

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

ISADORA DE SOUSA OLIVEIRA

**ENTRE IMAGENS E REALIDADES: O Impacto dos Padrões Estéticos na
Saúde Mental das Mulheres na Atualidade**

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2023

ISADORA DE SOUSA OLIVEIRA

**ENTRE IMAGENS E REALIDADES: O Impacto dos Padrões Estéticos na
Saúde Mental das Mulheres na Atualidade**

Trabalho de Conclusão de Curso –
Artigo Científico, apresentado à Coordenação
do Curso de Graduação em Psicologia do
Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, em
cumprimento às exigências para a obtenção do
grau de Bacharel em Psicologia.

Orientador: Prof. Dra. Flaviane
Cristine Troglia da Silva

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2023

ISADORA DE SOUSA OLIVEIRA

**ENTRE IMAGENS E REALIDADES: O Impacto dos Padrões Estéticos na
Saúde Mental das Mulheres na Atualidade**

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Psicologia.

Data da Apresentação: 07/12/2023

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dra. Flaviane Cristine Troglio da Silva

Membro: Prof. Me. Indira Feitosa Siebra de Holanda

Membro: Prof. Esp. Larissa Vasconcelos Rodrigues

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2023

ENTRE IMAGENS E REALIDADES: O Impacto dos Padrões Estéticos na Saúde Mental das Mulheres na Atualidade

Isadora de Sousa Oliveira¹
Flaviane Cristine Troglio da Silva²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo compreender os impactos que os padrões estéticos produzem na saúde mental das mulheres na atualidade. Buscou-se fazer uma revisão histórica de como os padrões de beleza foram sendo construídos, além de identificar as influências que os meios de comunicação e a sociedade de consumo exercem sob a construção desses ideais de beleza, uma vez que, são importantes propagadores dos padrões estéticos e corroboram para estigmatização e preconceito contra aqueles que não seguem o padrão vigente. Ademais, procurou-se destacar o body positive e a importância da valorização da diversidade corporal, visto que, há uma pluralidade de corpos e o padrão de beleza propagado não condiz com os corpos reais da população geral. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica descritiva afim de obter informações necessárias para a construção do artigo, utilizou-se base de dados como o SciELO, Psyc, DOAJ e Portal de Periódicos da Capes para a captação de trabalhos que contemplassem a temática, além disso, foram privilegiados trabalhos publicados entre 2012 e 2023. A discussão sobre os impactos dos padrões estéticos na saúde mental das mulheres se faz necessária, dado que, há um considerável aumento no número de cirurgias estéticas, além de observar-se uma crescente nos números de pessoas diagnosticadas com Transtornos Alimentares e outros adoecimentos psíquicos como depressão, ansiedade e Transtorno Dismórfico Corporal.

Palavras-chave: Padrões estéticos. Saúde mental. Mulheres. Mídia. Consumo.

ABSTRACT

The aim of this article is to understand the impact that beauty patterns have on women's mental health today. The aim was to carry out a historical review of how beauty standards have been constructed, as well as to identify the influences that the media and consumer society have on the construction of these ideals of beauty, since they are important propagators of beauty patterns and corroborate stigmatization and prejudice against those who do not follow the current standard. In addition, we sought to highlight body positive and the importance of valuing body diversity, since there is a plurality of bodies and the standard of beauty propagated does not match the real bodies of the general population. A descriptive bibliographical survey was carried out in order to obtain the information needed to construct the article, using databases such as SciELO, Psyc, DOAJ and the Capes Periodicals Portal in order to find works that covered the subject, and works published between 2012 and 2023 were prioritized. It is necessary to discuss the impact of beauty patterns on women's mental health, given that there has been a considerable increase in the number of plastic surgeries, as well as an increase in the number of people diagnosed with Eating Disorders and other mental illnesses such as depression, anxiety and Body Dysmorphic Disorder.

Keywords: Beauty patterns. Mental health. Women. Media. Consumption.

¹Discente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: isadorassousa.oliveira@gmail.com

²Docente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: flaviane@leaosampaio.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Com o passar dos séculos, a beleza tornou-se um ideal cultural amplamente valorizado em todo o mundo, especialmente para as mulheres, desde o início da história, as mulheres têm sido pressionadas a seguir padrões estéticos específicos que ditam como elas devem parecer e se comportar. Segundo Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017), na sociedade contemporânea, marcada pelo consumismo, o corpo passou a ocupar um papel central, fazendo com que as constantes preocupações dos indivíduos voltadas para a forma dos seus corpos e como eles são apresentadas sejam cada vez maiores. De acordo com Brito (2020), o padrão de beleza é uma norma estética generalista que estabelece que características são consideradas belas, tais como cor de pele, peso, idade, traços e curvatura do cabelo.

Segundo Sousa (2021), os meios de comunicação, em especial as redes sociais, têm grande contribuição na disseminação de padrões estéticos e corroboram para a estigmatização e preconceito contra pessoas que fujam dos padrões estabelecidos por eles. Em conformidade com a autora, enquanto pessoas consideradas bonitas e dentro desses padrões são admiradas, reconhecidas e desejadas, pessoas fora do padrão – negras, gordas e velhas –, em muitas situações são excluídas e rejeitadas. Ademais, os veículos midiáticos e as redes sociais constantemente ressaltam que o cuidado com o corpo é essencial para ser saudável e feliz, entretanto, pode-se inferir que, em diversas ocasiões a preocupação não está com a felicidade ou bem-estar de terceiros, mas com o quanto essas pessoas estão ou não dentro dos padrões estéticos definidos pela sociedade.

Segundo Brandes e Souza (2012), na sociedade de consumo as pessoas passam a ser avaliadas a partir daquilo que elas consomem e não mais por suas qualidades ou diferenças que constroem sua individualidade, a concepção de corpo também passa a ser influenciada por esse consumismo, tornando-o objeto da indústria do consumo e, por conseguinte, produto da mesma. Conforme Araujo e Leoratto (2013), o corpo é um meio de significação, quando ele é percebido enquanto algo que pode ser medido e conhecido é, conseqüentemente, transformado em algo que pode ser dominado. Consoante as autoras, a moda é uma forma do sujeito interagir com seu meio e expressar-se, ademais, ela é reflexo da sociedade e modifica-se de acordo com as transformações culturais. As autoras ressaltam a analogia entre a moda e os padrões estéticos estabelecidos em cada época, à exemplo, pode-se citar a década de 1990, onde o culto ao corpo é evidenciado pelo estilo das roupas serem mais esportivas, além disso, o ideal de magreza

destaca-se pela modelagem das peças que favorecerem corpos de modelos magras e longilíneas em detrimento de outros tipos de corpo.

De acordo com Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017), a manutenção do corpo perfeito, idealizado pelos padrões estéticos impossíveis de serem mantidos – visto que, esses padrões estão em constante modificação –, é construída por meio de muito sofrimento e autocontrole. Segundo Bastian (2020), há relação direta entre autoimagem e autoestima – consoante a Walter Riso (2012), a autoestima que é “[...] amar a si mesmo com contundência[.]” (Riso, 2011, p. 13) ela é composta por quatro pilares, são eles o autoconceito, o que a pessoa pensa sobre si; a autoimagem, que opinião a pessoa tem sobre sua aparência; o autorreforço, como a pessoa se gratifica; e a autoeficácia, quanta confiança a pessoa tem em si – esses construtos têm importante participação no desenvolvimento da identidade e em como o indivíduo se relaciona consigo e com as demais pessoas. Conforme Concecio e Silva (2022), os padrões de beleza socialmente impostos na contemporaneidade podem produzir nas mulheres a sensação de serem julgadas, discriminadas, desvalorizadas e excluídas fazendo com que, constantemente, surjam sentimentos negativos em relação a autoimagem, posto que, as representações das mulheres na mídia contradizem a realidade material.

