

## IMPACTOS DA PRESSÃO ESTÉTICA POR MEIO DAS REDES SOCIAIS SOBRE A SAÚDE MENTAL FEMININA

DUARTE, Adriele Laurentino<sup>1</sup>  
PIRES, Isabele Karoline de Almeida<sup>2</sup>  
DE ALMEIDA, Marcella Taíse Sarti<sup>3</sup>  
GALVÃO, Luciana Georgetti Albuquerque.<sup>4</sup>

### RESUMO

A busca pelo corpo perfeito faz com que o ser humano busque formas errôneas para seguir o padrão imposto pela mídia. A influência dos procedimentos estéticos na saúde mental da mulher, é ditado pelo da mídia um padrão de beleza feminino. O objetivo deste trabalho é apresentar a análise literária sobre a importância que o papel da mídia social tem imposto um estereotipado padrão de beleza feminino e como isso afeta a saúde mental da mulher. A metodologia usada foi uma revisão bibliográfica, realizada pesquisa com dados a partir de trabalhos publicados por outros autores. Vivemos uma atualidade onde a idealização pelo corpo está sendo tratado como um produto, ele se vende como o padrão ideal de corpo, a mídia usa todos os tipos de marketing para fomentar o desejo de homens e mulheres por corpos perfeitos. Os padrões estão ligados ao tamanho do corpo, baixo ou alto, magro ou obeso. A estética exerce pressão referente ao fator idade, na qual se observa a dificuldade na aceitação que o corpo envelhece. O conteúdo das mídias sociais pode influenciar enquanto fatores de prevenção do sofrimento psíquico e na desconstrução dos padrões estéticos relacionados à aparência corporal de jovens usuárias. É notório que as mulheres sofrem devido a busca por beleza e corpos perfeitos. A busca inalcançável para adaptação a esses padrões está cada vez mais deixando as mulheres com prejuízos na saúde física, mental e emocional, até levando a óbito.

**Palavras-chave:** Beleza; Estética; Feminino; Mídia social; Saúde mental.

### ABSTRACT

The search for the perfect body makes the human being look for wrong ways to follow the standard imposed by the media. The influence of aesthetic procedures on women's mental health is dictated by the media's standard of female beauty. The objective of this work is to present a literary analysis on the importance that the role of social media has imposed on a stereotyped standard of female beauty and how this affects women's mental health. The methodology used was a bibliographic review, carried out research with data from works published by other authors. We live in a time where idealization by the body is being treated as a product, it is sold as the ideal body standard, the media uses all types of marketing to encourage the desire of men and women for perfect bodies. The standards are linked to body size, short or tall, thin or obese. Aesthetics exerts pressure related to the age factor, in which the difficulty in accepting that the body ages is observed. The content of social media can influence as factors for the prevention of psychic suffering and the deconstruction of aesthetic standards related to the body appearance of young users. It is notorious that women suffer due to the search for beauty and perfect bodies. The unreachable quest to adapt to these standards is increasingly leaving women with physical, mental and emotional health losses, even leading to death.

**Keywords:** Beauty; Aesthetics, Feminine; Social media, Mental health.

<sup>1</sup>Discente do 7º semestre do Curso de Psicologia – FAIT. E-mail: adrielelauren@outlook.com

<sup>2</sup>Discente do 7º semestre do Curso de Psicologia – FAIT. E-mail: isabelekaroline123@gmail.com

<sup>3</sup>Discente do 7º semestre do Curso de Psicologia – FAIT. E-mail: marcelli.sarti@gmail.com

<sup>4</sup> Psicóloga. E-mail: luciana.georgetti@gmail.com

## 1. INTRODUÇÃO

A sociedade desde os mais remotos tempos se preocupa com os padrões de beleza que é imposto, como forma de perfeição. Na atualidade da cultura ocidental, que estabelece um protótipo de comparação de estética, como consenso de uma realidade verídica, trás consequências desde problemas de autoestima, distúrbios relacionados à autoimagem e até pode desenvolver transtornos alimentares. Segundo Rocha (2021), a imagem corporal de uma pessoa é construída em torno de ideias ou expectativas apresentadas por uma sociedade de como os corpos devem aparecer, e não apenas como alguém percebe sua forma corporal.

