



OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NA AUTOIMAGEM E SAÚDE MENTAL DAS MULHERES: REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA

ANA CLAUDIA SANTOS DA LUZ ¹

CATHARINA REIS COIMBRA OLIVEIRA²

FERNANDA RODRIGUES DOS SANTOS³

MARTHA VERÔNICA DA SILVA⁴

MÔNICA CAMPOS DOS ANJOS⁵

ORIENTADOR: DARCTON S. DE AGUIAR⁶

RESUMO

INTRODUÇÃO: A autoimagem é um conceito moldado por experiências e crenças, suscetíveis a influências internas e externas. As mídias sociais desempenham um papel significativo ao promover padrões de beleza inatingíveis, contribuindo para conflitos internos nas mulheres relacionados à sua aparência. **OBJETIVO:** Este artigo científico discute os impactos das mídias sociais na autoimagem e saúde mental das mulheres, considerando a influência do patriarcado e dos padrões de beleza irreais. **METODOLOGIA:** Para a pesquisa, foi realizada uma revisão bibliográfica que incluiu artigos abrangendo o período de 2010 a 2023. Utilizamos bases de dados como Pubmed, SciELO e CAPES como fontes primárias para a coleta de artigos. **RESULTADO:** O patriarcado historicamente impôs normas de beleza como ferramenta de opressão das mulheres; a indústria da beleza lucra ao criar e manter tais padrões, impactando negativamente na saúde mental das mulheres. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** destacam-se o impacto negativo das mídias sociais na saúde mental das mulheres e a importância de abordar essas questões em um contexto mais amplo de desigualdade de gênero e normas de beleza irreais.

PALAVRAS-CHAVES: autoimagem; autoestima; patriarcado; mídias sociais; beleza; saúde mental

¹ Graduanda em Enfermagem UNIFTC, Campus de Salvador. E-mail: anna.s.luz@gmail.com

² Graduanda em Fisioterapia UNIFTC, Campus de Salvador. E-mail: coimbracatharina1@gmail.com

³ Graduanda em Psicologia UNIFTC, Campus de Salvador. E-mail: rodrigues.santos16@ftc.edu.br

⁴ Graduanda em Psicologia UNIFTC, Campus de Salvador. E-mail: martha.silva1@ftc.edu.br

⁵ Graduando em Psicologia UNIFTC, Campus de Salvador. E-mail: monica.campos@ftc.edu.br

⁶ Docente do Centro Universitário UNIFTC, Campus de Salvador. E-mail: darcton.aguiar@ftc.edu.br

ABSTRACT

INTRODUCTION: Self-image is a concept shaped by experiences and beliefs, susceptible to internal and external influences. Social media plays a significant role in promoting unattainable beauty standards, contributing to internal conflicts in women related to their appearance. **OBJECTIVE:** This scientific article discusses the impacts of social media on women's self-image and mental health, considering the influence of patriarchy and unrealistic beauty standards. **METHODOLOGY:** For the research, a bibliographic review was carried out that included articles covering the period from 2010 to 2023. We used databases such as Pubmed, SciELO and CAPES as primary sources for collecting articles. **RESULT:** Patriarchy has historically imposed beauty standards as a tool to oppress women; the beauty industry profits by creating and maintaining such standards, negatively impacting women's mental health. **FINAL CONSIDERATIONS:** the negative impact of social media on women's mental health and the importance of addressing these issues in a broader context of gender inequality and unrealistic beauty norms are highlighted.

KEYWORDS: SELF IMAGE; SELF ESTEEM; PATRIARCHY; SOCIAL MEDIA; BEAUTY; MENTAL HEALTH

1 INTRODUÇÃO

A consciência de que nossa autoimagem não é geneticamente determinada, mas sim, um conceito adquirido e moldado por experiências e crenças, é essencial para compreender a complexa relação entre como o sujeito se vê e como ele é visto. Assim, a consciência é determinada pelo valor que o mesmo se atribui, um valor extremamente suscetível a influências tanto externas quanto internas; (Oliveira; Machado, 2021).

As mídias sociais alteraram significativamente a maneira como o ser humano interage e se expressa no mundo contemporâneo, e à medida que essas plataformas se tornaram parte integrante da sociedade, foram moldadas novas percepções sobre os indivíduos (Brown; Tiggemann, 2016).

Em uma pesquisa sobre autoimagem apresentada por adolescentes, Oliveira e Machado (2021) relatam que a percepção da imagem corporal reflete a relação do indivíduo com o ambiente, contribuindo para a construção de sua identidade na contemporaneidade, onde esta se configura através da imagem e do consumo. A influência da mídia na expressão de ideais estéticos e modos de vida impacta na formação de um padrão corporal no inconsciente do sujeito. A autocobrança vai além da busca por limites pessoais, desejos e objetivos, envolvendo a pressão para atender às expectativas sociais e suprir padrões estabelecidos. Os sujeitos, ao incorporarem o discurso midiático, validam e reproduzem ideais estéticos, levando ao consumo de produtos e serviços promovidos na mídia, resultando em frustração e sofrimento psíquico.

