



CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO
BACHARELADO EM PSICOLOGIA

VITÓRIA PEREIRA NUNES

**OS PADRÕES DE BELEZA IMPOSTOS PELAS REDES SOCIAIS E SAÚDE
MENTAL: Uma revisão integrativa de Literatura**

Icó – CE

2024

VITÓRIA PEREIRA NUNES

**OS PADRÕES DE BELEZA IMPOSTOS PELAS REDES SOCIAIS E SAÚDE
MENTAL: Uma revisão integrativa de Literatura**

Artigo/Monografia submetido à disciplina de TCC II, do Curso de Bacharelado em Psicologia do Centro Universitário Vale do Salgado, como requisito para a aprovação.

Orientadora: Ma. Isabela Bezerra Ribeiro

VITÓRIA PEREIRA NUNES

**OS PADRÕES DE BELEZA IMPOSTOS PELAS REDES SOCIAIS E SAÚDE
MENTAL: Uma revisão integrativa de Literatura**

Artigo/Monografia aprovado em ____/____/_____, como requisito para a aprovação na disciplina de TCC II, do Curso de Bacharelado em Psicologia do Centro Universitário Vale do Salgado.

BANCA EXAMINADORA:

professora orientadora

Ma. Isabela Bezerra Ribeiro

Nome

Ma. Meury Gardênia Lima de Araújo

Nome

Esp. Tatiana Araújo Felizardo

Icó – CE

2024

OS PADRÕES DE BELEZA NAS REDES SOCIAIS E SAÚDE MENTAL: Uma revisão integrativa de Literatura

Vitória Pereira Nunes
Isabela Bezerra Ribeiro

RESUMO

Este trabalho aborda a influência dos padrões de beleza promovidos pelas redes sociais na saúde mental, com ênfase em mulheres adolescentes e jovens adultas. O objetivo central da pesquisa é compreender como esses padrões, amplamente difundidos nas redes sociais, afetam a autoestima, a imagem corporal e o bem-estar psicológico dos usuários. Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, que utiliza fontes como artigos científicos e teses, selecionadas a partir de critérios de inclusão específicos e publicações entre 2019 e 2024. Os resultados destacam três temas principais: o uso adequado das redes sociais, a busca por acessibilidade e validação através da imagem corporal, e a mercantilização do corpo. A análise indica que a exposição a corpos idealizados online intensifica a insatisfação corporal e promove uma cultura de consumo estético, exacerbando problemas de ansiedade e baixa autoestima. Esses achados sugerem a necessidade de um uso consciente das redes e das disciplinas que promovam a diversidade corporal e uma relação saudável com o próprio corpo.

Palavras-chave: padrões de beleza. redes sociais. saúde mental. imagem corporal. autoestima.

ABSTRACT

This work addresses the influence of beauty standards promoted by social networks on mental health, with an emphasis on adolescent and young adult women. The central objective of the research is to understand how these patterns, widely disseminated on social networks, affect users' self-esteem, body image and psychological well-being. This is an integrative review of the literature, which uses sources such as scientific articles and theses, selected based on specific inclusion criteria and publications between 2019 and 2024. The results highlight three main themes: the appropriate use of social networks, the search for accessibility and validation through body image, and the commodification of the body. The analysis indicates that exposure to idealized bodies online intensifies body dissatisfaction and promotes a culture of aesthetic consumption, exacerbating problems of anxiety and low self-esteem. These findings suggest the need for a conscious use of networks and disciplines that promote body diversity and a healthy relationship with one's own body.

Keywords: Beauty standards. Social Media. Mental Health. Body Image. Self-esteem.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais são estruturas online que reúnem pessoas e organizações em grupos de aplicativos específicos, cuja finalidade pode ser de interação, lazer ou trabalho. O uso de redes sociais e sua influência é um fenômeno recente, datando do início dos anos 2000 com o lançamento de plataformas como MySpace e, mais tarde, Facebook e Twitter, e tem sido objeto de estudo de diversas áreas do conhecimento, as quais buscam compreender os efeitos à sua exposição em populações diversas (Tiggemann & Zaccardo, 2018).

Com o advento das redes sociais, houve uma maior difusão dos padrões de beleza já propagados em outras mídias impressas, fator que pode estar relacionado à autoestima e a percepção sobre a imagem corporal das pessoas. Muitos indivíduos, especialmente os jovens, sentem uma pressão crescente para se encaixar nesses padrões, tendo potencial de ocasionar problemas de saúde mental, como baixa autoestima, ansiedade e distúrbios alimentares (Fardouly et al., 2015; Kim & Chock, 2015).

É interessante pontuar que em diversas sociedades humanas têm se desenvolvido padrões a serem seguidos, muitas vezes moldados por construções sociais e culturais. Esses padrões influenciam não apenas a percepção de beleza, mas também outros aspectos do comportamento humano, como a forma de se vestir, de se comportar e de se relacionar com os outros. Segundo Souza (2021, p. 1) pessoas denominadas, digital influencers, ou influencers, se tornam parâmetros de beleza e felicidade, divulgando constantemente em plataformas de redes sociais, como Facebook, WhatsApp e Instagram, a ideia de que a vida é perfeita e repleta de felicidade, fator que acaba criando uma representação irreal da realidade.

Portanto, o objetivo central desta pesquisa é discutir como os padrões de beleza das redes sociais influenciam práticas estéticas, de saúde e de imagem corporal entre mulheres adolescentes e jovens adultas. Os objetivos específicos são: Explicar o que é padrão de beleza, como ele se transforma num período histórico e dentro de uma cultura. Discutir a difusão de padrões de beleza femininos nas redes sociais. Apresentar as principais práticas estéticas e de saúde que envolvem a imagem corporal de mulheres no Brasil. Analisar reportagens sobre o tema.

