PADRÕES DE BELEZA FEMININO, CONSUMO E IMPACTOS NA SAÚDE MENTAL: A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM

Grazielly Nunes Da Silva[1]
Plínio Nogueira de Souza[2]
Raizenilda Da Rocha Rodrigues[3]
Ruan Matheus Daima Ferreira[4]
Thaynara Monik Da Costa Silva[5]
Carine Muller Paes de Barros[6]

Resumo

O presente artigo resulta numa pesquisa de cunho social para descrever sobre a busca pelo padrão de beleza feminino, consumo e impactos na saúde psicológica e como ele se dá. Busca analisar e descrever os fenômenos relacionados à influência das redes sociais, averiguando 03 vídeos e depoimentos de mulheres através do Instagram a partir de suas experiências. A partir da análise desse material, os possíveis resultados desta pesquisa são a promoção de reflexões sobre os consumos biotecnológicos e uso de redes sociais, contribuindo para a promoção da saúde mental nas mulheres.

Palavras-chave: Saúde, Padrão de Beleza, Psicologia, Redes Sociais.

[1] Estudante do 10º semestre do Curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande. E-mail: graziellynunesvg@gmail.com
[2] Estudante do 10º semestre do Curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande. E-mail: raizerodrigues@hotmail.com
[3] Estudante do 10º semestre do Curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande. E-mail: ruan.0105@hotmail.com
[4] Estudante do 10º semestre do Curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande. E-mail: thaynaramonik9@gmail.com
[5] Professora titular do Curso de Psicologia do Centro Universitário de Várzea Grande. Mestra em Psicologia Social. E-mail: carine.barros@univag.edu.br

Abstract

This article results in social research to describe the search for the female beauty standard, consumption and impacts on psychological health and how it occurs. It seeks to analyze and describe the phenomena related to the influence of social networks, investigating 03 videos and testimonials from women through Instagram based on their experiences. Based on the analysis of this material, the possible results of this research are the promotion of reflections on biotechnological consumption and the use of social networks, contributing to the promotion of mental health in women.

Keywords: Health, Beauty Standard, Psychology, Social Networks

INTRODUÇÃO

Este artigo baseia-se numa pesquisa de cunho social para entender o uso excessivo das redes sociais na vida das mulheres e como ele se dá. Será analisado como este consumo excessivo das redes sociais, podem influenciar e gerar reflexos não só no aspecto físico feminino, mas também o lado emocional como mudanças emocionais e comportamentais como baixa autoestima, ansiedade, depressão, irritabilidade, isolamento social, distanciamento das relações familiares, perda de controle, entre outros fenômenos vivenciados em nosso cotidiano, como fatores estéticos, procedimentos cirúrgicos, academias e entre outros, na intenção de um resultado rápido, que pode levar ao adoecimento emocional e prejudicial na vida dos indivíduos.

Em outras palavras, busca analisar e descrever os fenômenos relacionados ao consumo, pois, a estética favorece na vida social uma sociedade atual que impõe uma ideologia onde afirma que devemos manter o corpo em forma, ou seja, “malhado”, dessa maneira a pessoa que tem seu corpo considerado “perfeito” em muitos casos é mais favorecido na vida social em comparação com outra que não tem o chamado corpo “ideal”, e é pensando nessas características que as redes sociais tem uma grande influência, pois é através dela que mulheres, homens, jovens e até crianças iniciam a comparação de sua vida com a que estão assistindo virtualmente. Para Ortega (2005), as modificações dos corpos é a maneira pela qual as pessoas buscam estabelecer conexões e pertencimento sociocultural, sendo esse desejo maior do que a busca por consumo ou qualquer indício de patologia, na verdade as modificações corporais é a forma encontrada para se encaixar socialmente, essa maneira de se constituir dentro de determinados grupos o autor chama de biossociabilidade.

É possível observarmos cotidianamente a influência da mídia e a busca de uma beleza considerada a ideal, com o uso excessivo das redes sociais, tal comportamento de acordo com Lima et al. (2013), influencia diretamente a construção da subjetividade feminina, em decorrência da estimulação para a busca de beleza do corpo.

A partir disso, este artigo parte do interesse de pesquisar como o consumo de procedimentos estéticos e biotecnológicos constrói uma ideia de beleza feminina e quanto podem causar sofrimento à saúde mental?, o que levam as mulheres a buscar constantemente pelo corpo “perfeito”? e como o uso das redes sociais levam a mudanças de comportamentos das mulheres? O corpo “perfeito” que envolve a

pressão social para se adequar a um padrão de beleza inatingível, resultando em baixa autoestima, distúrbios alimentares e insatisfação corporal.

Em decorrência dessa pluralidade de conteúdos, informações e publicidades produzidos por diversos públicos, desde crianças até idosos, é perceptível identificar que há um aumento significativo na busca por procedimentos estéticos, na busca da beleza que a sociedade estabelece, o que desperta interesses nas mulheres, em função ao consumo e comportamento.

Conforme o jornal da universidade federal do Rio Grande do Sul (2023) existem diferentes razões para ocorrer o aumento de 184,6% das cirurgias entre 2008 e 2020. Virginia Piúma Pólvora, médica especialista em Cirurgia Plástica e Microcirurgia com pós-graduação pela UFRGS e membro titular da SBCP- aponta, como possíveis razões, o aumento das faculdades de medicina, de residências médicas em cirurgia plástica e de profissionais, devido o custo baixo e o aumento ao acesso das pessoas. A cirurgiã ainda traz outros dois pontos: a maior divulgação das cirurgias e a entrada nas redes sociais, dos médicos e das clínicas voltadas aos procedimentos.

Dos médicos associados à SBCP (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica), de acordo com o último censo realizado pela entidade em 2018, 60,2% dos profissionais utilizam o Instagram como forma de comunicação. Pesquisas relacionadas ao assunto identificaram que o consumo em excesso vem prejudicando a autoestima e a qualidade de vida das mulheres em sociedade.

Segundo Bock (2018) o bem estar é um estado “mais” durável de satisfação. Caracteriza o que chamamos de uma vida boa, na qual o cotidiano está organizado de modo a produzir a satisfação de necessidades materiais, biológicas, psicológicas e espirituais e a sensação associada à satisfação se prolonga. Os conflitos e as dificuldades próprias do cotidiano não alteram de modo significativo esse estado subjetivo. Vale lembrar que os meios de comunicação, também instalam necessidades consideradas artificiais, mais que se tornam fundamentais para o sujeito, pois se revelam como traço de sua identidade pessoal, visibilidade social e reconhecimento pelo grupo de pertencimento. Ao mesmo tempo, a oferta ininterrupta de novos objetos faz com que seja impossível consumi-los todos e a insatisfação é permanente.