No contexto das mídias sociais, onde a exposição a padrões irreais de beleza é onipresente, a autoimagem e autoestima estão sujeitas a uma pressão constante. As influências externas fornecem parâmetros sobre como os outros nos percebem, muitas vezes projetando imagens de perfeição inatingível. Tais imagens são frequentemente associadas a corpos extremamente magros, uma norma imposta pela indústria da moda e da beleza. Desta forma, quando se comparam a essas imagens, as mulheres passam por um conflito interior; a realidade física delas, abarca uma diversidade de formas e imperfeições que são inerentes a todos os corpos, mas que são vistos como defeitos que precisam ser corrigidos ou extirpados,

resultando em perigos iminentes para a saúde da mulher que, em busca do corpo perfeito, arriscam suas vidas em dietas perigosas, uso de fármacos sem prescrição médica para emagrecer ou engordar, além de cirurgias plásticas para alcançar a perfeição idealizada; (Tiggemann; Slater, 2014).

Essa constante exposição a padrões de beleza inatingíveis e a pressão para a conformidade tem um impacto profundo na saúde mental das mulheres. Ansiedade, depressão, distúrbios alimentares e baixa autoestima são consequências comuns dessa busca incessante por um ideal de beleza. As mídias sociais exacerbam esses problemas, à medida que as mulheres comparam suas vidas e corpos com as imagens idealizadas que são constantemente exibidas. (Wolf, 2018).

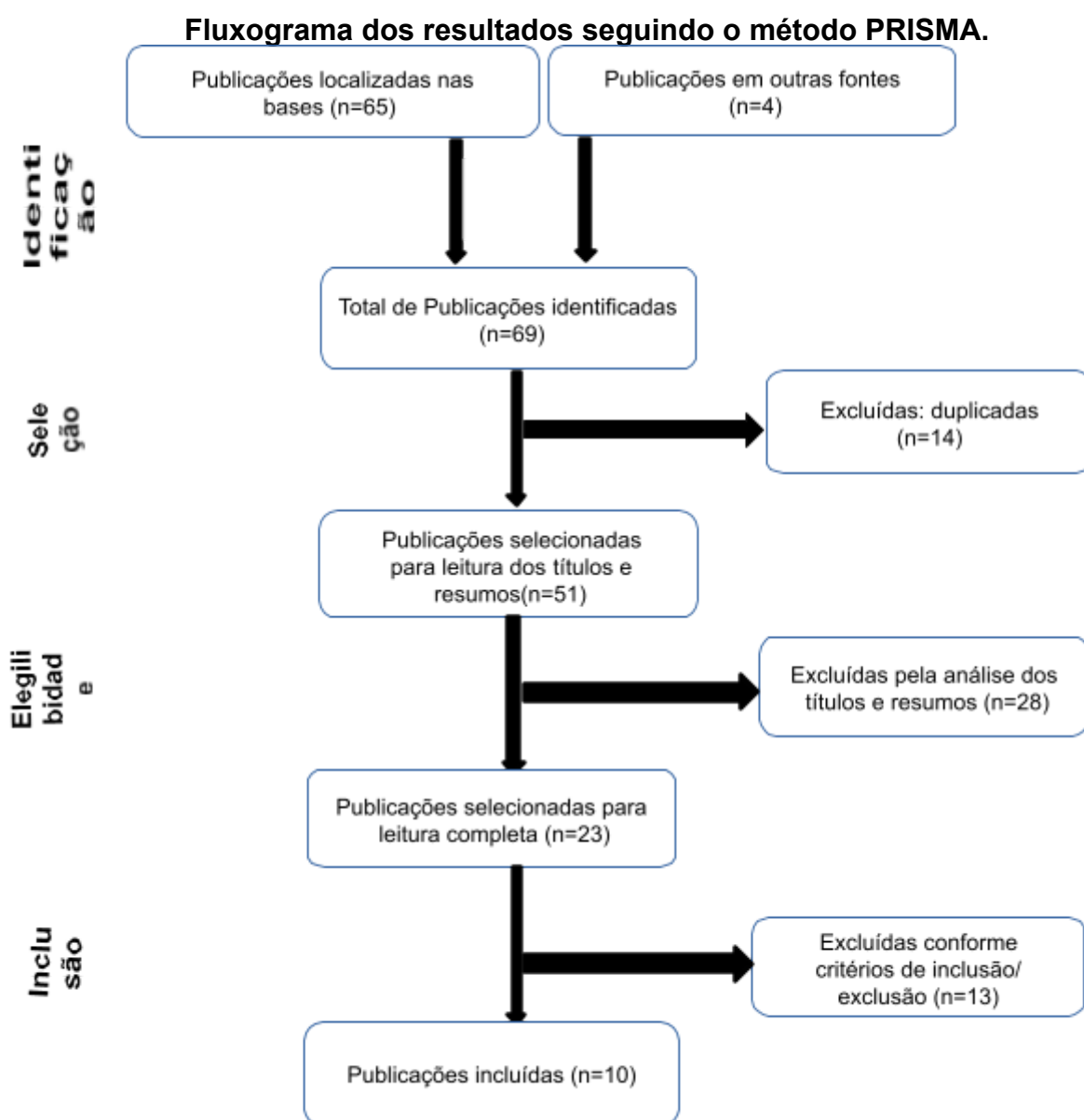
O objetivo deste estudo foi realizar um levantamento bibliográfico sobre os impactos das mídias sociais na autoimagem e saúde mental das mulheres. A pesquisa revelou que as mídias sociais têm impactos significativos na saúde mental das mulheres, levando a comparações prejudiciais; no entanto, este estudo, embora sugira a presença contínua do patriarcado, reconhece a necessidade de mais pesquisas, especialmente explorando variáveis adicionais como raça, etnia e classe social, e ressalta a ausência de artigos que comprovem que o patriarcado está por trás da engrenagem das mídias sociais que interferem e controlam a subjetividade das mulheres quanto a estética, padronizando a beleza como um ideal a ser alcançado.

