

**Padrões Estéticos Hegemônicos, Mídia, Doenças da Beleza e Psicologia Clínica na
Sociedade Brasileira Contemporânea**

Autora: Andressa Alves de Sousa

Orientadora: Profa. Dra. Ana Flávia do Amaral Madureira

Brasília - DF

Dezembro de 2021

**Padrões Estéticos Hegemônicos, Mídia, Doenças da Beleza e Psicologia Clínica na
Sociedade Brasileira Contemporânea**

Andressa Alves de Sousa

Monografia apresentada à FACES do Centro
Universitário de Brasília - UniCEUB como requisito
parcial à conclusão de Curso de Psicologia
Professora Orientadora: Dra. Ana Flávia do Amaral
Madureira

Brasília - DF

Dezembro de 2021

Folha de Avaliação

Autora: Andressa Alves de Sousa

Título: Padrões Estéticos Hegemônicos, Mídia, Doenças da Beleza e Psicologia Clínica na Sociedade Brasileira Contemporânea

Banca Examinadora:

Professora-Orientadora: Prof^ª. Dra. Ana Flávia do Amaral Madureira

Prof^ª. Ma. Francielly de Oliveira Muller Lima

Prof^ª. Dra. Tânia Inessa Martins de Resende

Brasília - DF

Dezembro de 2021

Agradecimentos

Aos meus pais por todo apoio, carinho e incentivo durante toda a minha formação.

A minha mãe, pelos seus ensinamentos, conselhos ao longo da vida, acolhimentos e também pelas revisões do meu texto, sempre se mostrando disponível para me ajudar no que estivesse ao seu alcance. Ao meu pai, por sempre apoiar minhas decisões e ser um exemplo para mim de responsabilidade.

A minha irmã por todas as trocas sobre a vida como um todo, mas também sobre o tema da pesquisa, me mostrando, em momentos difíceis da graduação, que era relevante eu continuar. Obrigada por todos os conselhos, encorajamentos e acreditar no meu potencial.

Ao meu namorado, por ter sido meu parceiro, principalmente nessa reta final. Obrigada pelo apoio, incentivo, conversas sobre o tema e pelo suporte emocional.

As minhas amigas que conheci no curso de Psicologia – Fernanda, Mila, Vitória e Giovanna. Vocês enriqueceram minha vivência na graduação. Obrigada pelas risadas, acolhimentos e aprendizados.

Agradeço a todos(as) meus/minhas amigos(as) que de alguma forma, direta ou indiretamente, contribuíram e também fizeram parte da minha formação.

Por fim, agradeço aos meus/minhas professores(as) do UniCEUB, mas especialmente minha Professora Orientadora Ana Flávia do Amaral Madureira, que marcou minha graduação com seu vasto conhecimento, sempre fazendo das reuniões de orientações prazerosas. Muito obrigada professora, por toda dedicação, incentivo, carinho e por acreditar em mim durante todos esses semestres. Você é um grande exemplo para mim de mulher e profissional!

Reza o ditado popular que uma imagem vale mais do que mil palavras! Em uma cultura, com cada vez mais telas e menos páginas, as imagens passam a constituir, por si só, a realidade ao invés de retratá-la, reproduzi-la e representá-la.

Joana V. Novaes e Junia de Vilhena (2003, p. 32)

Sumário

Resumo.....	vii
Introdução.....	1
Objetivo Geral.....	10
Objetivo Específico.....	10
1. Corpo e Identidade nas Sociedades Consumistas Contemporâneas.....	12
2. Mídia e Estereótipos de Gênero.....	21
3. Psicologia Clínica e Doenças da Beleza.....	30
4. Metodologia.....	36
4.1 Participantes.....	37
4.2 Materiais e Instrumentos.....	38
4.3 Procedimentos de construção de informações.....	38
4.4 Procedimentos de Análise.....	40
5. Resultados e Discussão.....	42
5.1 Mídia, aparência corporal e autoimagem de mulheres em discussão.....	42
5.2 A Psicologia Clínica no atendimento de mulheres insatisfeitas com a sua aparência corporal.....	52
5.3 A Psicologia Clínica na prevenção das doenças da beleza.....	59
Considerações Finais.....	65
Referência Bibliográficas.....	68
Anexos.....	78
Anexo A: Temos de Consentimento Livre e Esclarecido.....	79
Anexo B: Roteiro de Entrevista.....	81
Anexo C: Parecer de aprovação do Comitê de Ética.....	83

Resumo

A presente pesquisa tem como objetivo analisar o papel do(a) psicólogo(a) clínico(a) no atendimento de mulheres que apresentam insatisfações com a aparência corporal, assim como na prevenção de doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea. Foi utilizada uma metodologia qualitativa de investigação. De forma mais específica, foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas virtuais com seis psicólogas clínicas. Para a análise das informações construídas nas entrevistas, foi utilizado o método de análise de conteúdo em sua vertente temática. Após a transcrição das entrevistas, foram elaboradas três categorias analíticas temáticas: (a) Mídia, aparência corporal e autoimagem de mulheres em discussão; (b) A Psicologia Clínica no atendimento de mulheres insatisfeitas com a sua aparência corporal; e (c) A Psicologia Clínica na prevenção das doenças da beleza. Os resultados indicaram a relevância da temática em foco para a Psicologia, visto que as expectativas sociais e os conteúdos disseminados nas mídias ocasionam, frequentemente, impactos negativos na autoimagem e na saúde mental das mulheres. Além disso, foi possível identificar que demandas por parte de pessoas com sofrimento psíquico relacionado às doenças da beleza são demandas cada vez mais presentes nos consultórios clínicos. Portanto, questões ligadas ao sofrimento psíquico e aos padrões de beleza deveriam ser mais problematizadas na formação acadêmica dos(as) psicólogos(as).

Palavra-chave: Aparência corporal; Doenças da Beleza; Psicologia Clínica; Prevenção.

Introdução

A contemporaneidade é marcada pela crescente busca pelo corpo perfeito e pelo culto ao corpo. Assim, eu escolhi o tema em foco devido à disseminação de padrões estéticos hegemônicos por meio de diversos meios de comunicação na atualidade, como as redes sociais, por exemplo. É possível perceber que as representações do que é “belo” estão diretamente ligadas a representações de mulheres e homens brancos(as), jovens, magros(as) e heterossexuais.

Dessa forma, os meios de comunicação têm contribuído para a estigmatização e o preconceito contra quem não se enquadra nos padrões estéticos disseminados por eles mesmos (Flor, 2009). Pessoas consideradas socialmente “bonitas” são supervalorizadas, enaltecidas, já as pessoas consideradas socialmente “feias”, como gordos(as), velhos(as) e negros(as), são muitas vezes excluídos(as). Além disso, também é muito enfatizado que cuidar do corpo é algo essencial para ser feliz e saudável.

As sociedades contemporâneas são marcadas profundamente pelo consumismo e isso também se aplica à sociedade brasileira. Com os efeitos da Revolução Industrial, com os quais a sociedade pôde vivenciar a emergência histórica do consumo, o objetivo de vender se tornou a meta da produção. Ou seja, objetos de uso começaram a ter finalidade de serem apenas vorazmente consumidos, havendo um caráter de descartabilidade (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015). Nesse sentido, Néspoli, Novaes e Rosa (2015) enfatizam que isso incita uma certa insatisfação nas pessoas e elas passam não a consumir aquilo que é útil, mas sim aquilo que poderia lhes fazer “feliz”.

Sendo assim, nas sociedades consumistas, as pessoas passaram a consumir aquilo que parece que pode fazê-las “felizes”, assim a satisfação se apresenta e se esvanece rapidamente ao comprar e adquirir determinado objeto, isto é, determinado artefato cultural, e é preciso se

satisfazer novamente e assim sucessivamente. Logo, “A negatividade, as doenças e a morte não têm lugar, uma vez que a meta é ser feliz e realizar sonhos (...), e, por isso, não tem valor na lógica do consumo” (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015, p. 153).

Nesse sentido, não ter espaço para a expressão de seus sentimentos, como a tristeza, as aflições, as dificuldades, etc., bem como a falta de lugar para as doenças e para a morte, além de ser algo que está na ordem do imaginário social, cria condições favoráveis para que os indivíduos não desenvolvam recursos emocionais e cognitivos para lidar com essas situações que fazem parte da vida de todos(as). Com isso, quando essas pessoas se deparam com tais situações o sofrimento psíquico tende a ser intenso.

Dessa forma, o corpo se tornou um objeto de consumo no capitalismo atual (Novaes, 2011). Mulheres e homens são, cada vez mais, expostos ao que a mídia divulga no que se refere a novos produtos, procedimentos, roupas, estilos de vida, etc. Assim, especialmente as mulheres, ao serem “bombardeadas” por inúmeras imagens e mensagens, às vezes implícitas, nas redes sociais como no Instagram, por exemplo, acreditam que precisam adquirir aqueles produtos e até mesmo as aparências corporais que são difundidas como ideais de beleza.

Sendo assim, é importante ressaltar que ao usar o termo “adquirir” ou “obter”, por exemplo, determinada aparência ou corpo, há estreita ligação com a lógica do consumo em relação ao próprio corpo. Como se o corpo fosse da mesma natureza de produtos que são vendidos em lojas, ou seja, é tratado e visto como se fosse.

É importante destacar que as produções midiáticas atuam como uma “pedagogia cultural” de gênero, tendo em vista que produzem valores, regulam condutas e modos de ser mulher e homem (Sabat, 2001). O corpo feminino é, frequentemente, objeto de desejo, de consumo e de contemplação do gênero masculino (Loponte, 2002). Assim, o corpo, na contemporaneidade, precisa ser investido e trabalhado para ser valorizado (Novaes, 2011).

Nesse sentido, esses signos condensados na figura do “corpo belo”, traduzem determinados valores da cultura das sociedades de consumo na contemporaneidade (Novaes, 2011).

As representações sociais possuem um papel importante na produção de modos coletivos de ver e vivenciar as experiências corporais a partir da disseminação de modelos de pensamentos e de comportamentos relacionados aos corpos (Jodelet, Ohana, Besis-Moñino & Dannenmüller, 1982, citado por Secchi, Camargo & Bertoldo, 2009). Portanto, segundo Novaes (2011), nas sociedades imagéticas, é fundamental considerar o sofrimento psíquico decorrente de todas as regulações sociais que incidem sobre o corpo, principalmente o feminino.

Dessa forma, segundo Santaella (2018), estamos vivendo um período histórico caracterizado por uma explosão imagética que nos acompanha em todas as atividades de nossas vidas. Nesse sentido, Santaella (2015) discorre que as representações visuais, como fotografias, pinturas, desenhos, entre outros, remetem às formas visuais que são produzidas pelo ser humano, isto é, signos que se propõe a representar algo do mundo visível, ou seja, signos icônicos (Valsiner, 2012).

Segundo Cruz (2008), devido à tradição patriarcal, é comum comerciais, novelas etc. que disseminam representações degradantes das mulheres. Sendo assim, a autora enfatiza que essas formas de representações reforçam valores tradicionais e dominantes sobre as mulheres - estereótipos de gênero ancorados no sexismo - constituindo diferentes formas de violência simbólica de gênero contra as mulheres nas sociedades contemporâneas. Logo, essas representações fortalecem a discriminação das mulheres tanto no âmbito público como no privado (Cruz, 2008).

Sendo assim, de acordo com Parker (1991), na sociedade brasileira, historicamente, o homem é caracterizado em termos de superioridade, força, virilidade, atividade, potencial para a violência e o “legítimo” uso da força. A mulher, em contrapartida, historicamente, é

vista como inferior, sendo em todos os sentidos o mais fraco dos dois sexos, além de bela, desejável e sujeita à dominação do patriarca (Parker, 1991).

Nesse sentido, de acordo com Almeida (2014), estudos feministas sobre a violência de gênero destacam que a violência contra as mulheres tem como pilares o patriarcado, a posição de dominação simbólica masculina. Segundo Romero (2009 citada por Almeida, 2014), os diferentes tipos de violência contra as mulheres são expressões de uma resposta emocional reativa dos homens para preservar ou recuperar as tradicionais fronteiras de gênero socialmente estabelecidas.

Nessa direção, vale ressaltar o que Yoshioka (2018) argumenta a respeito de que, ao pensar novas formas do homem se expressar, se perceber e se relacionar, pode-se oportunizar novas formas da mulher também se expressar, se perceber e se relacionar, assim como novas formas de pensar a respeito da violência, direitos e poder, por exemplo.

Dessa forma, na perspectiva pós-estruturalista, gênero emerge como um conceito para se referir ao homem e à mulher, ao masculino e ao feminino, de modos diferentes do que se compreendia anteriormente como sexo (Sabat, 2001; Scott, 1995). Portanto, há um caráter relacional na construção das identidades de gênero, tendo em vista que é no âmbito das relações sociais que se estabelece os gêneros (Louro, 1997). Assim, é questionado o caráter exclusivamente biológico do sexo (Sabat, 2001). Logo, o conceito de gênero enfatiza a dimensão cultural e social sempre presente nos processos de tornar-se homem e tornar-se mulher e também no caso de pessoas que apresentam gênero não binário.

