



CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO  
BACHARELADO EM PSICOLOGIA

ANTONIA ELANE FIRMINO DE SOUSA

**IDEALIZAÇÕES DO CORPO FEMININO NAS REDES SOCIAIS E SEUS  
IMPACTOS NA SAÚDE MENTAL DAS MULHERES: uma revisão integrativa**

Icó – CE  
2022

ANTONIA ELANE FIRMINO DE SOUSA

**IDEALIZAÇÕES DO CORPO FEMININO NAS REDES SOCIAIS E SEUS  
IMPACTOS NA SAÚDE MENTAL DAS MULHERES: uma revisão integrativa**

Monografia submetida à disciplina de TCC II,  
do Curso de Graduação em Psicologia do  
Centro Universitário Vale do Salgado, como  
requisito para a obtenção do título de Bacharel  
em Psicologia

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Esp. Letícia Augusto  
Oliveira da Silva

Coorientador: Prof. Me. Tadeu Lucas de Lavor  
Filho

ANTONIA ELANE FIRMINO DE SOUSA

**IDEALIZAÇÕES DO CORPO FEMININO NAS REDES SOCIAIS E SEUS  
IMPACTOS NA SAÚDE MENTAL DAS MULHERES: uma revisão integrativa**

Monografia aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Vale do Salgado – UniVS.

BANCA EXAMINADORA:

---

**Prof.<sup>a</sup> Esp. Leticia Augusto Oliveira da Silva**

*Orientadora*

---

**Prof. Me. Tadeu Lucas de Lavor Filho**

*Coorientador*

---

**Prof.<sup>a</sup> Ma. Isabela Bezerra Ribeiro**

*Avaliadora*

---

**Prof.<sup>a</sup> Ma. Thamires Pereira Alves**

*Avaliadora*

Icó – CE  
2022

À Francisca das Dores e Amadeu, meus pais,  
que foram suporte e sonharam junto comigo, ou  
até mais.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pela coragem de enfrentar caminhos desconhecidos, força para superar as dificuldades e nesse percurso ter encontrado pessoas incríveis.

Sou eternamente grata aos meus pais, que me apoiaram e não mediram esforços para que eu pudesse iniciar essa jornada, por sempre estarem ao meu lado mesmo longe, pelas ligações no final do dia que davam ânimo para continuar na luta. Sou feliz por ter feito vocês orgulhosos.

Sou grata ao meu melhor amigo e companheiro Diego, por todo o apoio e suporte, por me fazer rir todos os dias, por me acalmar em situações de angústia e ansiedade, e por estar comigo em todos os momentos, dos mais tristes aos mais felizes. Obrigada por tudo.

Agradeço também aos meus colegas de trabalho. A Ismael pela companhia e pelos ensinamentos acadêmicos que muito contribuíram neste trabalho, em especial à Maria Damasceno e ao Nathan, pela compreensão quando os afazeres acadêmicos exigiam uma reorganização de horários, pelas risadas e conversas aleatórias que fizeram dias difíceis se tornarem mais leves, sem vocês esse percurso seria bem mais difícil, muito obrigada pela amizade.

Agradeço a Matheus Oliveira pela companhia nos estudos, discussões teóricas e relatórios. Unidos pela Gestalt-Terapia.

Agradeço à minha orientadora Letícia Augusto por ter me mostrado o melhor caminho para o desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço ao meu coorientador Tadeu Lucas, por ter aceitado o convite e iluminado o percurso metodológico deste trabalho.

*“Extrair grande prazer de um mundo repleto de muitas espécies de beleza é uma alegria na vida à qual todas as mulheres fazem jus. Defender apenas um tipo de beleza é de certo modo não observar a natureza. Não pode haver apenas um tipo de ave canora, apenas uma variedade de pinheiro, apenas uma qualidade de lobo. Não pode haver apenas um tipo de bebê, de homem ou de mulher. Não pode haver apenas um formato de seio, de cintura, um tipo de pele.”* (Clarissa Pinkola Estés, 2018, p.232).

## RESUMO

Com o advento da Internet a partir da Revolução Tecnológica, a sociedade precisou adaptar-se aos espaços virtuais, os quais passaram a ser essenciais e inevitáveis no cotidiano das pessoas tendo uma grande influência em seus estilos de vida. Considerando que as redes sociais são ciberespaços que reproduzem o fenômeno das representações sociais em sua cibercultura, e que esta passou a integrar os processos de subjetivação, este trabalho tem como objetivo investigar como as representações do corpo feminino, construídas por meio das redes sociais, afetam a saúde mental das mulheres. A metodologia de pesquisa adotada é de abordagem qualitativa, estruturada em uma revisão integrativa de literatura, que com a aplicação das etapas e estratégias de busca na plataforma de periódicos CAPES, obteve-se um total de 11 artigos para análise completa, os quais apontaram que há uma idealização do corpo magro e atlético nas redes sociais e de maneira oposta um menosprezo ao corpo gordo. Tal representação de corpo perfeito pressiona mulheres a investirem em procedimentos e adotarem comportamentos que visam o emagrecimento e o alcance desse corpo tonificado. Além disso, os impactos dessas idealizações virtuais do corpo feminino afetam diretamente a autopercepção e autoestima de mulheres, bem como pensamentos autodepreciativos e em casos mais graves o desenvolvimento de transtornos alimentares, depressão e ansiedade. Diante disso, este trabalho pôde contribuir para a compreensão dessa relação entre o campo virtual e a subjetividade no que diz respeito às representações do corpo feminino e a saúde mental das mulheres. É preciso através de novos estudos, ampliar as discussões e dar visibilidade para outros corpos, além do gordo, que diferem do padrão apresentado nas redes como perfeito.

**Palavras-Chaves:** Corpo Feminino. Mulheres. Redes Sociais. Representações Sociais. Saúde Mental.

## ABSTRACT

With the advent of the Internet from the Technological Revolution, the society had to adapt to virtual spaces, which became essential and inevitable in people's daily lives, having a great influence on their lifestyles. Considering that social networks are cyberspaces that reproduce the phenomenon of social representations in their cyberculture, and that this has become part of the subjectivation processes, this work aims to investigate how the representations of the female body, built through social networks, affect women's mental health. The research methodology adopted is of a qualitative approach, structured in an integrative literature review, which with the application of the steps and search strategies in the CAPES journal platform, a total of 11 articles were obtained for complete analysis, which pointed out that there is an idealization of the skinny and athletic body on social networks and, in the opposite way, a contempt for the fat body. Such representation of a perfect body pressures women to invest in procedures and adopt behaviors aimed at slimming and achieving that toned body. In addition, the impacts of these virtual idealizations of the female body directly affect women's self-perception and self-esteem, as well as self-deprecating thoughts and, in more severe cases, the development of eating disorders, depression and anxiety. Therefore, this work was able to contribute to the understanding of this relationship between the virtual field and subjectivity with regard to representations of the female body and women's mental health. It is necessary, through new studies, to broaden the discussions and give visibility to other bodies, in addition to the fat, which differ from the pattern presented in the networks as perfect.

**Keywords:** Female Body. Women. Social Networks. Social Representations. Mental Health.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	12
2.1 GERAL .....	12
2.2 ESPECÍFICOS .....	12
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
3.1 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO CORPO FEMININO .....	13
3.2 REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E A CIBERCULTURA .....	17
3.3 SAÚDE MENTAL E PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO A PARTIR DO ADVENTO DA INTERNET .....	20
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	24
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	27
5.1 IDEALIZAÇÃO DO CORPO MAGRO E O MENOSPREZO AO CORPO GORDO .....	29
5.2 IMPACTOS DAS IDEALIZAÇÕES VIRTUAIS DE CORPO FEMININO NA SAÚDE MENTAL.....	34
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	37
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	39

## 1 INTRODUÇÃO

Ao decorrer da história do mundo, novos hábitos, costumes e comportamentos surgiram em seguimento às inovações nas tecnologias, o que, segundo Nicolaci-da-Costa (2002) pode ser percebido desde a revolução industrial, pois com a urbanização surgiram diferentes espaços e estilos de vida, levando a sociedade a encarar diversas questões problemáticas, como o dever de produzir. Para a autora, a Revolução da Tecnologia da Informação trouxe então muitas mudanças em aspectos sociais e individuais, uma vez que a nova era digital demanda da sociedade uma outra forma de organização, a virtual, e até mesmo um vocabulário específico para o território *online*.

Nicolaci-da-Costa (2002) aponta ainda que o ciberespaço possui uma grande capacidade de atrair e manter a atenção de seus usuários, sendo aliás um lugar imaginário, onde é compartilhada uma realidade também imaginária. Dessa forma, é importante entender que as consequências desse novo espaço são para além da comportamental, mas também psíquica, seja em pensamentos, sentimentos, relacionamentos externo e interno e/ou forma de ser no mundo. Tendo isso em vista esses reformulados cenários tecnológicos e as transformações sociais e psicológicas advindas dessa novidade, é preciso que a psicologia acompanhe esse movimento de mudança, de modo a identificar os atravessamentos psicossociais do ciberespaço. Em consonância, Jacqueline Moreira (2010), aponta que o campo da internet tem o poder de conduzir mudanças em processos de subjetivação por conta da sua capacidade de conectar pessoas em tempo real em território mundial, tendo interferências diretas com a relação com o tempo, espaço e com o próprio corpo.

A internet e as redes sociais tornaram-se um meio precioso para empresas como meio para veiculação de propagandas, tanto através dos perfis de internet das próprias empresas como por meio de “*influencers*”, pessoas consideradas modelo de vida, que possuem muitos seguidores na rede e utilizam seu amplo alcance de pessoas para fazer publicidades de diversos produtos, sendo também criadores de conteúdos relacionados à sua vida cotidiana, que chegam aos usuários como uma realidade concreta. Muito do que é apresentado por esses influenciadores digitais está relacionado à alimentação e especialmente o culto ao corpo, perfis que demonstram rotina de exercícios físicos, dietas, e ideais de comportamento para alcançar uma boa forma (PEDRAL; MARTINS; PENAFORTE, 2020).

Considerando as representações sociais como uma construção da realidade, um senso comum de valores, crenças compartilhadas socialmente e que a partir disso tornam-se modelos reguladores do comportamento de determinada sociedade (MOSCOVICI, 2015), os

influenciadores, para Yunes, Rosa e Taschetto (2019) são muito presentes na construção do que passa a ser considerado, por uma grande massa, o modelo ideal de vida, comportamento e corpo, ou seja, padrões/estereótipos. Tendo em vista que o Brasil é um cenário de grande diversidade social, de diferentes realidades socioeconômicas e culturais podemos questionar: como as idealizações do corpo feminino, construídas por meio das redes sociais, afetam a saúde mental das mulheres?

A escolha da temática surgiu a partir do interesse em compreender o surgimento das cobranças sociais quanto a alcançar determinado modelo de corpo, e os possíveis efeitos dessas cobranças em relação às comparações com o que se apresenta nas redes sociais. Além disso, surge o interesse também a partir do convívio e relatos de mulheres que objetivam alcançar um padrão corporal através de dietas e dicas de personalidades da internet sem o acompanhamento de um profissional de saúde, em alguns casos de forma obsessiva.