Tendo em vista o que foi exposto quanto aos papéis que os padrões estéticos assumem na vida dos sujeitos, especificamente nas mulheres, buscou-se, como objetivo central, compreender os impactos que os padrões estéticos produzem na saúde mental das mulheres na atualidade e, quanto a objetivos específicos procurou-se descrever os padrões estéticos ao longo da história, identificar como a mídia, os meios de comunicação e a sociedade de consumo podem propagar um determinado padrão de beleza e destacar o *body positive* e a importância de reconhecer e valorizar a diversidade na beleza e na aparência.

A escolha do tema foi impulsionada pelo desejo de compreender os prejuízos que os padrões de beleza e pressões estéticos podem acarretar na saúde mental das mulheres, ademais, é possível afirmar que tais questionamentos emergiram de experiências pessoais e acadêmicas, visto o contante atravessamento da temática em diversos âmbitos da vida cotidiana e, conseqüentemente, nas diferentes áreas da psicologia. Esse estudo visa contribuir com a sociedade, refletindo sobre os impactos causados na vida e na saúde mental das mulheres, além de fortalecer e valorizar a qualidade de vida e o bem estar dessa população, contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade que privilegie a equidade, a diversidade e a inclusão.

2 METODOLOGIA

De acordo com Sousa, Oliveira e Alves (2021), a pesquisa bibliográfica é o levantamento ou revisão crítica de publicações científicas, tais como livros, artigos e publicações em anais de eventos e periódicos eletrônicos; para Nunes, Nascimento e Alencar (2016), a pesquisa descritiva possibilita novos olhares sobre uma realidade já conhecida, ela tem como objetivos descrever características de determinadas populações ou fenômenos, além de identificar possíveis relações entre as variáveis. Para esse estudo foi realizada a busca de artigos e livros baseados no tema em canais virtuais como Google Acadêmico, SciELO, Pepsic, DOAJ, ScienceDirect, Portal de Periódicos da Capes e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações. Para a estruturação do planejamento na busca de publicações foram utilizadas a união de palavras chave que se tornaram descritores do tema escolhido como: *padrões estéticos, saúde mental, mulheres, mídia e consumo*.

Os critérios definidos para a inclusão de materiais para esse estudo foram de trabalhos publicados entre 2012 e 2023, visando encontrar um maior número de artigos científicos atuais, foram inclusos na pesquisa artigos nos seguintes idiomas: português, inglês e espanhol, ademais, materiais que não tinham ligação direta com o tema proposto pelo trabalho foram descartados.

3 O IDEAL DE BELEZA AO LONGO DA HISTÓRIA

Brega (2020) afirma que os padrões estéticos não nasceram prontos, mas foram sendo modificados ao longo da história, influenciados pela cultura, localização geográfica, ciência e, mais recentemente, pelas mídias. De acordo com a autora, não há uma precisão quanto ao surgimento do conceito de beleza, no entanto, pode-se observar, a partir de registros que desde o Egito Antigo há uma busca incessante pela juventude, tendo nessa época a utilização de óleos, cremes e máscaras como procedimentos que auxiliariam nessa manutenção da juventude e beleza, diante disso, pode-se inferir que a criação de padrões estéticos remonta desde as primeiras sociedades. A escultura Vênus de Willendorf, supostamente esculpida entre 24.000 e 22.000 antes de Cristo – na qual é representada uma mulher gorda e cheia de curvas, que acredita-se ser o símbolo da mulher idealizada na época – pode ser um exemplo de como o conceito de beleza e o estabelecimento de padrões estéticos é antigo.

Conforme Brega (2020), na Grécia Antiga o conceito de beleza era comumente relativo às qualidades, tendo o caráter e a alma como mais importantes que a beleza física, ainda assim, grande parte das representações acerca dos corpos, principalmente através de estátuas – importante expressão artística da época – era de corpos atléticos, quadris largos e seios fartos.

Já na Idade Média, fortemente influenciado pela Igreja, o padrão de beleza, especialmente o feminino, passou a ser de corpos mais discretos, pernas e braços finos, seios menores, além de vestimentas muito similares a de santas e figuras que representassem pureza. Com o surgimento do movimento artístico Renascimento, que negava os conceitos da Idade Média e tinha como objetivos centrais o cientificismo e o individualismo, na Idade Moderna o corpo retoma lugar de valorização e exposição, de acordo com Brega (2020, p.17) o ideal de beleza para as mulheres era “[...] ser mais alta, ter cabelos longos, quadris largos e seios grandes.”

Para Petty (2021), é no Renascimento que se inicia a modificação de como o corpo feminino é visto e idealizado, uma vez que, até então a mulher era entendida apenas como objeto de fertilidade, no entanto, na era renascentista a mulher passa a ser entendida como um objeto de luxúria e beleza. Ainda na Idade Moderna, segundo Petty (2021), a Rainha Elizabeth I inaugura um novo ideal de beleza, representado por o excesso de maquiagem, tendo como marca registrada a pele muito pálida e os lábios vermelhos, além de padrão estético isso também se tornou um símbolo de classe, visto que, a época pessoas pobres trabalhavam sob o sol e tinham a pele muito bronzeada, logo, consoante a autora, quanto maior a palidez da pele maior seria o status social. Conforme Petty (2021), na era Vitoriana, a principal característica do ideal de beleza feminino, além da palidez, era a fragilidade, visando essa delicadeza e vulnerabilidade, nenhuma parte do corpo era enfatizada.

Em concordância com Petty (2021), a partir da virada do século até o início da Primeira Grande Guerra, o ideal de beleza das mulheres era inspirado por o desenho de um homem – a Gibson Girl, onde a personagem tinha a pele pálida, usava espartilhos apertados e roupas que mostravam mais do seu corpo –, o padrão era constituído por seios grandes e um corpo mais magro, um vestuário comum a essa época era os espartilhos muito justo. Outrossim, de acordo com Baker (2018), na década de 1920, a euforia pós-guerra e o empoderamento feminino, evidenciado pela conquista do direito ao voto, marcaram-na como uma década de mudanças, conforme a autora, no pós-guerra os espartilhos e vestidos longos deram lugar para vestidos mais curtos e menos justos. O padrão de beleza dos anos 20, representado pelas melindrosas, era constituído por corpos magros, não curvilíneos e os cabelos curtos, consoante a Petty (2021), como consequência do movimento flapper inicia-se a obsessão moderna com o peso e o corpo magro.

No entanto, entre as décadas de 1930 e 1940, período que ocorreu a Segunda Guerra Mundial e posteriormente a Grande Depressão, fez com que o padrão de beleza fosse novamente alterado, nessa fase as formas mais voluptuosas, mesmo sendo irreais para na época visto a crise econômica, voltam a voga, uma vez que, um corpo muito magro representaria a

pobreza e fome, ainda nesse período, devido à escassez de recursos o vestuário feminino adotou modelos mais neutros e discretos (Petty, 2021). Após o fim da Segunda Grande Guerra e do período de depressão econômica, o ideal de beleza foi, outra vez, alterado, segundo Brega (2020), nessa época os corpos perfeitos seriam representados por quadris largos, coxas grossas e busto grande, uma eximia representante desse padrão estético seria a atriz Marilyn Monroe. As décadas de 1960 e 1970, conhecidas como revolucionárias e atreladas aos movimentos feminista e hippie tiveram grande impacto no padrão de beleza feminino do período, a beleza estava relacionada a independência e juventude, além de ser representada por corpos extremamente magros e vestuários unissex.