Gênero, enquanto categoria analítica e política, passa a demandar que se pense de modo plural, evidenciando que as representações de mulheres e homens são diversas (Louro, 1997). Contudo, apesar de ser concepções simplistas, em razão de que há a noção de representação binária de gênero, o gênero é associado a construção de papéis masculinos e femininos, ou seja, padrões ou regras que a sociedade impõe para as pessoas e que

determinam seus comportamentos, roupas, modos de se relacionar, entre outros (Louro, 1997; Sabat, 2001). Logo, gênero, enquanto categoria analítica, permite a análise de vários fenômenos relevantes no campo das ciências humanas e, enquanto categoria política, funciona como uma ferramenta de luta política em prol da equidade nas relações entre homens e mulheres (Madureira, 2010).

O gênero corresponde, portanto, a uma categoria analítica interdisciplinar que proporciona a compreensão de múltiplos fenômenos investigados pelas ciências humanas, especialmente fenômenos que tocam as relações de poder estabelecidas nas relações entre homens e mulheres (Madureira, 2010). Assim, o conceito de gênero é sobretudo relacional e político, visto que as identidades de gênero são construídas tanto nas relações entre homens e mulheres, como intragênero, mas também articulada com as “malhas de poder” que atravessam as diversas instâncias sociais, relações de forças, opressão e resistência (Foucault, 1996 citado por Madureira, 2010).

Portanto, assim como Madureira (2010) enfatiza, torna-se essencial desenvolver uma visão crítica em relação ao essencialismo biológico, visto que o essencialismo biológico é reducionista e é utilizado, frequentemente, para legitimar concepções preconceituosas e práticas discriminatórias no que se refere à diversidade sexual e de gênero. É fundamental compreender a dimensão política presente, nesse sentido, gênero é compreendido como sendo a organização social da diferença sexual (Scott, 1998 citada por Madureira, 2010).

No que se refere à aparência corporal, ela é a forma como as pessoas se apresentam para a sociedade e se representam (Vieira, 2019). Diante disso, além do corpo se tornar um objeto de consumo e uma espécie de “vitrine”, as mulheres passaram a privilegiar a aparência corporal na construção de sua própria identidade, isto é, como se tudo que ela é, fosse o seu corpo (Novaes, 2011).

Muitas mulheres estão à procura de cirurgias plásticas estéticas, produtos de beleza, dietas rigorosas, realizar atividades físicas em excesso, entre outros, para se sentirem valorizadas e reconhecidas nos grupos em que essas mulheres consideram importantes e querem se sentir inseridas. Assim, Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017) enfatizam que, nas sociedades contemporâneas, a corporeidade passou a ocupar um papel central, ou seja, as pessoas, especialmente as mulheres, se preocupam, cada vez mais, com as suas performances e aparências.

Desse modo, principalmente as mulheres sofrem diversas cobranças sociais para se adequarem a esses padrões de beleza. Apesar de, atualmente, haver uma crescente preocupação com o físico atlético e erotizado no universo masculino, tal preocupação não se sobrepõe à preocupação com o prestígio social no caso dos homens (Novaes, 2013). Sendo assim, segundo Novaes (2013), se observarmos com atenção a nossa sociedade se mostra muito mais tolerante com a “feiura” e “desleixos” masculinos. De acordo com a autora, esse fato é, muitas vezes, associado à falta de tempo devido ao trabalho realizado por homens, por exemplo, e, por outro lado, no universo feminino, há uma rigidez que não aceita justificativas para a mulher não estar atendendo aos imperativos da beleza.

Logo, levando em consideração o que foi apresentado anteriormente, isso ilustra a associação entre masculinidade, espaço público e feminilidade, espaço doméstico. Ou seja, mesmo quando a mulher tem uma inserção profissional, a sua inserção profissional é desvalorizada diante do fato de ela ser vista como “desleixada”. Nesse sentido, no contexto profissional, por exemplo, a mulher precisa estar sempre “bela” independente de qualquer coisa para ser, inclusive, mais respeitada, ou seja, não há desculpas para “desleixos” como é com os homens. Além disso, ao contrário dos homens, as mulheres precisam provar constantemente suas habilidades e conhecimentos na maioria das vezes. Assim, as mulheres “poderiam realizar um bom trabalho e ser “lindas”, portanto visíveis, mas sem receber

nenhum crédito pela competência. Ou poderiam, ainda ser competentes e “sem beleza”, portanto invisíveis.” (Wolf, 2020, p. 60).

Assim, essas cobranças e essa busca incessante por esses ideais de corpos e belezas inalcançáveis que são disseminados no cotidiano são prejudiciais à saúde física e mental, especialmente por parte das mulheres, assim como colocam a vida de milhões de mulheres em perigo. Nesse sentido, cabe mencionar como exemplo ilustrativo, e triste, que no início do ano de 2021 a digital influencer, Liliane Amorim de 26 anos, morreu após sofrer complicações de uma cirurgia de lipoaspiração.¹

Segundo a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética - ISAPS² (2019), o Brasil é o segundo no ranking mundial de cirurgias plásticas, atrás dos Estados Unidos. O novo procedimento que muitas mulheres famosas estão realizando, fazendo propagandas e incentivando seus/suas seguidores(as) é a Lipoaspiração de Alta Definição - Lipo LAD, a qual promete a tão “sonhada barriga de tanquinho”. A busca por “Lipo HD” - High Definition - no Google aumentou 350% no período de agosto até novembro de 2020 e no Instagram a hashtag “#lipo hd” somou 90 mil posts.³ Vale ressaltar que, mesmo em um período marcado pela pandemia de COVID-19, isso não impediu que muitas pessoas realizassem procedimentos estéticos, seja por meio de procedimentos cirúrgicos ou por técnicas não invasivas⁴.

Frente ao que foi exposto, é possível perceber que, para muitas mulheres, o sentimento de felicidade e de se sentirem aceitas em grupos importantes para elas se encontram

¹ Notícia “Morre digital influencer que sofreu complicação após cirurgia no Ceará”. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2021/01/24/morre-digital-influencer-que-sofreu-complicacao-apos-cirurgia-no-ceara.ghtml>

² Pesquisa global mais recente realizada pela ISAPS em 2019. Disponível em: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-Portuguese.pdf>

³ Notícia “Lipo LAD: o que há por trás da cirurgia da moda que cria barriga tanquinho”. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/11/27/lipo-de-lad-conheca-a-cirurgia-que-promete-definicao-muscular-em-um-mes.htm>

⁴ Notícia “Mesmo com pandemia, cirurgias continuam em alta”. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/revista-do-correio/2021/01/4900591-mesmo-com-pandemia-cirurgias-plasticas-continuam-em-alta.html>

associadas à “obtenção” de um corpo ideal e invejável por outros(as). Sendo assim, questiono se estimular as mulheres a quererem causar inveja nas outras mulheres seria desejável e até mesmo saudável, em termos psíquicos, pois reforça a lógica competitiva, que incentiva a rivalidade entre as mulheres, dificultando a união, dificultando, portanto, a sororidade. De acordo com Silva (2016), quando as mulheres assumem uma posição de empatia e solidariedade entre elas, há um questionamento do padrão criado pela ordem machista, patriarcal, sexista e misógina.

Essas reproduções de padrões estéticos hegemônicos no cotidiano geram, frequentemente, insatisfações com a aparência corporal, o que pode provocar a incidência de doenças da beleza, que são doenças relacionadas à autoimagem (Ribeiro, 2016). Essas doenças podem ser expressas através de distúrbios alimentares, depressão, baixa autoestima, compulsão alimentar, anorexia, distorção da autoimagem, bulimia, etc. (Ribeiro, 2016). Nesse sentido, o sofrimento psíquico relacionado aos padrões estéticos hegemônicos está crescendo de forma significativa na contemporaneidade, especialmente em países como o Brasil, tendo em vista o papel da mídia, do consumismo e do fato do Brasil ser um país com profundas raízes sexistas (Parker, 1991).

Sendo assim, cabe mencionar que o sexismo é uma invenção cultural que favorece o contínuo processo de criação e manutenção de fronteiras simbólicas rígidas entre grupos sociais e indivíduos, assim há a separação dualista e hierárquica entre os gêneros masculino e feminino, estabelecendo relações de poder desiguais e à associação de significados pejorativos em relação a um dos gêneros (Madureira, 2010), especificamente o feminino. Vale ressaltar o aspecto da canalização cultural, ou seja, espaços físicos e/ou simbólicos voltados apenas para homens ou apenas para mulheres, na reprodução do sexismo, no sentido de que, essa canalização cultural é primordial na construção e manutenção de rígidas

fronteiras simbólicas que delimitam o que significa ser um homem e o que significa ser uma mulher (Madureira, 2010).

Nessa perspectiva, a presente Monografia focaliza o seguinte tema: gênero, mídia e aparência corporal a partir da perspectiva de psicólogos(as) clínicos(as). Assim, acredito que a temática focalizada seja de suma importância em termos sociais, educacionais e acadêmicos. Nesse sentido, cabe mencionar que realizei pesquisas nas disciplinas de Estágio Básico II, Produção de Artigo e Fórum de Debates III abordando a temática “Aparência corporal, Feminilidade e Mídia”, temática vinculada ao projeto de pesquisa “guarda-chuva” da professora e orientadora Dra. Ana Flávia do Amaral Madureira, intitulado: “Identidades Sociais, Diversidade e Preconceito”.

Desse modo, prossigo pesquisando acerca do mesmo tema, a fim de ampliar meus conhecimentos através da realização de uma pesquisa mais aprofundada, mas agora englobando a percepção dos(as) psicólogos(as) clínicos e a discussão sobre a prevenção e enfrentamento das doenças da beleza. Nessa direção, o problema de pesquisa delimitado foi: De que modo os(as) psicólogos(as) clínicos(as) podem contribuir na prevenção e no enfrentamento dos sofrimentos psíquicos das mulheres relacionados à autoimagem?

Os(as) psicólogos(as), na sua atuação clínica, podem promover uma escuta atenta, acolhedora, trabalhar crenças e percepções que foram enraizadas e naturalizadas ao longo da história de vida de cada pessoa, questões com relação à autoimagem, autoconfiança, etc. Além disso, podem atuar também a partir de uma perspectiva educativa, eminentemente preventiva como, por exemplo, criar condições favoráveis para o empoderamento feminino e prevenção da violência contra as mulheres.

No ambiente psicoterapêutico, as mulheres são incentivadas a falarem de si mesmas, sobre sua história (Luczinski, Vianna, Garcia, Nunes & Tsallis, 2019). Portanto, novas compreensões e reflexões sobre o que é ser mulher podem surgir nesses encontros,

desconstruindo preconceitos e colaborando com a construção de outros modos de vivenciar o feminino (Luczinski, Vianna, Garcia & Nunes, 2019).

Na prática clínica, de forma específica, empoderar é entendido como um processo em que a ação acontece no encontro da cliente com a história de vida que ela está inserida (Luczinski, Vianna, Garcia & Nunes, 2019). Dessa forma, é possível a paciente elaborar novas possibilidades de escolhas, de decisão, de caminho a ser seguido, estabelecer limites nas relações, de construir o próprio futuro de modo mais autônomo (Luczinski, Vianna, Garcia & Nunes, 2019).

Nesse sentido, serão apresentados, a seguir, o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa realizada, assim como as seções teóricas que estão organizadas nas seguintes subseções: Corpo e Identidade nas Sociedades Consumistas Contemporâneas; Mídia e Estereótipos de Gênero; Psicologia Clínica e Doenças da Beleza. Em seguida, constará a seção metodológica, que apresenta como a pesquisa foi realizada, posteriormente a seção de resultados e discussão, onde serão apresentados e discutidos os resultados mais significativos e, por fim, constará as considerações finais, referências bibliográficas e os anexos que foram citados no decorrer do trabalho, respectivamente.

Objetivo Geral

Analisar o papel do(a) psicólogo(a) clínico(a) no atendimento de mulheres que apresentam insatisfações com a aparência corporal, assim como na prevenção de doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea.

Objetivos Específicos

- Investigar como questões relativas às doenças da beleza estão sendo abordadas na área da psicologia clínica, a partir da perspectiva de psicólogos(as) clínicos(as).

- Investigar como a autoimagem de mulheres pode ser influenciada pelos conteúdos disseminados pela mídia, a partir da perspectiva dos(as) participantes.

1. Corpo e Identidade nas Sociedades Consumistas Contemporâneas

O corpo é palco para expressões das manifestações individuais e sociais da contemporaneidade (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015). Dessa forma, dentre tantos outros discursos que normalizam o corpo, a ditadura da magreza talvez seja a mais predominante e danosa (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015). Nesse sentido, segundo Mauss (1968, citado por Novaes, 2013), o corpo está inserido em um espaço social, ou seja, está longe de envolver apenas aspectos biológicos, ele também apresenta uma dimensão social e cultural.

As sociedades ocidentais contemporâneas são marcadas pelo imperativo do consumismo, assim como pelo gozo, prazer (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015). Desse modo, os meios de comunicação transmitem a crença (coerente com o consumismo vigente) de que adquirir determinados produtos, como alimentos, remédios, fórmulas, dicas infalíveis, entre outros, irão possibilitar a realização imediata de um sonho (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015).

Logo, nas sociedades contemporâneas, em que a ordem é “seja feliz, custe o que custar”, e os sujeitos são classificados, muitas vezes, entre “*winner*s” e “*loser*s”, ou seja, entre “vencedores” e “perdedores”, esses indivíduos não conseguem suportar suas faltas e caem, frequentemente, no desespero, na tristeza ou se entregam às compulsões (Novaes, 2013). Vale a pena mencionar, inclusive, as compulsões por cirurgias plásticas estéticas, bem como por fazer exercícios e compras, por exemplo. Assim, “imediato” é um valor que atravessa diversos aspectos da cultura na atualidade, assim como uma qualidade relativa a qualquer elemento a ser consumido, isto é, a satisfação imediata (Novaes, 2013).