Lira *et al* (2017) apresentam que adolescentes, em especial mulheres, tendem a apresentar preocupações com o peso, forma corporal e estética, muitas vezes voltado à aceitação

social e autoestima, fator que coloca os adolescentes num grupo mais vulnerável às influências socioculturais e à mídia nestes casos.

A exposição constante a padrões de beleza irreais e a pressão para se adequar a esses padrões têm sido associadas a problemas como baixa autoestima, distúrbios alimentares, ansiedade e depressão, especialmente entre adolescentes e jovens adultos. Posto isso, a pesquisa nessa área pode contribuir para a conscientização da sociedade sobre a importância de uma relação saudável com o corpo e a imagem, ajudando a combater padrões de beleza irreais e promovendo a aceitação da diversidade de corpos e aparências. Isso é essencial para promover a autoestima e o bem-estar das pessoas, independentemente de sua forma física ou aparência.

Estudiosos reconhecem a relevância e a atualidade das questões relacionadas à imagem corporal, autoestima e saúde mental em uma sociedade cada vez mais influenciada pelas redes sociais. O estudo de Fardouly (2015) apontou que a exposição a imagens de corpos ideais nas redes sociais remete a uma insatisfação corporal e a um desejo de magreza em jovens mulheres. Bem como, o estudo de Porloff (2014) que destacou que a comparação social pode levar a sentimentos de inadequação e baixa autoestima. Holland e Tiggemann (2016), aponta para uma ligação entre o uso excessivo das redes sociais e a insatisfação corporal em adolescentes, sugerindo que a busca por validação social online pode impactar negativamente a percepção da imagem corporal. Esses estudos evidenciam a relevância e a complexidade desse fenômeno, destacando a importância de compreendermos melhor esses padrões de beleza e o quanto eles têm afetado a vida dos indivíduos.

Para a psicologia, estudar o impacto dos padrões de beleza das redes sociais na saúde mental é importante pois esses padrões podem influenciar diretamente a autoestima e o bem-estar psicológico das pessoas. Além disso, as redes sociais têm um papel significativo na formação da identidade e na construção da imagem corporal, especialmente entre os jovens, o que pode impactar sua saúde mental a longo prazo. Desta forma questiona-se como as redes sociais influenciam o comportamento e o bem-estar psicológico de adolescentes mulheres e quais os impactos positivos e negativos relacionados aos perfis que propagam saúde e práticas estéticas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A beleza e a feiura na linha do tempo: como a concepção sobre beleza é afetada pelo tempo histórico e pela cultura.

Desde a antiguidade os seres humanos realizavam a distinção entre os conceitos de beleza e feiura, a beleza como representação da ordem e simetria e a feiura como manifestação de desordem e imperfeição. Essa antítese entre o belo e o feio sempre influenciou os padrões de beleza, sendo possível identificar ao longo da história o apreço generalizado por um ou outro tipo físico, dos corpos rechonchudos da época renascentista aos corpos excessivamente magros e esculpidos da atualidade. É possível constatar a influência da cultura e atualmente da mídia na idealização dos padrões de beleza (Barros, 2017).

As representações de beleza e de feiura, que variam de contexto histórico e social, são edificadas por elementos atribuídos socialmente e se concretizam na relação entre o sujeito que os adquire e aqueles que o observam ou com o qual ele se relaciona. Portanto, compreender esses significados é entender e indagar sobre a estética, o lugar que eles são produzidos, sobre a ideia e a perspectiva das concepções em um contexto específico, é dizer sobre o corpo, espaço e tempo, é falar da expressão da sensibilidade e da maneira de uma determinada sociedade visualizar o mundo (MEDEIROS, Regina de Paula. 2015).

Mas como conceituar a feiura? Uma vez que esta tarefa é difícil por se relacionar a outros valores e fatores culturais. Durante a construção sócio histórica entre o belo, feio, e sua relação com a mulher, sempre houve forte tensão. Ser bela correspondia ao despertar os desejos pecaminosos e ser feia ao desvio de caráter. As histórias infantis estão repletas de bruxas feias, amarguradas e más, enquanto as princesas são sempre descritas como belíssimas e bondosas (Barros 2017).

Na idade média, o bonito estava associado à boa alma e ao comportamento devoto, o rosto tinha o aspecto angelical e puro, os olhos recebiam a expressão de piedade e os lábios eram finos. Essa imagem simbolizava fragilidade e doçura e ausência de desejos carnis como a figura de Vênus, de Lucas Cranach. No período do renascimento, o belo era representado pelas formas roliças com ombros largos, busto proeminente e os quadris dilatados e arredondados significando a volúpia, a nobreza e a ostentação alimentícia, que poucos tinham acesso, como pode ser observado no quadro. No modernismo a beleza adquire feição geométrica, as formas tinham um aspecto descontínuo e fragmentado, que apresentavam caráter provocativo e desafiante. Os corpos e os rostos eram traçados pelos artistas de maneira que dava

ideia de movimentos instigantes, graciosos e estimulantes muito bem representado pelo quadro *Les demoiselles d'Avignon*, de Pablo Picasso (Medeiros, 2015).

De acordo com Sampaio (2009), em nossa sociedade contemporânea, os padrões de beleza promovidos pela mídia refletem um ideal estético frequentemente inatingível para a maioria das pessoas. É a ideia de uma beleza que corresponde à menor porcentagem de gordura corporal possível, nádegas e seios grandes e empinados, músculos definidos, pele bronzeada, lábios grossos, ausência de celulite, e estrias, de qualquer mancha ou espinha na pele (por menores que sejam), e de qualquer característica que denote idade, como rugas, vincos no rosto, marcas de expressão e flacidez. É um conjunto de características que muitas vezes só podem ser alcançadas através de intervenções estéticas, cirúrgicas ou tratamentos intensivos de beleza.