2 METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão da literatura que inclui artigos no período de 2010 a 2023. Bases de dados, como PubMed, CAPES e SciELO como fontes primárias para a busca de artigos. Os princípios de seleção incluíram artigos publicados e disponíveis integralmente em bases de dados científicas ou em versões impressas, e foram incluídos artigos entre 2010 a 2023, em português ou inglês que abordam os impactos das mídias sociais na autoimagem e saúde mental das mulheres. Para a busca foram utilizados descritores em português e inglês. Desta forma, foi realizado o cruzamento dos termos “mídias sociais” (social media) and “autoimagem” (self image); and “patriarcado” (patriarchate) and “beleza” (beauty) and “mulher” (woman) and “saúde mental” (mental health). Assim também, outros descritores que se relacionam com o tema foram utilizados, sendo eles: “rede social” (social networking); “insatisfação corporal” (body dissatisfaction). Os termos utilizados apareceram nos seguintes campos de busca: título, resumo, assunto e palavra-chave. Foram excluídas teses, dissertações, artigos que não discutam temas acerca dos impactos das redes sociais na auto estima e saúde mental da mulher e o domínio do patriarcado na construção dos padrões de beleza. Após a coleta inicial, os artigos foram submetidos a uma triagem rigorosa e à análise crítica para extrair informações relevantes.

3 RESULTADOS

Após busca na base de dados foram encontrados 65 (sessenta e cinco) publicações e 04 (quatro) publicações de outras fontes, sendo no total 69 (sessenta e nove) publicações identificadas. Dessas, 14 (quatorze) foram excluídas e 51 (cinquenta e uma) foram selecionadas para leitura dos títulos e resumos, após leitura dos resumos foram excluídas 27 (vinte e sete) publicações e 23 (vinte e três) foram selecionadas para leitura completa. Dessas, foram excluídas 13 (treze) conforme critério de inclusão e exclusão e ao final foram selecionadas 10 (dez) publicações para serem incluídas no artigo



Quadro 1. RESULTADOS ENCONTRADOS

AUTOR/ANO	DESENHO O ESTUDO	OBJETIVO	MÉTODOS	RESULTADO
BROWN; TIGGEMANN, M. A I, 2016	Imagens atraentes de celebridades e colegas no Instagram: efeito no humor e na imagem corporal das mulheres	objetivo investigar experimentalmente o impacto de imagens atraentes de celebridades e pares na imagem corporal das mulheres.	Os participantes foram 138 estudantes de graduação que foram designados aleatoriamente para ver um conjunto de imagens de celebridades, um conjunto de imagens igualmente atraentes de colegas desconhecidos ou um conjunto de controle de imagens de viagens. Todas as imagens foram provenientes de perfis públicos do Instagram.	Os resultados mostraram que a exposição a imagens de celebridades e de pares aumentou o humor negativo e a insatisfação corporal em relação às imagens de viagens, sem diferença significativa entre imagens de celebridades e de pares. Este efeito foi mediado pela comparação da aparência do estado. Além disso, a adoração de celebridades moderou um efeito aumentado das imagens de celebridades na insatisfação corporal.
Machado Vianna. C. S. 2005	Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos.	O objetivo foi mostrar uma violência psicológica, tendo em vista a imposição de uma estética de corpos extremamente magros, jovens e europeizados, características incompatíveis com a aparência da maioria das mulheres.	promover a discussão sobre a imagem feminina, tirando-a da esfera do reforço de auto-estima e a transferindo para a esfera dos direitos humanos.	Este seria voltado para o reconhecimento de que a imposição de um padrão de beleza em detrimento da diversidade estética viola os princípios da igualdade de gênero e da não-discriminação, dificultando a inclusão social feminina, além de corresponder a uma ofensa aos princípios de proteção ao desenvolvimento físico e mental das crianças e adolescentes.