Nos anos de 1980 começa a era das supermodelos, “O padrão de beleza feminino dessa época foi mais rígido: elas deveriam ser altas, magras, bronzeadas, com corpo mais definido e atlético, quadris pequenos e seios médios” (Brega, 2020, p.23). Já a década de 1990, segundo Petty (2021), foi o momento em que o ideal de beleza feminino estabelecido era o mais magro da história, esse período foi marcado pela democratização das cirurgias plásticas – principalmente o implante de silicone –, magreza excessiva e constante preocupação com o corpo. Brega (2020), afirma que é na década de 1990 que a boneca Barbie recebe maior popularidade e se torna símbolo da incessante busca pela perfeição e por corpos praticamente inalcançáveis. No fim dos anos 1990 e início dos anos 2000 o padrão de beleza não sofreu grandes alterações, a glamurização da extrema magreza continuou vigente, no entanto, foi introduzido no imaginário popular não apenas como estético, mas também como um corpo que seria mais saudável, uma forte representante desse padrão é a modelo brasileira Gisele Bündchen.

De acordo com Pellegrini (2017), a beleza na década de 2010 foi marcada por dois padrões estéticos que se contrapunham, o primeiro seria representado por corpos magros e longilíneos como na década anterior e o segundo teria como maior propagadora de padrões estéticos a socialite Kim Kardashian, com o corpo curvilíneo, seios fartos, barriga chapada e nádegas volumosas. Segundo Lourenço (2021), nos últimos dez anos houve um aumento de 141% nas cirurgias plásticas entre jovens de 13 a 18 anos, conforme a autora, boa parte desses procedimentos realizados são motivados pela insatisfação com a autoimagem, que por sua vez, é muito influenciada pelas redes sociais e os padrões estéticos estabelecidos pela sociedade e difundidos a partir dos meios de comunicação.

Conforme Anjos (2022), embora a beleza na década de 2010 fosse representada por corpos mais curvilíneos como o da Kim Kardashian, esse padrão ainda era, essencialmente magro. Contudo, há um sinal de modificação no padrão de beleza na década de 2020, retomando

o ideal de magreza dos anos 2000, para a autora, um forte indício disso é o fato de as irmãs Kardashians estarem fazendo reversão de suas cirurgias, apresentando corpos mais magros e com menos curvas, afim de se adequarem ao padrão estético da nova década. Para Anjos (2022), o retorno a moda dos anos 2000 não significa apenas a volta da estética de cores vibrantes, brilhos e cintura baixa, mas também o ressurgimento da glamourização da magreza. A autora ainda ressalta que, devido a eclosão e propagação das redes sociais nos últimos 20 anos, os padrões de beleza são difundidos com maior intensidade, a magreza sendo um acessório e, concomitante a isso, há a romantização dos transtornos alimentares. Consoante a Anjos (2022), o que foi vivenciado nos anos 2000 referente a ideias de corpo e beleza estão sendo retomados, com maior intensidade e propagação, a indústria da beleza vende o corpo magro como sinônimo de saúde e felicidade.

4 SOCIEDADE DE CONSUMO, MÍDIA E PADRÕES DE BELEZA

Na sociedade contemporânea, marcada pelo consumismo, o corpo passou a ocupar um papel central, fazendo com que as constantes preocupações dos indivíduos voltadas para a forma dos seus corpos e como eles são apresentadas sejam cada vez maiores (Figueiredo; Nascimento; Rodrigues, 2017). Conforme Sousa (2021), as sociedades contemporâneas são fortemente marcadas pelo consumismo desde a Revolução Industrial, onde foi vivenciada uma emergência pelo consumo e vender tornou-se a meta da produção. De acordo com Néspoli, Novaes e Rosa (2015), a sociedade ocidental vem funcionando sob a perspectiva do consumismo, onde os meios de comunicação propagam a ideia de que possuir determinado produto pode proporcionar a imediata realização de um sonho. De acordo com esse ponto de vista, pode-se associar o produto como sendo o padrão de beleza estabelecido pela sociedade que vem sendo vendido, fomentado e fortalecido pelos meios de comunicação e que promove a falsa sensação de que se ele for alcançado um sonho será realizado e assim a pessoa alcançará a felicidade instantânea.

Segundo Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017), na sociedade do consumo as mulheres são especialmente afetadas, uma vez que, são entendidas como objetos centrais de desejo e consumo nessa sociedade heteronormativa. Ainda segundo os autores, as mulheres

[...] sofrem pressões constantes de inúmeros discursos persuasivos para adequarem-se ao padrão hegemônico de beleza feminino. Seus corpos se tornam lócus de commodificação nos discursos que promovem os tratamentos corporais, as práticas de emagrecimento, as academias de ginástica e a cirurgia plástica [...] Na cultura de consumo, a mulher é estimulada a parecer eternamente jovem, magra e bonita. Ao disciplinar e manipular seu corpo, a mulher contemporânea se transforma e, dessa

forma, medeia a relação entre a uma identidade própria e uma identidade social imposta pela sociedade de consumo. (p. 68)

4.1 SOCIEDADE DE CONSUMO

Para Santos *et al.* (2019), a sociedade de consumo é caracterizada pelo desenvolvimento industrial, o excedente de demandas e os padrões de consumo massificados, ainda que a noção do mesmo já existisse, é a partir da Revolução Industrial que o modelo social industrial – centrado na produção – é substituído por uma sociedade que tem o consumo como centro da cultura e construção da subjetividade. Santos *et al.* (2019) afirmam que, a sociedade de consumo está intrinsecadamente ligada ao conceito de economia de mercado e capitalismo. De acordo com Zanirato e Rotondaro (2016), com o desenvolvimento da sociedade moderna ocidental surgiram novos valores e significações culturais que privilegiavam a individualidade e a novidade, para as autoras, a partir dessas novas formas de significações culturais houve a transformação das coisas do mundo moderno em produtos e, consequentemente, como esses produtos são consumidos.

Em concordância com Castro (2014), o consumo diz respeito a uma práxis cotidiana das várias camadas da sociedade, é uma prática social e cultural profundamente associada à subjetividade do sujeito e ao grupo social que pertence. Para a autora, ao consumir, o sujeito não está unicamente adquirindo e utilizando bens e serviços, ele está comunicando algo e criando relações, na cultura do consumo o indivíduo constrói sua identidade, cria suas identificações, reconhece seus pares e é reconhecido socialmente a partir do consumo. Segundo Bauman (2008), o consumismo surge como uma resposta quando o consumo passa a ter um papel-chave na sociedade, papel esse que antes era exercido pelo trabalho, o consumismo, para além de um excesso e desperdício econômico, é uma economia do engano, que prioriza a irracionalidade dos consumidores, estimulando emoções consumistas e não racionais.

A sociedade de consumidores, conforme Bauman (2008), evidência o consumo como um dos pilares centrais da existência contemporânea. Na busca incessante de adquirir mais e mais, muitos indivíduos se encontram presos em um ciclo vicioso, em que a satisfação momentânea proporcionada pelas compras é seguida de um vazio profundo. O consumismo, ao cultivar a busca por identidade e felicidade por meio da aquisição de materiais, tem um impacto significativo na saúde mental, visto que, a pressão para manter um padrão de vida que muitas vezes é inatingível leva ao estresse, à competição desenfreada e ao isolamento social. A cultura de consumo constante tende a minar a saúde mental, criando uma sociedade onde a sensação de insuficiência e alienação é cada vez mais predominante.