No âmbito social, é preciso que os usuários desses territórios online, tenham conhecimento e compreensão de como estão sujeitos aos processos de subjetivação ao deparar-se com o que apresenta-se nas telas de seus dispositivos de forma incisiva, entendendo também os possíveis impactos em sua saúde mental a partir dessa relação com as redes sociais e a internalização do que nela se apresenta.

Dessa forma, percebe-se a relevância de pesquisas voltadas à compreensão da relação social com a virtualidade, especificamente das redes sociais, e as novas questões psicológicas que dela surgem, sendo um domínio importante para que se possa elaborar possíveis intervenções a fim de mitigar os impactos negativos que advêm do campo virtual.

A fim investigar as formas de representação social do corpo feminino em território online e os impactos na saúde mental das mulheres, a pesquisa estrutura-se em uma metodologia qualitativa, exploratória e de revisão integrativa de literatura, na qual estabeleceu-se seis etapas de construção visando associar diferentes estudos já publicados para uma análise ampla sobre a temática.

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 GERAL

- Investigar as formas de representação do corpo feminino em território online e os impactos na saúde mental das mulheres.

### 2.2 ESPECÍFICOS

- Conhecer as representações do corpo feminino e seu percurso histórico;
- Debater acerca dos processos de subjetivação decorrentes da revolução tecnológica e a representação midiática do corpo;
- Discutir a construção e apropriação da imagem feminina no mundo virtual e como estas afetam as mulheres.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO CORPO FEMININO

Fenômeno estudado principalmente pela psicologia social, as representações segundo Moscovici (2015) são construídas socialmente a partir de ideias, valores, crenças e práticas as quais constituem um sistema, que é para a sociedade uma forma de organização com capacidade de orientar os sujeitos em sua comunidade, sendo ainda um facilitador na comunicação e interação social, visto que também nomeia e classifica objetos, pessoas e acontecimentos, configurando um senso comum sobre determinado fenômeno.

Ao falar das representações sociais, Moscovici (2015) traz alguns apontamentos sobre as características das representações, como seu caráter convencional e prescritivo:

“... elas *convencionalizam* os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram. Elas lhes dão uma forma definitiva, as localizam em uma determinada categoria e gradualmente as colocam como um modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas. Todos os novos elementos se juntam a esse modelo e sintetizam nele.” (MOSCOVICI, 2015, p. 34).

Tendo em vista essas particularidades, o autor traz uma concepção de que todos os seres são constituídos a partir das representações e preceitos da sociedade/comunidade a qual se está inserido, contemplando ainda o efeito condicionante, inevitável e irresistível das convenções sociais e culturais, tornando-se um sistema que influencia e estabelece uma organização dos pensamentos. Isso acontece por conta perpetuação das representações a partir da sua origem social e do seu compartilhamento o qual é fortalecido pela tradição, passando a ser uma estrutura social que intervém no pensamento e comportamento individual (MOSCOVICI, 2015).

Sendo assim a Teoria das Representações Sociais parte do pressuposto de que não há um dualismo entre o que é interno e externo ao indivíduo, ou seja, do psicológico e do social, mas sim uma articulação entre sujeito, objeto e sociedade. Dessa forma, deve ser considerada a interação entre os comportamentos individuais, os fatos e fenômenos sociais (PATRIOTA, 2007).

De acordo com Jodelet (1993) o uso da Teoria das Representações Sociais torna-se importante para compreender o corpo não só sob perspectivas psicológicas e individuais, mas sim de forma mais complexa, visto que os sujeitos constituem-se das internalizações de valores, normas e modelos construídos social, cultural e historicamente, tornando-se significativo o contexto ao qual o sujeito é submetido durante o seu desenvolvimento.

Com base nesse ponto de vista, a autora destaca que o corpo realiza uma manobra dinâmica entre privado e coletivo, e dessa forma o corpo passa a exercer múltiplas funções sociais, as quais a autora caracteriza três perspectivas principais, sendo essas: ação, cognição e afetividade. A primeira refere-se aos comportamentos direcionados à busca por determinada imagem corporal em um esforço para uma aceitação grupal. Já a cognição, trata-se de ações com embasamento nos preceitos da comunidade, seguindo as normas sociais colocadas para os comportamentos. A afetividade emerge a partir da necessidade de aprovação do grupo, tal demanda orienta o comportamento a fim de conseguir o apreço de outras pessoas (JODELET, 1993).

Camargo, Justo e Alves (2011) reportam-se a esse pensamento como uma articulação entre os aspectos individuais e sociais dos processos relacionados ao pensamento e conduta, que modificam-se através do tempo e acontecimentos. Desse modo é indispensável pensar as modificações que as representações recebem de acordo com as mudanças geracionais. Sendo assim, lançando-se para uma compreensão histórica, o corpo feminino pode ser analisado sob diversos ângulos, uma vez que esse corpo perpassa por relações de dominação, poder, opressão e entre outras marcas do patriarcalismo que reverberam o ser mulher.

Partindo para uma análise histórica e sob olhar físico do corpo feminino, o padrão de beleza no Egito antigo (1292-1069 A.C.) era um corpo alongado, ombros estreitos, pescoço longo, cintura fina, pernas grossas, rosto simétrico, pele escura, além do uso de maquiagem bem pigmentada e joias. O comportamento tímido também era valorizado pelos homens. As mulheres na comunidade eram responsáveis pelo cuidado com os filhos, cozinhar, tecer roupas e outras atividades domésticas, além de auxiliarem na colheita e trabalharem em restaurantes, lojas e oficinas de tecer, não sendo tão passivas em relação à sua atuação na comunidade (CARIA, 2013).

Já na Grécia antiga (500-300 A.C.) tem-se a nudez do corpo explorada quando retratado através da arte pintada e esculpida, e segundo Barbosa, Matos e Costa (2011) o nu simbolizava para os gregos a presença de saúde, juventude e fertilidade, esta última característica se aplica principalmente às mulheres, que tinham como função a obediência às figuras masculinas como pai e marido. Além disso, as mulheres buscavam ter o corpo roliço, e de pele clara, e por conta disso evitavam o contato com os raios solares para não se bronzear. Apesar disso, os olhos da sociedade voltavam-se para homens belos e atletas, o qual de fato para os gregos era a perfeição.

Todavia na Idade Média (416 d.C-1453) o corpo já não representa a beleza, mas sim, a depender do sexo, idade, e cor, um vínculo com posses e terras e determinadores na atribuição

de uma função social. A partir da junção da Monarquia com a Igreja, o corpo passa a ser considerado a prisão da alma. Nesse período milhares de mulheres foram torturadas e mortas acusadas de bruxaria, pois a igreja acreditava que seus corpos eram mais vulneráveis a possessões demoníacas. Para serem vistas como belas, a imagem das mulheres deveria ser inspirada na Virgem Maria, com vestimentas longas e volumosas para cobrir o corpo, imperfeições eram consideradas marcas de pecado (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011).

Durante o Renascimento recupera-se a valorização do corpo como algo belo, sendo representado novamente nas pinturas pelo seminú, a exemplo da obra de Boticelli, “O nascimento de Vênus” (1485). No período do Renascimento Italiano (1400-1700) o padrão de beleza consistia em corpos de pele clara, roliço, quadris largos e arredondados, corpos com silhueta alongada, assim como os cabelos. Os corpos femininos eram não só objetificados, mas também endeusados, sendo comparados com a Deusa Vênus (OLIVEIRA; CIQUINI, 2019).

Ao longo do período Vitoriano da Inglaterra, as mulheres (1837-1901) mais rechonchudas e com cintura modelada eram avaliadas como mais esbeltas. Para atingir esse padrão muitas utilizavam o espartilho como acessório para definir a silhueta, que por seu uso em excesso e muito apertado ao tronco causava mal à coluna e órgãos internos, dificultando também a respiração, passando a imagem de frágil, o que era considerada uma característica feminina (SANTANA; SENKO, 2016).

Para alcançarem o arquétipo ideal da época e se tornarem atraentes, as mulheres que viviam no período da segunda China Imperial (960a.C - 1911) também se submetiam ao uso de materiais que modificassem a estrutura de seus corpos, porém nesse contexto cultural tratava-se dos pés, esse deveria ser reto, pontudo, arqueado e pequeno, medindo até 7 centímetros. Para atender esse padrão era preciso que o processo de crescimento fosse retardatário, sendo iniciado os procedimentos aos 3 anos de idade. Nesse processo eram utilizadas ataduras e dobravam-se os quatro menores dedos até a sola do pé, muitas vezes causando a quebra dos ossos. O resultado desse ritual ficou conhecido como a estética dos “Pés de Lótus”. Devido ao tamanho minúsculo dos pés desenvolvia-se sérios problemas de locomoção, o ritual, portanto, foi abolido definitivamente no ano de 1951 (ROSA; SANTOS, 2016).

Não muito distante, no Brasil nos anos 1920, o conceito de beleza estava ligado a um corpo magro, retangular, com medidas de seios, cintura e quadris semelhantes, as curvas eram disfarçadas com vestidos retos. Berger (2006) aponta a juventude como uma das principais características de beleza, ampliando o uso de cosméticos anti-idade, assim como de maquiagem e penteados. Ressalta ainda que outro critério de beleza era ser loira, ter cabelos lisos e ser branca, o que era um marcador de classe socioeconômica. Cabelos pretos, cacheados ou crespos

e qualquer outro traço associado à raça negra eram mal vistos, reforçando a ligação entre beleza e classe social que reverbera até os dias atuais.

Para Gisele Flor (2009) os padrões de beleza, perpassam por ideologias políticas, elitistas e sociais, como na Alemanha Nazista e ainda nos dias atuais através da mídia, visto isso, a beleza elitista inspirada no padrão europeu fica evidente ao considerar que, na pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), a população do país é majoritariamente preta e parda (54,9%). Silva e Covalleski (2014) identificam ainda a exclusão de corpos diferentes do estereótipo apontado como belo, como corpos de pessoas com deficiências, obeso, idoso, e entre outras diferenças.

Diante desses exemplos, dentre tantos outros possíveis, é perceptível as diferentes representações em relação ao corpo feminino ideal, além de comportamentos em busca de tais características, o que afirma as perspectivas da ação, cognição e afetividade proposta por Jodelet (1993) e Moscovici (2015), assim como a cultura como grande influenciadora desses comportamentos que objetivam adequar-se à um grupo, e na maioria dos casos a probabilidade de encontrar um companheiro.

Com a ascensão das mídias, segundo Tomaz *et al.* (2020), as publicações nos meios de comunicação também têm interferido historicamente no que se refere aos estereótipos do corpo considerado belo, seja através de revistas, programas televisivos, desfiles, concursos de beleza e entre outros, sendo reforçados muitas vezes pelo sistema capitalista e consumista, como por exemplo com as publicidades que se utilizam da imagem de corpos femininos.

Em uma pesquisa realizada por Siqueira e Faria (2007) em revistas femininas do Brasil, na década de 60, o corpo anunciado como belo era em seu aspecto natural, como algo intrínseco, além disso estimula a emancipação da mulher em relação ao marido, a libertação. Nos anos de 1970, a autonomia permanece sendo uma referência para as publicações, entretanto é divulgado um corpo feminino sensual, atraente e com acessórios, assim como técnicas de cuidados femininos, como por exemplo depilação e “simpatias” para se obter um corpo belo e ideal, incluindo também preparos para a perda de apetite.