A cultura narcisista impõe que a imagem do indivíduo seja um ego e distorções baseado na perfeição do Mito de Narciso, onde ele representa um forte símbolo da vaidade. Vivemos uma realidade onde as mulheres desejam ficar dentro dos padrões estéticos que a mídia impõe, sabe-se que hoje as pessoas procuram cada vez mais ter um corpo perfeito. Diante desta geração narcisista influenciada pela mídia no que se titulam de corpo perfeito, e principalmente mulheres, se preocupam com as questões estéticas tanto com o corpo, forma, aparência e pele, e se tornam de certa forma escravos da beleza (MIRANDA *et al.*, 2022).

É importante ressaltar que o capitalismo está relacionado com a padronização da beleza feminina, pois no mercado existem muitos procedimentos estéticos que auxiliam o ser humano na busca da beleza perfeita, 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, visando sempre a lucratividade sobre da indústria da beleza. É importante 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 consequências, muitas das vezes colocando sua própria vida em risco em prol de aceitação.

Segundo Diniz (2015), a busca pelo corpo perfeito faz com que o ser humano busque formas errôneas para seguir o padrão imposto pela mídia, isso não atinge

somente as mulheres aos homens também. A crescente busca pelo corpo ideal na sociedade contemporânea, afirma cada vez mais a preocupação com a imagem e a estética, pois ter um corpo de mídia consiste no alcance do sucesso, por isso muitos têm infelizmente ido por caminhos tortuosos que ferem a saúde física e mental do indivíduo.

Conforme Couto *et al.* (2022), a psicologia como uma ciência que estuda os comportamentos humanos, as suas subjetividades e outros aspectos cognitivos, pode nos trazer melhores entendimentos acerca de temas que abrangem diversos setores sociais e um deles sucede os padrões de beleza impostos pela sociedade atual que podem gerar impactos na subjetividade de mulheres. A vaidade ela tem trazido consequências à autoestima, pois ficam idealizando mulheres “perfeitas”.

Para chegar ao entendimento de como os padrões de beleza que as mídias sociais impõem como a ideal, é primordial entender os impactos advindos desse conceito, que afetam drasticamente a subjetividade de mulheres que começam a se analisar severamente e se tornam frágeis diante desse capitalismo que é plenitude da beleza perfeita que escraviza. A questão norteadora se refere, até que ponto a escravidão ligada ao culto do padrão de beleza que as mídias sociais passam como ideal e perfeito, tem escravizado as mulheres?

A sociedade cultua o corpo como não cessa de desprezá-lo, comercializá-lo e coisificá-lo, intitulado “deficiências” de uma singularidade padronizada que o belo é ser divinamente perfeito, comprando e aclamando corpos de redes sociais num patamar de glorificação da felicidade, a pesquisa ela se centraliza na importância de aceitação e de elucidar os riscos na busca por algo inalcançável. A pesquisa foi impulsionada pela busca da beleza perfeita e as implicações que afetam a saúde mental.

Diante dessa conjectura e assimilando a importância de apresentar os riscos pela busca desenfreada do corpo ideal, o direcionamento do objetivo deste trabalho é apresentar a análise literária sobre a importância que o papel da mídia social tem imposto um estereotipado padrão de beleza feminino e como isso afeta a saúde mental da mulher.

A pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, a metodologia centrou-se em busca apurada e detalhada para chegar ao objetivo geral do trabalho, e para tanto, foram utilizadas publicações científicas do ano de 1998 a 2022 de autores, foi realizada nas bases de dados eletrônicas em fontes como artigos, livros e sites retirados de sites idôneos e de caráter científico e do acervo da própria autora, e no Periódicos como Google Acadêmico, CAPES, LILACS e o *SciELO* (*Scientific electronic library online*). Utilizando os descritores: beleza, capitalismo, corpo ideal, complexo, estética, mídia social, narcisismo, suas respectivas traduções padronizadas nos Descritores em Ciências da Saúde (DECS).