Conforme Santos *et al.* (2019), as peças publicitárias tornam-se importantes impulsionadoras da sociedade de consumo, uma vez que, passam a difundir a necessidade de consumir bens e serviços muitas vezes supérfluos, a publicidade constantemente cria e recria a insatisfação nos sujeitos. Para Bauman (2008, p. 64), “A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles).” Há dois modos de atingir essa insatisfação na sociedade do consumo e, conseqüentemente, expandir o consumismo, o primeiro modo seria desvalorizar os produtos de consumo logo após terem surgido como desejo dos consumidores, já o outro meio, que se mostra mais efetivo, é suprir todas as necessidades e desejos de maneira que eles originem novas necessidades e desejos (Bauman, 2008).

Consoante a Bauman (2008, p. 71), a sociedade de consumidores é uma sociedade que “[...] promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativa.” É uma sociedade em que a única escolha aprovada de forma incondicional é adaptar-se aos preceitos da cultura de consumo, segundo Bauman (2008), na sociedade de consumo os indivíduos precisam ser consumidores por vocação, independente de suas idades, gêneros ou classes sociais. O consumo é um investimento que serve para impulsionar o valor social e a autoestima do sujeito, na sociedade de consumidores ele tem como finalidade essencial alterar a condição de consumidores para mercadorias comerciáveis, os membros dessa sociedade são as próprias mercadorias de consumo, e é a característica de ser produto de consumo que o torna legítimo dessa sociedade (Bauman, 2008). Outrossim, Castro (2014) afirma que, cada ato de consumo é, também, um ato de comunicação, uma vez que, atualmente as práticas de consumo excedem o prisma material, dado que, o que é comunicado torna-se simbólico, representando um estilo de vida e um modo de ser e agir.

4. 2 PADRÕES DE BELEZA CONSTITUIDOS A PARTIR DA MÍDIA E DO CONSUMO

Na sociedade contemporânea que privilegia a individualidade, a corporeidade passou a ocupar um papel central na vida dos indivíduos, diante disso, Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017), afirmam que um fato que evidencia a centralidade do corpo é a constante busca dos sujeitos para adequarem-se a um padrão estético hegemônico, eles nomeiam esse fenômeno moderno de “culto ao corpo”. Conforme os autores, o culto ao corpo está intimamente ligado à modernidade e a construção de identidades individuais e coletivas na pós-modernidade, que por sua vez, são múltiplas, mutáveis e fragmentadas. De acordo com

Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017), a criação de identidades é um dos principais focos do fenômeno contemporâneo da reflexibilidade, visto que, na pós-modernidade os indivíduos tornaram-se seres reflexivos, que examinam cada movimento seu e do outro e, raramente se sentem satisfeitos com o que vêem.

Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017) reiteram que a imprensa se consolida como um espaço de informações relacionadas ao culto ao corpo e corporeidade, em concordância com os autores, as revistas femininas, por exemplo, são intermediárias entre a mídia e a sociedade, os conteúdos expostos nelas se constituem enquanto elo entre as tendências, os valores e os padrões sociais inerentes ao corpo, além de apresentarem necessidades consumo dos produtos a serem mercantilizados. De acordo com os autores supracitados, a mídia e a indústria da beleza são constituintes do fenômeno do culto ao corpo, a mídia atua trazendo a temática à luz do público, mantendo-a presente na vida cotidiana, ditando e incorporando tendências, enquanto isso, a indústria da beleza é responsável por materializar essas tendências de comportamento em objetos e produtos de consumo.

Segundo Pinto (2019), a beleza feminina, antes retratada pelos poetas e artistas passa a ser apresentada por revistas femininas que, por sua vez, promovem uma espécie de vigilância sobre o corpo feminino. Essa modalidade de imprensa, especialmente voltada para as mulheres, passou a agir como reguladora da estética feminina, impulsionando várias recomendações quanto aos aspectos físicos e comportamentais que uma mulher deveria seguir. Para Pinto (2019), ao estimular o embelezamento feminino, incentiva-se o consumo de beleza e, conseqüentemente, torna o corpo um objeto de consumo. Conforme a autora, a mídia promove a individualidade e uma suposta valorização da identidade, entretanto, ela acaba por desempenhar um poder de normatização dos corpos.

Para Moreira (2020), as mudanças sociais e tecnológicas na contemporaneidade contribuíram para a transformação da relação que os indivíduos têm com seu corpo, tornando-o destaque e o colocando como centro das discussões e problematizações atuais. “Nesse cenário, o corpo tornou-se alvo de discursos que o envolvem, transformando-o em um ideal a ser alcançado, um sonho a ser materializado por uma silhueta milimetricamente modelada” (Moreira, 2020, p. 145). A autora ressalta que o discurso midiático age através de relações de poder de uma instituição que retem significativa força política e econômica, ademais, as mídias sociais modificaram as formas de disseminação dos conteúdos midiáticos, como eles são consumidos e compartilhados, possibilitando que as informações sejam transmitidas de maneira mais intensa e veloz, desse modo, as ideias midiáticas são propagadas com maior abundância

e eficazmente difundidos na sociedade, um exemplo disso é o culto ao corpo perfeito e a ideia de que um corpo que condiz com os padrões de beleza é belo, saudável e possui vitalidade.

De acordo com Brunelli, Amaral e Silva (2019), as grandes mídias geram uma constante busca pela satisfação das necessidades, sendo elas, muitas vezes, construídas pela própria mídia, ademais, a incessante procura pelo prazer é parte crucial do consumo na indústria cultural, transformando o prazer individual em um bem simbólico do capital. Consoante a Moreira (2020), as mídias sociais e tecnologias digitais evoluíram, tornando a propagação de informações mais intensa por meio de diferentes canais de transmissão, diante disso, as redes sociais se apresentam como meios diretos de disseminação de discursos que, ao divulgar um padrão de beleza a ser seguido, muitas vezes, gera insatisfação em quem não atende aos prerequisites estabelecidos por elas.

Em concordância com Campos, Faria e Sartori (2019), como referido no primeiro tópico, o corpo feminino, independente do momento histórico, sempre foi associado a um padrão de beleza, no entanto, na contemporaneidade, além da imposição de ideias a serem seguidos, a preocupação com a beleza tornou-se responsabilidade de todas as mulheres e, caso elas fracassem em alcançar essa beleza preestabelecida, o fracasso é entendido como uma incapacidade individual e não como um conjunto de fatores sociais, culturais e orgânicos que as impossibilitam de alcançar esse ideal. Campos, Faria e Sartori (2019) ratificam que, no século XXI o corpo da mulher é marcado pelo erotismo, pela sexualização e a beleza, ocupando lugar de objeto de desejo sexual masculino, além disso, a ascensão e popularização das redes sociais contribuem para a intensificação da disseminação de discursos midiáticos que promovem a padronização dos corpos femininos. Para Pinto *et al.* (2020), as mídias sociais exercem significativa pressão social afim de convencer as mulheres a desejarem um ideal de beleza corporal, além de passar a falsa ideia de que todas podem alcançar esse objetivo, as autoras ainda evidenciam o fato de que a pressão estética é consideravelmente maior quando voltada para as mulheres, dado que, na sociedade atual, essencialmente patriarcal e sexista, são constantemente promovidos discursos que buscam normatizar o corpo feminino, definindo que ele deve ser magro e delicado.

