

## **O IDEAL DE BELEZA E OS PREJUÍZOS CAUSADOS A SAÚDE MENTAL**

Gabriela de Souza Lopes<sup>1</sup>, Poliane Babilon Bitencourt<sup>1</sup>, Rafaela de Deus Freitas<sup>1</sup> Larissa Bessert Pagung<sup>2</sup>

- 1- Acadêmicos do curso de Psicologia da Faculdade Multivix de Cariacica - ES
- 2- Mestre em Psicologia pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES – Professora da Faculdade Multivix de Cariacica - ES

### **RESUMO**

A construção do padrão de beleza envolve fatores socioculturais, variando de acordo com os costumes e práticas de uma sociedade. A percepção corporal de cada indivíduo tem sido baseada no que tangem um padrão estabelecido por um conjunto de fatores e ideais midiáticos. A mídia é a principal ferramenta em que o mercado utiliza para produzir a concepção do belo baseado naquilo que lhe agrega um maior valor lucrativo. A busca incessante pelo padrão de beleza gera prejuízos à saúde mental da mulher e as consequências são diversas. O mercado se apropria de uma possível falha no processo de formação da personalidade envolvendo autoconfiança e autoestima e por meio dessa falta de autoconhecimento das mulheres ele usa meio de solucionar algo que deveria ser resolvido com questões analíticas, resultando naquilo que apenas o favorece economicamente. Sendo assim a mídia apodera-se dessa vulnerabilidade e insegurança para mercantilizar o corpo da mulher e alimentar uma cultura de consumo objetificando a figura feminina e sustentando um ciclo vicioso de procedimentos estéticos.

Palavras Chave: Padrão de beleza, subjetividade feminina, mídia, saúde mental.

### **INTRODUÇÃO**

Esse artigo busca identificar através de uma revisão da literatura quais as consequências e prejuízos causados à saúde mental das mulheres na busca por um padrão de beleza socialmente imposto. Para uma melhor compreensão do tema abordado o presente artigo apresentará a o contexto histórico do padrão de beleza e como a imposição social da padronização da beleza feminina afeta a subjetividade das mulheres e quais as consequências dessa subjetivação. Segundo Jesus et al. (2016, p. 3), no que se refere a história do corpo feminino, “o corpo era visto como algo mais puro”, ou seja, como algo religioso. Porém,

cresceu-se a preocupação com a aparência física, beleza e conseqüentemente uma busca por uma melhor aparência diante da sociedade.

Será descrito quais às conseqüências negativas da busca por um padrão de beleza, indicando assim quais os efeitos psicológicos dessa imposição social na saúde mental das mulheres. Além disso, explora como a mídia influencia e interfere no comportamento corporal da mulher, considerando o forte poder de persuasão que ela exerce sobre o indivíduo e seus corpos.

Assim, ao considerarmos o corpo como a marca visível do sujeito na medida em que agrega valores sociais, torna-se importante refletirmos, neste momento, como a mídia, principalmente a publicidade, ao participar da construção e da divulgação dos novos padrões corpóreos femininos em nossa sociedade, produz sentidos (ZORZAN; CHAGAS, 2011, p. 173).

De acordo com Jesus et al (2016, p. 3), “o conceito de beleza sofreu várias transformações ao longo do tempo, onde as culturas são marcadas por modelos estéticos que são fortemente definidos”. Nessa perspectiva, a mídia torna-se veiculadora e produtora de novas formas de produzir sujeitos [...] a mídia traça objetivos e opina em diversas formas de existência coletiva e individual.

O artigo justifica-se ao buscar compreender a produção de novos sentidos, criados através da imposição social dos padrões de beleza feminina e da manipulação midiática. Apresentando uma visão crítica e problematizadora a respeito desses impasses presentes na sociedade, provocada por discursos sexistas de objetificação do corpo feminino, na reprodução de ideais inatingíveis impostos por um padrão midiático e na idealização do belo.

É importante ressaltar que o capitalismo está relacionado com a padronização da beleza feminina, segundo (SOUZA, 2018) com o crescimento do capitalismo a padronização da beleza feminina transformou-se em uma regra, tornando-se uma forma de controlar as pessoas por parte do sistema capitalista, visando sempre a lucratividade sobre da indústria da beleza. Sendo assim é relevante avaliar os impactos causados na vida das mulheres que buscam cada vez mais atingir os padrões de beleza impostos socialmente, sem medir esforços em analisar as conseqüências, muitas das vezes colocando sua própria vida em risco.

Os distúrbios ligados à alimentação caracterizam-se pela fobia de estar inadequado de acordo com determinado padrão estético corporal.

Fatores socioculturais influenciam diretamente nos comportamentos anoréxicos e bulímicos, onde é possível notar que quanto mais utópicos os padrões de beleza de uma determinada sociedade, mais transtornos alimentares as mulheres apresentam, a pressão estética condiciona as mulheres à infelicidade com o próprio corpo, fazendo com que a mesma recorra a atitudes lesivas ao seu organismo (MELO; SANTOS, 2020, p. 3).

Levando em consideração os grandes prejuízos causados à saúde mental e física das mulheres, afetando o modo de estar e se verem no mundo, a problemática da padronização da beleza feminina requer mais cautela e uma atenção crítica maior.