LIRA, A. G. / 2017	Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal (IC) de adolescentes do sexo feminino.	Estudo transversal realizado com meninas adolescentes estudantes de escola pública e de uma organização não governamental da capital e do interior de São Paulo. Além de variáveis sociodemográficas e antropométricas, a avaliação da (IC) foi realizada pela Escala de Silhuetas Brasileiras. A influência da mídia foi avaliada pela subescala 1 de internalização geral da Escala de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência (SATAQ-3). Por fim, foram aplicadas perguntas sobre a frequência de acesso às mídias sociais e a possível influência delas na IC.	Resultados: Participaram 212 meninas (14,8; DP 1,69 anos), sendo a maioria eutrófica (65,1%), pertencentes às classes sociais D e E, com escolaridade materna correspondente ao ensino médio completo; 85,8% estavam insatisfeitas com a IC; a maioria desejava uma silhueta menor. As meninas que escolheram figuras menores como desejadas apresentaram valores superiores na SATAQ-3 ($p < 0,001$). O acesso diário maior de 10 vezes ao dia ao Facebook e Instagram aumentou a chance de insatisfação em 6,57 e 4,47 vezes, respectivamente.
PEREZ, C.; QUITÉRIO, J.; PASSOS, J. 2013	Equívocos de autoimagem, transtornos e qualidade de vida.	O objetivo de artigo e mostra o excesso de preocupação com a própria imagem tornou-se um fator moral de grande relevância	Ao cumprir tarefas rotineiras, creem se sair melhor do que atestariam medidas objetivas de eficiência, com bem-estar pessoal momentâneo. Segundo evidenciou um estudo de Richard Robins e Jennifer Beer, ambos da Universidade da Califórnia, as ilusões positivas não raro aparecem relacionadas ao Transtorno de Personalidade Narcisista (TPN), cuja principal característica é a necessidade de admiração e de aprovação constante do indivíduo pelos que o cercam.	Analisando o TDC sob a perspectiva comportamental, as psicólogas Josy Moriyama e Vera Lúcia do Amaral, da PUC-Campinas, constataram que o comportamento de fuga ou esquiva dos pacientes em relação aos eventos, ocasiões e contextos em que suas preocupações e sentimentos aversivos sobre a aparência poderiam ocorrer é um traço comum. E, ao se esquivarem de situações potencialmente desagradáveis, reforçam o comportamento, prejudicando sua vida social de forma que resulte em isolamento e depressão.

FERNANDES, A.C.C.F. et al. / 2017	Avaliação da auto-imagem corporal e o comportamento alimentar de mulheres	Objetivo avaliar a imagem corporal e o comportamento alimentar das mulheres atendidas em uma clínica escola, a fim de diagnosticar precocemente possíveis transtornos alimentares	Utilizou-se um questionário para a coleta de dados iniciais, para a avaliação do estado nutricional foi necessário o agendamento da consulta na clínica escola, e a avaliação será feita por meio das medidas de peso corporal(kg), estatura (m) e circunferência da cintura (cm). Para analisar a percepção da autoimagem corporal serão aplicados dois questionários: body shape Questionnaire (BSQ) e a escala de silhueta.	Os resultados encontrados evidenciaram a maior prevalência de 85% (n=51) de insatisfação corporal de acordo com escalas de silhuetas, porém houve resultados negativos para transtornos alimentares 63,33% (n=38) e ausência da distorção da imagem corporal de 53,33% (n=32), de acordo com EAT-26 e BSQ-34.
KESSLER et al. / 2018	Relação entre imagem corporal, atitudes para transtornos alimentares e estado nutricional em universitárias da área da saúde	Avaliar a relação entre a insatisfação da imagem corporal, atitudes para transtornos alimentares e o estado nutricional em universitárias da área da saúde.	Estudo descritivo, transversal e quantitativo com 225 universitárias matriculadas em oito cursos da área da saúde. Para obtenção dos dados, utilizaram-se três instrumentos autoaplicáveis: o Body Shape Questionnaire (BSQ), o Eating Attitudes Test (EAT-26) e um questionário construído pelas pesquisadoras contendo os dados autorreferidos de altura, peso atual e peso desejado, curso e idade. O estado nutricional foi estabelecido segundo o cálculo do índice de massa corporal. Para análise dos dados, aplicou-se o teste qui-quadrado de Pearson, adotando-se o nível de significância de 5%.	A média de idade foi de 22,65 anos e a de IMC, de 23,05 kg/m ² , estando a maioria das universitárias em eutrofia (69,8%). Quanto ao peso desejado, 74,7% gostariam de pesar menos; dessas, 64,9% eram eutróficas. Conforme o BSQ, 51,1% das universitárias tiveram algum grau de insatisfação corporal, e a prevalência de atitudes indicativas de transtornos alimentares, de acordo com o EAT-26, foi de 21,8%. Houve associação estatisticamente significativa entre: IMC e BSQ (p < 0,001); IMC e EAT-26 (p < 0,005); BSQ e EAT-26 (p < 0,001). Ao relacionar a insatisfação da imagem corporal e atitudes de risco para transtornos alimentares, percebeu-se que 87,75% das universitárias com EAT positivo também apresentaram algum grau de insatisfação corporal

NILSON, G. et al. / 2013	Espelho, espelho meu: um estudo sobre autoimagem corporal de estudantes universitários	estudo teve como objetivo analisar a autoimagem corporal de universitários, e foi realizado com estudantes do curso de bacharelado em Educação Física da Escola Superior de Educação Física da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).	A pesquisa foi feita através da aplicação do BSQ-34 (Body Shape Questionnaire) e do teste da Figura de Silhueta Corpórea (BFS ? Body Figure Silhouettes). Os testes foram respondidos por 65 alunos, dos quais 63% eram homens. Pelo BSQ, 81,5% dos alunos não apresentavam distorção da imagem corporal, 12% apresentavam leve distorção e 6% apresentavam distorção moderada. Entre as mulheres, 16,7% apresentavam distorção corporal moderada, enquanto que nenhum homem apresentou tal desfecho (P=0,005).	Em relação aos resultados do BFS, 55,4% dos alunos estavam insatisfeitos com seus corpos, sendo que 35,4% deles gostariam de obter uma silhueta mais fina/magra e 20% de obter uma silhueta mais forte/maior. Na comparação por sexo, 22% dos homens e 58,3% das mulheres gostariam de ter uma silhueta mais magra/fina (P=0,004). Além disso, 29,3% dos homens gostariam de ter uma silhueta mais forte/maior.
HEINZELMANN, F. L. et al / 2014	A tirania da moda sobre o corpo: submissão versus subversão feminina, estudo realizado através de pesquisa qualitativa.	O objetivo desse artigo é propõe uma discussão sobre o padrão estético na atualidade, construindo um paralelo com o curso histórico da apropriação do corpo e os múltiplos significados de beleza.	Visando compreender as intersecções entre moda e padrões de beleza, abordaremos o corpo da forma como é percebido fora do universo da moda, aquele que pode ser visto não na passarela, mas nas ruas do Brasil e que representa a maioria das mulheres brasileiras. Sendo assim, o objetivo deste artigo é justamente aprofundar as relações sociais e de gênero que acreditamos ter relação íntima na busca atual pela magreza.	Conforme vimos ao longo do texto, as motivações para intervenções estéticas podem ser diversas, mas o objetivo de colocar-se numa situação de empoderamento através do controle do próprio corpo é o mesmo.