2.2 Difusão e propagação dos padrões de beleza nas redes sociais.

As estéticas corporais atravessam o tempo, a busca pela adequação a determinado padrão tem se tornado um culto. Atualmente temos as Redes Sociais como uma nova forma de olhar sobre o corpo, a necessidade de se mostrar perfeito aos olhos do outro, uma busca pela aceitação através da perfeição. (Ferreira, 2019)

O impacto da mídia na vida dessas mulheres é igual, mesmo elas vivendo em realidades culturais diferentes. Os hábitos alimentares, as experiências culturais e o estilo de vida são sabidamente diferentes nas cinco regiões brasileiras, mesmo assim foram encontradas respostas similares quanto à influência da mídia como um todo, à adesão e aceitação de um corpo ideal atlético e à pressão de várias mídias pelos ideais de beleza (Alvarenga et al., 2010).

Tal exibição acaba por sugerir às seguidoras dos perfis de que elas só não conseguem ter o corpo dos sonhos porque não se esforçam como deveriam para que isso aconteça. Essa condição acaba funcionando como mais um mecanismo opressor, fazendo com que as mulheres se sintam sempre infelizes e insatisfeitas com os corpos que possuem (Jacob, 2014).

A insatisfação corporal é presente até em mulheres dentro do padrão social, é um quadro chamado "descontentamento normativo" da sociedade contemporânea, onde todas acreditam que ficariam mais bonitas e charmosas se perdessem peso. Todas as mulheres podem ser influenciadas se estão em busca de modelos de corpo, formas de como alcançá-lo e se a mídia vende um número infinito de fórmulas para se “conseguir” o corpo desejado (Alvarenga et al., 2010).

A influência dos padrões de beleza promovidos pelas redes sociais e sua implicação na saúde mental, na estética e na imagem corporal tem sido amplamente discutida e estudada. Esses padrões podem levar a uma série de problemas, como baixa autoestima, ansiedade, depressão e distúrbios alimentares, especialmente entre os jovens. Neste contexto, é crucial discutir sobre a forma como esses padrões impactam a saúde mental e a percepção da imagem corporal, bem como pesquisar estratégias para promover uma relação mais saudável e positiva com o corpo.

De acordo com Ferreira (2019), a imagem da perfeição transmitida pelas grandes mídias reforça cada vez mais um ideal de beleza, contribuindo para a disseminação do padrão corporal. Essa busca incessante pela conformidade com esse padrão é uma característica histórica da humanidade, sendo intensificada pelo marketing que sugere que a felicidade plena está atrelada à aparência.

Segundo Lara Cristina e Isabela Coelho (2023), as mídias em geral mudaram sua perspectiva sobre a beleza, deixando de vê-la como um dom natural e passando a associá-la ao esforço individual. Agora, a beleza é frequentemente retratada como algo que pode ser alcançado por meio de diversos procedimentos estéticos, uso de cosméticos e exercícios físicos. Essa mudança de narrativa tem impactado a forma como as pessoas percebem e buscam a beleza, muitas vezes gerando expectativas irreais e pressões sociais. Assim, a indústria da beleza expandiu consideravelmente, tornando-se bem-sucedida com procedimentos cirúrgicos, produtos que aceleram o metabolismo, supressores de apetite e outras práticas.

Passaram-se os anos e a inserção das tecnologias no nosso dia-a-dia fez com que a estética e a construção do corpo mudassem consideravelmente. A relação com nosso corpo parece estar sendo radicalmente modificada pelo fácil acesso a diversos recursos ligados à boa forma, criando certa exaltação e supervalorização do corpo. O indivíduo parece ser responsável por sua aparência física por meio das várias formas de construções corporais hoje presentes no mercado – como as dietas, os exercícios físicos, os variados tratamentos de beleza e as cirurgias plásticas. E, assim, o corpo atual, ou seja, aquele que se encontra em consonância com os padrões de beleza contemporâneos que associam juventude, beleza e saúde apresenta-se como um valor fundamental na sociedade ocidental. (Dantas, 2011)

Dantas (2011), afirma que na sociedade contemporânea, a busca por se enquadrar nos padrões estéticos impostos pelo culto ao corpo tem encorajado a procura por diversos procedimentos médicos como solução rápida para insatisfações pessoais. Esse ideal de corpo magro, belo e jovem tornou-se um mandamento associado à ideia de sucesso e felicidade na nossa época. Essa pressão social não afeta tão somente a autoestima e a saúde mental de muitos

indivíduos, mas também promove uma cultura de insatisfação constante e de busca incessante por um ideal muitas vezes inatingível. A mídia desempenha um papel central na perpetuação desses padrões, utilizando imagens de corpos retocados e editados para representar o ideal de beleza, o que pode levar a uma distorção da percepção do próprio corpo e a transtornos alimentares e outros problemas de saúde.

2.2 O Brasil como país que mais promove práticas estéticas.

Os limites do corpo são extrapolados, muitas vezes com o auxílio da tecnologia, no esforço imitativo de modelos quase sempre irreais e inatingíveis, muitos criados e ajustados por diversas técnicas, por aparatos medicamentosos ou procedimentos cirúrgicos. O corpo, na atualidade, parece assim se apresentar como uma síntese de desejo, ciência e tecnologia, a serviço do chamado bem-estar. Isto porque a tecnologia desenvolvida pela racionalidade científica e os valores e sentidos produzidos no mundo social agora constroem corpo. (Dantas, 2011).

De acordo com Dantas (2011), somos constantemente levados a acreditar que nosso corpo é insatisfatório e precisa ser ajustado para atender aos padrões sociais. A indústria utiliza um aparato tecnológico diversificado, adaptado a diferentes situações e condições financeiras, para transformar o corpo em algo mensurável e utilitário. Ela promove a ideia de que o corpo contemporâneo necessita ser aprimorado, ajustado e modificado através de próteses químicas e diversos procedimentos para torná-lo forte, belo e adequado ao cenário atual. Esse enfoque transforma o corpo em um molde que se adapta às significações sociais, muitas vezes fazendo com que o indivíduo veja seu corpo como um rascunho que pode ser constantemente refeito e aperfeiçoado conforme seu desejo e capacidade financeira, transformando-o em um grande laboratório onde se redesenha a própria condição humana.