Essa valorização do corpo e os cuidados exigidos se intensificam nas décadas de 80 e 90, predominando o estilo fitness e musculoso, as edições das revistas indicam as novidades da moda, maquiagem, dietas, exercícios e entre outras dicas de beleza. Com a chegada dos anos 2000 e a rotina das mulheres preenchidas por seus diversos papéis a otimização do tempo nos cuidados se tornaram foco nas dicas para o autocuidado (SIQUEIRA; FARIA, 2007).

Alcantara, Peixoto e Silva (2017) trazem uma perspectiva da mídia televisiva sob a influência cultural do patriarcado na imagem feminina disposta nos programas de



entretenimento, novelas, propagandas e entre outros, onde a figura da mulher é colocada como ou recatada, do lar, esposa e mãe ou objetificada em propagandas dirigidas ao público masculino como um meio de atrair a atenção desse grupo em particular, a exemplo do consumo de bebidas alcoólicas, e neste cenário o corpo feminino surge sexualizado, e em todos os casos um dos principais traços é a jovialidade.

Esses dois aspectos/estereótipos femininos retratados na mídia televisiva são repercussões do período do Brasil colônia, pois durante esse período as mulheres indígenas foram apontadas como responsáveis pelas violências sexuais sofridas devido ao não uso de vestes, assim como as mulheres negras colocadas como objetos sexuais de seus senhorio. Em paralelo, as mulheres abastadas casadas por alianças familiares eram postas como as esposas submissas, as quais alimentavam ciúmes de seus maridos com as escravas, chegando a usar de violência contra elas (SHAUN; SCHWARTZ, 2005).

No que se refere aos tempos atuais, Yunes, Rosa e Taschetto (2019) apontam que o advento da internet teve diversas repercussões no cotidiano da sociedade em geral. A facilidade no compartilhamento de informações, imagens, vídeos se tornou cada vez maior com o desenvolvimento das redes sociais dentro dessa realidade virtual. A partir de uma cultura criada nessas redes têm-se os “*influencers*”, que segundo as autoras são grandes responsáveis pela idealização de um padrão corporal, comportamental e até de vida.

Em concordância, Lima e Silva (2021) apontam as redes sociais como um dos principais canais da atualidade na construção de padrões e representações sociais do corpo feminino, sendo este divulgado como modelo pelas “*influencers*” nesse território *online*, estimulando o comportamento de busca por esse padrão, impulsionando o crescimento da indústria de cosméticos e aumentando o índice de busca por procedimentos estéticos.

### 3.2 REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E A CIBERCULTURA

Para Castells (1999) a revolução tecnológica não se deu através de um acontecimento específico da história ou de forma isolada, mas sim em paralelo com o desenvolvimento da Revolução Industrial. Entretanto, a criação da internet surge como estratégia militar em uma colaboração científica, que posteriormente será responsável por avanços em diversas áreas, benefícios advindos tanto das telecomunicações quanto das tecnologias de integração de computadores em rede, sucedido nos anos de 1970.

Ainda segundo o autor, o uso de computadores, processamento e armazenamento assim como a transmissão de informações tiveram grandes repercussões, diminuindo o tempo

e distância para possíveis interrelações, além disso, a tecnologia está o tempo todo evoluindo e em ritmo acelerado, adentrando em todos os setores da atividade humana, seja econômico, social e/ou cultural, provocando diversos impactos nas relações humanas (CASTELLS, 1999).

Entretanto, é ressaltado por Castells (1999) que a sociedade não deve ser determinada pela tecnologia, e nem determinar o curso do desenvolvimento tecnológico, pois esse recebe influência da criatividade e investimento empreendedor, e nem a tecnologia deve determinar a sociedade, porém essa é diretamente moldada pelo meio tecnológico.

Trazendo para cotidiano inúmeras mudanças devido a sua forte influência no comportamento humano, o autor considera que a internet pode ser utilizada com benefício libertador, podendo, conseqüentemente, ser também utilizada para opressão e exclusão dos desatualizados, assim como sociedades que não acompanham minimamente a evolução tecnológica tendem a ser menos desenvolvidas (CASTELLS, 1999).

Sonia Takase (2007) denomina “Sociedade da Informação” a nova forma de organização de pessoas, empresas e governo diante da transformação industrial e o acesso à informação advinda da revolução tecnológica. São pontuadas pela autora algumas características dessa sociedade, como mudanças no *modus operandi* e *modus vivendi* na coletividade; centralidade no fluxo de novas informações, inovações e o seu uso; crescimento desmedido das informações comunicadas e compartilhadas; internet como símbolo da sociedade em rede e acesso em tempo real em qualquer lugar do planeta.

A Revolução Tecnológica para Cappelli *et al.* (2016) concerne a um campo de avanços nas invenções científicas e interações sociais, que é responsável pelo surgimento de uma “infoesfera” que manifesta-se a partir dessas interações virtuais entre os usuários da internet. Essa extensão da realidade da vida humana, a virtualidade, levou ao uso de novas formas de comunicação e interação por se tratar de uma nova realidade, o ciberespaço. Entretanto, não há para as autoras uma separação completa do real e do virtual, uma vez que são influenciadas uma pela outra.

Em concordância, Nicolaci-da-Costa (2002) ressalta que as novas tecnologias exercem poder sobre os comportamentos e hábitos do cotidiano, gerando novas demandas, novas necessidades e novas formas de integração social e socialização, não restando dúvidas dos impactos da internet nos modos de vida de seus usuários, fazendo-se necessários estudos que analisem a dimensão desses efeitos acerca do uso da internet.

Dados de um estudo publicado em 2019 pela Organização das Nações Unidas (ONU) apontam que mais da metade da população mundial (53,6%) possui acesso à internet, representando 4,1 bilhões de pessoas, havendo ainda uma maioria de acesso por parte de

dos homens, sendo 58%, 10% a mais que as mulheres. Dados de acesso de nível populacional global, e como previsto por Castells (1999), os países desenvolvidos lideram o ranking de usuários da rede de internet, chegando a 87% da população, o continente europeu lidera com 82,5% de indivíduos conectados (ONU, 2019; CASTELLS, 1999).

Para Lemos (2004), a cibercultura se caracteriza através dessa conectividade global de uma sociedade estruturada na rede virtual, a sociedade em rede, que demanda uma nova forma de organização, um novo vocabulário, novos métodos de compartilhamento de imagens e sons, concedendo espaço para uma nova experiência em potencial. Cunha, Alisigwe e Magano (2019) acrescentam que a cibercultura tem o poder de desfazer a ideia que se tem das relações sociais.

Considerando esse pensamento, Aline Lima (2009) sinaliza que a cibercultura configura grande influência tanto nas ações e relações cotidianas como na percepção social e sobre os fenômenos sociais, contribuindo na construção de subjetividades e também novas formas de representação. No ciberespaço os conteúdos publicados tendem a padronizar os gostos, saberes e comportamentos, pois são disponibilizados e anunciados em grande escala, tornando alguns usuários passivos e condicionando-os a consumir tais conteúdos, porque apesar da sua variedade, existem os algoritmos que retêm as informações acessadas e as replicam, criando uma homogeneidade de conteúdo para cada usuário, podendo este se agrupar a outros usuários (BARROS *et al.*, 2020).

O ciberespaço, através das redes sociais, se tornou um ambiente fértil para empresas como meio de veiculação de propagandas, tanto através dos perfis de internet das próprias empresas como por meio de “*influencers*”, pessoas ativas nas mídias sociais e consideradas modelo de vida, que possuem muitos seguidores na rede e utilizam seu amplo alcance de usuários desse ciberespaço para fazer publicidades de diversos produtos, sendo também criadores de conteúdos relacionados à sua vida cotidiana (PEDRAL; MARTINS; PENAFORTE, 2020).

Diante disso, os *influencers* ou influenciadores digitais se tornam referências de comportamento, moda, saúde, corpo e entre outros padrões. Gomes, Neves e Pereira (2019), consideram ainda essas personalidades como formadores de opinião, tendo em vista o alcance à uma grande quantidade de pessoas que são consumidoras de seus conteúdos e que os/as consideram exemplos ideais, entretanto, grande parte de seus seguidores não possuem o mesmo poder aquisitivo por serem de diferentes classes sociais.

Natália Ranhel (2019) denomina *influencer fitness* as personalidades que tomam o poder de fala quando se trata de conteúdos relacionados à saúde, exercícios físicos e nutrição, mesmo na maioria das vezes não possuindo formação em nenhuma das áreas. Os perfis voltados

para essa temática resultam em uma criação de padrão estético que são compartilhados em grande escala nas redes sociais, levando os seus usuários a adotarem comportamentos a fim de aproximar-se desse arquétipo.

São diversas as questões que podem ser debatidas acerca da Revolução Tecnológica, o ciberespaço e a sua interferência nas relações humanas, e dentre as suas repercussões estão as representações que surgem nas redes sociais, que muitas vezes são reproduções da realidade não virtual, mas que no ciberespaço recebem proporções maiores, devido ao poder de compartilhamento da internet (RANHEL, 2019; MOREIRA, 2010).

Como pontuado por Nicolaci-da Costa (2002), a revolução tecnológica tem a capacidade de modificar não só o comportamento, mas também aspectos psicológicos como pensamentos, sentimentos, relações interpessoais e os processos de subjetivação. Tendo em vista esses novos cenários tecnológicos e todas essas adaptações sociais advindas dessa novidade, é preciso que a psicologia acompanhe esse movimento de mudança, de modo a identificar os atravessamentos psicossociais do ciberespaço.

### 3.3 SAÚDE MENTAL E PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO A PARTIR DO ADVENTO DA INTERNET

Para compreender os impactos do uso da internet para a saúde mental, é preciso inicialmente entender o que configura uma mente saudável, todavia, a Organização Mundial da Saúde (World Health Organization, 2001) aponta uma dificuldade e até uma impossibilidade de definição de um conceito de saúde mental devido a sua amplitude, abarcando aspectos sociais, econômicos, biológicos e psicológicos, não sendo apenas a ausência de uma doença mental. Para a Organização o bem-estar físico, mental e social são interdependentes para a saúde em geral dos sujeitos, e no que diz respeito à saúde mental, essa pode ser definida de diferentes formas a depender do contexto cultural.

A subjetivação diz respeito a um processo sóciohistórico contínuo de internalização de experiências que passam a fazer parte do repertório de vida de cada sujeito, tornando-o um ser subjetivo. De acordo com Candiotti (2008), Michel Foucault estabelece que a constituição dessa subjetividade e os mecanismos simbólicos envolvidos nesse processo, se dão através de uma construção cultural e histórica que se relaciona com discursos e práticas sociais, assim como relações de poder.

Com as mudanças que aconteceram nas sociedades a partir do advento da tecnologia, o contexto de acesso à internet e o ciberespaço se tornou mais um aspecto a ser inserido nas

interrelações que determinam o estado de saúde mental e a construção de identidade. Estudos voltados para a compreensão do impacto da internet e das redes sociais na saúde mental da sociedade em geral ainda estão sendo desenvolvidos, devido a sua constante evolução, entretanto grande parte das pesquisas que já existem estão voltadas para a população jovem adolescente e o uso em excesso da ferramenta (CASADEI; BENNEMANN; LUCENA, 2019).