Conforme Silva, Japur e Penaforte (2020), a imagem corporal é estabelecida como a imagem do corpo que o sujeito constrói em sua mente a partir de percepções, sentimentos e pensamentos relacionados a ele, tendo os aspectos sociais como os mais relevantes na construção dessa imagem, visto as influências dos valores estéticos atribuídos ao corpo na atualidade. Outrossim, a insatisfação com a imagem corporal é entendida como uma análise negativa que o indivíduo faz do próprio corpo, resultante de uma incompatibilidade entre o

corpo que possui e o que é considerado atualmente como o corpo ideal. Posto isso, as autoras ressaltam que as mídias de comunicação em massa, especialmente as redes sociais, têm importante papel na divulgação de imagens de corpos idealizados, geralmente magros e, muitas vezes inalcançáveis, contribuindo, desse modo, com a propagação da insatisfação com a imagem corporal.

5 IDEIAS DE BELEZA E ADOECIMENTO PSÍQUICO

Pinheiro e Figueredo (2012) evidenciam que a modernidade conduz o sujeito para uma busca incessante por algo que possa suprir ideias de satisfação e segurança, ideais esses que são fabricados socialmente, assim como a percepção de si e a satisfação consigo mesmo. Para as autoras, embora o conceito de beleza seja uma construção social e cultural que sofreu diversas modificações durante o percurso histórico, é notável que na contemporaneidade há a existência de um dever moral de a mulher apresentar uma beleza considerada padrão para que sua identidade e feminilidade sejam aceitas. Em concordância com Pinheiro e Figueredo (2012) pode-se inferir que, a sociedade de consumo forja a necessidade de diferenciação entre os indivíduos e a massificação dessas diferenças, desse modo, o ideal de beleza, especialmente o feminino, passa a ser lapidado, inicialmente, por manuais das revistas, programas de TV, cinema e, mais recentemente, pelas mídias sociais, sobretudo, em redes sociais como Instagram, Snapchat, Twitter e Facebook.

De acordo com Pinheiro e Figueredo (2012),

No final dos anos 1990, com a chamada globalização, a cultura capitalista contemporânea padronizou, na mídia em geral, uma forma corporal de legitimação social considerada bela e digna. As mulheres devem ser preferencialmente brancas, longilíneas, definidas, de cabelos lisos, pele bem tratada e com aparência jovem. Esse modelo de beleza costuma ser o majoritariamente veiculado com admiração na mídia e, em suas mensagens, é associado à ideia de felicidade, saúde, potência em geral, isto é, sucesso social, profissional e amoroso. (p. 124 e 125)

Considerando as autoras supracitadas, a constante exposição a exigências socialmente impostas quanto aos ideais de beleza podem gerar nas mulheres uma série de instabilidades emocionais como, por exemplo, o estresse, além de desequilíbrios relacionados a autoestima e autoaceitação, potencialmente ocasionando Transtornos Alimentares como a Anorexia Nervosa e a Bulimia Nervosa, além de contribuir para o consumo excessivo de intervenções cirúrgicas e estéticas. Pinto *et al.* (2020) reiteram que, ter um corpo dentro dos padrões de beleza representa, na sociedade atual, domínio sobre seu corpo e destino, enquanto isso, corpos que fujam a esse padrão são considerados doentes e fracassados.

Segundo Andrade, Gonçalves e Bretas (2014), as imposições sociais quanto a obtenção de um corpo perfeito favorece o aumento de Transtornos Alimentares que, de acordo com a American Psychiatric Association – APA (2023), são definidos como uma perturbação constante na alimentação ou no comportamento relacionado a mesma que tem como resultado o consumo ou absorção alterada de alimentos e que compromete substancialmente a saúde física ou o funcionamento psicossocial do indivíduo. Destaca-se aqui, três Transtornos Alimentares que, para Andrade, Gonçalves e Bretas (2014) são desenvolvidos com maior frequência na atualidade, são eles a Anorexia Nervosa, a Bulimia Nervosa e o Transtorno de Compulsão Alimentar.

A Anorexia Nervosa é caracterizada pela restrição persistente de ingerir calorias, fazendo com que o sujeito atinja um peso corporal muito abaixo do ideal quando considerado a idade, o gênero, o desenvolvimento e a saúde física; medo intenso de engordar, ocorrendo comportamentos insistentes que interferem no ganho de peso; e disfunção na maneira como seu peso e corpo são vistos e vivenciados, geralmente, pode haver o não reconhecimento da gravidade do baixo peso corporal atual (APA, 2023). A Bulimia Nervosa é identificada quando ocorrem recorrentes episódios de compulsão alimentar; seguidos de comportamentos compensatórios inapropriados que visam impossibilitar o ganho de peso, tais como vômito induzido, uso indevido de laxantes, exercícios em excesso e jejum; além de a autoavaliação ser imbuída, indevidamente, a partir da forma e peso corporal (APA, 2023). Por fim, o Transtorno de Compulsão Alimentar, conforme a APA (2023), é caracterizado, essencialmente, por episódios recorrentes de compulsão alimentar, que são entendidos como a ingestão de alimentos em quantidades superiores a que pessoas que não estão passando por esse episódio de compulsão ingeririam em tempo e circunstâncias semelhantes, ademais, nesses episódios há a sensação de falta de controle sobre a ingestão dos alimentos.

Ribeiro (2022) afirma que, a supervalorização do corpo, particularmente o corpo padrão estabelecido pela sociedade vigente, é um fator de risco intimamente ligado ao desenvolvimento de transtornos alimentares; além do Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), um distúrbio que faz parte do Transtorno Obsessivo Compulsivo, onde o sujeito que o possui se preocupa com defeitos ou falhas em sua aparência física, que acredita parecer fora do normal, contudo, esses defeitos não são percebido por terceiros, o indivíduo pode apresentar comportamentos repetitivos como, por exemplo, verificar-se no espelho constantemente e beliscar-se afim de se tranquilizar, ou atos mentais como se comparar com outras pessoas, tudo isso em resposta às preocupações com a aparência física (APA, 2023); além do possível desenvolvimento de demais transtornos como depressão, ansiedade, etc.

Conforme Silva, Japur e Penaforte (2020), a insatisfação corporal, significativamente influenciada pelas mídias sociais, corrobora para que as pessoas busquem, de maneira desenfreada, alcançar um corpo magro, dado que, é o mais valorizado pela sociedade e o que retem significação de mais belo e saudável pela mesma. Por conseguinte, a constante insatisfação com a imagem corporal e a busca por um padrão de beleza quase inalcançável, impactam no desenvolvimento de transtornos alimentares, TDC, depressão, ansiedade, transtornos de humor e a contínua sensação de fracasso.

Para Néspoli, Novaes e Rosa (2015), o corpo nunca foi tão regulado como está sendo no momento presente, as autoras estimam que atualmente a saúde é composta por um padrão estético que privilegia a estetização e medicalização da vida, posto isso, o cuidado consigo, para além da saúde, está relacionada com a beleza e a forma física. Considerando Nogueira e Albuquerque (2021), as preocupações com a aparência física e o descontentamento com o corpo podem repercutir na saúde física e mental, no que se refere a saúde mental de jovens alusiva a supervalorização do corpo idealizado, é possível perceber a presença de uma violência psicológica velada, proveniente dos grupos sociais, que vincula-se com o surgimento da insatisfação com a própria aparência, as autoras ainda salientam para a dificuldade de acesso a políticas de promoção e prevenção em saúde mental.