## 2. DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Narcisismo: a busca pela beleza perfeita

Narciso é um personagem da mitologia grega e romana. Era filho de Cefiso e Liriope. Cephysus era um deus do rio na mitologia grega, descendente de algumas das divindades da Grécia. Sua mãe, Liríope, era ninfa, sendo estes espíritos associados à natureza. Narciso era um jovem muito atraente e belo, qualquer humano que o visse se apaixonava perdidamente. Ele era uma pessoa muito vaidosa, desprezando qualquer um que se apaixonasse por ele, incapaz de ver a beleza de outros, pois apenas a sua era perfeita nem a natureza podia ser comparada a sua beleza. E é essa grande vaidade que nos leva ao seu mito, como a sociedade contemporânea quer com seu capitalismo da venda da imagem perfeita

Nas sociedades ocidentais atuais, a aparência corporal possui grande relevância, e as práticas de culto ao corpo têm chamado a atenção pelo surgimento de um estilo de vida pautado na busca pelo corpo "ideal". Esse cenário pode ser identificado por meio de práticas socioculturais como dietas alimentares, cirurgias plásticas estéticas e a procura por academias e procedimentos estéticos,



culminando em um consumo significativo voltado para técnicas de embelezamento (CASTELLO, 2022).

Deter a beleza inalcançável e aparentar jovialidade tornou-se incontestável socialmente, as mídias digitais, agências de modelos estabeleceram um padrão para o corpo feminino. Este padrão refere-se a mulher de maneira que se tiver o corpo dentro dos padrões, finalmente se sentirá realizada e encaixada no modelo físico imposto. Para a busca do perfil ilusório perfeito ocorre um empenho farmacológico, ativo e dermatológico, o que torna a mulher um produto, onde tenta-se comercializar a beleza estabelecida e a jovialidade (MELO; OLIVEIRA, 2011).

Giddens (1998), declara que os corpos são apontados como produto, analisados pela eficácia e qualidade, sendo educados, ordenados, catalogados e rotulados. Esse modelo de corpo aparece também nas redes sociais, sendo esta considerada atualmente como uma difusora desse corpo ideal, sendo o local onde, muitas vezes, esses modelos (de ambos os sexos) são reconhecidos e atribuídos a eles o critério de corpo saudável, em forma, ou seja, o modelo de corpo ideal e satisfatório.

De acordo com Santos e Gonçalves (2020), vivemos uma atualidade onde a idealização pelo corpo está sendo tratado como um produto, ele se vende como o padrão ideal de corpo, a mídia ela usa todos os tipos de marketing para fomentar o desejo de homens e mulheres por corpos perfeitos, que o fazem estar no topo da cadeia do ser humano, com o status da imagem do corpo almejado que ela conquistou. É recorrente a atenção ao corpo. Seja na alimentação, em exercício, intervenção cirúrgica, dentre outras práticas que vêm se tornando comuns para pessoas que têm como objetivo a busca desse corpo considerado ideal.

E as autoras Santos e Gonçalves (2020), complementam que da mesma forma, as redes sociais têm sido referência para os modelos corporais e os cuidados relacionados ao corpo, porém muitos fogem da busca saudável, recorrem por meios obscuros e com isso prejudicam sua saúde física, mental, social, financeira, intelectual, ocupacional e espiritual, provocando ansiedade, estresse e irritação,

tristeza e desânimo, angústia, insônia, alterações no apetite, agravamentos de vícios e improdutividade e baixa performance, com a insatisfação corporal.

## 2.2 (In) satisfação e a influência da mídia

Conforme Oliveira e Hutz (2010), o sexo feminino é acometido por diversos sentimento de rejeição ao próprio corpo, o que gera problemas em sua autoestima. O preconceito frequentemente é praticado por terceiros, e está relacionado à sua aparência, como ocorre com mulheres em situação de sobrepeso ou obesidade.