Marques, Souza e Souza (2021), indicam que a tecnologia, e em específico a internet, é responsável por facilitar diversas situações do cotidiano, tanto por sua comodidade para acesso à informação quanto pela facilidade de contato com outras pessoas, sendo um ótimo recurso para auxiliar no trabalho e também como lazer. Entretanto, é importante atentar-se para a forma que se é utilizada para que essa não afete negativamente a vida do sujeito usuário dessa ferramenta, sendo necessário considerar frequência, tempo de acesso, conteúdo consumido e como é afetado por essa realidade virtual.

Acerca desse pensamento, Silva e Santos (2009) argumentam que a mídia passou a ter um determinado controle social sobre seus usuários, tendo em vista o seu vasto poder de manipulação e massificação de informações que constituem também a subjetividade dos sujeitos, influenciando as suas ações diante da vida cotidiana, não permitindo exercer escolhas completamente autênticas, formando assim uma população suscetível à influência dessa virtualidade.

Dentro dessa perspectiva, alguns trabalhos mencionam como o uso das redes pode afetar o controle de consumo tanto das redes sociais em si como dos produtos que são anunciados na internet, e a ilusão que se tem do que é apresentado nas redes sociais, fazendo uma errônea comparação com a realidade fora dela, levando a diversas implicações psicológicas (VAZ; FERNANDES, 2021).

Lóss, Lóss e Cabral (2019) investigam as implicações psíquicas a partir do uso excessivo e inadequado das redes sociais e da internet. Apesar de reconhecer a positividade da tecnologia em vários aspectos, as autoras consideram necessário atentar-se para a dependência desse meio de comunicação, tendo em vista que a virtualidade proporciona o suprimento de das interações que não acontecem da realidade, apesar disso é relevante ressaltar a superficialidade das relações e afetos desenvolvidos no ciberespaço, não devendo substituir as relações reais presenciais.

Estresse, isolamento, ansiedade e insatisfação são, segundo Santos *et al.* (2016), alguns dos adoecimentos psicológicos que surgem a partir da substituição das relações sociais reais pelo uso desmedido da internet. Tal situação acontece muitas vezes devido ao uso das redes como distração para os problemas e conflitos que acontecem no mundo real, levando o sujeito

a “medicar” suas angústias, refugiando-se no mundo virtual, passando a apreciar “likes” e seguidores, como demonstração de afeto, criando assim uma dependência dessas interações.

Ao criar um perfil nas redes sociais, elabora-se um personagem, pois com a preocupação que o usuário tem da imagem de si que será veiculada, esse opta por publicar virtualmente partes da sua vida que acredita agradar a outras pessoas, e ganhar “likes” em suas postagens, não necessariamente fazendo parte do que é vivido pelo sujeito na realidade, assumindo e demonstrando uma identidade distorcida na internet na busca por aprovação e aceitação no ciberespaço (FARIAS; MONTEIRO, 2012).

O 1º episódio da 3ª temporada da Série britânica *Black Mirror*, traz de forma crítica a necessidade de aprovação dentro das redes sociais como sendo um determinante para a felicidade. O episódio *Nosedive*, traduzido pela Netflix como “Queda Livre” gira em torno da urgência da protagonista em aumentar o *escore* de avaliação nas redes sociais, esse é calculado através da avaliação feita em “estrelas” a cada publicação em uma rede social (semelhante ao *Instagram*) e interação social, quanto maior sua avaliação mais querida(o) socialmente, trazendo-lhe diversos benefícios, dentre eles amigos, convite para eventos, créditos e descontos, sendo o *escore* também um determinante de classe social (SOARES, 2020).

O objetivo da protagonista é entrar para o “Programa de Influenciadores Premium” para obter desconto na locação de uma casa considerada de luxo, porém, para isso seu *escore* deve ser de no mínimo 4.5, a média para se ter um reconhecimento social. Tal descrição se assemelha aos *Influencers* já descritos por Pedral, Martins e Penaforte (2020). Um outro ponto análogo ao episódio da série, é que esses usuários considerados influenciadores são dependentes da interação positiva de quem está do outro lado da tela avaliando (LIMA, 2016).

As blogueiras *fitness*, assim denominadas por Lima (2016), constroem um padrão de corpo nas redes sociais que muitas vezes são distorcidos por ângulos, photoshop e até mesmo os filtros que modificam a aparência da pele, e quando não satisfeitas recorrem a procedimentos estéticos. Apesar do uso das ferramentas para realçar as características do corpo ideal, as personalidades influenciadoras utilizam seu amplo alcance de pessoas para fazer publicidades de diversos produtos e cosméticos que prometem dar os resultados que aparecem em suas fotos. A dedicação total aos exercícios físicos e à alimentação também são pontuados pelas blogueiras como indispensáveis para o alcance do físico “perfeito”.

Percebe-se que o contexto em que o sujeito está inserido é completamente ignorado ao se determinar esse padrão de comportamento para o alcance do corpo ideal, tendo em vista a diferença de classe socioeconômica, pois a vida cotidiana das mulheres é preenchida por uma rotina de trabalho remunerado e não remunerado e entre outras atividades, não usufruindo de

tempo e renda para abarcar o estilo de vida ideal sugerido, além de ignorar a necessidade de acompanhamento profissional considerando diferença do biotipo de cada corpo (VAZ; FERNANDES, 2021).

Fazendo uma alusão ao que foi apontado por Farias e Monteiro (2012) a respeito da criação de personagens para a divulgação dos perfis, Lima (2016) caracteriza o Instagram como uma vitrine de corpos ideais, onde não são expostos os bastidores por trás das fotos e vídeos compartilhados na rede virtual, dando visibilidade apenas a aspectos felizes e positivos da vida, incongruentes com o que se vive no mundo real.

Pode-se pressupor pela escrita que o público mais atingido pela representação midiática do corpo são as mulheres, assim como atestado por Lira *et al.* (2017) que também demonstrou em seu estudo uma relação direta entre redes sociais e sua influência na insatisfação corporal, a qual diz respeito à uma avaliação negativa do próprio corpo a partir da internalização das referências de padrão corporal ideal proposto pela mídia e redes sociais.

Tal insatisfação está também relacionada à frustração devido ao fracasso em alcançar o arquétipo compartilhado nas redes sociais, o qual pelos fatores expostos anteriormente são uma ilusão pregada como realidade que não se consegue alcançar apesar de todos os esforços, visto que os contextos de vida são divergentes. As comparações entre as diferentes realidades interferem, de acordo com Taboga e Santos Júnior (2021), na autoestima, principalmente no grupo adolescente.

Vaz e Fernandes (2021) afirmam que quanto maior o tempo que se passa nas redes sociais exposto e comparando-se a esses padrões de felicidade e discursos motivacionais para se alcançar um modelo utópico, mais vulnerável se fica ao adoecimento psíquico, como insatisfação e distorção da autoimagem, levando também a um sentimento de culpa.

Diante disso, percebe-se a interatividade entre as representações sociais do corpo feminino, o advento das redes sociais e os processos de subjetivação e saúde mental. Sendo assim, é preciso que a psicologia acompanhe esse movimento de mudança, de modo a identificar os atravessamentos psicossociais do ciberespaço, para que assim possam ser pensadas estratégias que proponham mitigar esses impactos negativos que interferem no bem-estar mental da sociedade (NICOLACI-DA-COSTA, 2002).

## 4 METODOLOGIA

O presente trabalho possui uma característica exploratória, que segundo Gil (2019) tem como finalidade viabilizar uma maior amplitude do tema a ser pesquisado, bem como possibilitar uma aproximação acerca do tema. Para Sampieri, Collado e Lucio (2013) pesquisas com este delineamento proporcionam uma abertura para que outros estudos com a temática abordada possam ser desenvolvidos.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, que de acordo com Creswell (2014) diz respeito a análise de determinado conteúdo sob uma perspectiva interpretativa e reflexiva por parte do pesquisador, que é um elemento-chave na elaboração das sínteses analíticas. Para este tipo de pesquisa, utiliza-se principalmente dados em formatos textuais, de imagem, vídeos e entre outros, exceto o tratamento descritivo de dados numéricos.

O método deste estudo compreende o desenvolvimento de uma pesquisa bibliográfica, a qual Martins e Theóphilo (2016) identificam como uma pesquisa que visa explorar e abordar determinado assunto através de estudos primários e secundários que já foram publicados em livros, artigos, revistas, periódicos, anais e entre outros.

Como técnica de pesquisa, trata-se de uma revisão integrativa de literatura, a qual consiste em uma pesquisa que segue algumas etapas para obter, analisar e apresentar os dados da literatura que serão utilizados, tendo como objetivo combinar os diferentes estudos e integração de dados, adquirindo um conhecimento mais profundo acerca do assunto ou fenômeno, uma vez que é possível incluir estudos com dados teóricos e empíricos, ampliando a quantidade de estudos que podem ser incluídos na análise (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

São citadas por Souza, Silva e Carvalho (2010) seis etapas da revisão integrativa de literatura, sendo: definição do tema a ser pesquisado e a problemática; estabelecer os critérios de inclusão e exclusão dos conteúdos bibliográficos a ser coletado; escolha das informações que serão retiradas dos estudos; revisão e análise dos estudos; interpretação dos resultados; apresentação e síntese acerca do tema que foi pesquisado.

A primeira etapa do processo de uma pesquisa integrativa é definir uma temática de interesse de estudos e uma delimitação do tema (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010). Neste estudo objetivamos investigar as formas de representação social do corpo feminino em território online e os impactos na saúde mental das mulheres, a partir do seguinte questionamento de: como as idealizações do corpo feminino, construídas por meio das redes sociais, afetam a saúde mental das mulheres?



Na segunda etapa é realizada a identificação das estratégias de busca e dos critérios de inclusão no processo de seleção dos artigos, sendo neste trabalho definidos como critérios: pesquisas científicas disponíveis na base de dados do portal de recuperação da plataforma de Periódicos CAPES, publicadas nos últimos cinco anos (2017-2021) que tenham relação temática direta com esta pesquisa. Sendo assim, como recorte deste estudo apenas foram incluídos artigos científicos, sendo excluídos artigos replicados durante a pesquisa

Para o levantamento e coleta dos dados foram aplicados na busca os seguintes descritores: representações sociais; corpo feminino; mulheres; saúde mental; internet; redes sociais; mídia; *Instagram*<sup>1</sup>. Utilizou-se de combinações entre os descritores e os operadores booleanos AND e OR na ferramenta de busca a fim de um alcance maior em quantidade de dados, e mais preciso no tocante ao tema da pesquisa. No quadro abaixo são apresentadas as combinações realizadas entre os descritores e operadores booleanos e a quantidade de artigos recuperados em cada busca.