Conforme Moreno (2016), a produção da beleza idealizada é absoluta, ela abrange desde as roupas, até os cabelos, os acessórios, o cheiro, a forma de andar, os valores, os comportamentos e os modelos de felicidade que devem ser seguidos pelas mulheres, de acordo com a autora, o resultado dessa lógica perversa é uma geração de mulheres infelizes e com baixa autoestima. Segundo Leite (2019), a autoestima pode ser um importante fator de proteção e minimização da incidência de sintomas de ansiedade e depressão, além de ser significativamente importante na manutenção da saúde, em contra partida, a baixa autoestima pode estar relacionada ao desenvolvimento de transtornos mentais, além de ser considerada fator de risco e predisposição para surgimento de sintomas ansiosos e depressivos. Considerando Gonçalves *et al.* (2020), mulheres e adolescentes são os públicos mais passíveis a cederem às exigências propagadas pelas mídias sociais, que difundem um padrão de beleza praticamente inalcançável e que não condiz com o biotipo da população geral, diante disso, pode-se inferir que, a insatisfação corporal, a baixa autoestima e a constante pressão estética podem contribuir para o processo de adoecimento físico e psíquico das pessoas, em especial das mulheres, visto que, a maior pressão é exercida sob elas.

6 BODY POSITIVE E DIVERSIDADE CORPORAL

Com o advento da internet e do movimento feminista interseccional mulheres diversas – negras, gordas, LGBTQIAPN+, novas, mais velhas, com religiosidades diferentes, de comunidades, com deficiência, de distintas regiões – puderam se identificar e unir-se em uma luta, discutindo pautas comuns a todas elas. Diante disso, debates quanto aos padrões de beleza ganharam espaço, viabilizando avanços sobre a temática e a maior aceitação da diversidade de corpos (Brega, 2020). Outro impulsionador dessas transformações sociais na atualidade é o movimento *body positive* que, segundo Souza (2019), teve início no fim da década de 1990, idealizado por Connie Sobczak e Elizabeth Scott, o *body positive* foi forjado a partir do *fat liberation movement* (movimento da liberação gorda) e o *fat acceptance movement* (movimento da aceitação gorda), apesar dessa influência, o movimento *body positive* tem focado primordialmente na positividade corporal, não apenas no corpo gordo. Dessarte, a autora define o termo *body positive* como:

[...] qualquer mensagem (visual ou textual), que desafia o modo dominante de visão corporal e padrões de beleza ideal e que encoraja o autocontrole da própria imagem de cada indivíduo. Assim, o *body positive* enquadra todo indivíduo ou ações que denunciam as influências sociais para construções do corpo ideal, e promove aceitação e amor por corpos de qualquer tamanho, forma ou aparência; (Souza, 2019, p. 26)

Mesmo datando do fim dos anos de 1990, o movimento ganhou notoriedade nos últimos anos devido as redes sociais, tornando-se um movimento social digital, a positividade corporal vem exaltando todos os tipos de corpos e as pluralidades presentes neles, especialmente aqueles que fogem dos padrões estéticos atualmente estabelecidos. Para Brega (2020), os ideais de beleza estão, mais uma vez, se adequando à nova realidade social, sendo modificado aos poucos e, tendo como responsável por isso movimentos sociais, tais como o movimento feminista e o *body positive*, que graças à internet, faz com o que a discussão acerca do tema esteja cada dia mais presente no cotidiano das pessoas, proporcionando o debate e, conseqüentemente, avanços quanto a essa pauta.

Quanto aos padrões estéticos estabelecidos na atualidade Brega (2020) afirma que,

Embora ainda exista um longo caminho a ser percorrido, a sociedade atravessa um período de mudanças. Tanto é que a mídia, as campanhas publicitárias, as marcas, revistas, a moda, o mercado de beleza e os demais responsáveis pela construção de um ideal de beleza feminina começaram a incluir mais diversidade e representatividade em sua comunicação. (p. 27)

Pode-se atribuir essas mudanças a um longo processo de transformações sociais e culturais que vêm acontecendo no mundo contemporâneo, essas mudanças, conforme Brega (2020), são mediante ao comportamento e pensamento crítico acerca dos padrões de beleza e a

importância da representatividade e da diversidade de corpos, além do adoecimento psíquico em torno do assunto. Outrossim, a autora ainda ressalta a significativa relevância da popularização de conceitos como interseccionalidade e pluralidade feminina, além do impulso que o surgimento das redes sociais deram ao movimento feminista, permitindo que as mulheres passassem a conhecer melhor as pautas do movimento, articularem-se e lutarem por mudanças efetivas na sociedade contemporânea.

Consoante a Nechar (2018), é percebido na atualidade, uma visibilidade na discussão acerca da inclusão do corpo gordo na sociedade por meio do discurso de pessoas gordas que estão se fortalecendo o opondo-se a hegemonia social que considera o corpo fora dos padrões como sendo imperfeito e que requer mudanças. De acordo com Sarturi e Cerqueira (2017), os blogs de moda, que emergiram como um espaço democrático para analisar, comentar e divulgar moda e ganharam notoriedade e credibilidade na era digital, são fomentadores de transmissão e afirmação de modelos de beleza, diante disso, os blogs de moda plus size são considerados pela autora como instrumentos de valorização da diversidade corporal e de resistência perante os padrões de beleza dominantes na sociedade contemporânea. Ademais, Nechar (2018) afirma que, a arte está sempre presente na busca de desconstruir padrões sociais e são fontes inesgotáveis de manifestações políticas em prol da diversidade corporal, segundo a autora, nas artes plásticas, antigas e contemporâneas, muitas artistas procuram enaltecer o que é pouco visto na mídia atual, o corpo fora do padrão.

Conforme Rangel (2017), movimentos sociais como o feminismo, considerando o patriarcado e as opressões desse sistema sob as mulheres, passaram a questionar os padrões de beleza impostos ao corpo feminino e, diante disso, impulsionaram discussões sobre as opressões que mulheres gordas sofrem na sociedade contemporânea em que o culto ao corpo magro está vigente. De acordo com pesquisa realizada pela Unilever em 2021, em nove países e com cerca de 10 mil pessoas, 56% dos entrevistados consideram que a indústria da beleza pode fazer com que as pessoas se sintam excluídas, ademais, 74% desses entrevistados afirmam que gostariam que a indústria da beleza focasse em fazer as pessoas se sentirem melhor, não só parecerem melhor. Diante disso, Cabral (2022) afirma que, percebendo a demanda para que haja modificações no que é entendido enquanto “belo” e “normal” as marcas começaram a investir em diversidades afim de alcançar esses públicos. Posto isso, visto a influência dos meios de comunicação e das campanhas publicitárias na construção dos padrões de beleza, nota-se a gradual, porém, ainda tímida, transformação dos padrões estéticos, além da desestigmatização de corpos que não seguem os ideais impostos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os padrões estéticos assumiram diversas formas ao longo da história da humanidade, contudo, o que é comum a todos eles, é a pressão exercida sob as mulheres para que os sigam à risca. Na modernidade, há a divulgação dos padrões estéticos através dos meios de comunicação, que passaram a ditar, para além do tipo de corpo a ser seguido, também a forma como as mulheres deveriam se comportar. Na contemporaneidade, marcada pelo consumismo, o corpo passa a ter papel primordial na vida dos indivíduos, tornando-se uma constante preocupação em torno da sua forma e como é percebido na sociedade, visto que, o corpo padrão passou a ser veiculado como um produto. As redes sociais e a mídia assumiram significativa responsabilidade quanto a propagação dos padrões de beleza, impulsionando a valorização de um corpo excessivamente magro e com poucas curvas, posto isso, é notável o aumento de cirurgias plásticas, dietas, tratamentos corporais e práticas de emagrecimento que visam atingir o padrão de beleza imposto pela sociedade e largamente difundido pelos meios de comunicação. Diante disso, também é possível observar o aumento significativo da insatisfação com a imagem corporal, o desenvolvimento de Transtornos Alimentares, tais como Anorexia Nervosa e Bulimia Nervosa, além de outros distúrbios como Transtorno Dismórfico Corporal, depressão e ansiedade.