Dessa forma, de acordo com Souza (2016, citada por Silva, 2016), a rivalidade feminina é um mito criado, coerente com a ideologia da dominação masculina, que apresenta a rivalidade entre as mulheres como algo naturalizado e tradicional para que se mantenha o poder patriarcal. Nesse sentido, a união feminina é vista como um “mal que precisa ser

evitado” para que a ordem social continue estabelecida e não seja questionada (Silva, 2016). O que acaba, portanto, incitando cada vez mais a competição entre as mulheres, entre “winners” e “losers”, “vencedoras” e “perdedoras”.

Segundo Adichie⁵ (2015), se repetimos algo várias vezes, isso se torna “normal”, se vemos algo com frequência, esse algo se torna normal. A autora apresenta essas afirmações devido ao seu relato de que quando estava no primário, a sua professora havia informado que o(a) aluno(a) que tirasse a nota mais alta, seria o(a) monitor(a) da classe e Adichie (2015) tinha grande interesse em ser monitora. Contudo, mesmo tirando a nota mais alta, a professora escolheu o menino de sua classe que havia obtido a segunda nota mais alta.

Segundo a autora (Adichie, 2015), se só os meninos são escolhidos como monitores, podemos, mesmo que de forma inconsciente, achar que só meninos podem ser monitores, assim como se só homens pudessem ocupar cargos de chefia nas empresas, podemos, então, naturalizar a crença estereotipada em termos de gênero de que os cargos de chefia devem ser ocupados apenas por homens.

Assim, nesse liame de raciocínio, ancorado nos estereótipos de gênero, se é difundido nas sociedades contemporâneas apenas os discursos de que mulheres precisam ser rivais, que não há espaço para todas, a competição entre elas se torna algo naturalizado. Entretanto, por outro lado, também há um crescimento na atualidade de espaços de discussão sobre a importância da sororidade, da solidariedade entre as mulheres, isto é, um movimento contrário a esse discurso que estimula a rivalidade entre as mulheres, mas sim a união entre elas.

É ensinado, frequentemente, às mulheres que nos relacionamentos elas precisam ceder, precisam enxergar as outras mulheres como rivais da atenção masculina, a se

⁵ Chimamanda Ngozi Adichie é uma feminista e escritora nigeriana. Ela é reconhecida como uma das mais importantes autoras de romances de sucesso premiada. Disponível em: <https://elle.com.br/cultura/5-fatos-sobre-chimamanda-ngozi->

diminuírem, que não podem ter a vida sexual ativa da mesma forma que os homens, a sentirem vergonha da condição feminina, a se calarem por não poderem dizer o que pensam. Em suma, as mulheres são, frequentemente, policiadas (Adichie, 2015).

Assim, Adichie (2015) argumenta que as mulheres seriam mais felizes e mais livres para serem o que quiserem se não houvesse o peso das expectativas de gênero. Entretanto, é possível perceber que as pessoas, em geral, seriam mais felizes e mais livres sem a necessidade de corresponder às expectativas de gênero, mesmo que estas beneficiem os homens, em termos de poder, status etc., pois os estereótipos de gênero, que fomentam o sexismo, acabam por aprisionar, de diferentes formas, todos(as).

Segundo Wolf (2020, p. 31), “o mito da beleza de fato sempre determina o comportamento, não a aparência”. Assim, a competição entre as mulheres oportuniza a divisão entre elas, ou seja, a juventude e a virgindade são “belas” nas mulheres por representarem a ignorância sexual e a falta de experiência. Já o envelhecimento é “feio”, visto que as mulheres adquirem poder e os elos entre as mulheres de diferentes gerações devem ser rompidos (Wolf, 2020).

Muitas mulheres mais velhas temem as jovens, e vice-versa, assim o mito da beleza interfere negativamente no curso da vida de todas (Wolf, 2020). A união das mulheres faz com que tenham forças e, logo, os elos são rompidos pelo patriarcado, no sentido de evitar o fortalecimento, o empoderamento e para que não haja a ascensão das mulheres. Com isso, a indústria estética só aumenta e enriquece, visto que se evita a todo custo envelhecer, sendo que é um processo natural da vida, pois todos os seres vivos nascem, envelhecem e morrem, incluindo os seres humanos.

Desse modo, no que se refere ao corpo, os efeitos do imediatismo podem estar na busca contínua de sensação de prazer e autoestima, e com isso as pessoas recorrem, muitas vezes, a soluções milagrosas, sendo que as consequências a médio e longo prazo são

desconsideradas (Novaes, 2013). Exemplos são o uso de anabolizante que acelera o processo de preparação física, cremes, massagens e pílulas que modelam o corpo mais rápido e “sem sacrifício”, excessos alimentares são neutralizados com medicamentos e pílulas que eliminam gorduras, entre outros (Novaes, 2013).

O modo de vida contemporâneo, a hegemonia do gozo, exclui o exercício da alteridade (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015), incluindo o reconhecimento e respeito em relação às diferenças entre as pessoas. Os mecanismos que sustentam o sentido do consumo não devem ser quebrados e, com isso, os sujeitos precisam desejar o mesmo (Novaes 2013). Nesse sentido, devido a essa uniformidade, as diferenças étnico-raciais, econômicas, de idade são “anuladas” e as consequências disso não escapam ao(à) observador(a), mesmo que este(a) seja insensível (Novaes, 2013), como, por exemplo, as desigualdades sociais, o aumento da pobreza, da fome, da segregação, dos preconceitos, entre outros.

Segundo Maia (2011), temos uma sociedade cada vez mais individualista, narcisista e hedonista, que supervaloriza o “ter” em detrimento do “ser”. Levando em consideração que “ter”, neste caso, associa-se à imagem e à aparência corporal (Maia, 2011). Ou seja, “A imagem toma o lugar do sujeito, e, sem perspectiva de si mesmo, não há identidade possível, ele torna-se estrangeiro em seu próprio corpo, alienado em si mesmo, pois existe somente como imagem” (Novaes, 2013, p. 59).

Assim, é disseminado que fracassar na tarefa de ser belo(a) trata-se de fraqueza de caráter, geradora de sentimento de insuficiência em uma sociedade que cultua a performance dos sujeitos em diversas dimensões, sendo uma delas, o se fazer belo(a) (Néspoli, Novaes & Rosa, 2015). Beleza exterior e saúde, aparência desagradável e doença, gradualmente se relacionam como sinônimos, principalmente nas representações do corpo feminino (Novaes, 2005). Sendo assim, segundo Levi Strauss (citado por Novaes, 2005), o corpo é a melhor

ferramenta para analisar a vida social de um povo. “O corpo fala e as marcas nele feitas também” (Novaes, 2005, p. 3).

Quando se atribui valor às mulheres a partir de uma hierarquia vertical, levando em consideração um padrão físico difundido culturalmente, ele demonstra relações de poder em que as mulheres precisam competir por recursos que os homens se apropriaram (Wolf, 2020). Dessa forma, o mito da beleza gira em torno das instituições masculinas e do poder institucional dos homens (Wolf, 2020).

As formas de ver o corpo expressam, portanto, os modos de compreensão da realidade (Araiza & Gisbert, 2007). Para alguns/mas autores(as), é possível compreender a história de diversas sociedades investigando suas concepções sobre o corpo (Bernard, 1985; Le Breton, 1995, citados por Araiza & Gisbert, 2007). A pintura, a escultura, a literatura, a música, o teatro, e o cinema, por exemplo, criam, recriam e transformam a corporeidade. Ou seja, através, por exemplo, das pinturas é possível perceber transformações, de como se entende a corporeidade e essa compreensão produz e reproduz padrões de comportamento (Araiza & Gisbert, 2007).

Assim, as obras artísticas apresentam conteúdos da cultura (Souza, Dugnani & Reis, 2018 citadas pela Ribeiro, 2021). Nesse sentido, segundo Cassimiro, Galdino e Sá (2012), as concepções sobre o corpo mudam ao longo do tempo e são influenciadas por fatores políticos, econômicos e sociais. Pesquisas sobre o corpo, portanto, são relevantes para a psicologia, tendo em vista que esta trabalha com a visão integrada da mente e do corpo. Logo, desvalorizar tais pesquisas remete ao mecanicismo próprio da ciência moderna, ou seja, metáforas reducionistas, que comparam os sistemas vivos a máquinas. Além disso, o corpo não envolve apenas aspectos biológicos, mas também dimensões culturais, históricas e sociais.

À vista disso, o corpo é uma das instâncias envolvidas no estabelecimento de fronteiras simbólicas que definem quem somos, em termos de processos identitários (Ribeiro, 2016). Tal como diversos(as) autores(as) na atualidade defendem, como Ciampa (1984), Galinkin e Zauli (2011) e Woodward (2000), a identidade é relacional, e a diferença é estabelecida pela marcação simbólica em comparação a outras identidades, ou seja, são processos essenciais para a construção e manutenção das identidades. De forma mais precisa, a marcação simbólica da diferença é o meio pelo qual atribuímos significados às práticas e às relações sociais que definem quem é excluído e quem é incluído em determinado grupo, por exemplo (Woodward, 2000).

A identidade do outro reflete na minha e a minha na dele (Ciampa, 1984). Nesse sentido, Ciampa (1984) enfatiza que a identidade não é fixa e que podemos imaginar diversas combinações para configurar uma identidade como uma totalidade, sendo esta contraditória, múltipla e mutável. Como tem sido discutido por diversos(as) autores(as) que se dedicam ao estudo das identidades, como, por exemplo, Ciampa (1984), Galinkin e Zauli (2011) e Woodward (2000), a noção de identidade está vinculada à diferença e à igualdade, nos diferenciando e nos igualando, conforme os grupos sociais que fazemos parte.

Atualmente, muitas vezes, os indivíduos desejam pertencer a um determinado grupo e por outro lado, sentem a necessidade de se destacar como seres únicos (Vieira, 2019). Dessa forma, uma das características da contemporaneidade é a busca pela identidade, pela construção do eu como sujeito único (Sawaia, 2014). Logo, segundo Sawaia (2014), o conceito de identidade está relacionado ao resgate da individualidade como valor essencial, assim como tal conceito remete a responsabilidade tanto de resguardar a multiplicidade de individualidades quanto de enfrentar a indeterminação, a multiplicidade e o medo do que é considerado estranho.

O medo, segundo Brandão (2005), pode significar pavor, terror e angústia em relação ao desconhecido. Assim, o medo é uma emoção ligada à história evolutiva da nossa espécie e tem a função de proteger o organismo em relação ao porvir e ajuda a se preparar ou evitar diversas situações (Brandão, 2005). Contudo, nas relações entre os seres humanos, dentro de uma cultura em que há grupos historicamente discriminados, quando um indivíduo ou grupo vê determinado indivíduo ou grupo como ameaça, isso tem uma série de desdobramentos. A tendência é a pessoa se proteger dessa ameaça, e se proteger dessa ameaça envolve não ter proximidade e em alguns casos extremos pode desenvolver uma relação de ódio, desejando destruir o outro.

Nessa direção, em relações entre homens e mulheres, muitos homens que agridem suas mulheres têm medo delas. Frequentemente, homens esperam que as mulheres sejam absolutamente tuteladas, propriedades suas, submissas, e quando elas demonstram autonomia, vontades e necessidades próprias, isso é percebido como uma ameaça. Logo, a violência não deixa de ser uma forma de “disciplinar”, voltar a submissão que ele esperava encontrar.

Segundo Almeida (2014), as mulheres muitas vezes são vistas como “posses” dos homens e essa concepção pode corroborar para práticas de violências contra mulheres quando as mesmas não atingem as expectativas sociais voltadas para o gênero feminino. Logo, quando se sente medo de alguém ou de um grupo, pode chegar a um certo nível de “eliminar” o que é percebido como ameaçador e isso envolve desumanizar a outra pessoa, transformá-la em uma “coisa” (Madureira & Fonseca, 2020).

Sendo assim, retomando a discussão sobre identidade, esta diz respeito ao que a pessoa é, ou seja, por exemplo, é brasileira, é mulher, é negra, é algo em oposição ao que não é. Portanto, é igual a algumas pessoas e diferente de outras, a pessoa se sente única e, ao mesmo tempo, pertencente a determinados grupos e categorias sociais (Galinkin & Zauli, 2011). Assim, “o reconhecimento de semelhanças implica comparações e pressupõe a

existência de diferenças” (Galinkin & Zauli, 2011, p. 253). A construção das identidades contempla semelhanças e diferenças, reconhecer e ser reconhecido pelo outro (Galinkin & Zauli, 2011).

Segundo Moreira e Câmara (2013), aprendemos o que somos em meio às relações que estabelecemos com os “semelhantes” e os diferentes de nós. Assim, segundo os autores, também aprendemos o que somos levando em consideração os significados atribuídos pelos outros, ou seja, “por sermos meninos, não devemos chorar na frente dos outros; por sermos meninas, podemos brincar com bonecas” (Moreira & Câmara, 2013, p. 41).

Nesse sentido, Louro (2000) enfatiza que é no âmbito da cultura e da história que se definem as identidades sociais, como as identidades de gênero, as identidades étnico-raciais, de nacionalidade, de classe social, entre outras. A autora ainda enfatiza que essas inúmeras identidades constituem os sujeitos, uma vez que são interpelados em diferentes situações, instituições ou agrupamentos sociais. Assim, se reconhecer em uma identidade significa estabelecer um sentido de pertencimento ao grupo social de referência (Louro, 2000).