O uso excessivo das redes sociais tem sido associado a diversos impactos na saúde mental, na busca constante pelo padrão de beleza imposto pela sociedade atual, causando a insatisfação com o próprio corpo podendo provocar o adoecimento

emocional, impactando negativamente na saúde física e mental, sobretudo na dependência das redes sociais (Abjaude et al, 2020). Ademais, conforme Abjaude et al (2020), os impactos emocionais e aumento de casos psiquiátricos, tem influência dos conteúdos consumidos na internet, visto que podem influenciar no padrão de vida, consumo, status, bem como “fake-news” que levam ao adoecimento emocional do indivíduo que o consome desmedidamente.

I - PADRÕES DE BELEZA - O QUE É SER PADRÃO?

De acordo com Souza et al (2018) a incansável procura pela beleza nas sociedades contemporâneas executam vários fatores que influenciam o bem estar biopsicossocial dos indivíduos, e isso não é uma preocupação recente. Existe a milhares de anos que nossa espécie em inconstante tentativa, tenta encontrar o verdadeiro belo. Na Chegada da idade média a religião afetou a forma de viver da sociedade ocidental e influenciou o ideal de beleza, porém foi com o surgimento da burguesia que houve a grande transformação que deu à beleza a face provocante e consumista com que hoje se apresenta (Eco, 2015 apud Souza et al, 2018).

Ainda segundo Souza et al 2018, p. 89, na antiguidade o corpo humano assumia também um papel relevante na qualidade do caráter e da alma, conforme expõem:

> A imagem de Beleza grega, na verdade, era radicalmente idealizada e o corpo, treinado e produzido em função do seu aprimoramento, o que nos indica que era um artifício a ser criado numa civilização que alguns helenistas chamam de "civilização da vergonha", por oposição à judaico-cristã que será uma "civilização da culpa" (Dodds, 1988 apud Tucherman, 1999 apud Souza et al 2018, p. 89).

De acordo com o autor acima citado, o padrão de beleza foi imposto ao corpo obeso de Mona Lisa ou a Gioconda. Mas as mudanças sociais surgem com o capitalismo.

Para Comparato (2011), vivemos em uma civilização que se chama capitalista e que o poder capitalista impõe constante quantidade de capital e uma expansão geográfica sem fim, ele ainda diz que desse bando de elementos formadores de civilização é importante evidenciar a mentalidade coletiva e as instituições de organização social.

O autor Comparato 2011, p. 251, explana sobre isso, conforme apresentado:

> A ideia central dessa escola de pensamento historiográfico é a de que, contrariamente à tese marxista, as ideias e os valores predominantes em uma sociedade não são mero produto de suas condições econômicas, mas mantêm uma certa autonomia em relação a essas e, muitas vezes, as transformam. (Comparato, 2011, p. 251)

Conforme o autor supracitado, quanto mais fortemente o sujeito se opõe às crenças, opiniões e valores atuantes na sociedade, e sente-se, com isso, constantemente acuado em seu isolamento. Além disso, a duração da consciência coletiva é sempre maior do que a das vidas individuais. Os indivíduos de uma sociedade compartilham crenças, valores e conhecimentos que influenciam seu comportamento e percepção coletiva, com isso é importante frisar que esse bloco de julgamento, crenças, sentimentos e valores predominantes configura um conjunto que atua na mente de cada sujeito, como uma espécie de reator automático no julgamento de fatos ou pessoas.

Nessa dialética de construção do sujeito com o corpo ideal, da beleza padrão, mostra-se tanto oprimido quanto manipulável. “As novas possibilidades tecnológicas permitiram à sociedade moderna um crescimento de técnicas e práticas sobre o corpo” (Barbosa et al., 2011, apud Souza et al 2018, p. 91). Na contemporaneidade a definição de beleza é inconstante, pois houve várias transformações com o passar do tempo, de encargo social e moral a sinal de status. “Porém, o que se salienta em um contexto atemporal é a importância do corpo em si, um porta-voz da alma humana com o meio exterior, tendo o poder de impactar toda a vida do ser humano” (Souza et al, 2018, p. 91).

As transformações e representações ocorridas ao longo do tempo tiveram grande influência da mídia na representação do conceito de beleza. Os autores Souza et al., 2018, p. 91, afirmam que:

> No que tange à influência midiática, nota-se uma explícita mensagem de que a beleza e o corpo perfeito são sinais de felicidade e até mesmo bondade, como no caso dos desenhos animados e quadrinhos, em que o vilão geralmente é representado por uma figura de feição desagradável e o "mocinho", sempre pela beleza estereotipada. Na prática, tal representação causa um efeito negativo na realidade. Por exemplo, há os portadores de deficiências físicas, que são estigmatizadas como incapazes ou até mesmo "vilões" por não seguirem o padrão imposto de beleza (Souza et al 2018, p. 91).

Para que possamos entender o termo “padrões de beleza”, apresentamos o que alguns autores argumentam. Segundo Lima et al (2013), atualmente a feminilidade é marcada por uma supervalorização do corpo, que se tornou um objeto narcísico de gozo: “mulher sensual, erótica, bela e sujeita a uma imagem de seu corpo” (Lima et al, 2013, p. 54), buscando alguma forma de manter o padrão de beleza e juventude, para responder ao inegável de gozo da sociedade de consumo, que é “goze a todo custo”, e o corpo se torna o detentor dessas experiências descomunais.

Quando se fala em padrão, refere-se a uma regra ou modelo de algo, e beleza é uma característica ou um conjunto de características que são harmoniosas e agradáveis para quem vê (Sampaio e Ferreira, 2009). Ao incluirmos o termo beleza no sentido do evento a ser estudado, o conceito passou a constituir um novo problema. A que beleza estamos nos referindo?

Os autores Sampaio e Ferreira, 2009, p. 123, abordam que:

> Uma resposta quase que imediata seria a descrição das qualidades estéticas entendidas e enaltecidas atualmente como belas, explicitadas nos atributos físicos dos indivíduos tidos como belos pela sociedade em geral, constantemente veiculados pela mídia (Sampaio e Ferreira, 2009, p.123).

Ainda de acordo com os autores supracitados, a beleza é tida como um objetivo a ser alcançado na atual sociedade. Há uma gama de mercado com serviços voltados para a constituição do chamado “corpo ideal”, incluindo vários tipos de profissionais como: cirurgiões plásticos, educador físico, e um leque de serviços engajados em melhorar a imagem física das pessoas, como academias e uma variedade de produtos cosméticos (Sampaio e Ferreira, 2009).

Para Sampaio e Ferreira (2009), a beleza faz parte de uma construção da sociedade, produzida por determinado grupo e momento vivido (Spink & Menegon, 1999 apud, Ferreira e Sampaio, 2009). Dessa forma, podemos entender a beleza como um aspecto cultural e mutável, que nos permite refletir as mudanças físicas realizadas pelos indivíduos ao longo do tempo, e questionar a implicação dessa constante mutação de beleza na sociedade, visto que se entende que o indivíduo nunca chegará a uma satisfação estética, diante das mudanças sociais.