Tendo em vista o advento e popularização da internet, movimentos sociais como o feminismo, atrelado às redes sociais, permitiu que mulheres de diversas interseccionalidades pudessem entrar em contato, se identificar e unir-se em suas lutas, proporcionando debates quanto as pautas em comum a todas elas, consequentemente, discussões que questionam os padrões de beleza e a pressão estética impostos sob as mulheres passaram a ganhar espaço, possibilitando avanços significativos sobre o tema. O *body positive* é outro movimento social, primordialmente digital, que assim como o feminismo, contribuiu para o surgimento dessas discussões, ganhou notoriedade nas redes sociais exaltando a pluralidade de corpos e a positividade corporal, trazendo esse debate para o cotidiano das pessoas e permitindo avanços sobre a pauta. A partir das lutas desses movimentos é possível perceber uma gradual transformação nos construtos sociais e culturais na contemporaneidade, além do reconhecimento da pluralidade de corpos e da valorização da diversidade dos mesmos, que vêm ganhando força e contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade crítica quanto a temática. Entretanto, é válido ressaltar que essas transformações acontecem lenta e paulatinamente, visto que, é possível identificar na atualidade como os padrões de beleza ainda estão em voga, além do constante incentivo, por parte da indústria da beleza e das mídias, para

alcança-los através de procedimentos estéticos, dietas milagrosas e práticas de emagrecimento que, em sua maioria, são inacessíveis para a população em geral.

Destacam-se diversos elementos sociais que exercem influência significativa na contemporaneidade, como a incessante pressão estética, a busca desenfreada pelo corpo considerado ideal e a prevalência da magreza extrema como símbolo máximo de beleza. Paralelamente, aspectos psicológicos como a insatisfação corporal e a objetificação do corpo de terceiros emergem como fatores cruciais, amplamente reconhecidos como desencadeadores de Transtornos Alimentares e outros distúrbios psíquicos. Nesse contexto, torna-se evidente a relevância crucial da psicologia no tratamento dessas afecções psíquicas, ela desempenha um papel fundamental na promoção e prevenção da saúde mental, capacitando a concepção e implementação de intervenções direcionadas à redução ou eliminação de fatores de risco. Isso não visa apenas prevenir a progressão de estágios iniciais dos transtornos, mas também, quando já estão instalados, busca mitigar seus impactos, promovendo melhorias substanciais na saúde e no bem-estar dos indivíduos. Sua influência se estende de maneira expressiva à promoção de saúde mental, destacando-se na criação de um ambiente propício ao cultivo de autocompaixão, autoestima e ao fomento do bem-estar psicológico, dado que, a manutenção de níveis elevados desses construtos se revela como uma estratégia efetiva de fortalecimento da resiliência psíquica, além de emergir como um fator predominante na prevenção de adoecimentos mentais.

Diante do exposto, é incontestável que os padrões de beleza exercem uma influência marcante na sociedade contemporânea, promovendo pressões estéticas que resultam em inúmeros desafios para a saúde mental e o bem-estar psicológico. Embora movimentos sociais como o *femismo* e o *body positive* tenham conquistado espaço nas redes sociais, promovendo debates e contribuições para a desconstrução dos padrões de beleza nocivos, essa transformação ainda se mostra tímida quando comparada a propagação dos padrões estéticos. Nesse contexto, destaca-se a necessidade permanente de mais pesquisas e estudos que abordem a complexidade dessas questões, proporcionando insights valiosos para futuros trabalhos. A compreensão dos fatores psicossociais envolvidos nos ideais de beleza e sua influência na saúde mental é essencial para desenvolver estratégias eficazes de prevenção e intervenções.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION - APA. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais**: DSM-5-TR. Porto Alegre: Artmed, 2023.

ANDRADE, Nara Saade de; GONÇALVES, Charlisson Mendes; BRETRAS, Stela Maris. Padrões Estéticos e Transtornos Alimentares. **Psicologia.Pt**, Minas Gerais, p. 1-5, jul. 2014.

ANJOS, Ana Paula Abreu dos. **Padrão de beleza e a volta da moda dos anos 2000**. 2022. Disponível em: <https://encenasaudemental.com/comportamento/insight/padrao-de-beleza-e-a-volta-da-moda-dos-anos-2000/>. Acesso em: 10 out. 2023.

ARAUJO, Denise Castilhos de; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, [S.L.], v. 35, n. 3, p. 717-739, set. 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/s0101-32892013000300014>.

BAKER, Lindsay. **Como a era do jazz mudou para sempre a forma como nos vestimos**. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-cul-43089701>. Acesso em: 20 set. 2023.

BASTIAN, Flávia Castelan. **Os padrões de beleza e seus efeitos sobre autoimagem, autoestima e imagem corporal**. Orientador: Quele de Souza Gomes. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Superior), Florianópolis, 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, 199 p.

BRANDES, Aline Zendonadi.; SOUZA, Patrícia de Mello. Corpo e Moda pela Perspectiva do Contemporâneo. **Projetica**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 119–129, 2012. DOI: 10.5433/2236-2207.2012v3n1p119. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/12270>.

BREGA, Giovana. **A transformação dos padrões estéticos do feminino no mercado de beleza: uma análise da campanha Natura #SouMaisQueUmRótulo**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/directbitstream/b93d2eea-b930-43ca-8415-84de3d180708/tc4404-giovana-brega-transformacao.pdf>.

BRITO, Gabriela. **Padrão de beleza: um olhar colonizado sobre corpos femininos. um olhar colonizado sobre corpos femininos**. 2020. Disponível em: <https://medium.com/revista-brado/mulheres-padr%C3%A3o-de-beleza-um-olhar-colonizado-sobre-corpos-femininos-a696957a4288>. Acesso em: 06 jun. 2023.

BRUNELLI, Priscila Barbosa; AMARAL, Shirlena Campos de Souza; SILVA, Pauline Aparecida Ildefonso Ferreira da. Autoestima Alimentada por "likes": uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. **Philologus**, Campos dos Goytacazes, 2019.

CABRAL, Ailim. **O que é belo para você? Cresce a valorização da beleza diversa**. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/revista-do-correio/2022/03/4993529-o-que-e-belo-para-voce-cresce-a-valorizacao-da-beleza-diversa.html>. Acesso em: 13 nov. 2023.

CAMPOS, Gabriela Rocha; FARIA, Hila Martins Campos; SARTORI, Isabela Duarte. Cultura da Estética: o impacto do instagram na subjetividade feminina. **Cadernos de Psicologia**, Juiz de Fora, v. 1, n. 2, p. 310-334, ago./dez. 2019.

CASTRO, Gisela Garcia da Silva. Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado. **PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura**, n. 6, p. 58-71, 1 abr. 2014.

CONCECIO, Jucimara Murici; SILVA, Laurena de Almeida. **Os padrões de beleza e o impacto na saúde mental das mulheres na atualidade: um estudo com discentes de psicologia**. Orientador: Katriny Cescon Elias. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Superior), São Mateus - ES, 2022.

FERNANDES, Euclécio Alves. A EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO IMPACTADA PELA TECNOLOGIA. **Ideias e Inovação - Lato Sensu**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 93–102, 2016. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/2973>. Acesso em: 12 out. 2023.

FIGUEIREDO, Débora de Carvalho; NASCIMENTO, Fábio Santiago; RODRIGUES, Maria Eduarda. Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras*. **Linguagem em (Dis)Curso**, [S.L.], v. 17, n. 1, p. 67-88, abr. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-170104-2916>.