As identidades são dinâmicas e complexas, visto que os sujeitos possuem muitas identidades, transitórias e contingentes (Louro, 2000). Elas podem ser atraentes e, depois, parecer descartáveis, assim como podem ser rejeitadas e abandonadas, possuírem lealdades distintas, divergentes ou até contraditórias (Louro, 2000). Logo, segundo Louro (2000), as identidades sexuais, de gênero, assim como todas as identidades sociais, possuem um caráter fragmentado, instável, histórico e plural.

Nessa direção, cabe trazer as análises desenvolvidas por Madureira e Branco (2012) acerca dos processos identitários e dos preconceitos enquanto fenômenos de fronteira. Assim, segundo as autoras, nos diversos contextos socioculturais, existem fronteiras simbólicas, semipermeáveis, que delimitam as diferenças entre os indivíduos e os grupos sociais. Quando estas fronteiras se tornam rígidas, ou seja, não permeáveis, bem como passam a caracterizar

alguns grupos a partir da desqualificação constante em relação a outros grupos é possível perceber o preconceito, que ao ser traduzido em ação se transforma em prática de discriminação (Madureira & Branco, 2012).

No que diz respeito ao corpo, segundo os autores(as) Santos, Banuth e Cardoso (2016), a aparência corporal, a silhueta e o comportamento se referem cada vez menos a questões sociais e cada vez mais à personalidade e às particularidades pessoais. Nesse sentido, vale ressaltar que assim como as identidades, o corpo também está em constante transformação e tem estreita ligação com questões sociais, históricas e culturais.

Segundo Louro (2000), o corpo é (supostamente) inequívoco e à vista disso, espera-se que o corpo estabeleça a identidade sem ambiguidades e inconsistências. Contudo, os corpos são significados e continuamente alterados pela cultura (Louro, 2000). Ele se altera com o tempo, com doenças, com mudanças de hábitos alimentares ou da vida, com intervenções médicas e tecnológicas etc. (Louro, 2000).

Através de diversos processos, cuidados físicos, roupas, aromas, adornos, entre outros, se inscreve nos corpos marcas identitárias e, desse modo, de diferenciações (Louro, 2000). Nesse sentido, de acordo com Louro (2000), há a educação cultural dos sentidos para perceber essas marcas, bem como o aprendizado de classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente e esses aspectos envolvem desigualdades, hierarquias, assim como abarca as redes de poder que atravessam uma determinada sociedade.

Dessa forma, é possível perceber que as sociedades ocidentais contemporâneas são marcadas pelo imperativo do consumismo e pelo imediatismo, logo, isso impacta diretamente no corpo, especialmente das mulheres. O corpo feminino tem se tornado objeto de consumo e gerado, infelizmente, intensos sofrimentos psíquicos. Nessa direção, na próxima seção teórica será abordado como a mídia contribui para a reprodução e produção dos padrões de beleza, bem como os estereótipos negativos.

2. Mídia e Estereótipos de Gênero

A mídia realiza a mediação entre a sociedade, em um sentido mais amplo, e a indústria da corpolatria, criando ou reforçando padrões, valores sociais associados ao corpo, isto é, estimulando o consumo de produtos e serviços com a finalidade de tornar-se belo(a) e atraente (Knopp, 2008). Dessa forma, segundo Knopp (2008), a mídia é poderosa na construção e no reforço do imaginário coletivo da cultura brasileira, com isso é um campo de produção de sentido à medida que teatraliza a vida, cria representações da realidade e aumenta sensações.

A mídia e a indústria da corpolatria produzem discursos na direção de que a beleza, a saúde, a potência, a sedução e o sucesso são indissociáveis e que não podemos viver sem esses elementos (Knopp, 2008). O corpo é, nesse contexto, socialmente estereotipado, idealizado (Knopp, 2008). Dessa forma, é possível perceber que a aparência corporal está no topo da pirâmide das relações sociais contemporâneas (Ribeiro, 2016), isto é, a aparência corporal é muito valorizada nas relações sociais vivenciadas em diferentes espaços da vida cotidiana.

Desse modo, a mídia aparece como um instrumento da propagação de diversos estereótipos (Biroli, 2011). Nesse sentido, segundo Pérez-Nebra e Jesus (2011), os estereótipos são generalizações, atribuições de crenças, conscientes ou não, que as pessoas fazem sobre grupos ou pessoas. Logo, de acordo com as autoras, os estereótipos negativos estão na base do preconceito e da discriminação, mas os estereótipos também podem ser úteis para as pessoas interagirem em sociedade. Ou seja, vale ressaltar que os estereótipos cumprem uma função em termos de economia cognitiva, no sentido de simplificar a complexidade da vida social.

Assim, os estereótipos podem contribuir na compreensão de como se relacionar com pessoas de regiões, países e cidades diferentes, por exemplo. Todavia, o problema dos estereótipos surge quando estes são rígidos ou equivocados e quando as pessoas se respaldam apenas neles para se relacionar com o outro (Myers, 2014; Pérez-Nebra & Jesus, 2011).

Sendo assim, a visão estereotipada da realidade social envolve a naturalização das hierarquias existentes (Biroli, 2011). Dessa forma, a mídia, frequentemente, naturaliza estereótipos ao confirmar cotidianamente determinadas visões em detrimento de outras, como, por exemplo, a associação entre feminilidade e a esfera privada, além do destaque conferido ao corpo e à aparência física das mulheres (Biroli, 2011).

Levando em consideração a tradição patriarcal arraigada na sociedade brasileira, Parker (1991) enfatiza que a moralidade sexual dualística dividia todos os aspectos da vida cotidiana. As atividades do homem eram dirigidas para o mundo social mais amplo como economia, política e interações sociais na esfera pública, além do âmbito da família; por outro lado, as atividades da sua mulher e filhas eram restritas ao mundo doméstico da própria família (Parker, 1991).

Devido ao aumento da escolarização entre as mulheres, o ingresso delas em espaços profissionais tradicionalmente vistos como masculinos e o próprio movimento feminista, sendo um movimento social e político comprometido com transformações das relações hierárquicas de gêneros, ocorreram mudanças importantes nas relações entre homens e mulheres a partir da segunda metade do século XX (Madureira, 2010). Contudo, a mídia, o comércio, a escola etc., ainda produzem e reproduzem relações de poder entre grupos sociais (Madureira, 2010).

Os estereótipos negativos contribuem para a reprodução do preconceito, da discriminação e para práticas injustificadas em relação a uma pessoa ou grupos de pessoas (Ribeiro, 2016). Assim, Fischler (1995, citado por Flor, 2009) enfatiza que o corpo, nas

sociedades contemporâneas, pode resultar em coerções sociais. Nesse sentido, segundo Flor (2009), pessoas obesas e pessoas consideradas “feias” em nossa sociedade vivenciam, frequentemente, desprezo, como a desvalorização de seus corpos.

Essa discriminação se estende nos diversos âmbitos sociais, como para encontrar emprego, namorado(a), ou nos comentários maldosos feitos por outros indivíduos seja na rua ou na mídia, o que acaba por reforçar os estereótipos associados à (im)perfeição (Flor, 2009). Desse modo, atualmente, os meios de comunicação de massa têm, frequentemente, contribuído para a divulgação e construção de padrões de beleza excludentes (Flor, 2009).

Cabe mencionar as análises desenvolvidas pela autora Zanello (2018), no que diz respeito ao dispositivo amoroso e a metáfora que ela criou intitulada “prateleira do amor”. O amor, em nossa cultura, se apresenta como forma de apropriação e desempoderamento das mulheres, assim como o amor romântico pressupõe uma dependência psicológica das mulheres em relação aos homens (Zanello, 2018). Nesse sentido, segundo a autora, dizer que o dispositivo amoroso se apresenta como um caminho de subjetivação para as mulheres em nossa cultura, quer dizer que as mulheres se subjetivam, nas relações consigo mesmas, mediadas pelo olhar de um homem que as escolha.

Nessa direção, os homens aprendem a amar diversas coisas e as mulheres aprendem a amar, especialmente, os homens, com isso vale ressaltar que as tecnologias de gênero, como revistas, filmes, músicas etc., são eficazes nesse aspecto, pois abordam performances referentes ao dispositivo amoroso, assim como o modo que colonizam afetos (Zanello, 2018). O que nos ajuda a compreender o sofrimento psíquico, tendo em vista que o dispositivo amoroso toca aspectos diretamente afetivos e emocionais. Os indivíduos passam a se comportar emocionalmente em termos afetivos pelo julgamento do outro, sendo, portanto, uma espécie de “prisão”.

A metáfora criada por Zanello (2018) para ilustrar essa condição, denominada “prateleira do amor”, corresponde à noção de que as mulheres se subjetivam nessa prateleira e ela é profundamente desigual marcada pelos padrões estéticos hegemônicos que são, atualmente, a branquitude, a magreza e a juventude, o qual se trata de uma construção histórica, impulsionada pelo crescimento do individualismo no interior do sistema capitalista contemporâneo. Sendo assim, quanto mais distante do ideal de beleza, maior a possibilidade dos impactos negativos na autoestima das mulheres (Zanello, 2018).

Segundo Zanello (2018), ser subjetivada na prateleira do amor torna as mulheres muito vulneráveis, pois mesmo ocupando um lugar privilegiado na mesma, tal posição é da ordem do efêmero, tendo em vista que mesmo utilizando produtos e realizando uma série de intervenções estéticas, é impossível não envelhecer. Como mencionado na Introdução da presente Monografia, o Brasil se tornou um dos líderes mundiais em cirurgias plásticas e as promessas do mercado, produzidas em cima das insatisfações das mulheres são inúmeras (Zanello, 2018).

Tendo em vista a discussão apresentada anteriormente, é possível relacionarmos a “prateleira do amor” com a objetificação dos corpos femininos nas imagens difundidas nas mídias na contemporaneidade. Os corpos femininos são expostos como se estivessem em prateleiras para que todos(as) vejam e digam o que é “belo” e o que é “feio”, avaliam, julgam, bem como sugerem “soluções”.

Atualmente, segundo Zanello (2018), devido a facilidade ao acesso a cirurgias plásticas estéticas⁶, que podem ser parceladas diversas vezes, por exemplo, não ser considerada “bela”, passou a equivaler a “desleixo” ou ter autoestima baixa. Nesse sentido, há uma necessidade de ser “validada” pelo olhar desejanter de um homem e, portanto, a

⁶ Vale ressaltar que mesmo que sejam parceladas em diversas vezes, ainda sim as cirurgias plásticas estéticas não são acessíveis para todas as mulheres. Além disso, devido ao valor elevado, muitas mulheres procuram profissionais que cobram menos, sendo até mesmo não capacitados, o que pode colocar suas vidas em risco.

identidade deve ter como base a “beleza”, de modo que permaneça vulnerável à constante aprovação externa (Zanello, 2018; Wolf, 2020). Vale ressaltar o pressuposto de que todas as mulheres estão à procura de atrair olhares de homens, ou seja, a existência de profundas vinculações entre o sistema binário de gênero e a heteronormatividade. Ou seja, podemos perceber que o sexismo e a homofobia se retroalimentam (Madureira & Branco, 2012), alguns preconceitos tendem a caminhar juntos.

Diante disso, as mulheres ficam vulneráveis e acabam aceitando qualquer “fragmento” de amor. Cabe mencionar que essa vulnerabilidade aumenta a probabilidade dessas mulheres se envolverem em relacionamentos abusivos. À vista disso, também há o aumento da rivalidade feminina, pois as mulheres aprendem, ao longo da sua história de vida, que as “outras” são uma ameaça para si nesse cenário. Nessa lógica cultural sexista, as mulheres buscam a todo momento lutar contra o tempo, o próprio corpo e seus limites. Sendo assim, é fundamental construirmos outras formas de amar e de nos relacionar consigo mesmas e com os(as) outros(as).

Sendo assim, Almeida (2020) analisa o potencial empoderador da inserção das mulheres nas práticas esportivas. Participaram da pesquisa seis mulheres na faixa etária entre 18 e 40 anos, estudantes de psicologia e que praticam esportes regularmente. Assim, foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas virtualmente devido ao contexto de pandemia de Covid-19 que vivenciamos na atualidade. Além disso, foram apresentadas imagens que apresentavam relações, diretas ou indiretas, com o tema em foco, com o intuito de estimular a construção de narrativas e reflexões por parte das participantes.

Desse modo, esse potencial empoderador dos esportes para as mulheres, está profundamente relacionado a alguns dos objetivos estabelecidos pela Cúpula das Nações Unidas, sendo eles: alcançar o desenvolvimento sustentável, reduzir a desigualdade de gênero e empoderar mulheres e meninas (Almeida, 2020). A autora argumenta, na discussão dos

resultados obtidos na sua pesquisa, que a prática esportiva possibilita a autonomia, isto é, “uma tomada de consciência de que essa autonomia existe e é possível desenvolvê-la” (Almeida, 2020, p. 46).

Quando as mulheres desenvolvem a autonomia, se empoderam, fazem suas próprias escolhas e decisões, essas mulheres rompem padrões e se tornam transgressoras dos estereótipos de gênero que fomentam o sexismo, ou seja, se tornam agentes de mudanças (Almeida, 2020). À vista disso, Almeida (2020) enfatiza que podemos inferir que o processo de empoderamento das mulheres pode, também, promover a desconstrução de desigualdades de gênero. Dessa forma, vale ressaltar que no Brasil há diversos indicadores que demonstram as profundas desigualdades presentes na sociedade brasileira em termos de gênero, orientação afetivo-sexual, pertencimento étnico-racial, classe social, entre outros (Madureira & Fonseca, 2020).