## **REVISÃO DA LITERATURA**

### **História do padrão de beleza**

Ao longo da história, observa-se uma mudança no quesito padrão de beleza, sendo assim na Idade Média não houve o domínio do padrão de beleza devido à forte influência da Igreja Católica pregando que o cuidado com o corpo é algo profano (D'ANGELO; LOTZ e DEITZ, 2001). No Renascimento os valores mudaram e adotaram-se padrões de beleza, o luxo se tornou mais visível, homens e mulheres passaram a usar joias e maquiagem. As pinturas femininas valorizavam os seios e as nádegas e ganham contornos mais curvilíneos (D'ANGELO; LOTZ e DEITZ, 2001). As mulheres mais gordinhas, com corpos volumosos eram consideradas como as mais belas. A obesidade representava status de riqueza e ostentação (BERNUZZI, 2014).

No século XVI o ideal de beleza das mulheres era ter curvas acentuadas e uma cintura fina, por isso as mulheres usavam espartilhos e corpetes por baixo dos vestidos para ajustar a cintura. Com o passar dos anos o ideal de beleza foi priorizando corpos cada vez mais magros (BERNUZZI, 2014). A partir do século XIX, surge a sociedade de consumo, no qual as indústrias produzem artigos de beleza em larga escala, gerando uma nova visão de beleza (KURY; HANGREAVES e VALENÇA, 2000).

No século XX, os cuidados com a beleza se intensificaram, as mudanças ocorriam de forma rápida diferentemente dos séculos passados. Isso devido as novas tecnologias da comunicação mediado pela publicidade, como por exemplo: revistas, rádios, cinema, dentre outros (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ,

2001). Ainda durante este século surge entre as mulheres a moda do cabelo curto, e é neste mesmo período em que elas começaram a ser cobradas em relação a beleza, a obrigatoriedade de estar sempre com o corpo malhado, maquiagem no tom da moda, cabelos pintados para esconder os fios brancos, unhas pintadas, pelos depilados, dentre outras obrigações (KURY; HANGREAVES e VALENÇA, 2000).

A obrigatoriedade de estar sempre bela fez com que ocorresse uma revolução da cosmética, sendo esta impulsionada. Atualmente há um foco no anúncio publicitário na cultura da estética e dos cuidados com a aparência através principalmente de produtos de cosméticos, tornando o corpo como objeto de consumo. A consequência dessa publicidade é o aumento de cirurgias plásticas e o número de salões de beleza (VIGARELLO, 2006).

### **A construção da subjetividade e as consequências dessa na vida das mulheres**

Félix Guattari, citado por Mansano (2009) traz a noção de subjetividade, que para esse autor não é algo que possa ser considerado total, passível de centralização dos indivíduos. Para ele a subjetividade não se implica a noção de posse, é uma produção que ocorre através dos encontros que vivemos com o outro em nosso meio social e com a natureza, considerando todas as formas de produção de efeitos nos corpos e nas maneiras de se viver.

De acordo com (MORREIRA, 2015) as diversas imagens que circulam no meio social no qual o indivíduo está inserido fazem parte da fabricação de corpos possíveis, partindo da constituição presente no imaginário global e local, articulando panoramas subjetivos presentes na imaginação do sujeito, despertando o desejo de atingir os ideais de beleza por ele imaginados e criados a partir das informações apresentadas a ele através do meio.

A subjetividade é um modo de ser e estar no mundo. Resultado da relação do indivíduo com a cultura. São incorporados nesse processo de construção de subjetividade a influência da cultura, linguagem, hábitos, e costumes, padrões de comportamento e valores determinando o belo e o feio, inclusive em relação ao corpo. A construção da subjetividade é produto do que aprendemos na família, na escola, com amigos e meios de comunicação. A mídia também impõe padrões que influenciam a existência do sujeito, atingindo sua subjetividade. A mulher sofre pela força da cultura patriarcal, sobre ela

pesa exigências extremas, sendo ela o principal alvo, precisa ser bela sempre. (BARROS et al., 2017, p. 48).

Para (MARTINS, 2007) a subjetividade é produzida na relação estabelecida através das forças que atravessam o sujeito, de acordo com o movimento, a partir dos encontros, das práticas de objetivação estabelecidas pelo poder/saber com os modos de subjetivação, as formas de reconhecimento de si próprio como sujeito da norma, atribuindo uma estética a si mesmo. Segundo (MANSANO, 2009) os efeitos produzidos através dos encontros que travessam o sujeito a todo o tempo fazem com que ele, se questione e produza sentidos para a experiência que vivenciou e que desorganizou seu modo de viver conhecido até o momento, gerando estranhamento, incômodos e angústia.

Dessa forma é possível avaliar e problematizar as exigências do meio, imposições culturais e sociais que atravessam as mulheres e se tornam grandes influenciadores na construção do processo de subjetividade feminina. Os modos de subjetivação presentes na sociedade tornam-se capazes de moldar o comportamento das mulheres por meio dessa mistura de sentidos, tornando-as dependentes pela busca incansável por padrões de beleza socialmente impostos.