**Quadro 1 - Artigos recuperados a partir da busca de descritores (2017-2021).**

Busca	Descritores e operador booleanos operacionalizado	Artigos recuperados	Revisados Por Pares	Incluídos na Pré-análise	Incluídos para análise completa
1	“Representações sociais” AND “Corpo feminino” AND Mídias OR “Redes sociais” OR Internet	91	-	91	5
2	“Representações sociais” AND “Corpo feminino” AND “Saúde mental”	6	-	0	0
3	“Representações sociais” AND “Corpo feminino” AND “Saúde Mental” AND Internet OR “Redes sociais” OR Mídias	6	-	0	0
4	“Representações sociais” AND Mulheres AND “Saúde mental” AND Internet OR “Redes Sociais” OR Mídias	130	-	124	0
5	“Representações Sociais” AND Mulheres AND Corpo AND “Saúde Mental” AND Mídias OR “Redes Sociais” OR Internet	74	-	0	0

<sup>1</sup> Este último será também colocado na ferramenta de pesquisa por se tratar de uma plataforma de compartilhamento de imagens, vídeos e textos, sendo nos tempos atuais uma das maiores redes sociais no Brasil (LIMA; SILVA, 2021).

6	Mulheres AND Corpo AND “Saúde Mental” AND Mídias OR “Redes Sociais” OR Internet	554	276	213	0
7	“Corpo feminino” AND Instagram AND “Redes Sociais” OR Internet	36	-	30	6
	<b>Total</b>	<b>897</b>	<b>276</b>	<b>458</b>	<b>11</b>

Fonte: Elaboração própria (2022).

As bases de dados acessadas pelo Portal de Recuperação de Periódicos CAPES foram: *Directory of Open Access Journals (DOAJ)*, *Directory of Open Access Scholarly Resources (ROAD)*, *Latindex*, *Scielo Brasil/Colombia/Argentina/Portugal/Chile*, *Academic Search Premier*, *SPORT Discus with full text*, *Medline Complete SocINDEX with full text*, *Karger Journals*, *Freely Accessible Journals*, *Project MUSE - Premium Collection*, *Revista PUCP*.

Verificou-se que todos os artigos recuperados nas buscas 2 e 3 já estavam inclusos na busca 1, assim como todos os artigos recuperados na busca 5 já estavam inclusos na busca 4. Dessa forma, além da aplicação dos critérios de inclusão, foram incluídos na pré-análise (leitura dos títulos e resumos) os artigos não repetidos com as buscas anteriores, descartando assim 163 artigos repetidos e a subtração de 276 revisados por pares na 6ª busca, totalizando 458 artigos inclusos. Após a leitura dos títulos e resumos, estabelecendo o critério de relação temática direta com esta pesquisa, foram selecionados para análise completa um total de 11 artigos, sendo todos em língua portuguesa.

Foi realizada análise crítica dos artigos incluídos na pesquisa, explorando as descrições dos autores a respeito dos fenômenos investigados nesta pesquisa e suas aproximações, fazendo então a integração dos resultados também apresentada na seção das discussões, sendo esta dividida em duas categorias, as quais são: A idealização do corpo magro e o menosprezo ao corpo gordo e Impactos das idealizações virtuais de corpo feminino na saúde mental.

A seção das discussões foi feita a partir da interpretação, avaliação crítica e integração dos resultados, sendo observada as concordâncias e complementações dos autores a respeito dos fenômenos estudados tendo em vista suas principais colocações acerca desse tema e suas interrelações, buscando-se atingir o objetivo geral desta pesquisa.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com a definição dos 11 artigos para análise completa, foram feitos dois quadros para organização e identificação dos artigos. O quadro 2 contém informações como: título da pesquisa, nome(s) dos(as) autores(as), periódico e ano de publicação, sendo organizados pela ordem crescente.

**Quadro 2 - Banco de dados da revisão integrativa de literatura**

Número	Título	Autores	Periódico	Ano
1	A vagina pós-orgânica: intervenções e saberes sobre o corpo feminino acerca do “embelezamento íntimo”	Marcelle Jacinto da Silva, Antonio Cristian Saraiva Paiva, Irlena Maria Malheiros da Costa	Horizontes antropológicos	2017
2	Emagrecimento na rede: um estudo acerca do universo das #instafits	Bruna Sousa Madureira, Junia Vilhena	Interação em Psicologia	2017
3	Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores	Fernanda Rodrigues de Oliveira Penaforte, Ana Flávia de Sousa Silva, Camila Cremonesi Japur, Thais Rodrigues Penaforte, Letícia dos Santos Neves	Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde	2018
4	O peso do discurso: a representação da mulher <i>Plus Size</i> em campanhas publicitárias de <i>Lingerie</i> no Brasil	Fernanda Bueno Cardoso Scussel, Eloíse Helena Livramento Dellagnelo	Revista Brasileira de Marketing	2018
5	Discurso e poder: a prescrição do controle em blogs <i>plus size</i>	Hellen Oliveira Tavares, Ana lúcia de Castro	Revista de Ciências Sociais - Política e trabalho	2018
6	A influência do padrão de magreza para a mulher na contemporaneidade	Beatriz Ribeiro Cortez Cardozo Barata de Almeida Hessel, Izaura Maria Carvalho da Graça Furtado	Revista Psicologia, Diversidade e Saúde	2019
7	Moda Inclusiva: Percepção de mulheres obesas em relação ao corpo e ao vestuário	Bruna Pacheco, Jacinta Sidegum Renner, Margarete Fagundes Nunes, Ana Luiza Rocha Carvalho	Revista Ártemis	2019
8	Revista Claudia e a construção da identidade social feminina	Sabrina Martins, Cleber Cristiano Prodanov, Claudia Schemes	Revista Ártemis	2019

9	“Antes e depois real”: o corpo feminino e os padrões estéticos à luz da gramática sistêmico-funcional	Guianezza Mescherichia de Góis Saraiva Meira, Danielle Brito da Cunha	Entrepalavras	2020
10	Sociedade de controle e redes sociais na internet: #SAÚDE E #CORPO NO INSTAGRAM	Angélica Teixeira da Silva Leitzke, Luiz Carlos Rigo	Movimento	2020
11	Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiaticizados no Instagram	Gabriella Campos Jannini de Lima, Luciana Maria da Silva	Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social	2021

Fonte: Elaboração própria (2022).

Observou-se já na pré-análise que há uma representação ideal de corpo feminino que tem transposto a realidade para ser compartilhada através das redes sociais, e que tem interferido na percepção de mulheres em relação ao próprio corpo. Entretanto, a leitura completa dos artigos selecionados permite uma discussão mais abrangente e reflexiva acerca dessa temática, a qual será exposta de modo mais detalhado na seção seguinte.

O quadro 3, apresentado em sequência, contém o objetivo de cada estudo e sua área de conhecimento, a ordem dos estudos é respectiva ao quadro anterior.

**Quadro 3 - Artigos selecionados e suas especificidades de enredo**

Estudo	Objetivo do estudo	Áreas do Conhecimento dos Artigos
1	Problematizar discursos disponíveis na internet favoráveis aos procedimentos de "embelezamento íntimo", associados mais aos argumentos sobre "autoestima" e saúde da mulher e menos à vaidade.	Sociologia e Psicologia Social
2	Analisar o uso que algumas mulheres fazem da rede social para emagrecer na contemporaneidade. De maneira mais específica, como o Instagram foi incorporado à rotina de mulheres que buscavam eliminar o excesso de peso, através da abertura de uma conta <i>fitness</i> virtual exclusiva para compartilhar a sua prática diária de exercícios físicos e alimentar	Psicologia Social
3	Examinar o conteúdo dos discursos associados a fotos que privilegiem a exposição corporal, veiculadas em um perfil <i>fitness</i> do Instagram	Psicologia Social e Nutrição
4	Identificar como está representada a mulher <i>plus size</i> nas campanhas publicitárias de lingerie no Brasil, avaliando se tal representação contribui com o ativismo <i>plus size</i> , a luta das mulheres acima do peso por inclusão social	Administração, Publicidade, Psicologia Social e Sociologia
5	Compreender um determinado <i>orgulho gordo</i> , encontrado nos chamados "blogs de beleza <i>plus size</i> ", que têm se proliferado pela	Inclusão e Saúde Mental

	rede e são focados em temas como o mundo da moda, produtos de beleza, tutoriais de maquiagem e penteados, montagens de <i>looks</i> , dicas sobre comportamento, saúde, relacionamentos e viagens, com foco no universo e experiências cotidianas de mulheres que estão acima do peso	
6	Compreender os fatores socioculturais contemporâneos que contribuem para que o padrão de magreza torne-se um instrumento de disciplinarização subjetiva sobre os corpos femininos	Psicologia Social
7	Contribuir com a reflexão sobre o tema e oferecer subsídios aos profissionais da moda que buscam atender a demanda desse público, que hoje é quase metade da população brasileira	Moda e Inclusão
8	Analisar as representações femininas existentes nas edições da revista <i>Cláudia</i> nos anos de 1961 e 2011 e a forma como estas contribuíram para a construção da identidade social das mulheres	Psicologia Social
9	Analisar sob o viés da Gramática Sistemico-Funcional (GSF), três postagens que versam sobre a transformação do corpo, a fim de compreender a formação desses sujeitos por meio da materialidade linguística	Letras e Psicologia Social
10	Analisar texto e imagem de publicações na rede social Instagram, com as <i>hashtags</i> #saúde e #corpo, a partir da noção deleuzeana de sociedade de controle	Psicologia Social
11	Apresentar perspectivas de influenciadoras digitais sobre o corpo feminino e os significados transmitidos, abordando criticamente possíveis relações entre corpo, mídia e saúde	Psicologia Social e Saúde Mental

**Fonte:** Elaboração própria (2022).

As reflexões analíticas, críticas e integrativas serão apresentadas a seguir, sendo essas discussões subdivididas em duas categorias a fim de ordenar primeiramente quais as idealizações de corpo feminino no espaço virtual apontadas pelos autores, e em seguida discorrer acerca dos impactos dessas idealizações na saúde mental das mulheres.

### 5.1 IDEALIZAÇÃO DO CORPO MAGRO E O MENOSPREZO AO CORPO GORDO

Antes das reproduções das representações sociais do corpo feminino nos espaços virtuais, houve uma construção da identidade feminina em outras esferas da mídia em geral, e dentre esses meios de comunicação têm-se as revistas. Nessa perspectiva Martins, Prodanov e Shemes (2019) ao analisar publicações da revista feminina *Claudia*, em edições de 1961 e 2011, observaram como as representações sociais imagéticas do corpo feminino contribuem na construção da identidade e a autopercepção de mulheres.

As autoras identificaram que apesar de um intervalo de 50 anos entre os anos das edições analisadas, o padrão corporal exibido na revista feminina permaneceu o mesmo, pois

em ambos os anos as mulheres são sempre jovens, magras, brancas, pele lisa, traços “simétricos” tanto do corpo como da face, cabelos lisos ou levemente curvados, um padrão semelhante ao europeu. Tais características não correspondem à diversidade de corpos femininos brasileiros, tendo em vista a pluralidade étnica do país, ou seja, não é representada na revista a diversidade corporal feminina do público consumidor (MARTINS; PRODANOV; SHEMES, 2019).

As consideradas marcas indesejadas são apontadas como defeitos a serem corrigidos, com essa colocação a revista feminina prontamente aponta diversos produtos e procedimentos para se alcançar o padrão de beleza, representado muitas vezes por modelos e celebridades, (MARTINS; PRODANOV; SHEMES, 2019), o que beneficia a indústria de cosméticos que oferecem produtos com a promessas de milagrosamente eliminar as imperfeições, sem a necessidade de procedimentos cirúrgicos, e muitas dessas propagandas são voltadas para o emagrecimento e rejuvenescimento.