Sendo assim, as imagens, enquanto representações visuais, podem ter a finalidade de aguçar e ampliar nossa capacidade perceptiva, sensibilidade visual, entre outras finalidades (Santaella, 2012). A autora argumenta que as imagens costumam ser definidas como artefatos bidimensionais, como desenhos, pinturas, entre outros, ou tridimensionais, como esculturas. Tais artefatos culturais apresentam, em diferentes níveis, uma aparência similar a algo que está fora deles, como objetos, pessoas ou situações. Nesse sentido, as imagens se tornam reconhecíveis devido às semelhanças que possuem com o que representam (Santaella, 2012).

A mente funciona por meio de signos e os signos são fabricados pela própria mente (Valsiner, 2012). Nessa perspectiva, os signos são artefatos produzidos pela mente humana, que possibilitam a mediação entre a mente do ser humano e o mundo (Nascimento, 2020). Logo, vale ressaltar que os processos semióticos estão na base dos fenômenos culturais, bem como existem diversas possibilidades de combinações entre os diferentes tipos de signos (ícones, índices e símbolos) (Valsiner, 2012). Além disso, cabe destacar o hibridismo

dinâmico entre os signos verbais e visuais nos processos de significação, ou seja, é uma articulação complexa e dinâmica desses diferentes signos, pois os processos de significação estão imersos no fluxo irreversível do tempo (Madureira, 2016).

Sendo assim, as fotografias, por exemplo, são ícones, ou seja, signos icônicos que representam objetos a partir de um grau de semelhança com o objeto representado (Valsiner, 2012). Portanto, “ícones se tornam réplicas simplificadas do objeto que apresentam” (Valsiner, 2012, p. 39). Nesse sentido, no caso do Instagram, por exemplo, em que muitas pessoas publicam diversas fotos de si, outras pessoas que veem, muitas vezes, acreditam que aquelas imagens são reais, que as pessoas são exatamente daquela forma que estão na fotografia, mas nunca são. Em outras palavras, são apenas representações visuais da pessoa real, que podem estar ou não com filtros, de um determinado ângulo, assim como podem ser fotografias editadas no photoshop, entre outros diversos recursos tecnológicos possíveis de edição de imagens.

Dessa forma, as imagens também podem servir à captura dos nossos desejos, visto que as imagens são fundamentais na publicidade (Santaella, 2012). Com isso, podem ter a finalidade de ilustrar as informações transmitidas pelo texto verbal (Santaella, 2012). Sendo assim, ainda se referindo ao Instagram, podemos pensar criticamente em relação às digitais influencers que postam fotografias editadas ou não, mas que são apenas representações (e não a realidade em si), fazendo propagandas e incentivando outras mulheres a adquirirem determinados produtos de emagrecimento, por exemplo. Juntamente com o texto sobre os produtos, há fotos do seu corpo magro e malhado, podendo estar, indiretamente, transmitindo a mensagem para milhares de mulheres, em alguns casos milhões, que ao adquirirem o que está sendo vendido, elas podem obter aquele corpo da foto, que além de não condizer com a realidade, é considerado socialmente como corpo “perfeito”.

No contexto dessa discussão, cabe mencionar que Santaella (2012) argumenta sobre a importância da alfabetização visual. Assim, é importante aprender a ler as imagens, adquirir conhecimentos a respeito e desenvolver a sensibilidade necessária para saber como as imagens se apresentam, como indicam o que querem indicar, qual seu contexto de referência, quais são seus modos específicos de representar a realidade, entre outros aspectos relevantes (Santaella, 2012).

Nessa perspectiva, as imagens de mulheres nas mídias refletem, frequentemente, corpos trabalhados, sexualizados, respondendo sempre ao desejo do outro ou “corpos medicalizados”, lutando contra o cansaço e o envelhecimento, por exemplo (Novaes, 2005). Loponte (2002) enfatiza que a mídia brasileira, especialmente propagandas voltadas para o público do gênero masculino, enfatiza e naturaliza um corpo feminino sem voz, um corpo-objeto voltado ao olhar masculino. Assim, a autora nos convida a refletir:

Que corpo é esse que querem nos vender? De que forma nos constituímos como mulheres perante esses corpos-objetos do olhar masculino? Essas imagens supõem um espectador masculino, um lugar de sujeito que ocupamos (mulheres e homens) de forma quase óbvia e natural, sem questionar ou pensar em outras possibilidades de ver (Loponte, 2002, p. 290).

Dessa forma, de acordo com Sabat (2001), a publicidade utiliza discursos que levam os(as) consumidores(as) a construir com o produto uma relação pessoal. Assim, ao utilizar mulheres em propagandas de sabão em pó e homens em propagandas de carros, por exemplo, o discurso publicitário está se adequando aos significados presentes nas relações sociais cotidianas (Sabat, 2001). Logo, as propagandas podem reafirmar e naturalizar significados

culturais arcaicos sobre feminilidade e masculinidade que são historicamente construídos e delimitam o que é socialmente esperado de homens e mulheres (Madureira, 2016).

Vale mencionar que Sabat (2001) enfatiza que, atualmente, é possível perceber que há algumas rupturas em relação às representações do feminino/masculino e homossexual/heterossexual nas propagandas, mas a autora discute que ainda é muito frequente representações associando a feminilidade ao corpo perfeito ou à maternidade e à família. Com isso, há uma pedagogia cultural, um determinado currículo que apresenta uma lista de prescrições voltados para produzir e reproduzir determinados comportamentos, valores, hábitos e atitudes pessoais, na sociedade em que estão inseridos(as) (Sabat, 2001).

Dessa forma, os conteúdos disseminados nas mídias, incluindo as redes sociais, e a alta cobrança para se adequar aos padrões estéticos hegemônicos contribuem para a insatisfação e sofrimento psíquico das mulheres. Ou seja, contribuem para o desenvolvimento de doenças da beleza. Nessa direção, na próxima seção teórica será abordado tais doenças, bem como o papel dos(as) psicólogos(as) clínicos(as) tanto na prevenção, quanto no enfrentamento das doenças da beleza.

3. Psicologia Clínica e Doenças da Beleza

O discurso biomédico enfatiza que há fatores genéticos para o surgimento das doenças de beleza, mas não podemos ignorar os fatores socioculturais, tendo em vista as inúmeras evidências do culto ao corpo na contemporaneidade. Dessa forma, segundo Pedrosa e Teixeira (2015), muitos(as) autores(as) enfatizam o aumento de casos de transtornos alimentares em razão das exigências corporais contemporâneas.

Os discursos associados ao corpo saudável se evidenciam pela busca em atingir o “ideal” de beleza de acordo com os padrões predeterminados (Carvalho, Amaral & Ferreira, 2009). Nesse sentido, segundo Souto e Ferro-Bucher (2006, citados por Carvalho, Amaral & Ferreira, 2009), os transtornos alimentares podem ser considerados fenômenos resultantes da interação de fatores pessoais, familiares e socioculturais, assim como se caracterizam pela preocupação não só com o corpo, mas também como o peso e a alimentação. Os autores ainda enfatizam a importância de se considerar a cultura no que se refere à imagem corporal, visto que os padrões de beleza mudaram ao longo dos séculos. Além disso, é de suma importância mencionar que a cultura apresenta um papel constitutivo em relação ao psiquismo humano (Madureira, 2016; Valsiner, 2012) sendo imprescindível, portanto, considerá-la nos estudos dos fenômenos psicológicos.

Nessa direção, Valsiner (2012) enfatiza que a cultura na psicologia é compreendida, em linhas gerais, de duas formas distintas. A primeira é encontrada na psicologia transcultural, em que a cultura é concebida como algo externo, como um organizador extrínseco ou um dispositivo de atribuição causal para padrões de ações, sentimentos e pensamentos que as pessoas demonstram nas inúmeras sociedades, países e culturas. Por outro lado, segundo o autor, a segunda forma trata a cultura como parte inerente das funções psicológicas humanas, sendo essa noção utilizada na psicologia cultural. Ou seja, a cultura

apresenta um papel constitutivo em relação às nossas ações, aos nossos pensamentos, aos nossos sentimentos, e também no modo como interagimos com as outras pessoas. Portanto, vale ressaltar que é essencial trabalhar como a cultura canaliza os sentimentos das pessoas. De forma mais específica, considerando os objetivos do presente trabalho, como a cultura canaliza os sentimentos no sentido de como as mulheres veem o próprio corpo na sociedade brasileira contemporânea.

Desse modo, de acordo com Madureira (2016), as experiências humanas ocorrem sempre em contextos culturais estruturados, atravessados por crenças, valores e práticas consolidadas historicamente que canalizam os processos de significação. Orientando, de diversas maneiras, o pensar, o sentir e o agir das pessoas. Além disso, a autora destaca o papel ativo dos indivíduos nos processos de significação.

Nessa direção, articulando o princípio do papel ativo dos indivíduos nos processos de significação com a temática em foco, não quer dizer que a mídia, o Instagram, por exemplo, impõe os padrões estéticos em relação a nós, mulheres, e somos seres passivos sem qualquer capacidade reflexiva e simplesmente seguimos. Somos responsáveis tanto na produção, quanto na reprodução, dos padrões estéticos quando aceitamos sem questionar e fazemos de tudo para nos adequarmos. Contudo, nós também somos ativas quando questionamos criticamente, debatemos, reconhecemos nossos limites, não reproduzimos tais padrões etc.

Dessa forma, a valorização da magreza e a pressão para emagrecer, associadas a fatores biológicos, psicológicos e familiares, provocam preocupações com o corpo e “pavores” de engordar (Carvalho, Amaral & Ferreira, 2009). Segundo Kalb (2017), está aumentando o número de mulheres com transtornos alimentares. Ademais, os(as) adolescentes são, muitas vezes, vulneráveis a essas pressões culturais, devido a preocupações com o corpo e a aparência em desenvolvimento (Branco, Hilário & Cintra, 2006, citado por

Carvalho, Amaral & Ferreira, 2009). Assim, os transtornos alimentares mais comuns são anorexia nervosa e bulimia nervosa (Copetti & Quiroga, 2018).

A anorexia nervosa é caracterizada pela acentuada perda de peso (Faria & Shinohara, 1998). Pessoas que sofrem desse transtorno passam fome intencionalmente e acreditam que estão com excesso de peso, sendo necessário, às vezes, internações para evitar inanição (Faria & Shinohara, 1998). Por outro lado, a bulimia nervosa caracteriza-se por episódios de ingestão de muitos alimentos e depois pela eliminação, seja através de vômitos induzidos ou jejuns, uso de laxantes, entre outros (Faria & Shinohara, 1998). Nesse sentido, a anorexia e a bulimia se caracterizam por um medo acentuado de ganhar peso (Faria & Shinohara, 1998).

O medo de ganhar peso tem estreita relação com a gordofobia que se refere ao medo excessivo de engordar, a aversão à gordura e as diversas formas de discriminação e estigmatização com relação às pessoas gordas (Penas & Germano, 2021). Nesse sentido, segundo Fernando-Ramírez e Escudero (2012, citados por Araújo, Coutinho, Alberto, Santos & Pinto, 2018), o perigo está na possibilidade de pessoas que estão na condição de obesidade aceitarem e interiorizarem os discursos que as estigmatizam. Assim, além de prejudicar a saúde psicológica e física dos indivíduos considerados obesos, a estigmatização dificulta a implementação de esforços eficazes na prevenção da obesidade (Araújo, Coutinho, Alberto, Santos & Pinto, 2018). O estresse relacionado ao estigma pode desencadear outras comorbidades, além de agravar o curso clínico da obesidade, podendo influenciar de forma negativa a vida dos indivíduos (Puhl & Heuer, 2010 citadas por Araújo, Coutinho, Alberto, Santos & Pinto, 2018).

Vale destacar o que Souza e Gonçalves (2021) enfatizam sobre a realidade da sociedade brasileira não estar em conformidade com a padronização de corpos que é disseminada. Por um lado, a maioria dos(as) brasileiros(as) está acima do peso ou obesos. Por outro lado, se encontra a busca incessante em evitar, a todo custo, o corpo gordo, que é

estereotipado como doente, feio, preguiçoso, guloso, que expressa fraqueza da vontade, vício, bem como sem disciplina etc. (Souza & Gonçalves, 2021; Penas & Germano, 2021; Sales, Lima & Maynard, 2020).

Contudo, há também o surgimento e desenvolvimento de contra narrativas, isto é, as redes sociais digitais, por exemplo, aparecem como forma de questionar e rejeitar discursos gordofóbicos que são disseminados de maneira livre, explícita e, algumas vezes, velada na sociedade brasileira (Penas & Germano, 2021).

Além disso, cabe destacar o discurso da medicina. A medicina, tradicionalmente, “condena” o corpo gordo e dissemina a ideia de que para ter um corpo saudável é necessário retirar a gordura corporal (Souza & Gonçalves, 2021). Nesse sentido, levando em consideração o que foi discutido anteriormente, esse é um fenômeno histórico e cultural, tendo em vista que em outros momentos e contextos, a gordura era vista como sinônimo de riqueza, por exemplo (Sant’Anna, 2016, citada por Penas e Germano 2021).

