físicos e psicológicos às pessoas que constantemente tentam imitar este modelo. O objetivo do trabalho é também mostrar que a beleza, além de ser um conceito em mudança, é reforçada pela publicidade. Para tanto, o aluno analisa anúncios publicitários em três segmentos distintos: informativo, feminino e masculino, utilizando a semiótica e a análise do discurso francesa.
Schnorrenberg e Sartori	O processo de dominação dos corpos das mulheres através do "mito da beleza" de Naomi Wolf	2019	O objetivo deste estudo é compreender a relação entre os estereótipos de beleza feminina e o processo de controle do corpo feminino, a partir da pesquisa da autora Naomi Wolf. Os movimentos feministas tiveram sucesso na exigência de alguns direitos humanos para as mulheres, especialmente depois da década de 1970, quando a indústria cosmética incutiu e exigiu padrões de beleza para as mulheres. Através das telecomunicações e do mercado consumidor, a ideia de beleza na identidade

			feminina foi introduzida como um novo mecanismo de controle do corpo feminino, viabilizado através de pesquisas hipotéticas dedutivas utilizando bibliografia de gênero. Explique que a beleza se tornou um conceito mítico usado pelo patriarcado para manter os papéis de gênero na sociedade moderna que foram definidos por estereótipos sociais.
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. O fisiculturismo assumiu-se como uma produção moderna e agente de subjetividade. diversas práticas corporais radicais estão sendo cada vez mais utilizadas para escapar do grande vilão chamado “O Gordo”. Relacionado à feiúra, ao descuido e à fraqueza de caráter, várias mulheres neste trabalho lidam com a exclusão social e a percepção da discriminação. Este artigo tem como objetivo compreender a obesidade mórbida a partir da psicanálise, assumindo o tema da linguagem e do prazer. Olhando assim, a obesidade é um sintoma porque o sintoma é um fenômeno construído como uma língua, mas também o prazer com que não sabia exatamente o que fazer. Sintomas de condensação, uma dança primaveril que acerta o alvo, deixando-os em suspense. Em todo o caso, o nosso objetivo é fazer cortes, tendo em conta o novo contexto em que a obesidade foi considerada, definida com base no discurso médico, como uma patologia que necessita de correção, neste caso “cirúrgico”. obesidade." É por causa destes preconceitos, desta medicalização crescente que tentamos compreender o fenômeno da obesidade/cirurgia , que está ancorado numa cultura que domina e moraliza cada vez mais o corpo.

Fonte: própria (2023)

Quadro 2- Efeitos psicológicos

No segundo quadro ficou agrupados 5 artigos, monografias e teses que tem como abordagem os efeitos psicológicos que o padrão de beleza exerce nas mulheres.

Autor	Título	Ano	Resumo
Anjos e Ferreira	Saúde Estética: Impactos Emocionais causados pelo padrão de beleza imposto pela sociedade	2021	O objetivo deste estudo é descrever os efeitos emocionais causados pelos padrões de beleza da sociedade a partir de uma revisão de literatura. O acesso às bases de dados ocorreu no decorrer de

			<p>fevereiro a abril de 2021. Foram escolhidos 5 artigos científicos que apresentavam resultados de pessoas que: a mídia e seu interior obrigam as pessoas a buscar padrões estéticos, procedimentos cirúrgicos, academias que visam obter resultados rápidos resultados que levam a doenças emocionais. Resultado Pesquisa mostra que a busca pela beleza é determinada pela sociedade e a insatisfação com o próprio corpo pode causar um adoecimento emocional que afeta negativamente a saúde física e mental.</p>
Ribeiro	A Psicologia Clínica e a Prevenção das Doenças da Beleza na Sociedade Brasileira Contemporânea	2016	<p>O objetivo da pesquisa é compreender o papel de psicólogos e médicos que lidam com a prevenção de doenças estéticas na sociedade brasileira contemporânea, levando em consideração suas crenças e compreensão do problema da prevenção de doenças estéticas na sociedade brasileira contemporânea e além, especialmente em educação psicológica. Desse ponto de vista, também foi possível identificar, por meio da observação participante, como o tema da incidência das doenças estéticas na sociedade brasileira contemporânea. A psicologia é pouco inserida na formação acadêmica, embora seja reconhecida como uma característica evidente da sociedade moderna. era e que vem cada vez com maior percentual causando sofrimento a problemas de saúde mental principalmente em mulheres, que muitas vezes se esforçam para se conformar constantemente aos padrões estéticos hegemônicos, com práticas como atividade física excessiva, uso generalizado de drogas e cirurgias cosméticas e estéticas.</p>
Bastos et al.	A influência das mídias sociais no Transtorno Dismórfico Corporal: Uma doença da era digital?	2022	<p>Pensar o corpo tem sido controverso ao longo da história, inclusive na perspectiva das ciências sociais, o que levanta questões sociais relativas ao conceito de corpo ideal, problemáticas devido à influência das sociedades de consumo e da atuação dos meios de comunicação de massa. As redes sociais interferem diretamente no despertar comportamental das pessoas para a necessidade de estarem sempre conectadas e incentivam os padrões corporais. Ocorre principalmente em jovens e adultos que se preocupam muito com a sua imagem devido ao constante impacto da era digital na vida social e profissional. Objetivo: analisar a relação entre a</p>