Pode-se dizer que o processo de subjetivação se dá a todo o momento, pois o homem o tempo todo está envolvido em relações de poder e se expressa e é influenciado através do discurso. Mas não é só através dessas relações de poder que se dá a subjetivação. Este processo é possível através de todas as práticas em que este homem está inserido, desde aquelas em que ele mesmo é ator principal, até aquelas em que ele é um mero espectador que sofre apenas influências do meio externo, passando por sua história pessoal e coletiva, além do meio cultural em que este vive (OLIVEIRA; TRINDADE, 2015, p. 31).

Observa-se uma busca desenfreada pela aceitação social, para se enquadrar nos padrões, se encaixar nas imposições e isso torna as mulheres objetos de uma sociedade consumista do padrão do ideal do belo e dos corpos perfeitos. Segundo Meuer e Gesser citado por (ZORNAS; CHAGAS, 2011, p. 180).

Destarte, a contemporaneidade, as novas formas de subjetivação cada vez mais se relacionam com os modelos idealizados de corporeidade. O culto à magreza e a rejeição dos corpos fora dos padrões dominantes se engajam aos discursos contemporâneos de disciplinamento e de controle dos corpos femininos como forma de reafirmar as relações de poder. Assim, possuir um corpo magro, atualmente, está relacionado, também, à questão simbólica do "poder".

De acordo com Toledo, em matéria publicada no site do UOL (2020) “Jovem morre após cirurgia plástica e acende debate sobre pressão estética”. A partir da matéria mencionada é possível ter uma ideia a respeito das consequências da utilização de métodos invasivos a fim de alcançar os padrões de beleza socialmente impostos.

Segundo (BARROS et al., 2017), a forma como a mulher é representada na contemporaneidade é capaz de causar impacto em suas emoções, atravessar sua subjetividade e como consequência pode sobrevir o sofrimento e a angústia. “As atribuições de erotismo feitas ao corpo feminino só se sustentam quando este objeto está a serviço da beleza ou, de maneira mais direta, está incumbido de satisfazer aos anseios da sociedade” (BARROS et al., 2017, p. 04).

### **A imagem do corpo feminino na mídia**

Percebe-se uma grande influência dos veículos de comunicação no que tange aspectos relacionados a padronização da beleza feminina. A publicidade expressa diferentes tipos de culturas, demonstrando as representações dos corpos dos indivíduos como são ou como gostariam de ser. Para a mídia o corpo é um mecanismo utilizado para dar relevância ao produto. O corpo que aparece nas mídias apresenta-se sem “imperfeições”, causando assim a busca pelo consumo do corpo perfeito (SAUERBRONN; TONINI e LODI, 2011).

Segundo Jordão (2005) os anúncios publicitários quando se utilizam de modelos consideradas atraentes para propagandas provocam não somente o desejo masculino, mas despertam nas mulheres o desejo de serem como as modelos dos comerciais de TV, fazendo com que essas mulheres busquem de uma maneira desenfreada se aproximar do padrão de beleza exibido pela mídia.

As mulheres em comerciais e anúncios são representadas como objeto de consumo, sendo que muitas vezes os produtos por elas apresentados não são voltados ao público feminino, mas sim para o público masculino. Como exemplo, temos os comerciais de cerveja, no qual há uma objetificação do corpo feminino como objeto de desejo, prazer, apelando para a sexualidade de forma desrespeitosa a figura da mulher (OLIVEIRA, 2017).

Em um artigo feito para a folha de São Paulo, em 1996, a psicanalista

Suely Rolnik relata o poder que a mídia exerce sobre os corpos, a ponto de fragiliza-los, deixando-os vulneráveis e dispostos a consumir tudo o que a mídia os oferece como um padrão de beleza ideal.

A droga oferecida pela TV (que os canais a cabo só fazem multiplicar), pela publicidade, o cinema comercial e outras mídias mais. Identidades prêt-à-porter, figuras glamourizadas imunes aos estremecimentos das forças. Mas quando estas são consumidas como próteses de identidade, seu efeito dura pouco, pois os indivíduos-clones que então se produzem, com seus falsos-self estereotipados, são vulneráveis a qualquer ventania de forças um pouco mais intensa. Os viciados nesta droga vivem dispostos a mitificar e consumir toda imagem que se apresente de uma forma minimamente sedutora, na esperança de assegurar seu reconhecimento em alguma órbita do mercado (ROLNIK, 1996 p. 21).

Segundo (BARROS, et al., 2017) a produção desordenada da mídia perpassa por todas as mulheres produzindo subjetividade e influenciando na forma como elas se enxergam no mundo, fazendo com que as mulheres busquem se igualar ao que é transmitido.

Assim, a todo o momento produzem-se informações, que se personifica em nível das relações interpessoais. A construção do belo na sociedade também produz a identidade do sujeito, é uma produção perversa do capitalismo, onde manipulam-se desejos e escolhas. Os padrões de beleza ao longo da sociedade sofreram diversas transformações, e hoje está moda é dita pelas modelos estampadas nas capas de revistas, as atrizes de novela e cinematográficas, jornais e também na internet (BARROS, 2017, p. 50).

### **A influência da mídia na busca por um padrão de beleza**

A mulher atualmente sofre com o modelo que a mídia impõe sobre o que se pode considerar de belo ou perfeito, afirmando que a obtenção desse padrão irá trazer felicidade. Se encaixar nesses padrões está se tornando objetivo de vida de muitas mulheres, por não conseguir alcançar esse modelo o número de mulheres que se frustram aumenta cada vez mais. (GOMES; BONETTI; OLIARI e ANNUSECK, 2012).