De fato, o corpo magro, jovem e malhado é a principal característica de beleza apontada nos artigos selecionados, de modo que a gordura corporal se torna o maior vilão a ser extinguido, seja através de cosméticos, dietas, exercícios, procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos e entre outros métodos para se aproximar do arquétipo exposto através das mídias. Desse modo, como apontado por Madureira e Vilhena (2017) o público mais impactado são as mulheres que estão acima do peso, as *plus size*, que ao mesmo tempo em que são alvejadas por imagens de corpos magros e tonificados colocados como belos nas redes sociais, também utilizam da ferramenta para buscar estímulo para o emagrecimento.

Com o propósito de uma mudança de vida baseada na transformação do corpo a partir da perda de peso, o Instagram se tornou a principal ferramenta de registro do processo de emagrecimento, sendo este enfatizado e comprovado em fotos que mostram o antes e depois. Meira e Cunha (2020) analisaram um perfil nas redes sociais que publica fotos que evidenciam essa mudança corporal e, a partir das publicações, notaram que as legendas das imagens seguem uma ordem respectiva de antes e depois, o corpo gordo (antes) é descrito como uma fase depreciativa da vida, sofrimento e crise de identidade, já o corpo magro, tonificado e com curvas (depois) é resultado de uma melhora física e mental.

A apresentação da imagem do antes e depois se torna um estímulo, uma inspiração para dar início ou continuidade ao emagrecimento e musculação, através de alimentação e exercícios, pois ressalta-se que o corpo magro em si não é o ideal, mas sim o corpo malhado e bem definido, dito isso, os perfis voltados para a exposição de uma rotina *fitness* fazem sucesso nas redes sociais (SILVA *et al.* 2018; MEIRA; CUNHA, 2020).

Em uma pesquisa realizada por Madureira e Vilhena (2017) por meio de entrevistas com mulheres que utilizam a rede como meio de incentivo para o emagrecimento, foi observado que o olhar do outro, o elogio diante da perda de peso são estímulos para dar continuidade ao processo e ao que as autoras colocam como um diário virtual e público, uma espécie de validação de sua rotina em busca do corpo perfeito.

Também nessa perspectiva com o uso do Instagram como uma exposição do cotidiano *fitness*, Leitzke e Rigo (2020) acrescentam que essas rotinas agitadas são, em muitos casos, compartilhadas detalhadamente a ponto de descreverem nas legendas das publicações as medidas corporais, cardápio de cada refeição, suplementos alimentares consumidos, e as hashtags (#) com as descrições de atividades, motivacionais e entre outras citações, o que demonstra uma necessidade dos usuários da rede em garantir que seus seguidores saibam em tempo integral sobre suas “evoluções” para alcançar o corpo definido.

Considerando que esses comportamentos visam a validação de uma rotina incessável em busca pelo corpo magro, definido e sem marcas, e que a aprovação de usuários desconhecidos na internet é essencial para o estímulo e que influencia na subjetivação do sujeito, percebe-se uma certa semelhança com o episódio *Nosedive*<sup>2</sup>, da série *Black Mirror*, onde o reconhecimento na rede social está diretamente relacionado ao sucesso e realização pessoal, o que reforça cada vez mais o padrão colocado nas redes sociais, seja pela figura corporal já padronizada de celebridades e modelos ou a busca e apoio popular pelo alcance do estereótipo.

Silva *et al.* (2018), em uma pesquisa realizada em interações de publicações de um perfil *fitness* do Instagram verificou que os comentários nas fotos exaltam o corpo magro e atlético, colocando tal característica física como um padrão divino, quase sobrehumano, um símbolo de poder. Uma outra categoria são comentários que demonstram frustração pessoal e desejo de ter as mesmas características, e os impedimentos devido aos sacrifícios e a necessidade de dedicação no processo de emagrecimento, sendo este uma responsabilidade individual do sujeito, o que também é mencionado por Leitzke e Rigo (2020), Lima e Silva (2021), que essa responsabilização surge como um desafio a si mesmo, e que o fracasso é resultado da falta de esforço e determinação.

Assim como Madureira e Vilhena (2017), Silva *et al.* (2018), Leitzke e Rigo (2020), Hessel e Furtado (2019) também destacam que o padrão corporal magro tem uma grande influência nos estilos de vida das mulheres na contemporaneidade, justamente pelo contexto

---

<sup>2</sup> Ver página 22.

sociocultural ao qual está inserida, onde as cobranças surgem de todos os lados, do mundo real e principalmente do virtual, apesar de que neste último tudo pode ser distorcido. É ainda interessante a observação das autoras de que esses padrões de magreza são voltados sobretudo para o corpo feminino, o que certamente está relacionado à sociedade patriarcal e machista, a qual a objetifica a mulher.

Uma evidência da sociedade patriarcal de controle sobre os corpos das mulheres é que a imposição do que é belo atinge até mesmo a genitália feminina, sendo um padrão de beleza íntima influenciado e difundido pela indústria pornográfica, consumida principalmente pelo público masculino. Silva, Paiva e Costa (2017) referem às mídias como principal propagadora do paradigma da beleza que afeta agora os genitais femininos, e buscam problematizar os textos e publicações na internet que exibem todo um campo voltado para esse embelezamento íntimo, estimulando as cirurgias íntimas apenas para fins estéticos, acrescentando mais modificações no corpo para se alcançar um corpo perfeito.

Mais uma vez desconsiderado a diversidade biológica dos corpos, a beleza íntima se resume à aparência de uma menina pré-púbere, sem pelos, pequenos lábios totalmente encobertos pelos grandes lábios, além de coloração rosada, se referindo também à uma mulher de cor branca. Apesar de serem características ocultas publicamente, mulheres que não se enquadram nessas características são impactadas com as exigências do sistema patriarcal, da indústria e medicina estética, afetando a relação com o próprio corpo mesmo no privado (SILVA; PAIVA; COSTA, 2017).

As autoras dos artigos concordam de forma clara que o estereótipo corporal feminino gira em torno da magreza e tonificação, bem como evidenciam que ao contrário desse padrão, tem se o menosprezo ao corpo gordo, pois este é colocado como sinônimo de desleixo, patologias, feiura, preguiça e entre outros atributos pejorativos, sendo estigmatizados e desqualificados em diversos aspectos do cotidiano, o que interfere diretamente na vida de pessoas gordas, dificultando uma boa relação pessoal e social (TAVARES; CASTRO, 2017; SILVA *et al.*, 2018; HESSEL; FURTADO, 2019; PACHECO *et al.*, 2019; SCUSSEL, DELLAGNELO, 2018).

Dentre as várias implicações da negligência ao corpo gordo no cotidiano está o vestuário, pois as peças de roupa são produzidas para vestir o padrão corporal vigente, ou seja, não abrangendo a maior parte da população brasileira. Pacheco *et al.* (2019) lembram que historicamente as vestimentas favoreciam ou moldavam um corpo definido, a exemplo dos espartilhos, que afinavam a cintura e ressaltavam os seios, não muito diferente, a indústria da moda permanece voltada para os corpos padronizados, negligenciando e excluindo as pessoas



gordas que encontram dificuldades em adquirir peças de roupa que sejam minimamente confortáveis.

Em uma pesquisa de campo realizada pelos autores com mulheres consideradas acima do peso, foram relatados momentos de frustração ao comprar roupas, pois não encontram numeração adequada para seus estilos e/ou peças que correspondam aos seus gostos, além da demora e constrangimento durante as compras, uma atividade comumente considerada prazerosa por outras pessoas. Essas dificuldades implicam em questões sociais, tendo em vista que as entrevistadas relataram recusar convites para eventos por não ter vestuário adequado, o que evidencia mais uma vez a exclusão social de pessoas gordas (PACHECO *et al.*, 2019).

Movidas pela indignação e insatisfação quanto à exclusão de corpos gordos do mundo da moda, surge um movimento de mulheres na internet a fim de discutirem e contestarem o corpo magro e jovem como único ideal de beleza, os blogs *plus size*. Os grupos e perfis voltados para a propagação do orgulho gordo existem nas redes sociais há algum tempo, mas não são tão compartilhados e conhecido quanto os perfis voltados para a cultura *fitness*, e Tavares e Castro (2017) analisaram os conteúdos dos blogs e as relações políticas, capitalistas e consumistas discutidas a partir das experiências de pessoas gordas.

Uma percepção das autoras foi a ênfase dos blogs em excluir um padrão ou qualquer estereótipo de beleza, reconhecendo os diferentes tipos de corpos e atestando beleza em todos eles. Porém, o foco principal está na discussão de como pessoas obesas vêm sendo desprezadas no âmbito virtual e social, e diferente dos comentários nos perfis *fitness* apontados por Silva *et al.* (2019), nos blogs *plus size* há uma identificação genuína com o que é compartilhado. Dessa forma, os perfis buscam destacar a beleza da mulher obesa, desconstruindo a imagem social grosseira que se construiu acerca do corpo gordo (TAVARES; CASTRO, 2019).

A fim de ampliar a representatividade do corpo gordo como belo, assim como desmistificar os atributos pejorativos já mencionados, Scussel e Dellagnelo (2018) notaram que a campanha publicitária *lingerie* da marca Duloen possui uma linguagem positiva em relação aos corpos gordos, estimulando o empoderamento, autoconfiança e autoaceitação de mulheres gordas, reforçando a sua beleza e feminilidade, entretanto o termo *plus size* não é mencionado nas publicações, o que para as autoras é um indicativo de inclusão, apontando a mulher apenas como mulher, e não uma categoria.

Lima e Silva (2021) indicam que no campo virtual o reconhecimento da beleza de pessoas gordas tem ganhado mais visibilidade e, apesar de ter proporções diferentes das influenciadoras *fitness*, os perfis *plus size* estão se expandindo e atribuindo diferentes valores

relativos ao corpo gordo, permitindo que outras mulheres sintam-se representadas e autoconfiantes para encarar a sociedade enquadrada em um padrão hegemônico de magreza.

Dito isso, é importante investigar como essa idealização de corpo nas redes refletem no psicológico de mulheres, considerando que esse padrão não diz respeito à maior parte da população brasileira, e que o âmbito virtual pode passar imagem distorcida do real, levando o espectador a fazer comparações com algo ilusório (LIMA; SILVA, 2019).

## 5.2 IMPACTOS DAS IDEALIZAÇÕES VIRTUAIS DE CORPO FEMININO NA SAÚDE MENTAL

Visto que a saúde mental tem relação direta com os processos de subjetivação e que este é produto dessas interrelações com o meio, as imagens nas redes sociais que exibem corpos magros, esculpidos e padronizados, segundo Lima e Silva (2021) podem causar impactos na forma como os sujeitos se percebem, ocasionando diversas implicações psíquicas, comportamentais e de identidade.

Anterior à ampliação das mídias para o campo da internet, os corpos padronizados estampados em capas e matérias de revista já repassavam o conceito de beleza como sinônimo de felicidade, o que de acordo com Martins, Prodanov e Shemes (2019) refletem diretamente na autoestima de mulheres que não possuem tais características corporais, pois são dominadas pelo sentimento de culpa por conta da gordura que deve ser eliminada individualmente através de exercícios, alimentação e muito esforço, transformando-a em uma mulher realizada.