			influência das mídias sociais no desenvolvimento do transtorno Dismorfia Corporal em adolescentes e adultos à luz dos conceitos digitais contemporâneos.
Silva	Como os padrões de beleza afetam na autoestima da mulher segundo a influência da mídia	2022	A exposição constante aos padrões de beleza que devem ser respeitados pode resultar em um impacto significativo na autoestima das pessoas e compreender os potenciais efeitos na saúde física e mental de um indivíduo, especialmente das mulheres. Analisar como os Padrões de Beleza afetam a autoestima das mulheres de acordo com a influência da mídia. Precisamos compreender o “mito da beleza” e examinar quais são esses padrões estabelecidos e qual é o papel dos meios de comunicação de massa na sua divulgação. A partir das revisões da literatura bibliográfica, procuramos compreender as conexões das mídias e seu papel no design do corpo, que funcionam como meio para expandir e transmitir diferentes ideologias do corpo “ideal”, diferentes mídias como cinemas, revistas, jornais, etc. padrão de beleza.
Ferraz e Serralta	O impacto da cirurgia plástica na auto-estima	2007	A beleza e seu impacto na autoapresentação são muito influenciados pelo comportamento e pelos relacionamentos humanos. A cirurgia plástica neste contexto estético aparece para alguns como uma solução para “erros genéticos”. O presente estudo entrevistou seis mulheres submetidas a cirurgia plástica estética há menos de dois anos para explorar seus efeitos no ego. Para a análise dos dados foi utilizado o método de análise de conteúdo e o mapeamento das conclusões e interpretações foi transferido para um referencial psicanalítico. No geral, os resultados mostram que o número de cirurgias plásticas aumentou a autoestima e a harmonia interior dos interlocutores, corrigiu suas deformidades físicas (reais ou imaginárias) e mudou positivamente seus relacionamentos e relações sexuais.

Fonte: Própria (2023)

Quadro 3-Padrão de beleza

No terceiro quadro estão 6 artigos, monografias e teses que tem como perspectiva o padrão de beleza exigido na sociedade, como o belo é visto e construído.

Autores	Título	Ano	Resumo
Paiva	Controle social da mulher: do patriarcado a ditadura contemporânea da beleza e estética do corpo feminino	2023	Discussão do corpo, análise da beleza ao longo dos tempos e compreensão da existência de padrões de beleza. Buscar evidências de que em nossa sociedade existe um padrão de beleza corporal que define o corpo tão bonito quanto esbelto. O objetivo deste trabalho é provocar a existência desse modelo de beleza midiático e compreender a demolição dos padrões estéticos, esse entendimento de que existe uma maior representação de corpos em categorias sociais como gênero, origem étnica, incluindo pessoas com deficiência.
Mendes e Vargas	O peso social do corpo idealizado: uma análise das variáveis sociais impactando nos transtornos alimentares	2022	Os transtornos alimentares (TA) ocupam cada vez mais espaço na sociedade atual e, apesar dos diagnósticos recentes, já atravessaram diversos contextos históricos, sociais, econômicos e culturais, mas com nomenclaturas diferentes. Através desses contextos, o corpo tenta se adaptar à sociedade e estar nela de acordo com o que deseja, e supera as doenças a ela relacionadas. Este estudo é uma revisão narrativa de literatura, análise qualitativa e tem como objetivo descrever as regras sociais que se cruzam. Para tanto, a patologia trata das mudanças no contexto histórico-social nos anos que as provocam; A compreensão de Foucault sobre o corpo no livro Vigia e Castigo; fatores