II - CONSUMO E IMPACTOS NA SAÚDE MENTAL

De acordo com Zanirato e Rotondaro (2016), após a Revolução Industrial o consumo foi estimulado através da demanda por novos produtos e inovação que consequentemente geraram mais variedades de produtos, o consumo, no entanto, era sinônimo de felicidade e fartura e consequentemente, de diferentes classes sociais.

Sobre a cultura de consumo, Fontenelle, 2014, p. 220, explana que:

> A cultura de consumo está intrinsecamente associada à Revolução Industrial, já que foi esse o acontecimento que gerou o excesso de produtos a serem vendidos, levando a outras transformações que também foram fundamentais para a constituição de um modo de vida guiado pelo consumo como, por exemplo, uma mudança profunda no comércio varejista. (Fontenelle, 2014, p. 220).

De acordo com o autor acima citado, as transformações geradas pelo capitalismo proporcionaram às pessoas aquisição de mercadorias para melhoria da qualidade de vida, no entanto, facilitou também o consumo supérfluo, diante das inúmeras ofertas de produtos, propagandas e influências cada vez mais sofisticadas. Atualmente pode-se dizer que as coisas estão muito mais aceleradas que antes, vistas às grandes indústrias, mais tecnológicas e com produção em massa (Sampaio e Ferreira, 2009). Além disso, com as variedade de formas de pagamento, o consumo não se limita, apenas às classes mais altas. Hoje, é possível comprar e pagar parceladamente com parcelas a perder de vista, facilitando, dessa forma, o consumo. Dessa maneira, é possível ter um móvel desejado, carro, sapatos, roupas, e intervir esteticamente para se ter o corpo desejado, algo que antes só se conseguia tendo dinheiro à vista. Hoje, as academias e clínicas estéticas facilitam a forma de pagamento para que o seu cliente obtenha o produto ou serviço desejado.

Trindade e colaboradores (2012), abordam que o consumo exagerado leva ao endividamento, pois acaba por consumir boa parte da renda do indivíduo. Isso gera uma necessidade de trabalhar mais para quitação de dívidas, bem como uma constante preocupação, devido ao comprometimento financeiro que em muitos casos não é suprido e o indivíduo fica endividado longamente. Ademais, são fatores que geram sofrimento psicológico como angústia e tristeza.

O sofrimento causado no indivíduo se relaciona também com a subordinação na busca do pertencimento, conforme abordam Souza et al, 2018, p. 88:

> A aplicação e a vivência do conceito ampliado de saúde devem ser, ao mesmo tempo, individuais e coletivas. Porém, o capitalismo associado ao poder midiático transforma a sociedade em sujeitos subordinados ao consumismo. Tantas e tantas vezes é comum a cena de filhos insistindo com os pais para que adquiram roupas de marcas famosas, tênis novos e outros bens supérfluos, em especial nas datas festivas, em contrapartida às reais necessidades de subsistência. O estímulo a esses gastos desnecessários e não pedagógicos leva à ditadura da beleza e à imagem preponderante do ter bens, muito além do ser alguém (Souza et al, 2018, p. 88).

Isto posto, o consumo através do capitalismo criou uma ideologia do ter, colocando em desordem a subjetividade do indivíduo que para se sentir pertencente a sociedade acaba se influenciando pelo consumo, principalmente através da internet com sua gama de opções e influenciadores digitais que criam “padrões” para a constante perpetuação do consumismo.

III - USO DO INSTAGRAM E INFLUÊNCIA NO SUJEITO

Decorrente das informações tecnológicas, as pessoas têm mais facilidade para acessar, mobilizar e trocar informações constantemente, como comodidade e preços mais competitivos, por isso o consumo pelas redes sociais tem seus benefícios e um atendimento personalizado. Nessa direção, serão apresentados fatores pelos quais os indivíduos utilizam o instagram em excesso, buscando investigar os processos de produção de subjetividade e da espetacularização conceituada como atratividade para si próprio.

A construção da identidade online é cada vez mais moldada pela lógica do consumo, o que pode levar à criação de subjetividades altamente flexíveis e moldáveis. Portanto, embora o instagram possa ter benefícios em termos de visibilidade e conexão social, esses benefícios são influenciados por fatores sociais e culturais mais amplos. De acordo com Debord (1997), a sociedade do espetáculo é uma forma de controle social atualmente presente, cuja referência teórica pode ser aplicada às redes sociais e ao consumo. O conceito, formulado por Guy Debord em 1967, afirma que o capitalismo avançado tem criado uma sociedade em que as relações sociais são mediadas pelas imagens e pelo consumismo.

Debord (1997), argumenta que a subjetividade é um processo contínuo de produção, e não algo dado ou natural. Essa produção é moldada por fatores sociais e históricos, como gênero, raça, classe social e cultura, e ocorre em relação a um campo

específico. No caso do presente artigo, é importante investigar os processos de produção de subjetividade e espetacularização de si nas redes sociais, a fim de compreender os mecanismos de controle social presentes nessas plataformas.

Nesse sentido, essa investigação poderá auxiliar as mulheres que utilizam o instagram em excesso. Além disso, pode contribuir para o desenvolvimento de pesquisas que relacionam o uso de redes sociais e sua relação com o consumismo.

Segundo Schmitt (2020), pesquisas e intervenções futuras devem estar atentas aos resultados e considerar a relação entre saúde mental, solidão e adição à internet. É importante compreender como esses fatores se relacionam e desenvolver estratégias de prevenção e tratamento que possam ajudar as pessoas a lidar com o sofrimento psicológico sem recorrer ao uso da internet de forma prejudicial.

Dessa forma, este artigo concerne no olhar e reflexão das mulheres sobre os impactos decorrentes da dependência de cirurgias estéticas, e promove a atenção em relação a auto aceitação do corpo e imagem pessoal, por meio da valorização das diferenças corporais e do que é natural. Reflete o uso adequado das redes sociais, através do senso crítico de conteúdos e consumo de produtos. Este artigo resulta na produção de senso crítico, racionalização de uso de redes sociais, considera a melhoria das relações intrapessoais e interpessoais femininas mediante desconstrução de estereótipos na sociedade, diminuindo assim, os impactos negativos na saúde mental das mulheres.

Para mais, este artigo reflete o desenvolvimento do cultivo do amor próprio nas mulheres, e entendimento sobre as diferenças de cada uma e de que essas mesmas diferenças é o que as tornam únicas, cada uma a seu modo, sem precisarem seguirem padrões estéticos para se encaixarem em ambientes e em sociedade.