Em casos graves, como são os casos de transtornos alimentares, é necessário acompanhamento e intervenções por parte de equipes multidisciplinares, incluindo clínicos, nutricionistas, psicoterapeuta individual e/ou de grupo ou familiar e um psicofarmacologista (Faria & Shinohara, 1998). Nesse sentido, de acordo com Dutra (2004), o fazer clínico compreende uma análise do contexto social em que o indivíduo está inserido, sendo essencial uma visão ampliada e diálogos interdisciplinares.

Sendo assim, o(a) psicólogo(a) também trabalha juntamente com a família do(a) cliente/paciente. Segundo Diniz e Lima (2017), há a necessidade de compreender não apenas o indivíduo que desenvolveu o transtorno alimentar, mas também a sua família e o seu contexto social. As autoras ainda discorrem que é essencial o esclarecimento de eventuais dúvidas da família relacionadas aos transtornos, como a forma de evolução, os sintomas, além da desconstrução de estereótipos a respeito dos transtornos.

Desse modo, é importante lembrar que quem está no processo terapêutico é o indivíduo como um todo e não o seu sintoma, logo é preciso ir além desse sintoma para compreender e trabalhar os processos que o mantêm (Panazzolo, 2002 citado por Nunes 2017). Nessa perspectiva, quando o(a) psicólogo(a) foca apenas na queixa que o(a) cliente apresenta, perde a oportunidade de ver outras possibilidades que, muitas vezes, a própria pessoa não conhece (Nunes, 2010 citada por Nunes, 2017).

Sendo assim, nas práticas clínicas, o referencial teórico deixa de ocupar o espaço central orientador da prática profissional, passando a ser o compromisso ético (Dutra, 2005). Ou seja, de acordo com o II Princípio Fundamental do Código de Ética Profissional do Psicólogo, “o psicólogo trabalhará visando promover a saúde e a qualidade de vida das pessoas e das coletividades e contribuirá para a eliminação de quaisquer formas de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão” (CFP, 2005, p.7).

Dessa forma, a prática clínica não pode se reduzir ao consultório, nem ao número de sujeitos, nem à classe econômica, nem à técnica utilizada ou patologia diagnosticada (Dutra, 2004). Assim, o diferencial da escuta clínica está na qualidade da escuta e da acolhida que é oferecida a alguém que manifesta um sofrimento para um outro que se dispõe a compreender esta demanda (Dutra, 2004).

Nos casos de sofrimentos psíquicos relacionados à autoimagem, os(as) psicólogos(as) clínicos(as) precisam pensar em estratégias de intervenção, tanto em termos de prevenção como de enfrentamento. Isto posto, segundo Kalb (2017), os(as) profissionais de psicologia clínica devem compreender como a mídia e os outros meios de comunicação influenciam na valorização de determinados padrões corporais em detrimento de outros. O que gera, conseqüentemente, sofrimento psíquico em muitas pessoas que não se enquadram nos padrões estéticos hegemônicos.

Além disso, é necessário conferir maior destaque e visibilidade a respeito de debates e estudos sobre a prevenção das doenças da beleza, assim como discussões acerca do assunto no contexto acadêmico, no decorrer do processo de formação dos(as) psicólogos(as), para que ocorra uma maior conscientização acerca da relevância em termos de saúde mental da temática focalizada na presente Monografia. Além disso, maior conscientização a respeito da gênese cultural da Gordofobia e de outras formas de preconceito também.

Portanto, a Psicologia, enquanto ciência e campo de atuação profissional, deve se preocupar com essa temática e realizar cada vez mais pesquisas, a fim de construir novos conhecimentos científicos a respeito, de modo que os(as) profissionais possam compreender, mais profundamente, aspectos relevantes acerca da prevenção das doenças da beleza, bem como o sobre o seu enfrentamento.

Em outras palavras, os(as) psicólogos(as), em todas as áreas possíveis de atuação, devem ter uma visão ampliada do ser humano. Questionar criticamente discursos hegemônicos que promovem o sofrimento das pessoas é fundamental para reconhecer o(a) outro(a) em sua integralidade, levando em consideração suas particularidades. Sendo assim, essas discussões abordadas no presente trabalho não se restringem ao cenário da Psicologia Clínica, mas dizem respeito à Psicologia em um sentido mais amplo.

4. Metodologia

A pesquisa realizada é de caráter qualitativo. Na discussão sobre as pesquisas qualitativas em Psicologia, cabe mencionar as contribuições da epistemologia qualitativa, desenvolvida por González Rey (1999, citado por Madureira & Branco, 2001). O autor destaca que se busca a compreensão da realidade em sua complexidade e não como algo simples, que possa ser descrito com base em leis universais.

Esta pesquisa é orientada pelos pressupostos centrais da epistemologia qualitativa que são: o conhecimento como uma construção construtiva-interpretativa, o caráter interativo e relacional do processo de produção de conhecimento e a singularidade como nível legítimo de produção de conhecimento (González Rey, 2005). Nessa direção, segundo González Rey (2012), toda a produção dos sujeitos na pesquisa é complexa e exige do(a) pesquisador(a) um olhar atento para construir indicadores relevantes sobre o estudo em foco, visto que os indicadores não são algo dado, sendo impossível sem sua participação ativa. Assim, o autor argumenta que:

O sujeito pesquisado é ativo no curso da pesquisa, ele não é simplesmente um reservatório de respostas, prontas a expressar-se diante da pergunta tecnicamente bem-formulada.

O sujeito, na realidade, não responde linearmente às perguntas que lhe são feitas, mas realiza verdadeiras construções implicadas nos diálogos nos quais se expressa. Nesse contexto, a pergunta representa apenas um dos elementos de sentido sobre os quais se constitui sua expressão (González Rey, 2012, p. 55).

Sendo assim, o saber do(a) pesquisador(a) é uma forma de acessar fenômenos que não se esgotam em si mesmos, estando em constante processualidade durante a pesquisa (González Rey, 2005). Nesse aspecto, a pesquisa qualitativa compreende o conhecimento como uma produção e não como uma apropriação linear de uma realidade a priori (González Rey, 2005).

A pesquisa qualitativa focaliza o universo de significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes (Minayo, 2016). Assim, segundo Minayo (2016), esses fenômenos são compreendidos como parte da realidade social, em que o ser humano se distingue por agir, por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade que vive e compartilha.

4.1 Participantes

Participaram da pesquisa seis psicólogas clínicas que atuam em Brasília-DF e nas cidades do entorno, que utilizam diferentes abordagens psicoterápicas e possuem no mínimo três anos de experiência na área. As participantes estão na faixa etária entre 25 e 63 anos e foram todas do gênero feminino, devido à falta de disponibilidade do psicólogo contactado do gênero masculino. A escolha das participantes ocorreu via rede interpessoal da pesquisadora.

Vale ressaltar que apenas a participante Ana (nome fictício), não corresponde ao critério de ter no mínimo três anos de experiência na clínica. A pesquisadora tomou ciência que a participante tinha dois anos e meio de experiência no início da entrevista. Entretanto, por se tratar de uma entrevista muito rica em termos de informações, a pesquisadora decidiu manter a entrevista.

Na Tabela 1 a seguir, são apresentados os dados sociodemográficos das participantes.

Tabela 1
Dados sociodemográficos das participantes

Nome (Fictício)	Idade	Tempo de Atuação	Abordagem Psicoterápica
Bruna	32	3 anos	Análise do Comportamento
Rosa	63	8 anos	Terapia de Aceitação e Compromisso
Larissa	56	10 anos	Análise Transacional
Júlia	30	5 anos	Gestalt Terapia
Jasmim	28	5 anos	Gestalt Terapia
Ana	25	2 anos e meio	Sistêmica

4.2 Materiais e instrumentos

Foram utilizados os seguintes materiais: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido -TCLE (Anexo A), que foi enviado para cada participante um pouco antes da entrevista, um celular para a pesquisadora gravar o áudio, com o consentimento das participantes, computador com acesso à internet para acessar o aplicativo Google Meet e câmera. Além disso, os instrumentos que foram utilizados são: roteiro da entrevista semiestruturada (Anexo B) e um vídeo previamente selecionado, “Be a lady they said”⁷ legendado.

4.3 Procedimentos de construção de informações

Após receber o parecer de aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa - CEP UniCEUB (Anexo C), a pesquisadora iniciou a seleção das participantes a partir dos contatos de suas redes interpessoais, levando em consideração a disponibilidade de cada uma. Sendo

⁷ Link de acesso ao vídeo previamente selecionado:
https://drive.google.com/file/d/1C2B4_zsyqMKvhQktEeY6a-Wzxp_UEFKn/view?usp=sharing

assim, apenas depois de um primeiro contato breve para fornecer algumas informações importantes a respeito da pesquisa, as entrevistas foram marcadas e realizadas em apenas um encontro com cada participante. Toda a pesquisa foi custeada pela própria pesquisadora.

Devido ao atual contexto mundial de pandemia da Covid-19, todas as entrevistas foram realizadas virtualmente, via Google Meet, para garantir a segurança e a saúde tanto da pesquisadora quanto das participantes ao evitar a exposição de riscos de contaminação.

Assim, estavam na sala virtual durante a entrevista apenas a pesquisadora e a participante.

Para realização da pesquisa foi utilizada a técnica da entrevista semiestruturada. Tal modalidade de entrevista integra perguntas abertas e fechadas previamente formuladas e mais ou menos dirigidas em que o(a) entrevistado(a) possa discorrer sobre o tema em foco sem se prender à pergunta formulada pelo(a) pesquisador(a) (Minayo, 2016). Nesse aspecto, essa modalidade de entrevista facilita a identificação posterior, no processo de análise e interpretação, de pontos de convergência e de divergência.

Assim, a partir das perguntas norteadoras do roteiro de entrevista (Anexo B), foi abordado acerca da psicologia clínica e doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea e, em alguns momentos, as participantes não se limitavam às questões previamente formuladas.

A realização da entrevista só iniciou após o envio e a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE (Anexo A) por parte das participantes, bem como o esclarecimento de eventuais dúvidas e a expressão de concordância verbal das mesmas. Foi assegurado o sigilo em relação à identidade pessoal de cada participante e foi esclarecida a necessidade de que o áudio da entrevista fosse gravado, com o consentimento de cada uma das participantes, com o intuito de auxiliar na análise que seria realizada, posteriormente, pela pesquisadora.

Dessa forma, segundo Madureira e Branco (2001), a entrevista, enquanto estratégia metodológica, é compreendida como um espaço dialógico que envolve a co-construção de significados entre pesquisador(a) e entrevistado(a). Assim, tanto o(a) participante quanto o(a) pesquisador(a), possuem um papel ativo na entrevista, na construção de um espaço dialógico de compreensão mútua (Madureira & Branco 2001).

Ademais, na entrevista foi apresentado o vídeo previamente selecionado pela pesquisadora, a fim de ampliar o diálogo com as participantes acerca de temáticas consideradas socialmente delicadas. Vale ressaltar que o próprio tema focalizado na pesquisa é uma temática não convencional em termos de pesquisas acadêmicas no âmbito da ciência psicológica. Desse modo, a exibição de vídeos na realização de pesquisas qualitativas possibilita a construção de significados que podem ser dificilmente elaborados apenas através de perguntas diretas (Madureira, 2016).

No contexto das pesquisas qualitativas, a apresentação de imagens, enquanto ferramentas metodológicas (como desenhos, pinturas, fotografias ou vídeos - como é o caso da pesquisa em foco), que guardam relações indiretas ou implícitas com o objeto de estudo delimitado, possibilita analisar significados atribuídos pelos(as) participantes, assim como é possível analisar sentimentos que foram mobilizados pelas imagens apresentadas (Madureira 2016).

4.4 Procedimentos de análise

Tendo em vista o objetivo de analisar as informações construídas no decorrer das entrevistas, após a finalização delas, foi realizada a transcrição literal do áudio de cada uma. Posteriormente, os áudios foram destruídos conforme expresso no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE (Anexo A) entregue a todas as participantes.

Sendo assim, após o término das transcrições, o método de análise que foi utilizado corresponde à análise de conteúdo em sua vertente temática. De forma mais específica, o método utilizado envolve a construção de categorias analíticas em que se agrupa ideias ou expressões, por exemplo, em torno de um conceito que é capaz de abranger informações relevantes (Gomes, 2016). Assim, na vertente temática, se adota critérios semânticos na construção das categorias analíticas que tem como foco temas relevantes (Gomes, 2016).

Nesse sentido, se busca identificar os núcleos de sentido presentes na comunicação (Bardin, 1979 citado por Gomes, 2016). Assim, a análise não se limita ao que está explicitamente expresso nas transcrições, é possível realizar interpretações em relação ao que está presente nas entrelinhas do que é falado.

Dessa forma, a análise e a interpretação das entrevistas foram orientadas a partir de categorias analíticas temáticas, construídas em conjunto com a professora orientadora, tendo em vista os objetivos da pesquisa e os temas mais significativos que emergiram nas entrevistas. Nesse sentido, foram construídas três categorias analíticas temáticas: (a) Mídia, aparência corporal e autoimagem de mulheres em discussão; (b) A Psicologia Clínica no atendimento de mulheres insatisfeitas com a sua aparência corporal; e (c) A Psicologia Clínica na prevenção das doenças da beleza.

5. Resultados e Discussão

Na presente seção, serão apresentados e discutidos os resultados mais significativos da pesquisa realizada a partir das três categorias analíticas temáticas construídas e mencionadas anteriormente. Cabe lembrar que os nomes apresentados são fictícios.