Na busca pelo padrão de beleza ideal, as mulheres tornam se escravas da beleza, a qual é muito difundida pelos meios de comunicação e pela mídia, no qual muitas delas estão perdendo o prazer de viver, por não estarem satisfeitas com seu corpo e consigo mesmo. Essa escravidão de certa forma gera depressão, ansiedade, perda da autoestima e uma não aceitação de si própria (GRACIANO, 2015).

Conforme Graciano (2015), a mídia e os meios de comunicação dispararam com várias imagens que muitas vezes não refletem a realidade e tornam-se cada vez mais distantes na representação das mulheres. Nesse sentido, as mulheres se veem na obrigação de se encaixar nos padrões determinados pelas mídias e ficam cada vez mais obcecadas na busca do corpo perfeito, ou seja, na busca de um padrão de beleza ideal.

Nota-se que as mulheres vêm fazendo cobranças a si mesma para atingir o padrão de beleza impostos pela mídia, e isso, vem lhe afetando diretamente em todos os aspectos. Com isso, começam a aparecer o stress, a não aceitação do seu próprio corpo, as dietas exacerbadas, entre outras enfermidades (GRACIANO, 2015).

De acordo com Barros (2019, p. 17)

a imagem corporal está relacionada a uma preocupação excessiva com o modelo estético físico culturalmente imposto, sendo que o padrão de beleza idealizado não condiz com os padrões convenientes para a saúde. Entretanto o culto ao corpo sempre teve relação com poder, beleza, respeito social. O corpo perfeito compõe-se da percepção do indivíduo na relação com a estrutura corporal e sua aparência e como a sociedade a enxerga, tendo a construção da identidade de acordo com as experiências vividas na infância, e a relação com os familiares.

Ainda conforme Graciano (2015), a mídia vem exigindo um padrão de beleza feminina, onde tem se mostrado que as mulheres para serem bem aceitas dentro da sociedade, devem ser magras. Isso se exemplifica em capas de revistas, onde vemos apenas mulheres com corpos esbeltos e aparência bonita.

O padrão estético de beleza atual, perseguido pelas mulheres, é representado imagetivamente pelas modelos esqueléticas das passarelas e páginas de revistas segmentadas, por vezes longe de representar saúde, mas que sugerem satisfação e realização pessoal e, principalmente, aludem à eterna juventude” (BOHM, 2004, p.19).

De acordo com Santaella (2004, p. 125)

nas mídias, aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo, o corpo reificado, fetichizado, modelizado como ideal a ser atingido em consonância com o cumprimento da promessa de uma felicidade sem máculas. São, de fato, as representações nas mídias e publicidade que têm o mais profundo efeito sobre as experiências do corpo. São elas que nos levam a imaginar, a diagramar, a fantasiar determinadas existências corporais, na forma de sonhar e desejar que propõem.

Nesse sentido, podemos perceber que a mídia constrói produtos, ideias e com isso consegue manipular as mulheres através de discursos, onde seu alvo principal é a beleza imposta. Sendo assim, a mídia quer mostrar a ideia de que a beleza é o principal fator a ser levado em conta independentemente de raça, cor, gênero. Nota-se que esse tipo de beleza que a mídia propôs se dá num mínimo percentual de gordura corporal, ou seja, corpos esbeltos, tendo como ausência as rugas, flacidez, etc (SANTAELLA, 2004).

A influência que a mídia tem sobre as mulheres, induz a busca do corpo ideal por meio de dietas da moda e procedimentos estéticos invasivos, sendo capaz de ter uma melhora significativa da autoestima, mesmo passando por estes processos a sensação de insatisfação ligada a vontade de novas transformações corporais, na região modificada ou em outra parte do corpo que não agrada permanece no consciente. Graciano (2015) apud Barros (2019, p.20).

### **Prejuízos causados à saúde mental da mulher na busca incessante por padrões de beleza impostos pela sociedade**

É válido o conhecimento de que o padrão de beleza vai além de ter uma vida saudável ou dieta balanceada, a questão fundamental a ser abordada é sobre o real prejuízo que essas exigências têm causado nas mulheres, as consequências são de depressão, alterações no humor, ansiedade e também os distúrbios alimentares. São criadas expectativas e metas absurdas que não estão de acordo com sua estrutura corporal e acabam resultando em transtornos. É importante entendermos que esse padrão está longe de ser o ideal, devido as relações de diversidades (ROCHA, 2018).

Observamos que nos últimos tempos houve um crescimento abusivo por busca de cirurgias plásticas e tratamentos médicos cosméticos, os quais crescem de maneira frequente, grande parte das mulheres que buscam por esses tipos de tratamentos, na verdade está buscando resolver questões subjetivas internas, que ilusoriamente acreditam que será resolvida através desses métodos. Então depois de submetidas aos mesmos, continuam em um ciclo vicioso e incessante, sendo que questões de subjetividades não são tratadas com procedimentos estético, mas sim analítico, tendo em vista ser questões muitas das vezes inconscientes (CORDÁS, 2005).