IV - METODOLOGIA

Este artigo de construção qualitativa (Gil, 2002), visa problematizar o uso excessivo das redes sociais, que tem sido associado a diversos impactos na saúde mental, na busca constante pelo padrão de beleza imposto pela sociedade atual, causando a insatisfação com o próprio corpo e podendo provocar o adoecimento emocional, impactando negativamente na saúde física e mental, sobretudo à dependência das redes sociais. Apresentamos a pesquisa de forma bibliográfica e documental, usadas como métodos de coleta de dados. A pesquisa bibliográfica foi

importante para revisar a literatura existente sobre o tema em questão, enquanto a pesquisa documental permitiu o acesso a fontes primárias que ainda não foram analisadas ou que podem ser utilizadas de acordo com os objetivos da pesquisa. A combinação desses métodos nos ajudou a obter uma visão mais completa e detalhada do nosso objeto de estudo. Através da pesquisa qualitativa pudemos analisar a perspectiva das mulheres em relação aos procedimentos biotecnológicos, visando estudar o perfil de cada uma delas.

De acordo com Godoy (1995), a pesquisa qualitativa trata-se de uma abordagem documental na qual é possível coletar dados para estudos de variados temas, contribuindo para novas descobertas, assim como aprofundamento da ciência, como fonte de novas pesquisas. É ainda uma forma de beneficiar as pessoas com conhecimento e ações diretas ou indiretas, pois toda pesquisa causa impacto na vida das pessoas. Esse método nos ajudou a entender como a subjetividade feminina vem se constituindo ao longo do tempo e como afetam as relações sociais, considerando as relações em grupo, consumismo, redes sociais e construção de identidade.

Foi uma pesquisa com foco descritivo, que consiste em obter informações através de estudos de outras pesquisas e entrevistas que irão gerar novas descobertas para explicar os fenômenos estudados. A pesquisa descritiva (Gil, 2002), tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. O método descritivo nos permitiu encontrar os fatores relacionados aos padrões de beleza e a forma como esses padrões foram se constituindo ao longo do tempo, como também as mulheres foram se encaixando à eles para se sentirem pertencentes à sociedade.

A pesquisa documental é semelhante à pesquisa bibliográfica, mas difere nas fontes utilizadas. Segundo Gil (2002), enquanto a pesquisa bibliográfica utiliza contribuições de diversos autores, a pesquisa documental utiliza materiais que ainda não receberam tratamento analítico ou que podem ser reelaborados para atender aos objetivos da pesquisa. As fontes na pesquisa documental são diversificadas, incluindo documentos de primeira mão e de segunda mão, como documentos conservados em arquivos públicos e privados, cartas pessoais, diários, relatórios de pesquisa, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins, entre outros. No

que concerne a esta pesquisa, o material utilizado foram os vídeos selecionados da rede social instagram, no qual identificamos o cenário atual na relação das mulheres com os padrões de beleza sociais, e analisamos o impacto na vida dessas mulheres.

A pesquisa documental apresenta várias vantagens, como uma fonte rica e estável de dados, baixo custo e não exigir contato com os sujeitos da pesquisa. No entanto, também apresenta limitações, como a não-representatividade e a subjetividade dos documentos. O pesquisador experiente pode contornar essas dificuldades e utilizar a pesquisa documental para fornecer uma visão mais ampla de um problema ou gerar hipóteses para futuras pesquisas (Gil, 2002). Nesse sentido, analisamos os vídeos de forma ampliada, explorando todas as perspectivas relacionadas ao material, como as vantagens e desvantagens.

Para a pesquisa documental foi utilizado o Instagram como fonte para coleta de dados sobre a problemática do alto uso do instagram pelas mulheres em busca do padrão de beleza “ideal”, fizemos uma análise de 03 vídeos. Por meio dessa rede social, as mulheres publicam imagens e depoimentos que refletem suas relações com a busca incessante por um padrão de beleza que muitas vezes é inalcançável, assim como as frustrações que tiveram com os resultados estéticos das cirurgias, dessa forma apresentamos os vídeos por meio de QrCode, para acesso a plataforma, utilize o smartphone ou tablet android compatível, abra o app câmera integrado. Aponte a câmera para o código QrCode, toque no banner que aparece no smartphone ou tablet android e siga as instruções na tela para concluir o login. Para melhor acesso, apresentamos juntamente com o QrCode a fonte, por meio da qual o leitor pode escolher a que preferir. Através das análises desses materiais, foi possível compreender quais os motivos que levam as mulheres a buscar constantemente a dependência das redes sociais e como isso pode afetar a sua saúde mental.

Portanto, a pesquisa documental se apresenta como uma ferramenta fundamental para a coleta de dados nesse projeto, permitindo que o pesquisador obtenha informações valiosas para a compreensão do fenômeno em questão e, assim, possa propor soluções para a problemática em análise.

Desta forma na pesquisa documental não se faz necessário a submissão no sistema de Comitê de Ética envolvendo pesquisa com Seres Humanos brasileiros pois, segundo a Resolução 510, de 07 de abril de 2016 que dispõe sobre as diretrizes éticas aplicáveis em Ciências Humanas e Sociais, não há necessidade de registro ou avaliação via CEP/CONEP sobre as pesquisas de opinião pública sem a identificação

dos participantes, ou pesquisa que utilize base de acesso público, como por exemplo, uma conta de rede social aberta ao público, ou obra de domínio público.

Spink et al., (2014) nos diz sobre a restrição ao uso de imagens publicadas em revistas e protegidas por direitos autorais, porém o conteúdo segue livre para ser descrito, comentado e referenciado para posteriores considerações, sendo fundamental referenciar o dia de acesso e endereço da página eletrônica na qual a publicação foi produzida. Se o documento é para ser visto “em público” não há necessidade de autorização para utilizá-lo.

Para realização da pesquisa bibliográfica, a literatura pesquisada foi aplicada de 2015 a 2023, utilizamos as bases de dados Scielo, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Periódico CAPES, usando os descritores: redes sociais, saúde mental e estética, em objetivo a garantir e esclarecer possíveis danos e efeitos sobre as mulheres.

Realizamos uma pesquisa na base de dados do SciELO, utilizando o método booleano, na qual aplicamos os descritores como: “redes sociais AND Psicologia”, na qual a primeira busca foram identificadas 60 artigos, no segundo descritor “saúde mental AND Psicologia”, encontramos 769 artigos, e por último o descritor “estética AND Psicologia”, encontrados 94 artigos. Em seguida, aplicamos filtros como critérios de inclusão do idioma português, área de estudo Psicologia e seleção de artigos publicados a partir de 2013 a 2023. Após a aplicação desse método, obtivemos como primeiro descritor “redes sociais AND Psicologia”, total de 27 artigos, no segundo descritor “saúde mental AND Psicologia”, total de 197 artigos, como último descritor “estética AND Psicologia”, total de 55 artigos. Para finalizar separamos por leitura exploratória o total de 5 artigos relevantes para o estudo.