O estabelecimento de padrões inalcançáveis de corpo feminino traz sentimento de tristeza e frustração para as mulheres, impulsionando o desenvolvimento de transtornos de imagem e até mesmo alimentares. Diante desses transtornos, destaca-se a anorexia. Trata-se de um distúrbio de imagem onde o indivíduo observa-se diferente do padrão e acima de seu peso normal. Isso causa uma distorção de sua imagem real, fazendo com que o mesmo não se alimente ou consuma calorias mínimas, abusando de dietas e a prática de exercícios físicos (VIANNA, 2005).

A satisfação com o corpo, é quando a pessoa se sente bem com o que enxerga na frente do espelho, quando coloca uma roupa e se acha linda, sem se iludir com paradigmas sociais e o que a mídia impões coo satisfatório para uma vida plena e feliz.

A satisfação corporal nada mais é do que o indivíduo estar bem consigo mesmo, ver sua imagem refletida no espelho ou ter a percepção de seu corpo e gostar do que percebe. Já a insatisfação corporal é o inverso, o que acarreta sentimentos e pensamentos negativos sobre a própria aparência, influenciando no bem-estar emocional e na qualidade de vida do indivíduo (PIVA, 2014 p. 22).



Os padrões estão ligados ao tamanho do corpo, baixo ou alto, magro ou obeso. A estética exerce pressão referente ao fator idade, na qual se observa a dificuldade na aceitação de linhas de expressão e marcas decorrentes da vida da mulher, o que é um resultado da imposição da juventude eterna, na qual a indústria de cosméticos é altamente impulsionada no apoio ao padrão, para assim terem um meio propício para comercializar seus produtos que prometem rejuvenescimento na pele. O enfrentamento da velhice é complexo e não se liga apenas à pele, mas à estética corporal em geral, devido a flacidez corporal e distorção fisiológica na simetria corporal (FIN *et al.*, 2015).

Correia (2006 apud SANTOS; GONÇALVES, 2020) explana sua defesa que para um indivíduo se sentir bem com o corpo, ele tem pensamentos positivos, ou seja, ele mesmo sabendo que seu corpo não segue padrões da mídia, ele está feliz, se sente emocionalmente satisfeito e isso faz dele uma pessoa que não se deixa ser influenciada. Muitas mulheres relatam que não tem conseguido a satisfação corporal, por não conseguir moldar seus corpos como da mídia social, isso deixa elas com baixa autoestima e frustradas, triste com suas realidades, pois ainda almejam os corpos perfeitos que desejam que estão estampados nas redes sociais. Isso está relacionado com o não gostar da sua própria aparência física, por não ter as sonhadas medidas padrões.

Pinheiro e Figueiredo (2012), notaram em sua pesquisa que a imposição de padrões estéticos ilusórios produz alto estresse nas mulheres, fazendo com que haja prejuízo em seu dia a dia e saúde mental, sendo tal padrão crucial para que a mulher se sinta digna de atenção, respeito e felicidade. Duas das entrevistadas nesta pesquisa referiram alta dificuldade na obtenção de novas amizades devido a sua aparência física, destacando que os padrões se atrelam à magreza, estatura, textura dos cabelos (quanto mais liso, maior a aceitação), características faciais finas proporcionais e delicadas. Outro padrão de corpo feminino foi citado por três entrevistadas, o chamado corpo de academia, no qual os membros inferiores são

torneados e volumosos, a cintura é menor em relação aos ombros e os braços não são volumosos. As aparências corporais femininas são sempre alvos de questionamento e insatisfação por muitas e entender esse questionamento delas é fundamental.

### 2.3 Aparências corporais femininas e sofrimento psíquico

Com a evolução do mundo e das tecnologias, as redes sociais se tornaram uma fuga para que as pessoas possam expor suas vidas e compartilhar seus momentos sejam eles bons ou ruins, segundo Lira *et al.* (2017), é notório a percepção das diferenças sociais entre as mulheres, nem todas podem compartilhar suas vidas por igualdade financeira, como suas questões corporais. Nem todas podem viver uma rotina igual de outra, isso mexe com o emocional das mulheres, que buscam o corpo perfeito e a beleza inenarrável, isso tem um impacto na vida e na imagem de cada uma.