			<p>como gênero, raça, economia, meios de comunicação e cultura envolvente são iguais; o culto à magreza contrasta com o jejum e as calorias dos dias atuais; os padrões corporais estabelecidos pela sociedade e a saúde mental daqueles que são incapazes ou não querem aderir a esses padrões sofrem injustificadamente. A análise confirmou a hipótese de que gênero, raça, economia e mídia influenciam o desenvolvimento de transtornos alimentares. Assim chegamos à conclusão que o contexto sócio-histórico influencia o desenvolvimento das TA, que o corpo tenta se renovar para se tornar útil à sociedade e por isso existe um conflito entre o corpo padrão e o fast food que acaba por causar doenças, ou seja, distúrbios alimentares, podem ser queixas de alguns que, num contexto fechado, tentam opor corpo, beleza e bem-estar, tangíveis e dominantes</p>
Lopes e Souza	A Dimensão do Belo no Tempo	2018	<p>A busca constante pela beleza na sociedade moderna tem forte influência nos autores, o que determina o bem-estar biopsicossocial do indivíduo. No entanto, isso não é motivo de preocupação. Há milhares de anos que a nossa espécie tenta representar-se através da arte, o único encontra a verdadeira beleza. A relação entre o conceito de saúde e beleza é enganosa porque nem sempre o que é belo é o todo e vice-versa, assim como a visão da beleza também muda ao</p>

			<p>contrário quando a individualidade e a forma do corpo de uma pessoa sugerem a visão de outra pessoa conhecida como "imagem espelhada". Este texto traz um breve panorama desse conceito de beleza ao longo da história da cultura ocidental, considerando as implicações contemporâneas do corpo ideal segundo fatores determinantes e influenciadores do processo de adoecimento.</p>
Sampaio e Ferreira	Beleza, identidade e mercado.	2009	<p>Compreender o fenômeno contemporâneo aqui denominado superestimação da beleza: a busca intensa por atender padrões de beleza física. Analisando situações favoráveis ao surgimento e persistência deste fenômeno do conceito de identidade e estigma, procuramos compreender a importância na construção deste fenômeno, para a construção da identidade das pessoas sob sua pressão. Assim, o trabalho tenta compreender o simbólico universo em que esta superestimação da beleza e suas possíveis consequências na criação de uma identidade pessoal. Assim como as opções de posicionamento diante da demanda pela beleza, a obra oferece quatro posicionamentos: submissão, resignação, modos de agir não emancipatórios e atitudes de compatibilidade ou incompatibilidade, possíveis caminhos emancipatórios de relações superestimando a beleza.</p>
Santos	Corpos perfeitos: o	2008	O objetivo é explorar o

	<p>“ideal” de beleza das mulheres construído na contemporaneidade</p>		<p>discurso hegemônico sobre o modelo de beleza “ideal” que hoje é socialmente construído para as mulheres de classe média. Neste sentido vivem 20 mulheres (10 adolescentes e 10 jovens). A cidade de Salvador e pertencente às classes média e baixa reconhece sua insatisfação e desejo de mudar sua aparência (corpo, rosto e cabelos) para atingir esse “padrão ideal”. A base teórica e metodológica desta pesquisa baseia-se em métodos de análise crítica do discurso combinados com abordagens teóricas de feministas contemporâneas em debates sobre gênero, corpo e mídia. A análise dos dados limitou-se aos jovens entrevistados. indicou a presença de ideologia em seus discursos, beleza dominante articulada em estruturas discursivas alternativas e territórios da medicina/saúde. As discussões também destacaram seu baixo nível de consciência. Ela foi entrevistada sobre a pressão social da ser modelo de beleza, impulsionado pela mídia, favoreceu a indústria de consumo e apontou que havia uma ligação direta entre eles: rankings de beleza e busca ou manutenção de relacionamentos heterossexuais.</p>
Wolf	O mito da beleza	2018	<p>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</p>

			ideia de que a beleza é essencial para o sucesso e a felicidade de uma mulher.
--	--	--	--

Fonte: Própria (2023)

5. Interpretação de dados.

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. A mídia, de fato, exerce influência sobre as mulheres, impondo ou incentivando a busca por um determinado padrão. Esse padrão varia de acordo com a sociedade, a história e a classe social dos indivíduos (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).

O gênero feminino, ao longo da história, tem sido submetido a uma série de normas e expectativas em relação à sua aparência e ao seu papel na sociedade. Essas expectativas têm evoluído ao longo do tempo, mas a pressão para atender a um ideal de beleza persiste como um fator de influência na vida das mulheres. Neste sentido, as mulheres esforçam-se constantemente por cumprir normas que lhes permitam manter a sua feminilidade de acordo com as exigências sociais (NOVAES, 2006, p. 85). 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.

Em outras palavras, existe um controle social que faz com que as pessoas se conformem às normas e as tornam “escravas” desse ambiente (IDA; SILVA, 2007). 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).

6. 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

ANJOS, L. Alves dos; FRREIRA, Zâmia Aline Barros. Saúde Estética: **Impactos Emocionais causados pelo padrão de beleza imposto pela sociedade**. Id on Line Rev.Mult. Psic., Maio/2021, vol.15, n.55, p. 595-604, ISSN:1981-1179

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.
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>

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/WstTrSKFNy7tzvSyMpqrWjz/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 17 agos. 2023

COZBY, P. C. Métodos de pesquisa em ciências do comportamento. São Paulo : Atlas, 2003.)