Após a seleção dos artigos para composição desta pesquisa, fizemos a exploração de conteúdos, utilizando a análise de conteúdo que, de acordo com Bardin (1977), consiste em analisar temáticas existentes entre os textos, descobrindo um sentido entre eles, através de categorias temáticas. Dessa forma, foram analisados 5 artigos nos quais destacamos as temáticas abordadas em cada um. Num segundo momento, elencamos as temáticas em comum entre ambos os conteúdos, das quais chegamos ao total de 3 temáticas frequentes escolhidas para a pesquisa, que foram aprofundadas conforme análise autoral.

Quadro 1 - Artigos pesquisados na plataforma Scielo entre os anos de 2013 a 2023

com descritores:

1ª Busca	2ª Busca	3ª Busca	4ª Busca
SCIELO	Quantidade de artigos s/ filtro	Critérios de inclusão c/ filtro	Leitura exploratória
Redes Sociais x Psicologia	60	27	3
Saúde Mental x Psicologia	769	197	1
Estética x Psicologia	94	55	1
Total de artigos	923	279	5

Fonte: autoria própria

Quadro 2 - Artigos selecionados da plataforma Scielo nos anos de 2013 a 2023:

Artigo número	Nome do artigo	Autor	Área do Artigo
1	Transtornos alimentares: patologia ou estilo de vida?	Bittencourt, Liliane de Jesus e Almeida, Rafaela Andrade (2013).	Psicologia & Sociedade
2	Territórios existenciais ético-estéticos em saúde coletiva.	Borges, S. A. C.. (2015).	Revista De Psicologia
3	A ideologia do corpo feminino perfeito: questões com o real.	Lima, A. F. de., Batista, K. de A., & Lara Junior, N.. (2013).	Psicologia
4	Psicólogos e o Uso das Mídias: Um Relato de Pesquisa.	Miguel, R. de B., P., Arndt, G. J., & Pires, J. G.. (2021).	Psicologia: Ciência E Profissão
5	Produção de subjetividade em blogs e microblogs	Santos, Francisco Coelho dos e Cypriano, Cristina Petersen (2014).	Psicologia & Sociedade

Fonte: autoria própria

CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

O Instagram é atualmente uma das plataformas mais populares do mundo, desempenhando assim um papel predominante para analisar o tema. Padrões de beleza feminina, consumo de produtos relacionados à estética e seus impactos na saúde mental estão em constante discussão, por isso é essencial estabelecer critérios de inclusão e exclusão para garantir que as informações coletadas sejam relevantes e confiáveis.

CRITÉRIOS DE INCLUSÃO:

- **Hashtags Relevantes e Palavras-chave**

Uma das maneiras mais eficazes de explorar o tema no Instagram é por meio do uso de hashtags relevantes, como #PadroesDeBeleza, #SaudeMental, #InstagramInfluencia e #BelezaFeminina. Essas hashtags direcionam as pesquisas para postagens e discussões específicas relacionadas ao tema. Além disso, é importante utilizar palavras-chave como "saúde mental", "influência do Instagram na autoestima", "pressão social" e "consumo de produtos de beleza" para encontrar informações mais detalhadas.

- **Histórias Pessoais e Compartilhamento de Experiências**

Muitas pessoas compartilham suas experiências pessoais relacionadas à pressão dos padrões de beleza e seus impactos na saúde mental no Instagram. Encontrar e seguir perfis de usuários que compartilham suas histórias e insights pode fornecer uma visão mais profunda do assunto.

- **Comentários e Interações**

Ler os comentários em postagens relevantes é uma maneira de obter diferentes perspectivas e informações adicionais.

- **Postagens Recentes e Organização**

Utilizar postagens mais recentes, pois as discussões podem evoluir ao longo do tempo.

CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO:

- **Irrelevância Temática**

Excluir informações que não estejam diretamente relacionadas aos padrões de beleza feminino, ao consumo estético ou aos impactos na saúde mental.

- **Desatualização**

Excluir informações desatualizadas ou sem data de referência.

- **Conteúdo Inadequado**

Excluir informações que contenham discurso de ódio, bullying, violência ou qualquer forma de conteúdo inadequado.

- **Viés Extremo**

Excluir informações que apresentem um viés extremo ou propaganda excessiva, sem embasamento em evidências sólidas.

O Instagram desempenha um papel significativo na moldagem dos padrões de beleza feminino e na saúde mental das pessoas. Ao seguir esses critérios de inclusão e exclusão, é possível explorar de maneira eficaz as discussões em torno desses tópicos na plataforma. No entanto, é importante lembrar-se de avaliar a credibilidade das fontes e estar ciente de possíveis viéses ao interpretar as informações encontradas no Instagram.

V- O QUE OS ARTIGOS DISCUTEM?

Conforme análise de conteúdo de Bardin (1977), observamos que os artigos discorrem entre si e derivam os seguintes blocos temáticos, que serão detalhados sequentemente: **A)** Transtorno alimentar e padrões sociais, **B)** Imagem do corpo e estigma social, **C)** Consumismo e corpo feminino.

Bloco temático	**Nº do artigo**	**Quantidade de artigos**	**Ano de publicação**
A) Transtorno alimentar e padrões sociais	1, 3	2	2013
B) Imagem do corpo e estigma social	1, 2, 3	3	2013,2015,1013
C) Consumismo e corpo feminino	1,3, 5	2	2013, 2013, 2014

Fonte: autoria própria

A) Transtorno alimentar e padrões sociais

Os artigos analisados discutem a relação do corpo com padrões sociais estabelecidos na imagem corporal. Lima et al (2013) e Bittencourt e Almeida (2013), sustentam que as mulheres já não são donas do próprio corpo, o que se constata é

que o controle social para um padrão a ser seguido, levam-nas a diversas transformações para se atingir um pertencimento social.

A forma que Bittencourt e Almeida (2013), expõem sobre o controle feminino referente a comida, levam a acreditar que a patologia é reforçada diante dos padrões sociais criados e que para muitas mulheres, em situação de anorexia e bulimia, as pessoas gordas são mal vistas. Dessa forma, para não serem desacreditadas acabam adotando medidas extremas em relação ao corpo, sustentando a magreza a qualquer custo, já para Lima et al (2013) a cada tentativa de chegar ao corpo ideal a mulher se encontra consigo mesma e esse confronto leva a uma angústia, que ao se deparar com sua imagem, percebe que o real é incompleto e que ainda lhe falta.

Os autores (Bittencourt e Almeida (2013); Lima et al. (2013); Santos e Cypriano (2014), mencionam a formação de comunidades online e como elas afetam a vida das pessoas. O primeiro artigo fala sobre comunidades virtuais relacionadas a transtornos alimentares, o terceiro discute o Twitter como uma plataforma de compartilhamento e o quarto aborda a busca por um corpo ideal nas redes sociais e na indústria de cirurgia plástica.