O corpo está sempre sendo re/descoberto e re/inventado, e todas as marcas que se inscrevem ou se constroem em torno dele – nas artes, na medicina, na mídia, etc. – são sempre provisórias, características de cada época, cultura ou grupo social. O estímulo constante pela busca de saúde, de aptidão física e de prevenção de doenças incita um consumo crescente de novos produtos para emagrecer, queimar gorduras, desenvolver os músculos, de novas roupas esportivas, novos aparelhos de ginástica, novos espaços para a prática de exercícios. (Santos, 2003)

As mudanças no Brasil da década de 1930 favoreceram a emergência da "mulher moderna", que passou a ocupar novas posições sociais, dando origem a uma nova representação feminina, especialmente relacionada ao corpo. Modeladores artificiais e naturais foram anunciados para lograr um corpo mais saudável, conforme novos cânones da estética feminina. O corpo feminino se tornou alvo dos cuidados da nova indústria dos cosméticos, e a mulher moderna já nasceu assediada pelos anúncios de produtos de beleza (Schossler & Correa, 2011) e, mais tarde, pelas revistas de moda. (Heinzelman, 2012).

Segundo a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética, o Brasil, juntamente com o México e os Estados Unidos, lidera o ranking dos países que mais realizam cirurgias plásticas. Uma pesquisa feita pela empresa americana StrategyOne com cerca de 3200 mulheres de dez países, entre 18 e 64 anos, aponta que 54% das mulheres brasileiras já se submeteram a uma cirurgia. Cirurgias para colocação de silicone, botox, lipoaspiração para retirada de gordura, rejuvenescimento facial e rinoplastia são feitas todos os dias e a única finalidade é melhorar a aparência e, em primeiro instante, a auto-estima. A exibição contínua e insistente de mulheres magras e com curvas extremamente bem distribuídas, assim como homens altos, de porte físico robusto e sempre malhados, faz com que pessoas comuns achem alternativa nas plásticas para se tornarem mais jovens e bonitas. (Ribas, 2012).

O Brasil é o país em que mais se valoriza as modelos. 54% das brasileiras já consideraram a possibilidade de fazer plástica e 7% já fizeram, índice mais alto entre os países pesquisados. Mas o que torna o Brasil especial nessa área é o ímpeto com que as pessoas decidem operar-se e a rapidez com que a decisão é tomada. São três as principais motivações para fazer uma plástica: atenuar os efeitos do envelhecimento; corrigir defeitos físicos e esculpir um corpo perfeito. No Brasil, esta última motivação é a que mais cresce: a busca de um corpo perfeito. Também com relação ao uso de botox e ao implante de próteses de silicone, o Brasil é o segundo no mundo, logo após os Estados Unidos. (Goldenberg, 2005)

A área da Cirurgia Plástica Estética (CPE) dispõe de inúmeros procedimentos para melhorar a forma e a aparência das diferentes partes do corpo humano. Alguns dos procedimentos desta área médica recebem destaque pela elevada procura e larga realização internacional e em nosso país, favorecidos pela expectativa de resultados que aproximem a aparência do indivíduo ao padrão de beleza em voga na sociedade contemporânea. (Sante, 2011).

A estética é importante, mas não deve ser o centro, precisa-se de ponderação para lidar com os diferentes aspectos. A Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica reforça os cuidados ao se optar por um procedimento cirúrgico pois, existem médicos não habilitados, aptos para

praticarem tais procedimentos e não seguem as recomendações das normas reguladoras. No ano de 2018 pelo menos quatro mulheres morreram vítimas de tratamentos estéticos realizados de forma indevida. A banalização dos procedimentos cirúrgicos reforça cada vez mais a opressão em cima das pessoas que não se encaixam em um padrão de beleza estabelecido. A pessoa gorda é a oprimida, porém ela pode deixar de ser oprimida se ela emagrecer. (Ferreira, 2019)

Não se pode esquecer que a indústria que mais cresceu nos últimos 30 anos é a farmacêutica, vendendo juventude, bem-estar e beleza. O corpo consome principalmente a si próprio. Há também, na publicidade, uma multiplicação de imagens femininas que transformam as mulheres ora em consumidoras, ora em objetos de consumo. (Zanetti, 2012).

3 METODOLOGIA

A pesquisa se configura enquanto uma revisão integrativa da literatura, tipo de pesquisa qualitativa, de caráter exploratório. A revisão bibliográfica tem como propósito buscar a influência dos padrões de beleza promovidos pelas redes sociais e como esses padrões afetam a saúde mental dos indivíduos.

As fontes de dados serão artigos científicos, teses e dissertações. As principais bases de dados consultadas foram: SciELO (Scientific Electronic Library Online), PePSIC (Periódicos Eletrônicos em Psicologia) e Google Scholar. Foram estabelecidos critérios de inclusão e exclusão para selecionar os materiais que compuseram a revisão. Inclusão: Publicações entre 2019 e 2024, estudos em português e inglês, artigos revisados por pares, publicações que abordam diretamente a influência das redes sociais nos padrões de beleza e seus impactos na saúde mental. Serão excluídos aqueles estudos que não abordam a relação entre padrões de beleza, redes sociais e saúde mental de forma direta, publicações fora do período estipulado e artigos sem acesso completo gratuito.

A coleta de dados será realizada em duas etapas principais: Busca Eletrônica: Utilizando palavras-chave como "padrões de beleza", "redes sociais", "saúde mental", "imagem corporal" e "autoestima" nas bases de dados mencionadas. Seleção de Materiais: Lidos os títulos e resumos dos artigos encontrados para verificar sua relevância. Os artigos que atenderem aos critérios de inclusão serão selecionados para leitura completa.