A realização de cirurgias plásticas e procedimentos estéticos não garantem a satisfação do indivíduo devido a fatores internos que estão

relacionados a construção da autoestima e da autoconfiança, pelo contrário esses procedimentos alimentam ainda mais a insatisfação devido a ser uma variante mutável a todo momento (WOLF, 2018).

Os fatores externos que são intitulados são métodos errôneos e medidas temporárias, parcialmente eficientes ou ineficiente usadas para adiar a responsabilidade de resolver algo interno que deveria ser tratado de outra maneira. A noção de cura da autoestima como tem sido praticada por meio desses procedimentos estéticos, enfraquecendo o real valor de cada mulher (WOLF, 2018).

Devido a não se enquadrar no padrão socialmente imposto a mulher tem uma percepção de si mesma de forma negativa com sentimentos de inferioridade, fracasso e incapacidade. Sendo assim devido a essas sensações ela procura utilizar todos os recursos possíveis que contribuam para a reformulação de sua imagem, melhorando sua aparência. (SOUZA, et al. 2013). De acordo com Maldonado (2006), geralmente, a mídia pede que as mulheres tenham padrões de corpo voltados a magreza, e isso resulta muitas vezes nas mulheres grande insatisfação com seu próprio corpo, ou seja, preocupação excessiva com sua aparência física e seu peso corporal.

De acordo com Barbosa et al (2011, p. 3)

a preocupação com a imagem corporal é algo alarmante, pois essa preocupação pode prejudicar a vida em um todo. O aparecimento da anorexia e bulimia nervosa é diretamente associado à insatisfação corporal, baixa autoestima e influência midiática. A caracterização dos transtornos alimentares possui sintomatologia parecida, iniciando como o medo exacerbado de engordar, gerando assim uma preocupação excessiva com o peso e a forma corporal. Isso reduz voluntariamente o consumo de alimentos levando à perda de peso. Em acréscimo, o indivíduo pode utilizar-se do vômito, laxantes e/ou diurético para que haja essa perda de peso.

Observa-se nos dias atuais que mulheres que estão insatisfeitas com seu próprio corpo, assunto aqui tratado, estão cada vez mais querendo atingir um padrão estético corporal igualmente aos que a mídia pede dentro dos padrões sociais. E nessa busca incessante, nota-se que ambas estão sempre correndo atrás de dietas milagrosas, atividade física intensas e até mesmo fazendo uso de medicamentos que podem afetar prejudicialmente a sua saúde.

De acordo com Almeida (2017, p. 13)

um amplo mercado farmacêutico, de academias de ginástica e clubes desportivos, de produtos de beleza e inovações terapêuticas, como também o de intervenções cirúrgicas, tem crescido constantemente, o que representa uma grande busca pela satisfação com a imagem corporal.

Ainda de acordo com Almeida (2017, p. 13), “as mídias criam e reforçam os padrões de beleza, e este bombardeio de indicações promove, prevalentemente nas meninas, porém não exclusivamente, transtornos alimentares, tais como a anorexia e bulimia”. [...] Transtornos alimentares estão associados à graves perturbações no comportamento alimentar e indicam dois diagnósticos principais: a anorexia nervosa e a bulimia nervosa. (ALMEIDA, 2017, p. 13).

Nota-se que esses transtornos alimentares que afetam a saúde das mulheres na busca de padrões de beleza ideais, são um dos impactos causados nessa busca. Podemos citar diante do exposto, que esses transtornos alimentares afetam diretamente as mulheres o seu psicológico, afetando a sua autoestima e o seu bem-estar.

Conforme Barbosa et al (2011, p. 9)

anorexia e a bulimia são manifestações de um sofrimento psíquico, sintomas orais que escondem angústias arcaicas, ligadas a momentos primitivos da constituição da psique, especialmente no que concerne a rupturas precoces na relação com a figura materna internalizada. Uma história de paixões, mãe e filha unidas numa intensa dependência e paradoxalmente sentindo um horror a esta dependência que nutre a relação, aprisionadas em um mesmo corpo-cárcere, numa perversão do querer, numa eterna busca de completude para um vazio interior oriundo de seu mundo objetual violento, procurando sentido para afetos estampados no corpo e registrados na concretude de seus atos.

Conforme Almeida (2017, p. 13), “a anorexia nervosa tem como característica a restrição dietética auto imposta, medo intenso de engordar, distorção da imagem corporal e perda de peso devido à própria restrição alimentar”. Diante disso, as mulheres que tem esses problemas, se veem com o corpo imenso, e acaba não se percebendo com o corpo esbeltos, ou seja, magros, e isso de fato desgasta fortemente sua saúde mental e física.

No que se refere a bulimia nervosa, esse transtorno alimentar está ligado a alimentação excessiva e logo após esse feito, as pessoas geralmente “vomitam” toda o excesso de comida que foi ingerido, e esse feito geralmente acontece em ambientes totalmente escondidos (ALMEIDA, 2017). Para evitar

possíveis consequências devido ao excesso de alimentação, durante a bulimia, algumas mulheres usam laxantes, fazem atividades físicas intensas diariamente e até mesmo jejum intermitente. Conforme Maldonado (2006), esse transtorno alimentar é causado por episódios de depressão em mulheres, afetando assim a sua saúde mental.