Os estudos mostram a influência da mídia e da sociedade na formação de ideias e expectativas em relação a certos temas. Eles destacam como a mídia e a cultura contemporânea desempenham um papel significativo na construção de normas e padrões, seja em relação à imagem corporal, ao uso das mídias, à busca pela felicidade, através de padrões e restrições alimentares. (Bittencourt e Almeida (2013); Lima et al. (2013); Miguel et al (2021), e Santos e Cypriano (2014).

B) Imagem do corpo e estigma social

Os artigos encontrados abordam a imagem que o indivíduo tem de si e a relação dos indivíduos com o seu corpo e o dos outros. Para Bittencourt e Almeida (2013) existe necessidade crescente de atingir um modelo ideal de corpo, relacionado à magreza, que os corpos dessas mulheres passam a ser corpos através dos quais o controle social é exercido, corpos sujeitos à transformação e disciplinas rigorosas, induzidas pela exigência social de adequação aos padrões estabelecidos, já para Borges (2015) o corpo é um campo de força e arte em vias de fabricação, são máquinas desejantes que ultrapassa seus próprios contornos poroso não cabendo a separação de saúde da teorização filosófica e do papel político de seus atores sociais, que enfatizam o caráter de co-construção dos agenciamentos ético-estéticos,

possibilitando vislumbrar atuações micropolíticas de promoção de vida e resistência. Lima et al. (2013), enfatiza que a imagem corporal torna-se uma representação fundamental, porque é através dela que se ganha reconhecimento estético, saúde, bem-estar, fama e status social e financeiro.

Dissemina-se a ideia de que o corpo é um objeto de propriedade particular no qual o sujeito tudo pode; no entanto a sociedade capitalista omite que “esse tudo pode” é uma ilusão, pois ela impõe padrões para o ideal corporal, portanto o sujeito é mero executor das normas de consumo em seu próprio corpo. o corpo feminino passou a ter caráter de objeto de consumo, e como tal, indústrias especializadas passaram a produzir produtos corporais - cosméticos, remédios para emagrecimento, aparelhos de ginástica, moda e intervenções cirúrgicas. Tudo para manter o corpo saudável, jovem e belo, apto a ser devorado simbolicamente como objeto de gozo no laço social capitalista. (Bittencourt e Almeida, 2013)

Os autores Bitencourt e Almeida (2013), Borges (2015) e Lima et al. (2013), concordam entre si, que a sociedade idealiza modelos de corpos, criando uma pressão social, que colocam as mulheres numa incansável busca pela imagem perfeita, causando danos nos quais as mesmas não conseguem perceber, devido estarem presas em uma ideologia de padrão de beleza, cada vez mais disseminado e ultrapassando valores e princípios individuais para atingir aceitação.

C) Consumismo e corpo feminino

A sociedade contemporânea, através do capitalismo de consumo, faz com que as mulheres busquem mais e mais um corpo ideal, o ideal do outro que na verdade é uma constante mutação ideológica voltada para a modificação cada vez maior do corpo feminino. Essa constante mutação que faz com que o consumismo através da estética, tenha uma incessante busca pelo ideal, que nunca corresponde, surgindo novos ideais a cada tentativa realizada. (Lima et al, 2013)

Bittencourt e Almeida (2013), salientam que o capitalismo refletido através do consumismo funciona como modelo. Para isso, os meios de comunicação em massa expandem cada vez mais estímulos de desejos estéticos. Santos e Cypriano (2014), apontam que a modificação da comunicação através da Web minimizou o fluxo de informações. Os autores descrevem ainda que a liberdade das pessoas em se tornarem detentoras da informação, expandiu não só a objetividade, essa por sua vez, talvez esteja em menor grau de difusão, levando a grandes doses de informações

singularidades, ou seja, distribuída a partir de uma ponto de vista interpretado pelo seu próprio propagador através do consumo de conteúdos.

Os autores destacam a complexidade dos tópicos que discutem e os desafios associados a eles. Isso inclui desafios no tratamento de transtornos alimentares, a evolução da subjetividade na sociedade contemporânea, a resistência ao saber na sociedade de consumo e as tentativas de alcançar um ideal inatingível no corpo feminino. (Bittencourt e Almeida (2013); Lima et al (2013); Miguel e Arndt (2021), e Santos e Cypriano (2014).

Embora os artigos tratem de diferentes assuntos, eles compartilham uma ênfase na influência da cultura contemporânea, da mídia e das comunidades online na vida das pessoas, bem como nas complexidades e desafios associados a essas influências.

VI- O QUE OS VÍDEOS APRESENTAM?

Os vídeos pesquisados e analisados através dos critérios de inclusão apresentaram vários pontos de convergência com os artigos anteriormente analisados. A seguir, apresentamos alguns vídeos e seus respectivos tópicos. Para assistir aos vídeos, basta apontar a câmera do celular para o QrCode abaixo e será direcionado ao conteúdo.

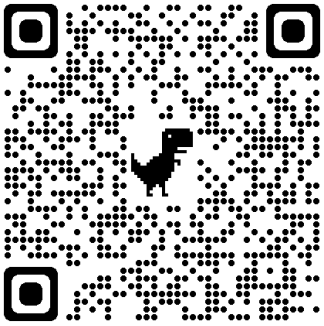
Fonte: Página do Instagram
Disponível em:
(www.instagram.com/reel/CyIiPHuu5Hk/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA==)

O vídeo apresentado por @anapaulapadrão, pela jornalista Ana Paula Padrão em 25 de setembro de 2023, mostrou que uma pesquisa publicada na revista

científica Lancet, realizada em mulheres, dando o nome por “esgotadas”, identificou as áreas de insatisfação e motivos de maior cansaço entre elas, com relação a etapas da vida, na qual destacou-se a pressão estética. O fato é que a pressão social em relação à imagem gera sofrimento que causa o adoecimento de sua saúde mental.

Diante da pressão e necessidade de seguir os padrões de beleza impostos, muitas mulheres se submetem não só ao consumo de produtos cosméticos, como também à intervenção cirúrgica para atingirem as expectativas. As cirurgias plásticas tornam-se cada vez mais procuradas nas clínicas de estética. Um fator muito importante quanto a isso, é o alerta deixado por alguns profissionais com o Dr. Marcelo Moreira, em seu perfil @clinicadrmarcelomoreira, após a morte de uma jovem em procedimento de lipoaspiração. O profissional enfatiza que tal procedimento deve ser sempre realizado em hospital e com médico cirurgião plástico e médico anestesista.

Além disso, os padrões estéticos apresentados socialmente, na qual as mulheres se sentem pressionadas a ter uma aparência que sigam os padrões impostos, ganham cada vez mais força, diante da gama de produtos e cirurgias estéticas.