A construção das identidades de gênero na nossa sociedade, Zanello (2018), discute como a vida das mulheres é organizada a partir do “dispositivo amoroso” e do “dispositivo materno”, uma vez que elas acabam, frequentemente, direcionando suas condutas, sentimentos e pensamentos para corresponder as opiniões e desejos dos homens. A autora utiliza a expressão metafórica “prateleira do amor” para explicar a lógica cultural subjacente às relações entre homens e mulheres, bem como os critérios utilizados pelos homens no processo de escolha e avaliação das mulheres com as quais se relacionam em termos afetivo-sexuais.

Silva (2019), explana que essa exposição do corpo perfeito ou ideal que a mídia social divulga, foge a realidade de muitas mulheres. As relações que algumas têm com compartilhamentos como alimentos saudáveis, porém de extremo valor





monetário, como exercícios com personal trainer ou academias caras, cosméticos que ajudam a enaltecer a beleza, porém de valores inalcançável, fogem ao padrão financeiro da realidade de outras mulheres que almejam corpos ideais, belezas desejáveis, que muitas vezes custa caro, como a saúde, família, saúde emocional, tudo na busca por se adequar a realidade das mídias sociais. Isso mexe muito com a autoestima, quase sempre sobrepondo a saúde; o que contribui de maneira importante para o aumento de doenças psicossomáticas.

Complementa ainda que a baixa na autoestima quando se toma consciência de que o real anda no sentido contrário ao ideal. Corpos magros, perfeitos, delineados, cabelos brilhantes, esvoaçante, lindos, rostos com contornos belos, são apenas publicidades, que ajudam a afear a autoestima e estigmatizar que você tem que ser igual a essa perfeição humana, algo inalcançável (SILVA, 2019).

As redes sociais têm contribuído, cada vez mais, para a difusão dos padrões estéticos hegemônicos, sendo responsáveis por reforçar através da exposição dos corpos, a idealização de uma determinada aparência corporal feminina por meio de imagens

As mídias sociais elas influenciam as mulheres no tocante do padrão ideal de beleza e com isso as induzem a necessidade do consumismo para ter a beleza exposta pelas redes sociais e com isso lucram na casa do bilhões com a aquisição de cosméticos, artigos relativos à moda (roupas, sapatos, bolsas), bem como a busca por procedimentos estéticos (SILVA *et al.*, 2020).

Segundo Zanello (2018), a aparência corporal feminina é idealizada a partir de critérios e características que agradem o público masculino, que é, tradicionalmente, o avaliador físico e moral das mulheres. Assim, é compreensível o fato de que as mulheres estão constantemente em busca de procedimentos estéticos, assim como produtos e/ou técnicas de embelezamento que as permitam se aproximar dos padrões hegemônicos que as coloquem na posição de desejabilidade em relação ao olhar masculino.

Assim como, muitas vezes, naturalizamos a erotização do corpo feminino, também achamos “normal” não falarmos sobre determinados temas como a

sexualidade feminina e a educação sexual, por exemplo. A falta de diálogo sobre tais temáticas é uma estratégia para manter uma determinada estrutura hierárquica nas relações de gênero, pois contribui para a falta de conhecimento sobre o assunto, sobre o próprio corpo e favorece situações de violência sexual (OBANDO, 2021).

O tabu que permeia a temática das doenças da beleza se assemelha ao cenário discutido por Obando (2021), em sua Dissertação de Mestrado, pois a falta de debate sobre a questão permite que as mulheres continuem vulneráveis, sem saber como identificar e lidar com as circunstâncias negativas em que se encontram, estando mais suscetíveis ao adoecimento relacionado à insatisfação com o próprio corpo. Ter conhecimento sobre o tema lhes permite ter uma maior percepção sobre si, fazer escolhas conscientes e até mesmo buscar ajuda de profissionais e da rede de apoio quando for o caso.