De acordo com Barbosa et al (2011, p. 8)

o aumento dos números de casos de transtornos alimentares na população feminina tem ligação direta com as transformações dos padrões de beleza e às exigências sociais. Nos dias de hoje, a cultura do emagrecimento está em foco, para que haja uma aceitação social. Com isso, há uma preocupação maior das mulheres, para que estejam dentro desse padrão estético imposto pela sociedade.

Evidencia-se que as pessoas devem socializar umas com as outras e consigo mesmo, pois, é possível perceber que a mídia tem grande influência nesse processo, onde os sujeitos buscam ser aceitos dentro dos padrões sociais que a mídia exige (CONTI et al. 2010). Esse autor discute que esse processo de ser aceito dentro dos padrões que muitas vezes a sociedade propôs acontece em grande parte desde adolescência, onde os grandes meios de comunicação em massa influenciam (CONTI et al. 2010).

De acordo com Almeida (2017, p.16)

a TV, assim como os diferentes meios de comunicação, produz mudanças culturais que acarretam na alteração da capacidade de compreender a realidade [...] acreditam que utilizar esses meios no âmbito escolar, se produziria uma educação mais dinâmica e menos monótona. O emprego dos recursos de imagem e som, capacitaria o jovem para uma análise crítica e coerente entre o que é mostrado na TV e a realidade vivida fora dela.

Portanto, tem-se a necessidade de grandes investimentos em programas de conscientização para as mulheres na fase escolar, com o intuito de leva-los a pensar e praticar hábitos de vida mais saudáveis, bem como saber as consequências que podem acontecer com sua saúde na busca por um padrão de beleza ideal. Conforme Almeida (2017, p. 16), “a escola representa ser um local de grande relevância para o repasse de informações e esclarecimentos sobre os danos que a insatisfação com a imagem e peso corporal, assim como comportamentos alimentares de risco, podem trazer à saúde”. No que se refere aos estudos da Psicologia, mostram-se necessárias estudos para compreender melhor o assunto aqui tratado. Conforme Barbosa et al. (2011, p. 9)

o tratamento psicológico tem como base auxiliar o indivíduo a lidar com seu sofrimento emocional. O sofrimento pode ser causado por não saber lidar com os mecanismos de defesa saudáveis, gerando mecanismos de defesas problemáticos que comprometam o funcionamento da personalidade.

A construção da autoestima e autoconfiança está intrinsicamente relacionada com fatores internos de cada indivíduo, sendo assim as promessas de cirurgias plásticas e procedimentos estéticos não garantirá a satisfação desses fatores, pelo contrário esses procedimentos alimentam ainda mais a insatisfação devido a ser uma variante multável a todo momento (WOLF, 2018).

Os fatores externos que são intitulados são métodos errôneos e medidas temporárias, parcialmente eficientes ou ineficiente usadas para adiar a responsabilidade de resolver algo interno que deveria ser tratado de outra maneira. A noção de cura da autoestima como tem sido praticada por meio desses procedimentos estéticos, despotencializa o real valor de cada mulher (WOLF, 2018).

Diante do exposto, os psicólogos devem trabalhar com terapias para que o paciente desconstrua ideias sobre seu corpo, dentro dessas terapias usa-se a terapia com famílias. Vale notar que os pacientes com esses transtornos alimentares causados pela incessante busca por padrões de beleza, quando são diagnosticados no início tem maiores condições para um prognóstico. Sendo assim, é preciso que essas terapias sejam efetivas na medida em que os pacientes se aceite da forma como ele é, ou seja, começa a se auto respeitar e não se deixar levar assim por padrões impostos pela sociedade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo do trabalho foi ampliada a discussão a respeito da temática central do artigo, no qual foi possível identificar que ao longo da história notou-se enraizado um sistema patriarcal de domínio que impões padrões a custas do nada, ou a de seu bel prazer, de valores baseados na moral que busca introjetar na sociedade normas sociais que acabam virando regras sociais. Essa ideia de padrão de beleza pela história passa por variadas mudanças, tendo em cada

momento histórico, uma objetivação diferente do modelo do belo, do aceitável, e o que realmente é aceito socialmente.

Notou-se que, historicamente, a mulher sempre foi tratada como objeto de comercialização, pois a busca pela exploração comercial desta, consumindo produtos e serviços foi uma prioridade pelo grande capital, daí então consumo de massas para produção em massas. A indústria de cosmética encontrou seu público e através da mídia televisiva inicialmente, começa a construir um novo padrão de beleza e o corpo desejável, usando modelos com corpo bem definidos, malhados em academia consumindo o produto e induzindo as mulheres a acreditarem que esse era o caminho do sucesso para ter um corpo ideal.

Percebe-se que o avanço da tecnologia, inaugura-se um novo tempo, o das mídias sociais, no qual são descarregadas milhares de informações de saúde e beleza, sempre com a temática de corpo perfeito, desconsiderando o fato da subjetividade e singularidade de cada mulher. Com essa enxurrada de informações, identificou-se mulheres sofrendo de depressão, baixa autoestima, anorexias dentro das passarelas de modas, ou seja, esse padrão ideal social afetando diretamente na vivência do ser.

A busca obsessiva por essa beleza padrão, afeta profundamente as mulheres, que desenvolve patologias por estarem sentindo insatisfeitas com seus corpos e começam a trilhar o caminho da perfeição, causando assim consequências danosas a suas vidas. Dietas sem acompanhamentos médicos, remédios, chás, anorexia, bulimia tudo isso para satisfazer uma construção social de beleza do ideal.