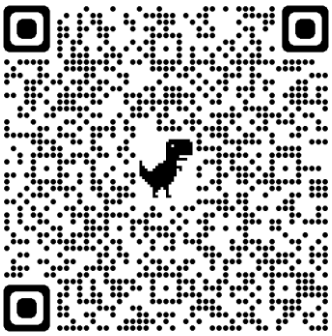


Fonte: Página do Instagram
Disponível em:
(www.instagram.com/reel/Cve2kZztJUZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA==)

Recentemente uma campanha lançada pela @dovebrasil que se chama #FeedSemPadrões, apadrinhada pela atriz Paola Oliveira tem repercutido no instagram em busca da mulher real, o objetivo da campanha é mostrar às mulheres como elas são: sem filtros, sem padrões. Somente a mulher real, com suas imperfeições e singularidades. O objetivo da campanha é incentivar a auto aceitação,

bem como diminuir impactos na saúde mental, diante da criação de conteúdos tóxicos de padrões inatingíveis de perfeição. A marca busca incentivar, através de artistas famosos, a responsabilidade na criação de conteúdos, e diminuir ansiedades causadas em decorrência do que é mostrado na mídia. A criação da responsabilidade social, inclui desmistificar a beleza da mulher, mostrando que a mulher tem e pode ter rugas, manchas, celulites, estrias ou qualquer outra “imperfeição”, busca mostrar que a mulher deve se amar sem filtro, sem carregar a pressão estética das redes sociais. De acordo com a marca, as redes sociais estão afetando 1 em cada 2 adolescentes. A realização da campanha ocorreu em decorrência de um filme no qual conta a história real de Mary, menina que chegou ao distúrbio alimentar, devido às grandes influências sofridas pela mídia social. Além de Mary, a marca mostrou várias outras meninas em tratamento devido a: distúrbios alimentares, automutilação, depressão entre outros agravos ocorridos por influência das redes sociais e padrões de beleza.

Apesar da iniciativa de campanha da marca, se faz necessário o cuidado para não ser acometido por outro viés que se refere ao marketing e, principalmente ao capitalismo, visto que a campanha traz uma sensibilização muito grande e que vem a ser a realidade de muitas mulheres, na qual se identificam e estão neste lugar, pois essas mesmas mulheres entram na defesa e fortalecimento da idéia, e na verdade cooperam para o crescimento do consumismo da marca. Dessa maneira, questiona-se o quão envolvida com a saúde mental das mulheres a marca realmente está? Considerando tudo isso, valida-se a iniciativa da campanha em mostrar a realidade por trás da influência da mídia em relação a estética, no entanto, deve-se pensar que a marca dove é uma empresa de produtos de higiene pessoal, que para vender utiliza-se do marketing, e o quanto isso pode fazê-la se sobressair em relação às outras marcas de produtos de higiene pessoal, devido a adesão das pessoas diante da sensibilização gerada pela campanha.



Fonte: Página do Instagram
Disponível em:
(www.instagram.com/falaqueeuteescuto.oficial?fbclid=IwAR1pUUJUHDg8YZYLBINk7RnKO42gxByta3qh81eRcL1NfnYOlt3dOWi9dvg)

De acordo com alguns depoimentos, no programa fala que eu te escuto, sobre o padrão de beleza, algumas mulheres deram sua opinião, onde relataram que esse ideal de beleza quem faz é a mídia, outras disseram que é o gosto das pessoas ou o dinheiro que essas pessoas têm. A ativista body positive Alexandra Gurgel, influenciadora digital, diz que todos os corpos são bonitos. O diretor do conselho Nacional de Cinofilia, Paulo Eduardo costa fala sobre a época greco romana, onde a beleza das mulheres eram corpos perfeitos, não havia gordura, mulheres de seios fartos e opulento, no renascimento muda-se esse conceito de beleza para pessoas gordas, ser saudável era ser gordo, numa demonstração de ter fartura de alimento, Paulo Eduardo diz ainda, que várias fases se passaram, como o da arte e do reflexo histórico do corpo perfeito, como a fase das mulheres extremamente magras, como as modelos que morriam em sofrimento, por não se alimentarem, os conceitos evoluíram e nesse processo de evolução criou-se a imagem do que seria um corpo perfeito.

CONCLUSÃO

Levando-se em consideração todos os aspectos apresentados, podemos apontar que os padrões de beleza feminino sempre existiram e estão relacionados com as mudanças sociais que ocorrem na sociedade, nas quais as mulheres buscam pertencimento. A beleza é tida como um objetivo a ser alcançado, como forma de mostrar felicidade para quem vê e não para si mesmo. Diante disso, a construção da subjetividade é guiada e afetada pelo outro, que sempre exige que as mulheres tenham ora nariz afinado, barriga chapada, ora rosto jovem e corpo escultural, que as

aprisionam na exigência estética a ser alcançada, ledo engano é saber que a busca nunca acaba, pois a sociedade muda, os padrões mudam também. Com isso, é recorrente a busca pela realização de procedimentos estéticos, chegando ao ponto de investir todos os recursos em busca da “perfeição”, não percebendo o quão prejudicial é para o comportamento e o desenvolvimento pessoal, interferindo diretamente na saúde mental, todavia, nas relações humanas.

Esse artigo se propunha a investigar: como o consumo de procedimentos estéticos e biotecnológicos constrói uma ideia de beleza feminina e quanto podem causar sofrimento à saúde mental?, o que levam as mulheres a buscar constantemente pelo corpo “perfeito”? e como o uso das redes sociais levam a mudanças de comportamentos das mulheres?. A partir disso, através do estudo dos artigos e dos vídeos conclui-se que: as mulheres se sentem pressionadas a terem uma aparência que sigam os padrões impostos, e que vem ganhando cada vez mais força, diante da gama de produtos e cirurgias estéticas, no qual também, estão cada vez mais atualizadas e inovadoras, buscando atratividade para o público feminino, através da plataforma de internet como instagram, que tornou-se a mídia que mais influencia os comportamentos sociais. Diante dessa realidade, se faz necessário enfatizar o quanto o capitalismo através do consumismo, garantem uma facilidade para que as mulheres realizem modificações em seus corpos, de forma a ficarem totalmente irreconhecíveis. Essas atitudes, não afetam apenas a estética, mas a subjetividade, pois o público feminino já não se olham no espelho pensando no que vêem e sim no quê precisarão mudar para que as outras pessoas aceitem. Essa realidade explica que o ideário de corpo perfeito não existe, afinal quando se segue essa lógica, entende-se que as mudanças acontecem constantemente, dessa forma na atual situação os padrões são um, mas esse padrão é mutável, e consequentemente inalcansável.