A análise dos dados foi conduzida por meio de uma abordagem qualitativa de análise de conteúdo, identificando e categorizando os principais temas e tendências presentes na literatura revisada. Os resultados obtidos foram sintetizados para evidenciar os principais achados sobre os impactos dos padrões de beleza promovidos pelas redes sociais na saúde

mental dos indivíduos. Três tópicos principais emergiram das unidades de conteúdo identificadas: o primeiro aborda o uso adequado das redes sociais, explorando como o uso consciente e moderado dessas plataformas pode influenciar positivamente a saúde mental, evitando comparações excessivas e sentimentos negativos em relação à autoimagem. O segundo tópico, aceitação e validação através da imagem corporal, discute a busca por aceitação e validação social com base na aparência, destacando o reforço de padrões de beleza que impactam a autoestima e o bem-estar emocional dos usuários. O terceiro tema, mercantilização do corpo, analisa a forma como o corpo é tratado como um produto nas redes sociais e os efeitos disso sobre a percepção de si e a saúde mental, incluindo questões de objetificação e pressão estética.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Quadro 1. Apresentação da busca por literatura

Ano de publicação	Autores	Nome da revista e local	Título do artigo
2020	Bianca Bulcão Lucena Cristiane Marques Seixas Francisco Romão Ferreira	Psicologia USP, São Paulo.	Ninguém é tão perfeito que não precise ser editado: fetiche e busca do corpo ideal
2020	Ana Flávia de Sousa Silva Camila Cremonezi Japur Fernanda Rodrigues de Oliveira Penaforte	Psicologia: Teoria e Pesquisa. UNB Brasília.	Repercussões das Redes Sociais na Imagem Corporal de seus Usuários: Revisão Integrativa

2022	Jasilaine Andrade Passos Paulo Roberto Vasconcellos-Silva Ligia Amparo da Silva Santos	Physis: Revista De Saúde Coletiva UERJ Rio de Janeiro.	Consumo de informações sobre alimentação saudável e dietas em páginas do Facebook: uma abordagem qualitativa no ambiente virtual
------	---	--	---

Fonte: Autoria própria, 2024.

Durante a pesquisa inicial para este estudo, foram definidos três descritores: "padrões de beleza", "redes sociais", e "saúde mental", com o intuito de investigar como os padrões estéticos impostos pelas redes sociais impactam a saúde mental. No entanto, ao longo do processo, constatou-se que apenas o descritor "redes sociais" apresentou resultados relevantes. Os demais descritores, apesar de fundamentais para o tema, não retornaram artigos significativos ou diretamente relacionados à psicologia nos periódicos pesquisados.

Realizando uma busca mais abrangente e sem delimitar os periódicos ou áreas do conhecimento, foram encontrados 1.531 artigos que abordavam de forma geral as redes sociais na vida dos indivíduos. A limitação na busca por artigos, ao restringir a área de psicologia e o período de 2019 a 2024, se deve à especificidade dos descritores utilizados, como "redes sociais", que pode resultar em menos publicações. Muitos estudos na psicologia não exploram diretamente esse tema, o que diminui a quantidade de artigos disponíveis. Por fim, o intervalo de tempo escolhido pode não ter gerado um volume significativo de novas pesquisas sobre redes sociais, contribuindo ainda mais para a redução dos artigos encontrados. Essa diminuição ocorreu devido à especificidade do tema e à necessidade de focar em estudos mais recentes que refletissem as discussões contemporâneas sobre o uso das redes sociais, padrões de beleza e saúde mental.

Após uma análise desses 53 artigos, apenas três se mostraram diretamente relacionados ao tema proposto. Esses três artigos abordam a influência dos padrões estéticos difundidos pelas redes sociais na construção da autoimagem e seus impactos na saúde mental dos adolescentes e jovens adultos, corroborando com as hipóteses centrais deste trabalho.

4.1 USO ADEQUADO DAS REDES SOCIAIS

Os resultados dos três estudos convergem na conclusão de que as redes sociais exercem um impacto considerável e negativo na saúde mental dos usuários, especialmente em relação à imagem corporal. A insatisfação com o corpo, a busca por validação social e a pressão para se adequar a padrões estéticos inatingíveis que são predominantes. Jovens, em particular, são os mais afetados, pois estão em fase de desenvolvimento da identidade e são mais vulneráveis às pressões sociais. Além disso, os achados indicam que a promoção de corpos editados e idealizados nas redes intensifica a mercantilização do corpo, perpetuando uma cultura de baixa autoestima e autocrítica.

O estudo de Silva, Japur e Penaforte (2020) destaca o papel das redes sociais na insatisfação corporal, especialmente entre jovens, por meio da comparação com imagens idealizadas. O foco está na promoção de padrões estéticos que não só prejudicam a autoimagem, mas também elevam os níveis de ansiedade e depressão. Este artigo enfatiza a necessidade de um uso consciente das redes, sugerindo que a exposição contínua a conteúdos visualmente idealizados pode arruinar a autoconfiança e a saúde mental dos usuários. No entanto, o estudo não aprofunda questões como as especificidades etárias e as práticas de consumo, o que poderia enriquecer a análise.

Já o artigo de Dias et al. (2019) amplia a discussão ao explorar o impacto das redes sociais no público adolescente, enfatizando a busca por aceitação social e a conformidade com padrões de beleza. O estudo analisa como a pressão para o alcance de visibilidade e validação nas redes agrava a insatisfação corporal e leva a comportamentos de risco, como dietas radicais e procedimentos estéticos perigosos. Esta abordagem, mais focada nos adolescentes, revela alterações importantes ao mostrar que a conformidade aos padrões digitais afeta não só a imagem corporal, mas também a formação da identidade. Ao aprofundar as consequências psicológicas e sociais para essa faixa etária, o estudo complementa o trabalho de Silva et al. e reforça a necessidade de políticas que orientem o uso consciente das redes.