OLIVEIRA; MACHADO 2021	O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo	Objetivo identificar a autoimagem apresentada pelos adolescentes, frente à uma sociedade tecida pela exigência de imagem e padrões corporais considerados perfeitos, compreendendo a influência das relações sociais e da mídia na construção de suas identidades	Trata-se de uma pesquisa qualitativa, alicerçada na História Oral, envolvendo 13 adolescentes de 15 a 19 anos, dos sexos feminino e masculino, alunos de uma escola pública de Minas Gerais. Utilizou-se de entrevistas com roteiro semiestruturado para a coleta dos dados, que posteriormente foram interpretados por análise temática de conteúdo proposta por Bardin. Os achados foram dispostos em duas categorias: 1 - A imagem de si no processo de construção da identidade do adolescente e 2 - O ideal estético da sociedade do espetáculo.	Resultado: Os relatos demonstram a forte influência das tecnologias na formação de suas identidades e possíveis consequências que a busca de uma imagem espetacular para atender aos padrões estéticos do mundo virtual ou real podem trazer aos adolescentes. Esta autoimagem idealizada revela o modo de ser e viver da contemporaneidade, os valores, a fragilidade e a superficialidade das relações estabelecidas na sociedade do espetáculo.
TIGGEMANN M, SLATER A./ 2014	NetGirls: a preocupação com a Internet, o Facebook e a imagem corporal em meninas adolescentes	Objetivo: O objetivo primário do estudo foi examinar a relação entre exposição à Internet e preocupação com a imagem corporal em meninas adolescentes, com foco particular na rede social do Facebook.	Método: Uma amostra de 1.087 meninas nos dois primeiros anos (8º e 9º anos) do ensino médio (13-15 anos) responderam a questionários de consumo de internet e preocupações com a imagem corporal.	Resultados: A esmagadora maioria das meninas (95,9%) tinha acesso à internet em casa. O tempo gasto na internet foi significativamente relacionado à internalização do ideal de magreza, vigilância corporal e impulso para a magreza. Além disso, 75% das meninas tinham um perfil no Facebook e passavam uma média de 1,5 horas lá diariamente. Os usuários do Facebook pontuaram significativamente mais em todas as medidas de preocupação com a imagem corporal do que os não usuários

4. DISCUSSÃO

O patriarcado, um sistema de poder que historicamente favoreceu os homens em detrimento das mulheres, desempenha um papel fundamental na construção das normas de beleza feminina (Lerner, 2019). Como discutido por Gerda Lerner (2019), as sociedades patriarcais impuseram normas de gênero, incluindo padrões de beleza, como ferramenta de opressão das mulheres. Essas normas foram usadas para subordinar as mulheres, moldando a percepção de como seus corpos deveriam ser para serem considerados atraentes ou aceitáveis. “Quanto mais numerosos foram os obstáculos legais e materiais vencidos pelas mulheres, mais rígidas, pesadas e cruéis foram as imagens de beleza feminina a nós impostas.” (Wolf, 2018, p.23).

Para hooks (2019), os padrões de beleza são sexistas e o comércio da moda é potencializadora da obsessão das mulheres pela imagem. As mulheres, ao longo da história, vêm sendo induzidas para a valorização do seu corpo e da sua imagem como maneira de se destacar, chamar atenção e conquistar os homens.

Em pesquisa apresentada por Brown e Tiggemann (2016), os autores demonstraram que mostrar-se no Instagram têm impactos negativos nas imagens corporais das mulheres. O efeito prejudicial acontece devido ao fato de as mulheres comuns compararem seus corpos com o de celebridades e *influencers* nas mídias. Das celebridades mais seguidas no Instagram em maio de 2019, estavam jovens famosas, magras e tonificadas. (Ibid). Plataformas como essas são repletas de imagens editadas, com filtros, retoques e ângulos cuidadosamente escolhidos, onde as pessoas exibem corpos magros (ditados pela sociedade como padrões de beleza), rostos impecáveis e estilos de vida aparentemente glamourosos. Essa exposição constante a padrões de beleza inatingíveis afetam a autoestima das mulheres, que por vezes, estão na busca para se aproximar dos padrões estabelecidos. Assim como esses padrões são inatingíveis, acabam gerando sentimento de desvalorização, inadequação e baixa autoestima, resultando também distúrbios alimentares, obsessão com a aparência e ansiedade. (Ibid)

Sendo assim, as mídias sociais amplificam padrões de beleza ao perpetuar imagens de corpos femininos idealizados. Em tempos de *selfies* e postagens nas redes sociais, há uma preocupação maior na venda de uma imagem que nem sempre é a

verdadeira. As pessoas, de uma forma geral, passam tempo se esforçando para mostrar a melhor versão de si mesmas e acabam com a sua autoestima fragilizada, quando se deparam com comentários alheios medindo a sua popularidade e beleza.