COSTA S., GUIDOTO E., CAMARGO T. D., UZUNIAN L., VIEBIG R. **Distúrbios da imagem corporal e transtornos alimentares em atletas e praticantes de atividade física**. Lecturas, Educación Física y Deportes, Revista Digital, 2007

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>

COSTA, M. L., Araújo, D. F. S., Cassiano, M. H., Figueirêdo, H. A. O., Oliveira, V. T. L., Barbosa, I. R. B. & Silva, F. H. V. C (2019). **Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal**. Brazilian Journal of Health Review. 2(6), 5898-5914. <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/download/5399/4928>.

DICIONÁRIO DO AURÉLIO ONLINE. Disponível em: Acesso em: 24 de Out. de 2023.

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.

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

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

FERNADES, K. (2019). **Impacto das Mídias Sociais sobre a Insatisfação Corporal e Risco de Transtornos Alimentares e Depressão em Estudantes da Universidade Federal de Ouro Preto**. TCC (Trabalho de Conclusão do Curso de Nutrição), Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto. <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/2527>.

Ferraz, S.B. e Serralta, F.B (2007). O impacto da cirurgia plástica na auto-estima.

GRACIANO, Livia Lopes e EMILIANO Silvani. **A influência da mídia na imagem corporal feminina**. Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. 2015. Disponível em:< <https://www.scielo.br/j/refuem/a/6CJh5sNzZVckZgvzkcqJVrx/?lang=pt>>. Acesso em: 11 junho 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

GOMES, G. da SCR.; PAULA, N. da S. de.; CASTRO, SMG de .; SOUZA , AM de .; SOUZA, HLS de .; MARTINS, AL da S. .; MALLETT, ATO . **Transtornos alimentares e a influência das redes sociais na autoimagem corporal: um olhar sobre a atuação do nutricionista**. *Investigação, Sociedade e Desenvolvimento* , [S. l.] , v. 10, n. 16, pág. e191101623277, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i16.23277. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/23277>. Acesso em: 12 abr. 2023.

GOUVEIA, V. V. e out **Matoimagem e sentimento de constrangimento**. *Psico*, v. 36, n. 3, pp. 231-241, set./dez. 2005. Disponível em: [shttp://caioaba.pucrs.br/teoojs/index.php/revistapsico/article/viewFile/1393/10933](http://caioaba.pucrs.br/teoojs/index.php/revistapsico/article/viewFile/1393/10933). Acesso em: 30 abr. 2023.

IDA, Sheila Weremchuk; SILVA, Rosane Neves da. **Transtornos alimentares: uma perspectiva social**. *Rev. Mal-Estar Subj., Fortaleza* , v. 7, n. 2, p. 417-432, set. 2007 . Disponível em. Acessos em 28 maios 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

KEHL, M. R. **O tempo e o cão: a atualidade das depressões**. São Paulo: Boitempo, 2009

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>

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 2021.

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

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. atlas, 2003.

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.

Lakatos, EM; Marconi, MA. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2010.)

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

PEREIRA, J. Matias. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 2 ed São Paulo: Atlas, 2010.

Pesquisa global mais recente da ISAPS **informa aumento contínuo de cirurgias estéticas em todo o mundo**. Revista ISAPS Global Survey, 2019. Disponível em: <https://www.isaps.org/wpcontent/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-Portuguese.pdf>. Acesso em: 17, abril de 2023

ROCHA, Tatiana Mendes. **“Padrão de beleza” e saúde mental da mulher**. Psicologia Acessível, 2018 Disponível em: <https://psicologiaacessivel.net/2018/09/04/padrao-de-beleza-e-saude-mental-da-mulher/amp/> Acesso em: 12 junho 2023

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.

SARTORI, A. T. C; SCHNORREBERGER, N. **O processo de dominação dos corpos das mulheres através do “mito da beleza” de Naomi Wolf**. VI Congresso Latino-Americano de Gênero e Religião, 6, 2019, São Leopoldo. Anais do VI Congresso Latino-Americano de Gênero e Religião. São Leopoldo: EST, v. 6, 2019. | p. 24-44.

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

WITT, JSGZ, SCHNEIDER A. **Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional**. In: Instituto de Pesquisa Ensino e Gestão em Saúde. 2009 p. 3910- 16 3916. Disponível em: <https://www.scielosp.org/pdf/csc/2011.v16n9/3909-3916/pt> Acesso em: 30 de abril de 2023.

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

XAVIER, Larissa Costa. **Mito da beleza: como a publicidade reforça o padrão de beleza vigente** / Larissa Costa Xavier – Brasília: O autor, 2006.