O artigo de Lucena, Seixas e Ferreira (2020) traz uma análise crítica distinta, abordando a mercantilização do corpo e a busca pelo “corpo ideal” como fenômenos de fetiche corporal. Este estudo explora a lógica de mercado, na qual o corpo é tratado como mercadoria, moldado e vendido através de cirurgias e tratamentos estéticos. A análise vai além da comparação social, discutindo como essa mercantilização do corpo sustenta a insatisfação e a obsessão pela perfeição física, criando um ciclo de ansiedade e baixa autoestima. Diferente dos demais, este artigo inclui uma perspectiva econômica, ao enfatizar o papel das redes na promoção de um

consumismo que afeta a autoimagem. Assim, ele amplia a discussão sobre saúde mental ao sugerir que a promessa de felicidade via transformação física é um fator de agravamento da insatisfação corporal.

Entretanto, é importante ressaltar que, conforme sugerido por Silva, Japur e Penaforte (2020), as redes sociais têm potencial para promover a aceitação corporal e a autocompaixão, embora esse uso positivo seja ainda subutilizado devido ao predomínio da lógica de mercado, que incentiva o consumo de produtos e serviços voltados à transformação corporal. A análise integrada desses estudos reforça a importância de uma abordagem crítica e responsável no uso das redes sociais, além da necessidade de intervenções que promovam a valorização da diversidade corporal e auxiliem os jovens a lidar com as pressões estéticas de maneira saudável.

4.2 ACEITAÇÃO E VALIDAÇÃO ATRAVÉS DA IMAGEM CORPORAL

Silva, Japur e Penaforte (2020) abordam a insatisfação corporal como um produto da exposição a padrões estéticos inatingíveis. Esse estudo destaca que a comparação social é uma das principais causas dessa insatisfação, e o impacto das redes sociais se revela especialmente nocivo entre mulheres jovens. Os autores mostram que a exposição a imagens corporais idealizadas intensifica a autocobrança e a autocrítica, o que leva a um aumento na ansiedade e depressão. Embora mencionem os comportamentos de risco decorrentes dessa busca por padrões, eles não são o foco central. A ênfase principal está na necessidade de um uso consciente das redes, pois elas podem, em um cenário otimista, promover aceitação corporal e autocompaixão.

Já o estudo de Dias et al. (2019) expande essa discussão ao focar especificamente em adolescentes, grupo que enfrenta maior vulnerabilidade psicológica durante o desenvolvimento da identidade. Para esses jovens, a necessidade de aceitação e validação online intensifica o desejo de aderir a padrões estéticos, muitas vezes levando a dietas extremas ou procedimentos de modificação corporal. Dias et al. acrescentam uma camada ao mostrar como a pressão estética impacta a construção da autoestima e da identidade, elementos fundamentais na adolescência. Aqui, a busca por aceitação social assume um papel central, expondo a fragilidade dos jovens frente à pressão por se adequarem a um padrão. O artigo complementa as conclusões de Silva et al. ao enfatizar que essa pressão estética desencadeia comportamentos que prejudicam a saúde mental, particularmente no que diz respeito ao desenvolvimento da autoimagem.

Por sua vez, Lucena, Seixas e Ferreira (2020) oferecem uma análise mais crítica, ao discutir a mercantilização do corpo e a construção do “corpo ideal” como uma forma de fetiche corporal promovido pelas redes sociais. Eles argumentam que o corpo passa a ser visto como mercadoria, com usuários buscando cirurgias e tratamentos estéticos na tentativa de alcançar uma “perfeição” moldada pelo consumo. Essa abordagem ultrapassa a questão da comparação social, pois enfatiza como a lógica de mercado explora a busca por aceitação e validação, promovendo um ciclo de insatisfação e obsessão pela perfeição física. Esse ciclo reforça uma cultura de ansiedade e baixa autoestima, sugerindo que as redes sociais, ao operarem segundo uma lógica de consumo, intensificam a pressão estética e os impactos negativos na saúde mental. A perspectiva de Lucena et al. complementa os outros estudos ao aprofundar a questão econômica e do consumismo na busca pelo corpo ideal.

Em síntese, enquanto Silva et al. e Dias et al. se concentram mais na comparação social e nas pressões para adequação aos padrões, Lucena et al. trazem uma visão crítica sobre a mercantilização do corpo, um aspecto que os outros estudos abordam de forma menos aprofundada. Juntos, os três estudos traçam um panorama abrangente dos impactos das redes sociais na imagem corporal, sugerindo que a aceitação e a validação buscadas online muitas vezes provocam mais danos do que benefícios.

A análise integrada desses estudos revela como a busca por aceitação e validação nas redes sociais está atrelada a um ideal corporal inalcançável, o que coloca em risco a saúde mental dos usuários. As redes sociais, ao normalizarem padrões estéticos e promoverem o corpo como mercadoria, criam uma cultura em que a aceitação pessoal é constantemente mediada pela aparência física. Nesse contexto, o potencial das redes para promover uma autoaceitação genuína é amplamente sufocado pela lógica de consumo, que valoriza mais o capital estético do que o bem-estar individual. Assim, fica claro que o uso consciente das redes sociais e a promoção de uma diversidade corporal são fundamentais para contrabalançar esses efeitos, promovendo uma cultura digital que valorize a individualidade e a saúde mental.

4.3 MERCANTILIZAÇÃO DO CORPO

Silva, Japur e Penaforte (2020) discutem como a constante exposição a imagens corporais idealizadas reforça a insatisfação com a própria imagem, algo agravado pela comparação social e pela promoção de corpos esculturais como padrões de beleza. Ao enfatizar o papel das redes sociais na criação desses padrões estéticos, os autores apontam como o consumo dessas imagens gera uma percepção distorcida de aceitação e realização, onde a autoimagem se torna uma mercadoria, moldada para atender às expectativas externas. Embora

o foco não seja a mercantilização do corpo em si, o estudo contribui ao apontar como as redes incentivam o consumo de uma "imagem ideal", preparando o terreno para que outras pesquisas explorem essa conexão com o consumismo.