Ainda pela busca do corpo perfeito mulheres são submetidas a procedimentos estéticos, com altos custos das cirurgias além dos riscos de mortes ou lesões provocados por esses tipos de procedimentos, em muitos casos mesmos após essas intervenções não saem satisfeitas, pois é algo que está ligado a autoestima da pessoa, e não são procedimentos estéticos que poderá solucionar essa questão.

Sendo assim, compreende-se que as mídias sociais têm muita influência na construção do ideal de corpo perfeito, pois são veículos de longo alcance, e

impulsionadas por um público que não consegue identificar que estão reproduzindo um sistema de comportamento patriarcal dominante, que impõe as mulheres essa cultura do belo do ideal e do que é socialmente correto.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Alecsander Pereira. **A influência da mídia na distorção da imagem corporal de adolescentes.** Trabalho de conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Licenciatura em Educação Física pela Faculdade de Ciências da Educação e Saúde Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13105/1/21451004.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2021.
- BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena e COSTA, Maria Emília. **Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje.** Psicologia & Sociedade, p. 23-34, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/WstTrSKFNy7tzvSyMpqfWjz/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 17 maio 2021.
- BARROS, Marcia Andrea da Silva. **A relação dos padrões de beleza com a construção da subjetividade da mulher.** Revista Presença, v. 3, n. 9, p. 36-59, 2017. Disponível em; [https://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as\\_sdt=0%2C5&q=A+RELA%C3%87%C3%83O+DOS+PADR%C3%95ES+DE+BELEZA+COM+A+CONSTRU%C3%8712%C3%83O+DA+SUBJETIVIDADE+DA+MULHER&btnG=](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as_sdt=0%2C5&q=A+RELA%C3%87%C3%83O+DOS+PADR%C3%95ES+DE+BELEZA+COM+A+CONSTRU%C3%8712%C3%83O+DA+SUBJETIVIDADE+DA+MULHER&btnG=) Acesso em: 18 de maio de 2021.
- BARROS, Yuri Isaac Brito. **Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino.** Trabalho apresentado à disciplina de TCC II do curso de Enfermagem da Universidade Católica do Salvador. Bahia, 2019. Disponível em: <<http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/945/1/TCCYURIBARROS.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2021.
- BERNUZZI, Denise de Sant'Anna. **História da beleza no Brasil.** São Paulo. Ed.Contexto, 2014.
- BOHM, Camila Camacho. **Um peso, uma medida. O padrão de beleza feminina apresentado por três revistas Brasileiras.** São Paulo: Uniban, 2004.
- CONTI, Maria Aparecida; BERTOLIN, Maria Natacha Toral e PERES, Stela Verzinhasse et al. **A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer.** Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 15, n. 4, p. 2095-2103, 2010. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csc/a/V9gG6CJFt3gVTY3b7st4Yxf/?lang=pt&format=pdf>  
Acesso em: 15 maio 2021.

CORDÁS, Táki Athanássios. **Cirurgia plástica e transtornos alimentares**. Revista Brasileira de Psiquiatria. V 27, N°04, 341-8, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbp/a/r9tymYzmy9cS7cYHjLjncRn/?lang=pt&format=pdf>  
Acesso em: 05 junho 2021.

D'ANGELO, Janet; LOTZ, Shelley; DEITZ, Sallie; GERSON Joel; FRANGIE M. Catherine; HALAL John **Fundamentos de Estética 1: Orientações e negócios**. 10. ed. São Paulo, 2001. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/1557>; Acesso em: 18 maio 2021.

FILHO, Kleber Prado; MARTINS, Simone. **A subjetividade como objeto da (s) psicologia (s)**. *Psicologia & Sociedade*, v. 19, n. 3, p.14-19, 2007. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822007000300003&script=sci\\_abstract&tlng=es](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822007000300003&script=sci_abstract&tlng=es); Acesso em: 23 maio 2021.

GOMES, Katherine Ritzke; BONETTI, Tiago Celeste; OLIARI, Deivi Eduardo, ANNUSECK, Márcia Regina. **Ofertas de Felicidade e Modelos de Beleza na Propaganda Feminina**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0910-1.pdf> Acesso em: 08 junho 2021.

GRACIANO, Livia Lopes e EMILIANO Silvani. **A influência da mídia na imagem corporal feminina**. Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/refuem/a/6CJh5sNzZVckZgvzkcpJVrx/?lang=pt>. Acesso em: 11 junho 2021.

JESUS, Rosemeire dos Santos; LOPES, Dione Pereira; ANDRADRE, Fernando João; ALBIERI, G. Gabriela Aparecida Ribeiro; ALEMIDA, Gleice Aparecida; ROCHA, Thaina Aparecida Barbosa. **A influência dos padrões de beleza impostos pela mídia**. Universidade São Judas Tadeu. 2016. Disponível em: <http://conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000022371.pdf>. Acesso em: 20 abril 2021.

JORDÃO, Flávia Patricia Martins. **O erotismo e a sensualidade da mulher na publicidade e na propaganda**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade de Marília, São Paulo, 2005. jun. 2021  
KURY, Lorelai; HANGREAVES, Lourdes; VALENÇA, Máslova T. **Ritos do Corpo**. Rio de Janeiro. Ed. Senac Nacional, 2000.