Geralmente o ser humano se preocupa com a opinião dos outros no convívio social, mas quando se perde tempo buscando a aprovação dos outros, isso pode se tornar um problema. Por exemplo, quando as mulheres veem suas amigas e/ou celebridades postando fotos aparentemente perfeitas de si mesmas, facilmente podem se sentir inferiores. Essa cultura de comparação pode minar a autoestima, fazendo com que as mulheres duvidem de sua própria aparência e valor. Esse fenômeno desencadeia uma espiral de autocrítica e autoavaliação negativa. Como consequência, muitas mulheres enfrentam ansiedade e depressão. (Vianna, 2005).

De acordo com o estudo de Lira et al. (2017), que examinou adolescentes brasileiros, as redes sociais estabelecem um vínculo insatisfatório com a autoimagem feminina em 80% dos casos, mesmo quando consideradas as diferenças de classe social. Além disso, Perez et al. (2013) destacam que a autoimagem desregulada e a compulsão por um físico magro estão associadas à anorexia, à ausência de autoestima, à aflição psicológica e a fatores genéticos.

Os direitos reprodutivos ampliaram a possibilidade de a mulher ocidental possuir poder sobre seu próprio corpo. Simultaneamente, observa-se uma queda drástica no peso das modelos, chegando a ser 23% inferior ao peso das mulheres consideradas saudáveis. Essa disparidade tem contribuído para um aumento exponencial nos distúrbios alimentares, promovendo uma neurose em massa. Nesse contexto, houve uma busca generalizada por meio da alimentação como forma de retirar das mulheres a sensação de controle sobre seus corpos. Diante desse cenário, as mulheres passaram a atribuir uma dimensão política à saúde. Surgiram novas tecnologias de cirurgias "estéticas" invasivas e potencialmente perigosas, cujo propósito é restaurar formas antigas de controle médico sobre as mulheres (Wolf, 2018, p. 23).

Fernandes et al. (2017), em seu estudo sobre imagem corporal e o comportamento alimentar das mulheres atendidas em uma clínica escola, evidenciaram a importância da avaliação da satisfação com a autoimagem corporal em mulheres, mesmo que os resultados positivos do estudo em questão não tenham tido prevalência, haja vista

que a distorção na percepção da imagem corporal pode originar hábitos alimentares inadequados, podendo causar males à saúde física e mental.

Na investigação de Kessler et al. (2018) conclui-se que existe relação entre desconforto físico, atitude frente a hábitos alimentares de risco e estado nutricional de estudantes universitários da área da saúde. Essa relação foi mais prevalente entre estudantes com estado nutricional dentro do padrão. Porém, ao somar as categorias de sobrepeso e obesidade níveis I e II, os universitários com algum grau de excesso de peso apresentaram prevalência significativa de insatisfação com a imagem corporal moderada e/ou grave.

Segundo Nilson et al. (2013), 18,5% dos estudantes universitários que participaram da sua pesquisa indicaram algum tipo de distorção de imagem, seja leve ou moderada, cujo público feminino à distorção de autoimagem mostrou-se mais evidente, inclusive se comparado a outros estudos semelhantes. O autor destaca ainda que a insatisfação corporal pode influenciar de forma pontual a prática de dietas e outros hábitos alimentares restritivos.

A contemporaneidade traz a ambiguidade entre a promoção de hábitos saudáveis e o estímulo ao consumo de fast food, contribuindo para problemas de saúde. A mulher contemporânea, mais vulnerável aos ideais de beleza, enfrenta pressões sociais que envolvem punições e gratificações (Heinzelmann et al., 2014). Atualmente os corpos magros, definidos e esportivos prevalecem como “corpos perfeitos”, com isso ocorre uma pressão maior pela busca do corpo padrão, o que faz com que mais mulheres busquem realizar cirurgias plásticas. De acordo com os dados de 2021 da Pesquisa da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica, o Brasil se encontra em segundo lugar, perdendo apenas para os Estados Unidos, na busca de procedimentos estéticos cirúrgicos visando satisfazer a autoestima da mulher na saciação do corpo ideal. (ISAPS, 2021) A cirurgia plástica vem sendo bastante procurada por ser um recurso rápido e não exigir tanto esforço para as modificações corporais, que demandam mais tempo e constância, para serem alcançadas de forma natural: através de atividades físicas e hábitos saudáveis. Mesmo exigindo um grande investimento financeiro as pessoas optam por ela, justamente por ser uma estratégia mais rápida para chegar no suposto corpo perfeito.