5.1 Mídia, aparência corporal e autoimagem de mulheres em discussão.

Atualmente, o uso de aparatos tecnológicos, como *smartphones*, internet, computadores, entre outros, acontece frequentemente e vem transformando a vida dos sujeitos em diferentes esferas do cotidiano, na economia, educação, estilos de vida etc. (Ribeiro, 2021). O Instagram, Youtube e Spotify, por exemplo, são plataformas digitais que podem ser acessadas através de diferentes aparatos tecnológicos. Assim, nas entrevistas realizadas, dentre as diversas plataformas digitais existentes, essas mencionadas anteriormente são as que mais foram citadas por serem utilizadas pelas psicólogas devido às suas finalidades, rapidez, facilidade e por ajudarem as participantes a buscar conhecimentos, assim como são meios para se expressarem.

Nesse sentido, a participante Júlia ao ser questionada sobre quais meios de comunicação que ela mais utiliza, destacou que:

Olha, o Instagram é o mais forte né, é onde eu tô mais (...) Então, é o mais forte para mim, mas eu gosto muito de sites de notícias, Youtube também, né. Gosto muito de assistir, estudar bastante coisa. Spotify também, eu sou muito consumidora de podcast, enfim. Então, esses são os meios mais fortes. TV, rádio, jornal impresso (risos), nem sei para o que que é. Sei nem se ainda existe.

Entretanto, todas as psicólogas relataram que os meios de comunicação, especialmente o Instagram, exercem influência no comportamento das pessoas e nas suas próprias vidas. Assim, Bruna comentou que: *“(...) Só não falo 100%, para não ser radical, mas exerce muito (...) Se ela ver uma blogueira magrinha, bonitinha, ela vai querer aquilo ali como uma verdade, então acaba que influencia bastante no comer, no vestir, no falar”*.

Nessa direção, é possível perceber a distorção em perceber um signo icônico, ou seja, os ícones são um tipo de signo que representa objetos a partir de um grau de semelhança com o objeto representado (Valsiner, 2012). A fotografia, por exemplo, é um signo icônico. Muitas pessoas ao verem fotografias no Instagram acreditam que aquilo que está sendo exposto é o real, sendo que é apenas uma representação visual (Santaella, 2012) e um recorte do momento específico em que há vários aspectos que influenciam, como o ângulo em que a foto foi tirada, enquadramento, luz e uso de photoshop, por exemplo. Com isso, Jasmim ainda acrescenta que: *“É o que tá vindo ali de informação, é o que acaba sendo determinado como o correto a ser feito, é o que a pessoa entende como o que deve ser feito e como ela deve estar se portando no mundo”*.

Somos cercados(as) por imagens na contemporaneidade, e estas imagens possuem diversas finalidades, como, por exemplo, aguçar nossos sentidos, sensibilizar o nosso olhar e capturar nossos desejos em relação a estilos de vida, produtos de consumo, entre outros (Santaella, 2012). Nesse sentido, como mencionado no presente trabalho, nas peças publicitárias há uma espécie de “pedagogia cultural” em que se produz e reproduz determinados comportamentos, valores e hábitos (Sabat, 2001).

Nesse aspecto, as participantes ao serem questionadas se há expectativas sociais em relação à aparência física das pessoas, todas comentaram que existem muitas expectativas, principalmente em relação às mulheres. Assim, Rosa comentou que:

(...) a gente pode ver isso quando a gente vê, especialmente a mulher é muito afetada por isso, por essa necessidade, imposição social, de ter sempre uma aparência atualizada (...) você olha no Instagram bocas enormes de pessoas que nunca tiveram, peito enorme, bunda enorme e um monte de gente todas parecidas demais (...) existe uma uniformização corporal.

Nesse sentido, as fotos divulgadas no Instagram e nas demais redes sociais mostram, normalmente, pessoas “felizes”, arrumadas, demonstrando estarem em conformidade com a moda e com os padrões estéticos hegemônicos (Ribeiro, 2016). Sendo assim, com relação à "uniformização corporal", apresentada na fala da participante, as mulheres estão lutando contra a ação do tempo, tentando se manter jovens, lutando contra si, perdendo-se no espelho a procura de si (Novaes, 2011; 2013.)

Dessa forma, na contemporaneidade a identidade de gênero das mulheres está muito atrelada a aparência corporal. Segundo Louro (2000) é no âmbito da cultura e da história que se definem as identidades sociais, como as identidades de gênero, as identidades étnico-raciais, entre outras. Assim, se reconhecer em uma identidade significa estabelecer um sentido de pertencimento ao grupo social de referência (Louro, 2000). Logo, ser mulher no século XXI no Brasil, está muito vinculado a essas questões da aparência corporal, tendo em vista a sua dimensão estruturante no contexto das sociedades.

Com isso, a psicóloga Ana fez o seguinte comentário:

É que uma pessoa que é bela, considerada bonita, ela tá necessariamente tá vinculada a uma vida que também tem relação boa, uma casa legal, uma família bacana, o emprego dos sonhos, alimentação perfeita (...) Aí tem aquela questão assim, de

blogueiras, pessoas, trazendo comportamentos assim, falas muito perigosas de parem de comer, romantizando falas nesse sentido para você ter o corpo perfeito, quando a gente sabe a situação do Brasil em que a quantidade de pessoas que não estão conseguindo comer, por exemplo (...)

Sendo assim, é possível perceber a irresponsabilidade da maioria das influenciadoras quando fazem discursos de que vale tudo para alcançar o corpo “ideal”, visto que transtornos alimentares podem matar e impactar negativamente a vida das pessoas e de quem está ao seu redor. Nesse aspecto, as participantes relataram que há uma certa padronização dos corpos e quem não faz parte se sente excluído(a). Com isso, muitas pessoas buscam cirurgias estéticas e dietas rigorosas, por exemplo, para se sentirem pertencentes a um determinado grupo que seja significativo para elas.

Ademais, a participante Rosa destacou essa necessidade de inserção em um determinado grupo, principalmente, por parte dos(as) adolescentes. Assim, de acordo com Nogueira e Albuquerque (2021), na adolescência tende a ocorrer uma preocupação significativa com a aparência física, o que acaba por estimular o desenvolvimento de um estilo de vida voltado ao cuidado excessivo com o corpo.

Nesse aspecto, cabe mencionar a pesquisa realizada por Ribeiro (2021), que teve como objetivo compreender como as imagens presentes na cultura digital afetam as relações dos(as) adolescentes com a sua aparência corporal, a partir da perspectiva de estudantes do ensino médio. Participaram da pesquisa cinco adolescentes de ambos os gêneros, na faixa etária entre 15 e 17 anos e foram realizadas duas entrevistas semiestruturadas virtuais com cada participante. A autora destaca a importância de fatores socioculturais na relação dos(as) adolescentes com sua aparência corporal, bem como em relação ao seu próprio desenvolvimento no sentido amplo.

Com isso, por um lado, as inúmeras imagens presentes na cultura virtual podem possibilitar o protagonismo dos(as) adolescentes através dos compartilhamentos de diversos modos de pensar, de atitudes, de valores etc. (Ribeiro, 2021). Por outro lado, segundo a autora, podem ocasionar riscos à segurança e à saúde mental e/ou física dos(as) adolescentes por estarem expostos a discursos e conteúdos (textos e imagens) que podem ser prejudiciais ao seu desenvolvimento psicológico e físico.

Assim, segundo Ribeiro (2016; 2021), a aparência física dentro dos padrões estéticos hegemônicos é uma característica importante para se obter, muitas vezes, atenção e status social. Logo, a autora destaca que algumas pessoas buscam a todo custo a aprovação do olhar do outro, comprometendo, muitas vezes, a sua própria vida, mobilizando sentimentos negativos a respeito da autoimagem. A partir desse ponto de vista, todas as participantes entrevistadas na presente pesquisa, também relataram que os conteúdos disseminados nas mídias impactam negativamente na autoimagem das mulheres. Nesse sentido, a participante Jasmim comentou que:

(...) É que muitas dessas mulheres não se dão conta do quão estão sendo influenciadas. E aí, qual que é o perigo aqui? Virar algo sobre ela, vai para essa autoimagem dela sem ela perceber o porquê que ela tá se questionando, o porquê que ela tá mal.

Nesse aspecto, Júlia pontuou a necessidade das pessoas reconhecerem que há uma expectativa tanto individual quanto social em relação a sua aparência. Mas, cabe mencionar que nossas expectativas individuais se constituem a partir das relações sociais, logo, não estão completamente desconectadas das relações sociais cotidianas. Com isso, a psicóloga Júlia ainda comentou que há uma força muito grande nesses padrões, que vai do sutil ao “escancarado”, bem como Larissa discorreu que há uma repetição dos discursos e que as

pessoas podem virar “escravas” dos mesmos. Logo, é possível perceber o que Néspoli, Novaes e Rosa (2015) enfatizam com relação às mulheres se encontrarem “encarceradas” em seus próprios corpos, buscando incessantemente um ideal que não pode ser atingido.

Nessa direção, Júlia expôs que: *“Porque como o mito é uma parada, né, padrão, uma coisa que é tão do inalcançável, tão do inatingível e esse é o cerne, de você nunca está boa o suficiente, nunca ser bela o suficiente”*. Nesse sentido, cabe destacar que quando se busca atingir o “ideal” de beleza divulgado nas mídias é necessário gastar muito dinheiro e tempo, mas não são todas as pessoas que possuem essa disponibilidade e que podem investir dessa forma em sua aparência (Flor, 2009). Além disso, vale ressaltar que por ser um padrão, bem como comentou Júlia no trecho apresentado, é algo inalcançável, irreal e o que é considerado “belo” está sempre se atualizando.

Dessa forma, os meios de comunicação, segundo Flor (2009), são veículos de divulgação e construção dos padrões de beleza, assim como de exclusão social. Logo, a autora enfatiza que esses meios, enquanto dispositivos de poder, atualizam constantemente práticas coercitivas sobre o corpo. Ou seja, há discursos que mostram que para ser considerado(a) “belo(a)” é necessário ter um corpo “perfeito” e que para alcançá-lo todo sacrifício é válido (Flor 2009).

No que se refere à perfeição, ressalto a importância de um olhar atento para não levar a uma desumanização. É necessário buscarmos fazer o melhor que conseguimos no trabalho, nas nossas relações etc., mas é essencial esse cuidado com a noção de perfeição. Questiono se há perfeição e o que seria ela, visto que somos seres humanos falíveis. Essa busca pela perfeição tende a gerar sofrimentos psíquicos e a não aceitação de suas falhas, limites, dificuldades, bem como a pessoa não se perdoar quando erra e não ter atitudes compreensivas com as falhas alheias. Logo, há uma desumanização tanto de si mesmo(a) quanto da outra

pessoa. É fundamental, portanto, termos uma visão crítica em relação ao que é considerado como “perfeição”.

Ademais, cabe ressaltar a estreita ligação existente entre a noção de “perfeição” difundida socialmente e a dimensão perversa do sistema capitalista. Ou seja, no sistema capitalista, diferentes setores econômicos enriquecem com o sofrimento alheio (como, por exemplo, a indústria farmacêutica e a indústria da beleza). Quanto mais pessoas insatisfeitas com seus corpos, quanto maior for o sofrimento das pessoas, tendo em vista que é impossível “obter” o corpo “perfeito”, maior a procura por produtos, procedimentos estéticos e cirurgias plásticas estéticas. Em poucas palavras, a indústria da beleza enriquece, cada vez mais, na medida em que as pessoas buscam a todo custo se adequar aos padrões estéticos hegemônicos.

Nas mídias na atualidade, apesar de haver algumas mudanças e observarmos uma maior representatividade da diversidade corporal feminina do que antigamente, a participante Ana destacou que se ela não buscasse referências, como, por exemplo, seguir mulheres orientais nas redes sociais, ela não se sentiria representada nas mídias. Contudo, outras participantes relataram que se sentem representadas, como Jasmim, por exemplo, quando destacou que:

(...) Sempre fui magra, eu frequento a academia, eu corro, eu tenho uma alimentação balanceada, eu consulto com nutricionista. Então, eu faço muito do que essas tais influenciadoras fazem. Então, eu me sinto representada. Mas por ter consciência de que eu faço parte de um grupo privilegiado mesmo. (...)

Dessa forma, levando em consideração esses relatos das psicólogas entrevistadas, é possível perceber que há uma valorização da branquitude, juventude e magreza. Nesse

sentido, nas sociedades contemporâneas, o corpo feminino se relaciona, cada vez mais, ao consumo, tendo em vista que a mídia e a publicidade reproduzem padrões que, na maioria das vezes, dificultam possíveis identificações das mulheres com seus próprios corpos (Ribeiro, 2016).

Sendo assim, o superinvestimento em si com atividades físicas em excesso, dietas e procedimentos estéticos, por exemplo, com objetivo de modelar o corpo de acordo com os padrões estéticos hegemônicos, ocorre, em alguns casos, devido aos sujeitos se considerarem aquém do padrão “ideal” de beleza ou como uma defesa frente ao suposto olhar de julgamento do outro (Severiano, Rêgo & Montefusco, 2010). Com isso, vale ressaltar que os cuidados físicos ganham destaque como uma forma de estar preparado para enfrentar as expectativas sociais (Novaes, 2005).