MALDONADO, Gisela de Rosso. **A educação física e o adolescente: a imagem corporal e a estética da transformação na mídia impressa**. Revista

Mackenzie de Educação Física e Esporte, São Paulo, v. 5, n. 1, 2006.

Disponível em:

<http://www.saosebastiao.sp.gov.br/ef/pages/Sa%C3%BAde/Padr%C3%A3o/leituras/e1.pdf> Acesso em: 11 junho 2021.

MANSANO, Sonia Regina Vargas. **Sujeito, subjetividade e modos de subjetivação na contemporaneidade**. *Revista de Psicologia da UNESP*, v. 8, n.2, 2009. Disponível em:

<https://seer.assis.unesp.br/index.php/psicologia/article/view/946>; Acesso em 22 maio 2021.

MELO, Lara Santos Mendes; SANTOS, Nádia Macedo Lopes. **Padrões de beleza impostos às mulheres**. *Revista Científica eletrônica de Ciência aplicadas do Fait. Faculdade de Ciências sociais e Agrárias de Itapeva*. 2020. Disponível em:

[http://fait.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/KpDnYgJm2BARYNc\\_2020-7-23-20-34-39.pdf](http://fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/KpDnYgJm2BARYNc_2020-7-23-20-34-39.pdf) Acesso em: 22 maio 2021.

MOREIRA, Maria de Fatima Salum; JOROSKY, Narda Helena; DE QUADROS, Marta Campos. **CORPO, GÊNERO E BELEZA: O QUE A EDUCAÇÃO INFANTIL TEM A VER COM ISSO?**. In: *Colloquium Humanarum*. ISSN: 1809-8207. 2014. p. 62-70. Disponível em:

<https://revistas.unoeste.br/index.php/ch/article/view/1221> Acesso em: 12 de outubro 2021.

OLIVEIRA, André Luiz; TRINDADE, Ellika. **Apontamentos acerca da subjetividade e dos processos de subjetivação no mundo contemporâneo e suas repercussões na clínica psicoterápica**. *Revista Psicologia e Saúde*, v. 7, n. 1, jan./jun. 2015, p. 30-38 2015. Disponível em:

<https://www.pssa.ucdb.br/pssa/article/view/398>; Acesso em: 05 junho 2021.

OLIVEIRA, Camila Belinaso. **A objetificação midiática da mulher: apontamentos desde uma perspectiva feminina**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Direito. Especialização em Direitos do Consumidor e Direitos Fundamentais. Porto Alegre 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/179018> Acesso em: 04 junho 2021.

ROCHA, Tatiana Mendes. **“Padrão de beleza” e saúde mental da mulher**. *Psicologia Acessível*, 2018 Disponível em:

<https://psicologiaacessivel.net/2018/09/04/padrao-de-beleza-e-saude-mental-da-mulher/amp/> Acesso em: 12 junho 2021.

ROLNIK, Suely. **“Toxicômanos de identidade. Subjetividade em tempo de globalização”**, in *Cultura e subjetividade*. Saberes Nômades, org. Daniel Lins. Papirus, Campinas 1997; p.19-24.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação: sintoma de cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

SAUERBRONN, João Felipe Rammelt; TONINI, Karla Andrea Dulce & LODI, Marluce Dantas de Freitas. (2011). **Um estudo sobre os significados de consumo associados ao corpo feminino em peças publicitárias de suplementos alimentares.** REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre), 17(1), 01-25. Retrieved August 25, 2015, Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-23112011000100001&lng=en&tlng=pt.10.1590/S1413-23112011000100001](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112011000100001&lng=en&tlng=pt.10.1590/S1413-23112011000100001). Acesso em: 08 junho 2021.

SOUZA, Fabieli da Silva. **A padronização da beleza como imposição social e sua relação com o feminino.** Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Psicologia da Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí, Dezembro, 2018. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/5659/FABIELI%20DA%20SILVA%20SOUZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 27 setembro 2021.

SOUZA, Márcia Rebeca Rocha; OLIVEIRA Jeane Freitas; NASCIMENTO, Enilda Rosendo; CARVALHO, Evanilda Souza de Santana. **Druga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras.** Rev. Gaúcha Enferm., v.34, p. 62-69, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rgenf/a/V4VTPGRws8NPzHZvTY846bD/?lang=pt&format=pdf> Acesso em: 13 junho 2021.

TOLEDO, Mariana. **Jovem morre após cirurgia plástica e acende debate sobre pressão estética Imagem:** Reprodução/Redes Sociais. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/09/17/jovem-morre-apos-cirurgia-plastica-e-acende-debate-sobre-pressao-estetica.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 29 maio 2021.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres.** Rio de Janeiro. Ed. Rosa dos Tempo, 2018.

ZORZAN, Fernanda Saldanha. CHAGAS, Arnaldo Toni Sousa. **“Espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu?” uma reflexão sobre o valor do corpo na atualidade e a construção da subjetividade feminina.** Barbarói, n. 34, p. 161-187, 2011. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/barbaroi/n34/n34a10.pdf> Acesso em: 13 junho 2021.