Essa concepção de renovação a partir da perda de peso é expressa em algumas publicações no *Instagram* analisadas por Meira e Cunha (2020), onde mulheres declaram que estar acima do peso gera um sentimento de derrota, percebem-se como feias, baixa autoestima, identificam no cotidiano os julgamentos e preconceitos, agravando os sentimentos negativos em relação a si mesma, bem como a qualidade de vida, e como peça chave para o caminho da felicidade tem-se o emagrecimento, uma transformação física que reflete nos aspectos psicossociais.

A mídia em geral é apontada por Silva *et al.* (2018) como um dos principais responsáveis pela insatisfação corporal, baixa autoestima, culpa, frustração, vergonha e depressão de pessoas que não se enquadram no padrão de corpo imposto como belo, e com o advento das redes sociais esses impactos ampliaram-se, uma vez que o padrão se tornou mais presente nas informações acessadas no cotidiano virtual, havendo uma comparação constante

do corpo real com o que é apresentado e desejado, intensificando os sentimentos autodepreciativos.

Nas publicações analisadas por Leitzke e Rigo (2020) o corpo magro é colocado como uma representação de saúde, de amor próprio e autocuidado, e estar fora desse padrão produz um mal-estar e insatisfação com o próprio corpo, o que segundo Madureira e Vilhena (2017) resulta em uma busca excessiva por mudanças corporais, que podem levar a condutas que causam o efeito contrário acarretando problemas de saúde física e mental.

Ao se deparar frequentemente com o ideal de corpo feminino nas redes sociais, assim como a rotina diária de pessoas magras que mantêm ou buscam chegar ao padrão, muitas mulheres sentem-se inseguras com o corpo, desvalorizadas, evitando até mesmo se olharem no espelho. Em muitos casos apenas a transformação física traz uma percepção positiva sobre si e sobre o corpo, pois o olhar do outro de forma positiva é muito valorizado, onde comentários e elogios nas redes são como pequenos depósitos de autoestima, assim como destacado por Madureira e Vilhena (2017) e exposto de forma cinematográfica na série *Black Mirror*, em seu episódio *Nosedive*.

Reforçada pelas redes sociais, a pressão para se alcançar o ideal de corpo feminino se torna cada vez mais intensa, e como ressaltado por Lima e Silva (2021) as cobranças sociais acabam aumentando as preocupações em relação à perda de peso, medo de engordar, o que leva o sujeito a fazer exercícios de modo excessivo sem nenhuma orientação profissional, controlar exageradamente a alimentação possibilitando assim o desenvolvimento de transtornos alimentares como anorexia e bulimia, os quais podem ser fatais, considerando as chances de desnutrição e suicídio.

Os Transtornos Alimentares são citados também por Hessel e Furtado (2019), as quais apontam que fazer dietas mirabolantes, privar-se de comida, consumir shakes emagrecedores e medicamentos inibidores de apetite são considerados sacrifícios para obtenção do físico desejado, comportamentos que visam o padrão de corpo exibido nas redes sociais, mas que são também fatores de risco para o desenvolvimento patologias como ansiedade, depressão, transtornos alimentares em geral.

A necessidade de ajustar o corpo a uma roupa e não o contrário, é também apontado como justificativa para submeter-se a diferentes tipos de dietas, sequências exaustivas de exercícios e procedimentos estéticos. Scussel, Dellagnelo (2018) e Pacheco *et al.* (2019) concordam que as comparações com corpos idealizados como perfeitos são muito comuns no momento de adquirir vestimentas, de modo que mulheres acima do peso sintam-se inferiores,

desconfortáveis e insatisfeitas com o próprio corpo, levando a baixa autoestima, tristeza e autojulgamento.

A falta de roupas confortáveis, com medidas adequadas, peças e combinações que expressem de fato uma identidade visual são outros fatores que, segundo Scussel, Dellagnelo (2018) e Pacheco *et al.* (2019) implicam na falta de autoconhecimento, retraimento social devido a fuga de eventos, além de não ter a possibilidade de expressar um estilo próprio, comprometendo o desenvolvimento de uma boa relação pessoal e social.

Dentre os comportamentos que visam o corpo perfeito, os procedimentos estéticos e cirurgias para remodelação física se tornaram um sonho para grande parte das mulheres, sejam realizados no rosto, corpo ou mesmo na região genital, pois como abordado por Silva, Paiva e Costa (2017) as mulheres brasileiras influenciadas pela indústria pornográfica, buscam cada vez mais profissionais da medicina estética para uma reconstrução da vulva, e tal procedimento, segundo a pesquisa das autoras, proporciona uma melhora na autoestima, bem-estar e autoconfiança e segurança sexual, elevando a qualidade de vida das pacientes.

Assim como Meira e Cunha (2020) relatam a perda de peso é chave para a felicidade, Silva, Paiva e Costa (2017) constataram que as cirurgias íntimas são procuradas muito mais para modificação da aparência e para melhora da autoestima e de saúde mental do que propriamente para correção de problemas que afetam a funcionalidade do órgão genital. As pesquisadoras ressaltam ainda que o público à procura dos procedimentos são mulheres cada vez mais jovens, inclusive adolescentes que já desejam a intervenção cirúrgica, porém é estabelecido um limite mínimo de idade de 18 anos para a sua realização, o que pode estar relacionado com os discursos nas redes sociais que estimulam o procedimento.

Tendo em vista a grande influência das idealizações de corpo feminino nas redes sociais e a saúde mental das mulheres, Tavares e Castro (2017) constataram que a representatividade nos *blogs plus size* é significativa para o processo de aceitação do corpo tal qual como ele é, influenciando mulheres consideradas fora do padrão determinado pela mídia a se perceberem belas, atraentes, detentoras de uma identidade, valorizadas, livres e capazes de recuperar a autoestima prejudicada pelo enaltecimento do corpo magro como hegemônico e perfeito propagado principalmente nas redes sociais.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi apresentado, percebe-se que a construção e apropriação da imagem feminina nas redes sociais está voltada para o corpo jovem, magro e atlético, assim como a saúde mental de mulheres é significativamente impactada pela pressão para aproximar-se desse estereótipo, afetando diretamente autoestima, insatisfação em relação ao próprio corpo, e em contextos mais graves evoluindo para transtornos como depressão, ansiedade e transtornos alimentares. Tais constatações respondem à problemática, contemplando também os objetivos traçados nesta pesquisa.

Junto a essas constatações foi possível observar que, de forma unânime, os autores trazem as implicações que as idealizações do corpo feminino no território virtual têm na rotina, autopercepção e comportamento das mulheres, mas que esses padrões exibidos como perfeitos não correspondem a uma realidade, pois o que se apresenta nas redes pode sofrer alterações de diversas formas, levando mulheres a buscar um corpo que não existe, beneficiando principalmente a indústria estética, tornando esse campo mercadológico vasto e que com a tecnologia e redes sociais tem ganhado mais e mais admiradoras e consumidoras.

A idealização de um corpo perfeito amplamente compartilhado nas redes sociais tem afetado diversos segmentos da vida cotidiana de mulheres que sentem-se pressionadas a alcançar um corpo imaginário, submetendo-se a diversas atividades e intervenções em nome da beleza. Porém, diante da possibilidade de realização de procedimentos estéticos e/ou cirúrgicos em geral não há em muitos casos uma consideração dos riscos que permeiam o uso desorientado de cosméticos ou intervenções corporais mais invasivas, tendo em vista que o desejo de uma transformação de vida a partir mudança rápida da própria imagem supera preocupações quanto à possíveis intercorrências dos resultados desejados.

Um destaque importante a ser feito é que o oposto do corpo apontado como padrão é apenas o corpo gordo, que de fato tem uma visibilidade negativa em uma sociedade lipofóbica, mas este não é o único público afetado, pois ao eleger apenas um tipo de corpo como belo, todos àqueles que não atendem ao estereótipo são colocados à margem, a exemplo de Pessoas Com Deficiência (PCD's), que não são citadas, sendo excluídas até mesmo em discussões acerca de padrões de beleza e os impactos na saúde mental do público que se contrapõem à essa representação de belo.

As limitações deste estudo estão relacionadas principalmente ao período de tempo estabelecido de pesquisa, assim como informações reduzidas de alguns artigos acerca da saúde mental diante dessas representações do corpo feminino. Dessa forma, sugere-se o

desenvolvimento de estudos que explorem profundamente as implicações dos estereótipos virtuais tanto no campo na saúde mental, como também em suas reverberações nos diversos aspectos da vida cotidiana das mulheres.

À vista do que foi exposto, este trabalho contribui para a compreensão dessa relação entre a idealização de corpo nas redes sociais e a saúde mental, assim como o entendimento de que os espaços virtuais são semelhantes à sociedade real, porém com alcance de proporções globais, tendo uma grande influência nos estilos de vida de seus usuários, e como apresentado nesta pesquisa são ferramentas que exercem controle sobre a aparência do corpo feminino, refletindo nos processos de autopercepção de diversas mulheres. Diante disso, é importante que esse entendimento seja de auxílio e estímulo para o desdobramento de estudos e ações visando questionar a padronização corporal quanto dar visibilidade para todos os corpos dentro desses ciberespaços.

## REFERÊNCIAS

ALCANTARA, P. P. T.; PEIXOTO, C. I.; SILVA, A. M. S. As relações patriarcais de gênero na família: influência da mídia televisiva. **Holos**, v. 7, p. 210-277, 2017.

BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M.; COSTA, M. E. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, n. 1, p. 24-34, 2011.

BARROS, B. R. *et al.* Mídias sociais e mídias digitais: a forma e o conteúdo nas relações de consumo no cyberspaço. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 4, n. 1, p. 01-14, 2020.

BERGER, M. **Corpo e identidade feminina**. 312 f. 2006. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2006.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M.; ALVES, C. D. B. As funções sociais e as representações sociais em relação ao corpo: uma comparação geracional. **Temas em Psicologia**, v. 19, n. 1, p. 269-281, 2011.

CANDIOTTO, C. Subjetividade e verdade no último Foucault. **Trans/Form/Ação**, v. 31, n. 1, p. 87-103, 2008.

CAPPELLI, C. *et al.* Cibercultura. **RelaTe-DIA**, Rio de Janeiro, n. 1, 2016. Disponível em: <<http://seer.unirio.br/monografiasppgi/article/view/5428/4923>>.

CARIA, T. M. M. Aspectos da condição feminina no antigo Egito. **Revista Mundo Antigo**, v. 2, n. 1, p. 93-106, 2013.

CASADEI, G. R.; BENNEMANN, R. M.; LUCENA, T. F. R. Influência das redes sociais virtuais na saúde dos idosos. **Enciclopédia Biosfera**, Goiânia, v. 16, n. 29, p. 1962-1975, 2019.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**. 3ª ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

CUNHA, M. N.; ALISIGWE, S.; MAGANO, J. A virtualização das redes sociais segundo o pensamento de Manuel Castells e Pierry Levy. **Comunicação & Mercado/UNIGRAN**, Dourados, v. 07, n. 15, p. 01-10, 2019.