De acordo com Souza e Silva (2017), a mulher que não se enquadra a beleza padrão das redes sociais ela está longe o auge do sucesso, seja no campo amoroso, financeiro ou de sua autoestima, ela acaba sofrendo, sendo discriminada, julgada e condenada a exclusões. A mídia passa que somente a mulher magra e bela consegue tudo que almeja, que mulheres fora desse requisito são fracassadas e incapacitadas, e neste âmbito, desenvolve sentimentos negativos em relação a sua autoimagem. Muitas evitam de sair de casa, de se vestir bem, de apreciar a vida, por medo do julgamento do outro, pois acreditam que a aparência é fundamental para viver até os pequenos momentos prazerosos da vida, pois se sentem feias, inferiores e desvalorizadas.

Diante do proposto acima, Lima e Maynard (2019), considera a autoestima como parte importante da saúde mental, e estabelece uma relação entre as mídias sociais e o transtorno da autoimagem, principalmente nas mulheres, tem se tornado uma doença cada vez mais presente na população e que esta, tem uma estreita relação com o tempo de exposição à essas mídias. Portanto, o profissional psicólogo neste contexto, tende a exercer um papel de extrema importância, junto a uma equipe multidisciplinar, para que, através de um olhar crítico e sensível consiga orientar, acompanhar e tratar esse transtorno de distorção da autoimagem, no

sentido de ajudar o indivíduo a lidar melhor com suas emoções e, sobretudo, a trabalhar as mudanças necessárias em relação às suas crenças internas.

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O conteúdo das mídias sociais pode influenciar enquanto fatores de prevenção do sofrimento psíquico e na desconstrução dos padrões estéticos relacionados à aparência corporal de jovens usuárias. É notório que as mulheres sofrem devido a busca por beleza e corpos perfeitos. A busca inalcançável para adaptação a esses padrões está cada vez mais deixando as mulheres com prejuízos na saúde física, mental e emocional, até levando a óbito.

O título do trabalho foi primordial na escolha, pelos fatores da exorbitante alta das mídias digitais e sua alta imposição do corpo ideal. As mulheres que não se encaixam nos padrões de beleza que são enaltecidas pelas redes sociais, são tão belas como as tais, cada com sua beleza, isso é a grande diferença de nossa realidade, desmistificar esse padrão da perfeição corporal. A importância do psicólogo nesse processo é importante, pois ele vai ajudar na restauração da pessoa em poder se enxergar como uma pessoa bela, da sua maneira e que padrões da sociedade é somente marketing para vendas e lucratividade, viver bem e se aceitar é ser feliz.



#### 4. REFERÊNCIAS

COUTO, M. M. T. do; NARDIN, P.L.; SILVEIRA, W. dos S. **Padrões de beleza e seus impactos psicossociais na vida das mulheres**. 2022. 19 p. Monografia (Modalidade artigo científico, obtenção de título de bacharelado em Psicologia). Centro Universitário Una Contagem. Contagem, Minas Gerais, Brasil. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/26469/1/PADR%C3%95ES%20DE%20BELEZA%20E%20SEUS%20IMPACTOS%20PSICOSSOCIAIS%20NA%20VIDA%20DAS%20MULHERES.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2023.

CASTELLO, C. C. S. **Redes Sociais: possível recurso educativo na prevenção do sofrimento psíquico associado aos padrões estéticos hegemônicos femininos?** 2022. Monografia (Requisito parcial à conclusão de Curso de Psicologia). Centro Universitário de Brasília – CEUB. Faculdade de Ciências da Educação e Saúde – FACES. Brasília, Distrito Federal, Brasil. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/16112/1/21751107.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

DINIZ, J. **O culto ao corpo perfeito**. 2015. Site Leia Já. Disponível em: <<https://www.leiaja.com/coluna/2015/01/07/o-culto-ao-corpo-perfeito>>. Acesso em: 3 abri. 2023.

FIN, T. C.; PORTELLA, M. R.; SCORTEGAGNA, S. A. Estética e expectativas sociais: o posicionamento da mulher idosa sobre os recursos estéticos. **Revista Kairós Gerontologia**. São Paulo, v. 18, n. 4, p. 133-134, out./dez. 2015.