Dias et al. (2019) complementam essa visão ao investigar como a pressão social e a busca por validação afetam especialmente os adolescentes. Nesse contexto, a imagem corporal idealizada também passa a ser vista como um “produto” que os jovens precisam “comprar” para serem aceitos. O artigo sugere que, para alcançar essa aceitação, muitos adolescentes recorrem a comportamentos de risco como dietas extremas e procedimentos estéticos inseguros. Aqui, a lógica de mercado começa a se evidenciar ao mostrar que o corpo é visto como algo que precisa ser “transformado” ou “melhorado” para estar em conformidade com os padrões vigentes. O estudo de Dias et al. destaca que, nessa fase de desenvolvimento, a pressão para se encaixar nos padrões ditados pelas redes sociais aumenta a vulnerabilidade psíquica dos jovens, reforçando a ideia de que a aceitação é alcançada pela conformidade com uma imagem “comercializada”.

Lucena, Seixas e Ferreira (2020) exploram a mercantilização de maneira ainda mais crítica, ao tratar o corpo ideal como um produto consumível nas redes sociais, destacando a lógica de mercado que impulsiona essa visão. Nesse estudo, o corpo passa a ser visto como uma mercadoria que pode (e deve) ser moldada por meio de cirurgias, tratamentos e procedimentos estéticos, promovidos de forma intensiva nas redes sociais. Lucena et al. enfatizam que as plataformas digitais não são meros canais de comunicação, mas agentes que incentivam o consumo, o que agrava a insatisfação corporal e a ansiedade. Esse artigo destaca como a promessa de felicidade e sucesso pessoal está atrelada ao consumo de produtos e serviços estéticos, estabelecendo um ciclo onde o corpo nunca é “suficientemente perfeito”, promovendo assim uma busca interminável por um ideal inalcançável. A visão crítica aqui se diferencia ao questionar diretamente o papel das redes sociais enquanto plataformas que lucram com a insatisfação e o desejo de transformação física.

A análise conjunta desses estudos evidencia como a mercantilização do corpo é central para entender o impacto das redes sociais na saúde mental. Enquanto Silva et al. e Dias et al. exploram a comparação social e a pressão estética, Lucena et al. aprofundam essa discussão ao expor a lógica de consumo que envolve o corpo como produto. A pressão estética não só afeta a percepção de autoimagem, mas também molda o comportamento dos usuários, levando-os a acreditar que a felicidade e a aceitação social podem ser "compradas" por meio da adequação a um ideal estético.

Essas análises revelam um aspecto preocupante das redes sociais: ao promoverem a ideia de que o valor pessoal está ligado à aparência física, as plataformas incentivam uma

cultura de consumo que prioriza a transformação estética em prejuízo do bem-estar. A mercantilização do corpo representa uma forma de alienação, onde o indivíduo perde a capacidade de se valorizar como é, buscando continuamente uma perfeição inatingível e dependente de produtos e serviços. Isso demonstra a necessidade urgente de regulamentar e conscientizar sobre o uso das redes, para que a valorização do corpo e a autoestima dos usuários não se tornem reféns do consumismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho cumpriu o objetivo de discutir como os padrões de beleza promovidos pelas redes sociais afetam a saúde mental e a imagem corporal de mulheres adolescentes e jovens adultas. A partir de uma revisão integrativa da literatura, foi possível identificar que a exposição a padrões estéticos irreais e a busca por validação nas redes sociais resultam em impactos significativos na autoestima, contribuindo para problemas como ansiedade, depressão e distúrbios alimentares.

As contribuições deste estudo estão em evidenciar a complexidade e a profundidade dos efeitos das redes sociais na construção da autoimagem e no bem-estar psicológico. Ele reforça a necessidade de políticas e práticas de conscientização, tanto para o uso saudável dessas plataformas quanto para a promoção de uma diversidade corporal mais inclusiva. Entre as limitações do estudo, destaca-se o fato de que a revisão de literatura se concentrou em publicações entre 2019 e 2024, o que pode ter restringido a abrangência dos achados. Além disso, a análise foi limitada a fontes em português e inglês, o que pode excluir estudos relevantes em outras línguas.

Em resumo, esta pesquisa reafirma a importância de uma abordagem crítica e consciente do uso das redes sociais e aponta para a necessidade de promover um ambiente digital que valorize a individualidade e o bem-estar psicológico, desafiando os padrões irreais e incentivando uma relação mais saudável com o corpo. Assim, não se pretendeu um estudo exaustivo sobre o tema, mas promover interesse em futuros estudos, que explorem o impacto desses padrões de beleza em diferentes grupos populacionais, incluindo homens e pessoas de diferentes faixas etárias, além de investigar intervenções que possam atenuar os efeitos negativos das redes sociais sobre a imagem corporal e a saúde mental.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, M. DOS S. et al.. Influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 59, n. 2, p. 111–118, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/PJSGFnx8RkDczjzJwSJ7rxR/?lang=pt#> acesso em 17 abril de 2024

ANDRADE, A.; BOSI, M. L. M.. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. *Revista de Nutrição*, v. 16, n. 1, p. 117–125, jan. 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rn/a/DwyJjBYbgKGMzGKTt6S3GjR/abstract/?lang=pt#> acesso em 19 abril de 2024

BARROS, Marcia Andrea da Silva. A RELAÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA COM A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DA MULHER. *Revista Presença*, [S.l.], v. 3, n. 9, p. 36-59, dec. 2017. ISSN 2447-1534. Disponível em: <https://revistapresenca.celsolisboa.edu.br/index.php/numerohum/article/view/131>. Acesso em: 06 maio 2024.