Embora a mulher tenha galgado espaços de destaque fora do ambiente doméstico, a preocupação com a estética permanece sendo a “chave” que provê seu

pertencimento sociocultural. Para Heinzelmann et al. (2014, p 298), o mundo da moda potencializa nas mulheres o desejo de ser magra, trazendo como exemplo o caso da modelo brasileira Ana Carolina Macan, que faleceu em 2006, aos 21 anos, decorrente de uma anorexia nervosa. Este caso alavancou inúmeros debates na mídia nacional sobre a saúde e alta exigência de magreza das modelos, medidas como a exigência de atestado médico, confirmando as condições de saúde para a contratação, passaram a ser exigidas pelas agências. Entretanto, destaca-se que nenhuma medida questiona os padrões físicos estabelecidos na indústria da moda e, esta continua ditando o perfil de magreza como o corpo hegemônico.

Aires (2015) destaca a necessidade de se promover a literacia digital, implementar regulamentações para proteger a privacidade, combater o cyberbullying e oferecer apoio psicológico às mulheres. A ação coletiva e políticas de proteção online são essenciais para mitigar esses efeitos e garantir que as mídias sociais sejam uma força positiva para mulheres, tornando-as protagonistas e promovendo o bem-estar.

A padronização das mulheres e a pressão estética potencializadas pelas mídias sociais devem ser alvo da discussão coletiva da sociedade. Por isso, ela deve desafiar padrões irreais de beleza e promover inclusão para melhorar a saúde mental das mulheres na era digital. A desconstrução dessas normas prejudiciais começa com a promoção de uma cultura que celebra a diversidade de corpos e a autenticidade das mulheres. Desafiar ativamente as normas patriarcais e os padrões de beleza impostos pelas mídias sociais é fundamental.

Destaca-se, portanto, a necessidade urgente de uma mudança significativa na forma como as mulheres são retratadas e percebidas nas plataformas digitais. Assim, promover uma cultura que valorize a diversidade e a autenticidade é essencial para garantir um ambiente online mais saudável e equitativo para as mulheres. Embora possa ser uma fonte de influências negativas, as redes sociais podem oferecer oportunidades de empoderamento e conexão.

O trabalho realizado apresentou desafios significativos, sobretudo na diversidade de abordagens nos artigos científicos pesquisados; muitas vezes refletindo diferentes contextos culturais e sociais. Todavia, entende-se que essa dificuldade ressalta a importância de uma abordagem multifacetada e interdisciplinar para que haja uma compreensão mais abrangente e contextualizada da formação da autoimagem e do

impacto na saúde mental da mulher. Este estudo não se pretende conclusivo, identifica-se a necessidade de mais pesquisas acerca dos impactos das mídias sociais no psicológico das mulheres, buscando acrescentar outras variáveis como raça, etnia e classe social. Além disso, por mais que a pesquisa aponte o pressuposto de que o sistema vigente mantém novas formas de controle sobre a vida das mulheres, entendendo que o patriarcado se mantém presente na estrutura das relações sociais, não foram encontrados artigos nas bases de dados pesquisadas que validem esta análise.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do estudo proposto foi possível perceber como as ferramentas de opressão contra as mulheres se moldam de acordo com o sistema vigente. As imagens apresentadas nas redes sociais adquirem um valor subjetivo no ideário social, se expressando como novas formas de legitimação do controle sobre os corpos e o psicológico das mulheres. De acordo com os resultados encontrados no estudo, podemos perceber a influência que as mídias sociais têm sobre a vida cotidiana e seus impactos na forma que o indivíduo se vê.

O mundo virtual ganhou forças positivas com a facilitação da comunicação e conexão entre as pessoas. Porém, quanto aos malefícios, destaca-se a alta exposição que levam a comparações acerca do corpo, dos padrões de vida, hábitos e comportamentos, o que vem gerando impactos em termos psicológicos, como a distorção da autoimagem no meio feminino. Ou seja, a exposição constante a padrões de beleza irreais, promovidos nas mídias sociais, pode gerar diminuição da autoestima das mulheres. A busca incessante pela perfeição física pode resultar em distúrbios alimentares, como a anorexia, além de promover a ansiedade, depressão e sentimentos de inadequação.

É importante desafiar normas de beleza irreais e contribuir para um ambiente online mais respeitoso e empoderador. Ao apoiar e compartilhar narrativas diversas, pode-se contribuir para uma representação mais equitativa e inspiradora da mulher nas redes sociais, promovendo valores de igualdade, respeito e aceitação. Em um mundo cada vez mais digital, é crucial promover uma representação mais diversificada e inclusiva, que vá além de estereótipos tradicionais. Encorajando-se na

celebração da autenticidade, promovendo uma visão positiva do corpo, da individualidade e das conquistas femininas. Contudo, vale ressaltar que este estudo não esgota a reflexão proposta, sendo necessário mais pesquisas na área buscando fundamentar não somente as razões que moldam a estética no tempo e os impactos dela na psique das mulheres, mas como desconstruir padrões, aceitar e compreender a beleza da diversidade humana.

REFERÊNCIAS

AIRES. Luísa. **Literacia Digital**. Curso de Formação para a Docência Online, modulo 1, Tema 2, Editora Aberta www.uab.pt, texto orientador. 13 out. 2015. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/6017/1/Literacias%20Digitais_Texto_Orientador_VF.pdf>. Acesso em: 20 out. 2023.

ANTUNES, A. V., POZZOBON, A., PEREIRA, A. L. B. **Avaliação antropométrica, autopercepção corporal e perfil nutricional de mulheres adultas**. Revista destaques acadêmicos, v. 3, n. 3, 2011.