GIDDENS, A. **A estética da mercadoria**. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

LIMA, R. A. R. de e MAYNARD, D. dá C. **Relação entre Mídias Sociais e Transtornos de Autoimagem em Mulheres**. Monografia (Graduação em Nutrição). UniCEUB, Brasília – DF. 2019.

LIRA, A., GANEN, A., LODI, A.; ALVARENGA, M. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**. 66(3), 164-171. Rio de Janeiro. 2017.

MELO, C. M.; OLIVEIRA, D. R. O uso de inibidores de apetite por mulheres: um olhar a partir da perspectiva de gênero. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**. Viçosa, v. 16, n. 5, p. 2524-2530, Março 2011. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/csc/2011.v16n5/2523-2532/pt>. Acesso em: 23 mar. 2023.

MIRANDA, L. C. M.; RIBEIRO, M. R.; BRITO, F. R.; ARAÚJO, J. dos S.; REIS, L. A.dos. Novo olhar acerca da influência dos procedimentos estéticos na saúde mental da mulher: uma revisão da literatura. **Research, Society and Development**, v. 11, n.7, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/30344/26062>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

OBANDO, J. **Educação sexual**: o papel da escola na prevenção da violência sexual contra as mulheres. Dissertação (Mestrado). Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. 2021.

OLIVEIRA, L. L.; HUTZ C. S. Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. **Psicologia em Estudo**. Maringá, v. 15, n. 3, p. 576-578. jul./set. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v15n3/v15n3a15>. Acesso em: 13 abr. 2023.

PINHEIRO, M. C. T.; FIGUEREDO, P. M. V. Padrões de beleza feminina e estresse. **Revista CADE**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 124-128, 2012. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/cade/article/download/4909/3714>. Acesso em: 09 abr. 2023.

PIVA, J. **Satisfação com a imagem corporal de mulheres que frequentam academias de ginástica no município de Jataí GO**. 2014. Jataí: UFG. Monografia

(Bacharelado em Educação Física), Regional Jataí, Universidade Federal de Goiás, Jataí, Brasil.

ROCHA, C. B. L. da. **Body positive & instagram:** performances online do corpo feminino. 2021. 74 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/137772/2/515220.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

ROCHA, T. M. **Padrão de beleza e saúde mental da mulher.** 2018. Psicologia Acessível. Disponível em: < <https://psicologiaacessivel.net/2018/09/04/padrao-de-beleza-e-saude-mental-da-mulher/>>. Acesso em: 4 set. 2022.

SANTOS, M. S.; GONÇALVES, V. O. Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. **Revista Eletrônica de Graduação e Pós-Graduação em Educação**, vol. 16, nº 03, 2020.

SILVA, A. V.; PINTO, F. S.; SILVA, M. L. B. dá; TEIXEIRA, J. F. **A Influência do instagram:** possíveis impactos do aplicativo em seus usuários. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Luís – MA. 2019.

SILVA, D. A.; CUNHA, C. R. da; BARROS, R. F. **A influência da mídia na estética.** 2020. 3 p. Disponível em: < <http://www.faculdadealfredonasser.edu.br/files/pesquisa/Influ%C3%Aancia%20da%20m%C3%ADdia%20na%20est%C3%A9tica.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2023.

SOUZA, E. A. de e SILVA, F. A. N. da. Aspectos Psicológicos da Mulher na Busca da Beleza. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento.** Ed. 05, 2 (1) 203- 214, São Paulo – 2017.

SOUZA, F. da S. **A padronização da beleza como imposição social e sua relação com o feminino.** 2018. 37 p. Monografia (Obtenção da Graduação em Psicologia). Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí, Rio Grande do Sul, Brasil. 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: 09 abr. 2023.

VIANNA, C. S. M. Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos. **Revista da Faculdade de Direito UFPR.** Paraná, v. 43, n. 0, p. 2-



6, 2005. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/direito/article/view/6991/4969>. Acesso em: 13 abr. 2023.

ZANELLO, V. **Saúde mental, gênero e dispositivos:** cultura e processos de subjetivação. Curitiba: Appris. 2018.