BASTIAN, F.C. O padrão de beleza e seus efeitos sobre autoimagem, autoestima e imagem corporal. Universidade do Sul de Santa Catarina. Florianópolis: 2020, p: 36 Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/50156e6a-5936-4700-aac2-a64049f02254> acesso em 08 abril 2024

CRISTINA, L. et al. Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Política e Construção Social: a imposição de padrões de beleza em “O Diário da Princesa” 1. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0812202303085264d721f470130.pdf acesso em 15 abril de 2024

DANTAS, Jurema Barros. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. *Estud. pesqui. psicol.*, Rio de Janeiro , v. 11, n. 3, p. 898-912, dez. 2011 . Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812011000300010&lng=pt&nrm=iso.. acessos em 23 maio 2024.

DIAS, V. C. et al.. Adolescentes na Rede: Riscos ou Ritos de Passagem?. *Psicologia: Ciência e Profissão*, v. 39, p. e179048, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/8W8S8XfkQWCmYNTTrjCvwQkg/?lang=pt#> acesso em 28 setembro 2024

EMANUELLE, R.; RIBAS, B. Padrões estéticos e globalização: a sociedade pós-moderna frente à ditadura da beleza 1. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/r33-1567-1.pdf> acesso em: 05 abril 2024

FARDOULY, Jasmine; DIEDRICH, Phillippa C.; VARTANIAN, Lenny R.; HALLIWELL, Emma. Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image.*, vol.13, Edição 2015, p. 38-45. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/271226068_Social_comparisons_on_social_media_The_impact_of_Facebook_on_young_women's_body_image_concerns_and_mood> acesso em 29 março 2024

HEINZELMAN, Fernanda Lyrio et al . *Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na Vogue Brasil.* *Psicol. rev. (Belo Horizonte)*, Belo Horizonte , v. 18, n. 3, p. 470-488, dez. 2012 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682012000300009&lng=pt&nrm=iso>.. acessos em 23 maio 2024.

JACOB, Helena. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. *Revista Comunicare – Dossiê Feminismo.* V. 14 – Nº 1, 88-105 – 2014. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/291315553/Redes-sociais-mulheres-e-corpo-um-estudo-da-linguagem-fitness-na-rede-social-Instagram>> acesso em 23 abril 2024

Leles, Izabella Chrystina Rodrigues Ferreira. *Internalização, Pressão Estética e Estereótipos nas Mídias Digitais: Uma Abordagem Historiográfica (2008 - 2019).* p.:80 il. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação - História) - Universidade Federal de Uberlândia, Instituto de História, Uberlândia, 2019 Disponível em <<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/26079>> acessos em 13 maio 2024

LIRA, A. G. et al.. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 66, n. 3, p. 164–171, jul. 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/abstract/?lang=pt#>> acesso em 20 abril de 2024

Machado-Borges, Thaís. “O Antes e o Depois: Feminilidade, Classe e Raça Na Revista ‘Plástica e Beleza.’” *Luso-Brazilian Review*, vol. 45, no. 1, 2008, pp. 146–63. *JSTOR*, Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/3021906>>. acesso 29 abril 2024.

MEDEIROS, Regina de Paula. As emoções desnaturadas do sujeito: o bonito, o feio e a arte de viver na sociedade contemporânea. *RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, v. 14, n. 40, pp. 98-106, abril de 2015. ISSN 1676-8965 Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/15967/1/2017_KatiaMarinadeMatosSilva_tcc.pdf> acesso em 22 abril 2024

PASSOS, J. A.; VASCONCELLOS-SILVA, P. R.; SANTOS, L. A. DA S.. Consumo de informações sobre alimentação saudável e dietas em páginas do Facebook: uma abordagem qualitativa no ambiente virtual. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 32, n. 1, p. e320117, 2022. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ptp/a/YhYLPmGdBKMTdsZhk5kbYVJ/?lang=en#>> acesso em 28 setembro 2024

SAMPAIOI, Rodrigo P. A. de; FERREIRAI, Ricardo Franklin. Beleza, identidade e mercado. *Psicol. rev. (Belo Horizonte)*, Belo Horizonte , v. 15, n. 1, p. 120-140, abr. 2009 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682009000100008&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 23 maio 2024.

SANTE, A. B.; PASIAN, S. R.. Imagem corporal e características de personalidade de mulheres solicitantes de cirurgia plástica estética. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 24, n. 3, p. 429–437, 2011. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/prc/a/NhPggjnLv5tYdVt8pcjjJmc/abstract/?lang=pt#>>. acessos em 23 maio 2024

Santos Andrade, Sandra dos Saúde e beleza do corpo feminino - algumas representações no Brasil do Século XX Movimento, vol. 9, núm. 1, enero-abril, 2003, pp. 119-143. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1153/115317983007.pdf>> acesso em 22 maio 2024

SILVA, A. F. DE S.; JAPUR, C. C.; PENAFORTE, F. R. DE O.. Repercussions of Social Networks on Their Users' Body Image: Integrative Review . **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 36, p. e36510, 2020. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/physis/a/qFphD8JTPWtw5vpJg74QC8w/?lang=pt#> acesso em 28 setembro 2024

SOUZA, Ludmilla. “Vida perfeita” em redes sociais pode afetar a saúde mental. Agência Brasil, São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/vida-perfeita-em-redes-sociais-pode-afetar-saude-mental>> Acesso em: 21 abril . 2024.

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003-1011. Disponível em: < <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>> acesso em:02 abril 2024

ZANETTI, M. C. et al.. Corpos belos nos ambientes virtuais: estudo por meio da sociologia visual. *Revista da Educação Física / UEM*, v. 23, n. 3, p. 411–420, jul. 2012. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/refuem/a/rvydPv5xZ79NYbN4Mhzd9GF/?lang=pt#>> acesso em 19 maio 2024