BROWN Z, Tiggemann M. **Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image**. Body Image. n.19, p.37-43. dec. 2016. doi: 10.1016/j.bodyim.2016.08.007. Epub 2016 Sep 3. PMID: 27598763. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144516300936>. Acesso em: 13 out. 2023.

COUGHLIN, Janelle W. et al. **Cosmetic surgery in inpatients with eating disorders: Attitudes and experience**. Bodyimage, v. 9, n. 1, p. 180-183, 2012.

CRUZ. Lucas. **A História das Mídias Sociais e Redes Sociais**, 3 de mar. de 2020. Expert Digital – Treinamentos em Marketing Digital. Disponível em: < <https://expertdigital.net/midias-sociais-e-redes-sociais/>>. Acesso em: 20 out. 2023.

DUARTE. L. Adrielle, PIRES. Isabele, DE ALMEIDA. Marcell, GALVÃO. Luciana. et al. **Impactos da Pressão Estética Por Meio das Redes Sociais Sobre a Saúde Mental Feminina**, Sociedade Cultural e Educacional de Itapeva, Faculdade de Ciencias Sociais e Agrarias de Itapeva- FAIT, ISSN 1806-6933. Acesso em: 20 out. 2023.

FERNANDES, A. C. C. F. et al, **Avaliação da auto-imagem corporal e o comportamento alimentar de mulheres**. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, São Paulo, v. 11, n. 63, p. 252-258, 2017.

GROGAN, S. **Body image and health: contemporary perspectives**. Journal of Health Psychology, 21(6), p. 651-657. 2016. doi: 10.1177/1359105306065013. PMID: 16769732. Disponível em: Imagem corporal e saúde: perspectivas contemporâneas - PubMed (nih.gov). Acessado em: 13 de outubro de 2023.

HEINZELMANN, F. L. et al. **A tirania da moda sobre o corpo: submissão versus subversão feminina**. Rev. Subj., Fortaleza , v. 14, n. 2, p. 297-305, ago. 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692014000200012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2023.

HOOKS, bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Tradução Ana Luiza Libânio. 4 ed. Rio de Janeiro. 2019.

ISAPS. **ISAPS International Survey on Aesthetic/cosmetic Procedures Performed in 2021**. Disponível em: [isaps-global-survey_2021.pdf](#). Acesso em: 13 de novembro de 2023.

KESSLER et al. **Relação entre imagem corporal, atitudes para transtornos alimentares e estado nutricional em universitárias da área da saúde.** Jornal Brasileiro de Psiquiatria, Rio Grande do Sul: UNISC, 2018.

LAUS, M. F. et al. **Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação e escolha alimentar de adultos.** Ribeirão Preto: USP, 2009.

LERNER, Gerda. **A criação do patriarcado: história da opressão das mulheres pelos homens.** Tradução Luiza Sella. São Paulo: Cultrix, 2019.

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, São Paulo, 2017.

NILSON, G., PARDO, E. R., RIGO, L. C., HALLAL, P. C. **Espelho, espelho meu: um estudo sobre autoimagem corporal de estudantes universitários.** Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde, v. 18, n. 1, p.218, 2013.

NUNES, Leilane. et al. **Impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: revisão de literatura.** v. 8 n. 5 (2022): Revista Ibero-Americana de humanidades, ciências e educação. Disponível em: <<https://doi.org/10.51891/rease.v8i5.5768>> Acesso em: 23/10/2023.

OLIVEIRA, M. R. de; MACHADO, J. S. de A.. **O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo.** Ciênc. Saúde Coletiva. 26 (07). jul 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-81232021267.08782021>> Acesso em: 15 out. 2023.

PASSANHA, A. et al. **Insatisfação com a imagem corporal no período pré-gestacional e fatores associados.** Revista Psicologia e Saúde, v. 5, n. 2, p. 92-101, 2013.

PEREZ, C.; QUITÉRIO, J.; PASSOS, J. **Equívocos de autoimagem, transtornos e qualidade de vida.** ComCiência, Campinas, n. 153, 2013.

SANTOS, A. C. L.S. et al. **Relação entre estado nutricional e percepção de autoimagem corporal de adolescentes praticantes de ginástica artística.** Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, São Paulo, v. 9, n 52, p. 350-356, 2015.

SOUZA, E.R.; RIBEIRO, J.M.A. **Mídias sociais: A influência das redes sociais na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino.** Research, Society and Development, v. 11, n. 8, 2022.
(CC BY 4.0) | ISSN 2525-3409 | DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i8.30459>

TIGGEMANN M, SLATER A. **NetGirls: the Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls.** Int J Eat Disord. 46 (6) : 630-3. Sep. 2014. doi: 10.1002/eat.22141. Epub 2013 May 25. PMID: 23712456. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23712456/>. Acesso em 13 out. 2023.

VAZ, Lara Cristina Stoppa e Natane Cristina Pereira Vassoler Fernandes. **Redes Sociais e a distorção da autoimagem – um olhar atento sobre o impacto que os**

influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres. 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br> Acesso em: 05 nov. 2023.

VIANNA, C. S. M. **Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos.** Revista da Faculdade de Direito UFPR. Paraná, v. 43, n.0, p. 2- 6, 2005. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/direito/article/view/6991/4969>>. Acesso em: 24 out. 2023.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra mulheres.** Tradução Waldéa Barcellos. 1 ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018. p.23.