GONÇALVES, Francisca Tatiana Dourado; MENEGON, Valdenia Guimarães e Silva; OLIVEIRA, Mychelle Maria Santos de; SILVA, Rodrigo Rodrigues; CARNEIRO, Murilo Simões; LEMOS, Ana Valéria Lopes; GUIMARÃES, Lucas Dannilo Aragão; ARAUJO, Zaira Arthemisa Mesquita; CONCEIÇÃO, Pedro Wilson Ramos da; SILVEIRA, Carlos Alberto Sousa. Imagem corporal feminina e os efeitos sobre a saúde mental: uma revisão bibliográfica sobre a intersecção entre gênero, raça e classe. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, [S.L.], n. 39, p. 1-8, 31 jan. 2020. Revista Eletronica Acervo Saude. <http://dx.doi.org/10.25248/reas.e2194.2020>.

LEITE, Gabriela de Queiroz Cerqueira. **Psicodermatologia: autoestima e autoimagem na relação entre doenças de pele, ansiedade e depressão**. 2019. 123 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2019.

LOURENÇO, Tainá. **Cresce em mais de 140% o número de procedimentos estéticos em jovens**. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/>. Acesso em: 10 out. 2023.

MOREIRA, Marília Diógenes. A Construção Da Imagem Corporal Nas Redes Sociais: Padrões De Beleza E Discursos De Influenciadores Digitais. **PERcursos Linguísticos**, [S. l.], v. 10, n. 25, p. 144–162, 2020. DOI: 10.47456/pl.v10i25.30680. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/percursos/article/view/30680>. Acesso em: 20 out. 2023.

MORENO, Rachel. **A Beleza Impossível: mulher, mídia e consumo**. São Paulo: Ágora, 2016.

NECHAR, Patricia Assuf. Diversidade de Corpos: a ascensão do corpo gordo através das artes, redes sociais e o movimento plus size. **Intercom**, Joinville, p. 1-15, set. 2018.

NÉSPOLI, Natália Salviato; NOVAES, Joana de Vilhena; ROSA, Carlos Mendes. O corpo na cultura: obesidade como doença, biopolítica e normalização. **Desafios - Revista**

Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 149-168, 2015. Universidade Federal do Tocantins. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2359-3652.2015v1n2p149>.

NOGUEIRA, Marina Águila; ALBUQUERQUE, Paloma Pegolo de. Adolescência e saúde mental. **Psicologia Revista**, [S.L.], v. 30, n. 1, p. 76-101, 1 set. 2021. Pontifical Catholic University of Sao Paulo (PUC-SP). <http://dx.doi.org/10.23925/2594-3871.2021v30i1p76-101>.

NUNES, Ginete Cavalcante; NASCIMENTO, Maria Cristina Delmondes; ALENCAR, Maria Aparecida Carvalho de. Pesquisa científica: conceitos básicos. **Id On Line Revista de Psicologia**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 144, 28 fev. 2016. Lepidus Tecnologia. <http://dx.doi.org/10.14295/idonline.v10i1.390>.

PARRY, Roger. **A Ascensão da Mídia**: a história dos meios de comunicação de gilgamesh ao google. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 416 p.

PINHEIRO, Maria Cláudia Tardin.; FIGUEREDO, Patrícia da Motta Vieira. Padrões de beleza feminina e estresse. **Revista CADE**, [S. l.], v. 11, n. 1, 2012. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/cade/article/view/4909>. Acesso em: 3 nov. 2023.

PELLEGRINI, Luis. **Corpo de mulher. O ideal da beleza feminina nos últimos 100 anos**. 2017. Disponível em: <https://www.brasil247.com/oasis/corpo-de-mulher-o-ideal-da-beleza-feminina-nos-ultimos-100-anos>. Acesso em: 10 out. 2023.

PETTY, Amber. **How women's 'perfect' body types changed throughout history**. 2021. Disponível em: <https://www.thelist.com/44261/womens-perfect-body-types-changed-throughout-history/>. Acesso em: 18 set. 2023.

PINTO, Naiara Moura. **Corpos da Moda: mídia e padrão de beleza**. In: ENECULT. ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA. Salvador, 2019.

PINTO, Lorena Santos; POLLI, Gislei Mocelin; BASSO, Bruna Carolin; REZENDE, Caroline Ferreira da Costa; SILVA, Gessica Pereira Neves da; ALMEIDA, Letícia Lacerda de; ANTUNES, Maria Cristina. Representações Sociais da Beleza e da Saúde entre Mulheres com Obesidade. **Psicologia Argumento**, [S.L.], v. 38, n. 100, p. 290-315, 4 jun. 2020. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR. <http://dx.doi.org/10.7213/psicolargum.38.100.ao05>.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. **A Emergência do Ativismo Gordo no Brasil**. Florianópolis: Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13Th Women's Worlds Congress, 2017.

RIBEIRO, Maiara. **Transtornos Alimentares**: entenda como o padrão de beleza pode ser um fator de risco para anorexia e bulimia. 2022. Disponível em: <https://drauziovarella.uol.com.br/psiquiatria/transtornos-alimentares-entenda-como-o-padrao-de-beleza-pode-ser-um-fator-de-risco-para-anorexia-e-bulimia/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

RISO, Walter. **Apaixone-se por si memo**. São Paulo: Academia, 2012. 160 p.

SANTOS, Manoel Antônio dos; OLIVEIRA, Vitor Hugo de; PERES, Rodrigo Sanches; RISK, Eduardo Name; LEONIDAS, Carolina; OLIVEIRA-CARDOSO, Érika Arantes de. Corpo, saúde e sociedade de consumo: a construção social do corpo saudável. **Saúde e Sociedade**, [S.L.], v. 28, n. 3, p. 239-252, set. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-12902019170035>.

SARTURI, Letícia; CERQUEIRA, Carla. MULHERES, EMPODERAMENTO E AUTOESTIMA: a influência dos blogs de moda na identidade plus size. **Gênero & Direito**, [S.L.], v. 6, n. 1, p. 115-142, 30 nov. 2017. Portal de Periodicos UFPB. <http://dx.doi.org/10.22478/ufpb.2179-7137.2017v6n1.35626>.

SILVA, Ana Flávia de Sousa; JAPUR, Camila Cremonezi; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues de Oliveira. Repercussions of Social Networks on Their Users' Body Image: integrative review. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, [S.L.], v. 36, n. 1, p. 1-13, jan. 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/0102.3772e36510>.

SOUSA, Andressa Alves de. **Padrões estéticos hegemônicos, mídia, doenças da beleza e psicologia clínica na sociedade brasileira contemporânea**. 2021. 86 f. TCC (Graduação) - Curso de Psicologia, Centro Universitário de Brasília - Uniceub, Brasília, 2021.

SOUSA, Angélica Silva de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Laís Hilário. A Pesquisa Bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, [s. l.], v. 20, n. 43, p. 64-83, 08 mar. 2021.

SOUZA, Carolina Duó de. **Body Positive**: estudo de caso nas mídias digitais. 2019. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Especialização em Estética e Gestão da Moda, Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Universidade de, São Paulo, 2019.

UNILEVER. **Estamos dizendo não ao “normal” e sim à Beleza Positiva**. 2021. Disponível em: <https://www.unilever.com.br/news/2021/we-are-saying-no-to-normal-and-yes-to-positive-beauty/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

ZANIRATO, Sílvia Helena; ROTONDARO, Tatiana. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade. **Estudos Avançados**, [S.L.], v. 30, n. 88, p. 77-92, dez. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-40142016.30880007>.