ESTÉS, C. P. **Mulheres que correm com os lobos**: mitos e histórias do arquétipo da mulher selvagem. 1ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2018

FARIAS FILHO, M. C.; ARRUDA FILHO, E. J. M. **Planejamento da pesquisa científica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FARIAS, L.; MONTEIRO, T. A identidade adquirida nas redes sociais através do conceito de persona. **XIX Prêmio Expocom 2012 - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação - Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/r32-1497-1.pdf>>.

FLOR, G. Corpo, Mídia e *Status Social*: reflexões sobre os padrões de beleza. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 10, n. 23, p. 267-274, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GOMES, K.; NEVES, M.; PEREIRA, D. O poder dos influenciadores digitais sobre a sociedade do consumo por meio do Instagram. In: **XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, São Luis - MA, 2019.

HESSEL, B. R. C. C. B. A.; FURTADO, I. M. C. G. A influência do padrão de magreza para a mulher na contemporaneidade. **Psicologia, Diversidade e Saúde**, v. 8, n. 1, p. 75-85, 2019.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **CensoAgro 2017**. Disponível em: <<https://censos.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/18282-populacao-chega-a-205-5-milhoes-com-menos-brancos-e-mais-pardos-e-pretos.html>>.

JODELET, D.: Représentations sociales: un domaine en expansion. In D. Jodelet (Ed.) **Les représentations sociales**. Paris: PUF, 1989, pp. 31-61. Tradução: Tarso Bonilha Mazzotti. Revisão Técnica: Alda Judith Alves Mazzotti. UFRJ- Faculdade de Educação, 1993.

LEMONS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre, Sulina, 2004.



LEITZKE, A. T. S.; RIGO, L. C. Sociedade de controle e redes sociais na internet: #saúde e #corpo no *Instagram*. **Movimento**, v. 26, 2020.

LIMA, G. S. **Blogueiras fitness no Instagram: a construção de um estilo de vida**. 75f. 2006. Monografia (Bacharelado em Comunicação Organizacional) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília: DF, 2016.

LIMA, G. C. J.; SILVA, L. M. Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiáticos no Instagram. **REFACS (online)**, v. 09, supl. 02, p. 786-797, 2021.

LIMA, A. S. Da cultura da mídia à cibercultura: as representações do eu nas tramas do ciberespaço. **III Encontro de Pesquisa em Comunicação e Cidadania**. Goiânia: Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, 2009. Disponível em: <[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/ciberespaco\\_representacoes\\_do\\_eu.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/ciberespaco_representacoes_do_eu.pdf)>.

LIRA, A. G. *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **J Bras Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017.

LÓSS, J. C. S.; LÓSS, M. M.; CABRAL, H. L. T. B. Implicações psíquicas ocasionadas pelo uso excessivo das redes sociais digitais e internet. *In*: ALMEIDA, M. Z. T.; LÓSS, J. C. S.; CABRAL, H. B.; TEIXEIRA, L. F. L. (org.). **Principais transtornos psíquicos na contemporaneidade**. 1ª ed. Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro: Brasil Multicultural. 2019.

MADUREIRA, B. S.; VILHENA, J. Emagrecendo na rede: Um estudo acerca do universo das #instafits. **Interação em Psicologia**, v. 21, n. 3, p. 197-212, 2017.

MARQUES, C. C.; SOUZA, W. C.; SOUZA, J. C. P. A dependência da tecnologia na saúde mental dos adolescentes. **Brazilian Journal of Health Review**, Curitiba, v. 4, n. 5, p. 23077-23096, 2021.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MARTINS, S.; PRODANOV, C. C.; SCHEMES, C. A revista Claudia e a construção da identidade social feminina (1961 e 2011). **Revista Ártemis**, v. 27, n. 1, p. 457-478, 2019.

MEIRA, G. M. G. S.; CUNHA, D. B. “Antes e depois real”: o corpo feminino e os padrões estéticos à luz da Gramática Sistêmico-Funcional. **Entrepalavras**, v. 10, n. 9esp., p. 136-154, 2020.

MOREIRA, J. O. Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. **Psicologia para América Latina**, México, n. 20, 2010.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**, 11ª ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M. Revoluções Tecnológicas e Transformações subjetivas. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 12, n. 02, p. 193-202, 2002.

NOSEDIVE (Temporada 3, ep. 1). Black Mirror [Seriado]. Direção: Joe Wright. Produção: Charlie Booker. Reino Unido: Netflix, 2016. 1 DVD (63 min.)

OLIVEIRA, I. S.; CIQUINI, F. A influência da estética renascentista na objetificação da mulher na publicidade. **Paulus: Comfilotec**, v. 10, n. 5, p. 54-67, 2019.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Estudo da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero**. 6 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711>>.

PACHECO, B. *et al.* Moda inclusiva: percepção de mulheres obesas em relação ao corpo e ao vestuário. **Revista Ártemis**, v. 27, n. 1, p. 443-456, 2019.

PATRIOTA, L. M. Teoria das Representações Sociais: Contribuições para a apreensão da realidade. **Serviço Social em Revista**, v. 10, n. 1, p. 1679-1842, 2007.

PEDRAL, V. A.; MARTINS, P. C.; PENAFORTE, F. R. O. “Eu que lute nessa quarentena para ficar com um corpo desse”: narrativas sobre o corpo e alimentação nas redes sociais em tempos de pandemia pela COVID-19. **Revista de Alimentação e Cultura das Américas**, v. 02, n. 02, p. 69-88, 2020.

RANHEL, N. C. S. Influencers fitness: o efeito do Instagram na estética feminina. **Cadernos de Comunicação**, v. 23, n. 3, p. 01-14, 2019.

ROSA, A. V.; SANTOS, C. O erotismo: do prazer feminino ao sofrimento masculino provocado pela castração. **Rev. Estudos sobre o Jesus Histórico e sua Recepção**, v. 9, n. 17, p. 79-94, 2016.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5ª ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, I. A. *et al.* Mediação de conflitos junto a adolescentes com adoecimento psíquico pela dependência de internet na atenção básica. **Revista Conbracis**, 2016. Disponível em: <<https://www.editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/18766>>.

SANTANA, L. W. A.; SENKO, E. C. Perspectivas da Era Vitoriana: sociedade, vestuário, literatura e arte entre os séculos XIX e XX. **Revista Diálogos Mediterrânicos**, n. 10, p. 189-215, 2016.

SCHAUN, A.; SCHWARTZ, R. O corpo feminino na publicidade: aspectos históricos e atuais. **Jornal da Alcar**, Porto Alegre, 2005. Acesso em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-da-alcar-no-3-agosto-de-2012/O%20corpo%20feminino%20na%20publicidade.pdf>>.

SCUSSEL, F. B. C.; DELLAGNELO, E. H. L. O peso do discurso: a representação da mulher *plus size* em campanhas publicitárias de *lingerie* no Brasil. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 6, p. 931-945, 2018.

SILVA, A. F. S. *et al.* Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 13, n. 2, p. 395-411, 2018.

SILVA, E. F. G.; SANTOS, S. E. B. O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade. 2009. Disponível em: <[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32199108/447.\\_o\\_impacto\\_e\\_a\\_influencia\\_da\\_midia-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635999041&Signature=MQGQj~yK5RQwylKIaWH7SB6oN514IcAf5Qc-kUFsCk35MLnUL5UFNThEW-f~nORT6aQIsLEvwn7SSyIc6UpDsOxclN9LsW4LD88qQLPMhI5LVjV2RmyMDEC7G65fISSQJWR5NT0~IU2qx5mGmjKoI64El~lsEqNhUy6VSNklLjHh~Y9gQYVJj1b4rDWw~W1rC8pMD7ws3EL0UJp-qIRKa46AT72LrjbaTf-CE5gimRB72iAj2kz0I95YiJ-CY3i5Nv5U5TDi9W~5nLZloCX9oCDKMJpmgX5GvqwtwjUPZbImRcOs3ZdMesfhBRSsRmlF4dWME5ffIA7xY8sruI6fNw\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32199108/447._o_impacto_e_a_influencia_da_midia-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635999041&Signature=MQGQj~yK5RQwylKIaWH7SB6oN514IcAf5Qc-kUFsCk35MLnUL5UFNThEW-f~nORT6aQIsLEvwn7SSyIc6UpDsOxclN9LsW4LD88qQLPMhI5LVjV2RmyMDEC7G65fISSQJWR5NT0~IU2qx5mGmjKoI64El~lsEqNhUy6VSNklLjHh~Y9gQYVJj1b4rDWw~W1rC8pMD7ws3EL0UJp-qIRKa46AT72LrjbaTf-CE5gimRB72iAj2kz0I95YiJ-CY3i5Nv5U5TDi9W~5nLZloCX9oCDKMJpmgX5GvqwtwjUPZbImRcOs3ZdMesfhBRSsRmlF4dWME5ffIA7xY8sruI6fNw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)>.

SILVA, K.; COVALESKI, R. A representatividade do corpo na publicidade brasileira: Os estereótipos de beleza x O corpo diferente. **Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo**. 1ª ed. Recife: Editora UFPE, p. 53-70, 2016.

SILVA, M. J.; PAIVA, A. C. S.; COSTA, I. M. M. A vagina pós-orgânica: intervenções e saberes sobre o corpo feminino acerca do “embelezamento íntimo”. **Horizontes Antropológicos**, v. 23, n. 47, p. 259-281, 2017.

SIQUEIRA, D. C. O.; FARIA, A. A. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 4, n. 9, p. 171-188, 2007.

SOARES, N. M. Análise Dialógica do Episódio Nosedive. **Revista CBTECLE**, v. 1, n. 1, p. 28-40, 2020. Disponível em:

<<https://www.revista.cbtecle.com.br/index.php/CBTecLE/article/view/210/pdf>>.

SOUZA, M. T.; SILVA, M. D.; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, v. 8, n. 1, p. 102-106, 2010.

TABOGA, A. L. V.; SANTOS JUNIOR, R. Influência das redes sociais na saúde mental e autoimagem de adolescentes. **Psicologia, Educação e Cultura**, v. 25, n. 1, p. 20-30, 2021.

TAKASE, S. **Impacto da revolução tecnológica na dimensão humana da informação**. 140 f. 2007. Dissertação de Mestrado. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

TAVARES, H. O.; CASTRO, A. L. Discurso e poder: a prescrição do controle corporal em blogs *plus size*. **Revista de Ciências Sociais – Política & Trabalho**, n. 47, p. 97-119, 2017.

TOMAZ, R. C. *et al.* Corpo Padrão: Um Estudo sobre as Concepções do Corpo Feminino Exposto Pela Mídia. **Rev. Latino Americana de Psicologia Corporal**, v. 7, n. 10, p. 120-145, 2020.

VAZ, L. C. S.; FERNANDES, N. C. P. V. Redes Sociais e as Distorções da Autoimagem: Um olhar Atento Sobre o Impacto que os Influenciadores Digitais Provocam na Autoestima das Mulheres, 2021. Disponível em:

<<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/17274>>.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. The World Health Report 2001: Mental health: new understanding, new hope. 2001. Disponível em:

<[https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42390/WHR\\_2001.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42390/WHR_2001.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>.

YUNES, M. M.; ROSA, G. C.; TASCHETTO, L.R. Representações sociais e os novos padrões estéticos e ideológicos das influenciadoras digitais: Uma análise de impacto na sociedade brasileira. **Revista de Educação, Ciência e Cultura**, Canoas, v. 24, n. 03, p. 273-284, 2019.