Além disso, concluímos que a pressão social pela estética, gera ainda danos psicológicos que afetam as relações, devido a constante cobrança com elas mesmas e sua imagem, sendo a principal preocupação de suas vidas em comparação com outras áreas. Essa constante cobrança e preocupação, levam à fadiga, ansiedade e a se sujeitar a cirurgias de grande risco com profissionais de pouca credibilidade e sem os protocolos éticos e cirúrgicos necessários, em casos mais graves podendo levar à morte, bem como endividamento. As mulheres são submetidas à pressão

social de padrões de beleza, causando as relações de poder, que incidem nos corpos femininos e a insistência em dizer como devem ser e como devem se portar.

Contudo, essa pesquisa contribui para desenvolvimento de novas pesquisas relacionadas ao tema, bem como reflete o uso adequado das redes sociais, através do senso crítico de conteúdos e consumo de produtos. Resulta ainda na produção de senso crítico, racionalização de uso de redes sociais, considera a melhoria das relações intrapessoais e interpessoais femininas mediante desconstrução de estereótipos na sociedade, diminuindo assim, os impactos negativos na saúde mental das mulheres e principalmente a libertação de padrões sociais estéticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABJAUDE, Samir Antonio Rodrigues et al . **Como as mídias sociais influenciam na saúde mental?**. SMAD, Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog. (Ed. port.), Ribeirão Preto , v. 16, n. 1, p. 1-3, mar. 2020 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-69762020000100001&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 30 set. 2023. http://dx.doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BITTENCOURT, L. DE J.; ALMEIDA, R. A.. **Transtornos alimentares:** patologia ou estilo de vida?. Psicologia & Sociedade, v. 25, n. 1, p. 220–229, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/b47NSPHRsQDMj5s8YXxGXqg/abstract/?lang=pt#> Acesso em 14 de out. de 2023.

BOCK, A. M. B.; TEIXEIRA, M. L. T. FURTADO, O. **Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia.** 15.ed São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

BORGES, S. A. C.. **Territórios existenciais ético-estéticos em saúde coletiva.** Fractal: Revista de Psicologia, v. 27, n. 2, p. 107–113, maio 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/6zQPyv73KzZLGhhNstMz5Cp/abstract/?lang=pt#ModalHowcite> Acesso em 19 de set. de 2023.

BRASIL. Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 maio de 2016. <Disponível em: http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf >. Acesso em: 27 jun. 2023.

COMPARATO, F. K.. **Capitalismo: civilização e poder.** Estudos Avançados, v. 25, n. 72, p. 251–276, maio 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/6rdn6gfNjWGcwjBVcFszSWh/#>. Acesso em: 15 de nov. de 2023.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FONTANIVE, Stefani. **Número de cirurgias plásticas cresce a cada ano e suscita debates sobre a autoimagem na sociedade de consumo. Jornal da Universidade.** Rio Grande do Sul, 9 de fev. de 2023. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/numero-de-cirurgias-plasticas-cresce-a-cada-ano-e-suscita-debates-sobre-a-autoimagem-na-sociedade-de-consumo/>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

FONTENELLE, I. A.. **O estatuto do consumo na compreensão da lógica e das mutações do capitalismo.** Lua Nova: Revista de Cultura e Política, n. 92, p. 207–240, maio 2014.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas? In: _____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002, p. 45-62.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa:** tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas [online]. 1995, v. 35, n. 3, pp. 20-29. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>. Epub 18 Jul 2012. ISSN 2178-938X. https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004. Acesso em 27 Abr. de 2023.

LIMA, A. F. DE .; BATISTA, K. DE A.; LARA JUNIOR, N.. **A ideologia do corpo feminino perfeito:** questões com o real. Psicologia em Estudo, v. 18, n. 1, p. 49–59, jan. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/dj8qFH9Dk5SBKtLNhnYDY4q/abstract/?lang=pt#ModalHowcite> Acesso em 14 de out. de 2023.

MIGUEL, R. DE B. P.; ARNDT, G. J.; PIRES, J. G.. **Psicólogos e o Uso das Mídias:** Um Relato de Pesquisa. Psicologia: Ciência e Profissão, v. 41, p. e224152, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/rL6PvjJcqyhgWn3hgMtPZZx/#ModalHowcite>. Acesso em 14 de out. de 2023

ORTEGA, Francisco. **“Da ascese à bio-ascese ou do corpo submetido à submissão ao corpo”**. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz B. Lacerda; VEIGA-NETO, Alfredo. Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas. Rio de Janeiro: DP&A, 2005, p.139-173.

SAMPAIO, Rodrigo P. A. de; FERREIRA, Ricardo Franklin. **Beleza, identidade e mercado.** Psicol. rev. (Belo Horizonte), Belo Horizonte , v. 15, n. 1, p. 120-140, abr. 2009 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682009000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 20 set. 2023.

SANTOS, F. C. DOS .; CYPRIANO, C. P.. **Produção de subjetividade em blogs e microblogs**. Psicologia & Sociedade, v. 26, n. 3, p. 685–695, set. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/jDwqJhHHXKsDNKFSh6j5P6g/?lang=pt#>

SCHMITT, Marina. **O Que Leva a Se Viciar Na Internet?** Relações Entre Solidão, Depressão, Ansiedade, Estresse, Adição à Internet E Uso De Mídias Sociais Online. 2020. Disponível em: <> Acesso em: 30 de mar. de 2023.

SOUZA, José Carlos; LOPES, Luiz Henrique Bernardinelli e SOUZA, Vítor Cruz Rosa Pires de. **A Dimensão do Belo no Tempo**. *Rev. Psicol. Saúde* [online]. 2018, vol.10, n.3, pp. 87-94. ISSN 2177-093X. http://dx.doi.org/10.20435/pssa.v10i3.637. Acesso em 14 de out. de 2023.

SPINK, M. J. P. **A produção de informação na pesquisa social**: compartilhando ferramentas. In M. J. P. Spink, J. I. M. Brigagão, V., V., V. L.V. N. Nascimento, & M. P. Cordeiro (Orgs.), A produção de informação na pesquisa social: compartilhando ferramentas. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisa sociais. 2014.

TEIXEIRA, S. A.. **Produção e consumo social da beleza**. Horizontes Antropológicos, v. 7, n. 16, p. 189–220, dez. 2001.Diponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/bNRSptwVXHTm6dXQhRHPgTC/#> Acesso em 20 de set. de 2023

TRINDADE, L. DE L.; RIGHI, M. B.; VIEIRA, K. M.. **De onde vem o endividamento feminino?**: construção e validação de um modelo PLS-PM. REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre), v. 18, n. 3, p. 718–746, set. 2012.

ZANIRATO, SÍLVIA HELENA e ROTONDARO, TATIANA. **Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade.** Estudos Avançados [online]. 2016, v. 30, n. 88 [Acessado 25 Abril 2022] , pp. 77-92. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40142016.30880007>. Acesso em 19 de set. de 2023