Assim, o controle excessivo do corpo através de um olhar minucioso sobre a aparência, com o aval da ciência, corrobora para regulamentar diferenças e reforçar os padrões estéticos vigentes, como o que é ou não adequado (Novaes, 2005). Desse modo, a psicóloga Bruna destacou que: *“(...) você é muito mais visto por como você se apresenta, do que como você é. É aquele primeiro julgamento. Então se você se veste bem, você entra em qualquer lugar. Se você está bem vestido, se você é magra, se você é arrumadinha (...)”*.

A participante ainda enfatizou que a depender de como está vestida quando está atendendo, existem pacientes que não voltam em seu consultório. Assim, apesar de haver outros aspectos que podem influenciar, como a falta de vínculo, por exemplo, é possível pensarmos na questão dos estereótipos. Ou seja, segundo a discussão desenvolvida por Pérez-Nebra e Jesus (2011), os estereótipos são generalizações imprecisas, envolvendo atribuições de crenças, conscientes ou não, que as pessoas fazem sobre grupos ou pessoas, sustentando, muitas vezes, o preconceito e as práticas discriminatórias.

Nessa direção, muitas vezes, os sujeitos deixam de ser vistos como pessoas na sua totalidade e acabam sendo reduzidos a seres “incapazes” nas relações com o outro (Melo, 2000). Com isso, a participante Rosa expôs que: *“A mulher, ela precisa estar sempre provando ao que veio”*. Esses trechos apresentados refletem o que se espera, historicamente, de mulheres com relação à beleza, ser dócil, passiva etc. Por outro lado, os homens são caracterizados como fortes, viris e ativos (Parker, 1991), além de também haver cobranças pelo sucesso laboral. O trabalho, segundo Zanello (2018), é algo identitário da masculinidade para os homens. Homens ricos que não trabalham podem ser “valorizados”, pois possuem o signo de “sucesso” viril, ou seja, acúmulo de riquezas, mas homens pobres, se não trabalham são considerados “vagabundos” e “sem honra” (Zanello, 2018).

Dessa forma, as participantes relataram que apesar de existir algumas mudanças, ainda sim se espera coisas diferentes para homens e mulheres, bem como Júlia comentou que:

A expectativa é diferente, o social espera diferente, cobra diferente de mulheres do que de homens (...) Eu acho que por mais que já estejam existindo mudanças, discussões, ainda vai precisar existir muita discussão (...) porque é diferente e não tem como negar que é diferente.

Sendo assim, como abordado anteriormente, frequentemente, são naturalizados estereótipos ao reforçar cotidianamente determinadas visões em detrimento de outras, como, por exemplo, a associação entre feminilidade e a esfera privada, além do destaque conferido ao corpo e à aparência física das mulheres (Biroli, 2011). Nesse sentido, essas percepções estereotipadas, preconceitos e práticas discriminatórias impactam, de diferentes formas, a saúde mental das mulheres, como, por exemplo: ansiedade, sensação constante de insuficiência ao buscar aprovação externa, depressão etc.

Segundo Alves (2017), os papéis de gênero afetam os modos de adoecimento feminino. Além disso, Santos (2009, citada por Alves, 2013) argumenta que “discriminação sexual, pobreza, fome, desnutrição, excesso de trabalho, violência doméstica e sexual são fatores significativamente importantes e que precisam ser levados em conta quando se propõe entender o sofrimento psíquico de mulheres” (p. 25). Dessa forma, Júlia relatou que:

Quando uma mulher vira e fala assim, acontece muito no consultório, “A porque eu tô tentando ser mais feminina” (...) “acho que eu não sou feminina, acho que não sirvo para isso”. Mas, o quanto que isso está relacionado a uma visão de feminino distorcido, na minha opinião. É o feminino que agrada ao homem, muitas vezes. Que agrada ao padrão, que agrada aos olhos, que precisa ser bela (...)

A partir disso, a psicóloga Ana fez o seguinte comentário: *“Eu fiquei pensando muito nos dispositivos da Valeska Zanello, e aí eu fiquei pensando nisso, assim, a maternidade e o dispositivo amoroso para o das mulheres. Então, a gente amar, cuidar, ser gentil, ser dócil, ser a submissa (...)”*.

Nesse sentido, cabe apresentar algumas das análises desenvolvidas pela autora Zanello (2018) em relação ao dispositivo materno, em que apesar de cuidar ser uma capacidade humana, historicamente foi relacionada às mulheres. Ou seja, mesmo que uma mulher não tenha filhos, será demandado dela, culturalmente, ser cuidadora, se doar pelos outros. Na sociedade patriarcal, o corpo feminino sofre intensa dominação masculina, sendo um corpo submetido aos prazeres e aos desejos dos homens (Boris & Cesídio, 2007). A mídia, muitas vezes, acaba naturalizando esse corpo feminino sem voz (Loponte, 2002).

Dessa forma, a partir das perspectivas das psicólogas entrevistadas, é possível perceber que estas expectativas sociais e a influência que as mídias apresentam na vida das

mulheres ocasionam impactos negativos na sua autoimagem e na sua saúde mental. Ao mesmo tempo em que muitas mulheres tentam se adequar aos padrões estéticos hegemônicos em busca de se sentirem pertencentes a um determinado grupo, é possível perceber que o custo é muito alto em termos financeiros, bem como sacrifícios que são necessários, comprometendo, muitas vezes, suas vidas, desencadeando, infelizmente, sofrimento psíquico em inúmeras mulheres.

5.2 A Psicologia Clínica no atendimento de mulheres insatisfeitas com a sua aparência corporal.

A partir das falas das participantes com relação à existência de padrões estéticos hegemônicos e seus impactos na autoimagem e na saúde mental das mulheres, foi possível perceber que há uma alta incidência de doenças da beleza em mulheres. Nesse sentido, houve uma convergência entre as participantes a respeito da opinião delas sobre o que são doenças da beleza. Para exemplificar, Rosa comentou que:

(...) A gente vê a patologia do corpo, como anorexia e bulimia. Mas eu vejo como doença do corpo os transtornos de ansiedade também, ligados a uma falta de aceitação, falta de contexto para relações saudáveis e uma autocobrança exagerada a respeito de características físicas (...)

Levando em consideração o trecho em que a participante menciona a falta de relações saudáveis, podemos pensar nas relações familiares. Segundo Faria e Shinohara (1998), em alguns casos, as famílias apresentam uma dinâmica familiar que pode propiciar o

desenvolvimento dessas doenças. Nesse aspecto, podem apresentar características como o excesso de preocupação em relação à aparência física, por exemplo (Ribeiro, 2016).

Desse modo, se compreende o estilo de comunicação e interação dessas famílias, considerando a hierarquia de valores que esta família possui, compreendendo o que pode se tornar um risco, uma vez que um valor exagerado pode ser atribuído à realização, à rejeição, à rigidez dos papéis sociais, ao aumento da disposição para o sacrifício, dentre outros comportamentos (Ribeiro, 2016, p. 35).

Com isso, além do que foi apresentado pela participante Rosa, é possível perceber que doenças da beleza é um conceito amplo e que contempla os distúrbios alimentares, mas não se restringe a eles, bem como a participante Ana destaca: “(...) *não é só um aspecto que fica nesses nomes que tão no diagnóstico, mas na nossa autoestima mesmo, na forma como a gente... a gente vislumbra assim, até nossas relações.*” Júlia ainda fez os seguintes comentários:

O procedimento estético em si não seja um grande problema, não é ele o grande vilão. Mas a relação que a gente tem com ele, a relação que a gente tem com o nosso corpo. Como a gente tá no mundo se relacionando com essas coisas. Então, eu acho que isso se torna muito adoecido.

Nesse aspecto, vale ressaltar que no contexto da presente Monografia não se trata de questionar os procedimentos estéticos em si, o que está em sintonia com o que a participante comentou. Contudo, tendo em vista a quantidade de cirurgias plásticas estéticas que são realizadas no Brasil, é possível perceber que tende a não ser uma decisão autônoma dos

indivíduos. Sendo assim, a partir do comentário da psicóloga Júlia, cabe destacar o que Bruna disse a respeito do que ela percebe na sua experiência clínica:

(...) Eu tenho uma paciente mesmo que ela vai fazer uma lipo...para tá bem visualmente, mas ela mora de aluguel, ela não tem uma condição financeira tão boa assim, falta terapia porque não consegue pagar toda semana. Então, assim, as prioridades estão meias distorcidas. As pessoas estão preferindo ter um visual adequadamente, bonito né (...)
Do que ter uma saúde mental em dia.

Nesse sentido, é possível perceber o quanto as pessoas estão dispostas a buscar alcançar esse “ideal” de beleza a qualquer custo e não priorizar a sua saúde mental e qualidade de vida. Assim, as consequências desses discursos disseminados em diversas instâncias sociais, incluindo as mídias, geram intensos sofrimentos psíquicos, especialmente em mulheres.

Segundo Loponte (2002), o olhar das pessoas na sociedade brasileira parece acostumado com corpos femininos que vendem produtos, lugares, modos de ser etc. Logo, a autora enfatiza que esses corpos idealizados, apresentam figuras de personalidades famosas que evidenciam regras sobre o corpo “perfeito”. Nesse sentido, somos acostumamos(as) a ver tais corpos expostos nas mídias e assim como nos cobramos, cobramos das outras pessoas esse corpo "ideal" (Kalb, 2017).

Nessa direção, a psicóloga Ana comenta que o desenvolvimento dessas doenças está estreitamente ligado às questões sociais e culturais quando disse: “*Ao mesmo tempo que é tão pessoal porque cada uma chega num ponto de ter essas doenças da beleza por conta de diversos fatores, é muito social também, já que, é isso que a gente tá trazendo, têm impactos aí culturais e midiáticos (...).*”

Para Zanello (2018), levando em consideração a metáfora criada por ela intitulada “prateleira do amor”, já mencionada na presente Monografia, essa prateleira é profundamente desigual, sendo marcada pelos padrões estéticos hegemônicos que são, atualmente, a branquitude, a magreza e a juventude, o qual se trata de uma construção histórica, impulsionada pelo crescimento do individualismo no interior do sistema capitalista contemporâneo. Logo, quanto mais distante desses ideais, maior será, provavelmente, o impacto sobre a autoestima (Zanello, 2018). Nesse sentido, as mulheres são cobradas, historicamente, a estarem sempre se atualizando, buscando aprovação externa.

Dessa forma, a psicóloga Larissa destacou que a incidência de doenças da beleza é alta inclusive devido ao alto índice de cirurgias estéticas. Com isso, os investimentos em relação ao cuidado com o corpo estão associados, muitas vezes, à visibilidade social que o indivíduo deseja alcançar através de sua aparência corporal (Novaes, 2005). O que pode, frequentemente, segundo Kalb (2017), desencadear em várias pessoas, transtornos alimentares como a anorexia e a bulimia.

Nesse aspecto, a psicóloga Ana ao ser questionada sobre sua opinião com relação a como os(as) psicólogos(as) devem lidar com uma demanda de uma pessoa com anorexia, destacou que: *“primeira coisa que veio à minha mente agora foi a questão de um trabalho interdisciplinar, tá? Então acho que é importante a gente conseguir avaliar o acompanhamento médico, de nutricionistas, e aí a gente fazer esse trabalho interdisciplinar.”*

A fala supracitada corrobora com a discussão desenvolvida por Faria e Shinohara (1998), quando afirmam que em casos de transtornos alimentares, é necessário acompanhamento e intervenções por parte de equipes multidisciplinares, incluindo clínicos, nutricionistas, psicoterapeuta individual e/ou de grupo ou familiar e um psicofarmacologista. Portanto, o fazer clínico compreende uma análise do contexto social em que o indivíduo está inserido (Dutra, 2004).

Além disso, a maioria das participantes enfatizou que é fundamental compreender como a pessoa está naquele momento, o que a anorexia está sinalizando, bem como ter uma visão do indivíduo como um todo e não reduzindo-o ao seu diagnóstico. Sendo assim, é de fundamental importância ir além do sintoma para compreender e trabalhar os processos que o mantêm (Panazzolo, 2002 citado por Nunes 2017). Com isso, a participante Júlia comentou que:

(...) eu acho que é esse olhar do ser humano como um ser completo e a gente buscar ser completo. E para sermos completos, a gente vai precisar reconhecer, emitir olhares diferentes para as nossas partes que a gente não gosta, que não atinge o ideal, que vai contra (...)

Nessa direção, a psicóloga Jasmin, Gestalt Terapeuta, apesar de encaminhar para uma amiga demandas de transtornos alimentares, exemplificou as seguintes técnicas em que é possível trabalhar questões relacionadas às doenças da beleza, inclusive anorexia:

(...) Uma das possibilidades que a gente tem que eu gosto muito é de utilizar espelho, de utilizar exercícios corporais da pessoa começar a criar uma consciência corporal de si e do que ela, para a gente tentar equilibrar, vou usar essa expressão, a imagem externa e a imagem interna. (...) Desenhos né (...) Eu faço muito com adolescente que é o famoso deitar na cartolina e se desenhar. No papel pardo né. Desenha você e depois ela deita e eu desenho por fora para ela verificar a distorção, o quanto que está diferente ali. (...)

Nesse aspecto, a participante Júlia também comentou que:

(...) o que tá acontecendo nesse embaçamento da percepção do seu corpo? O que isso está querendo sinalizar? O que isso tá cobrando de você? É justamente esse olhar para o que essa doença está sinalizando, exigindo, cobrando. É fazer um mergulho. Assim é o meu olhar (...)

Dessa forma, é possível perceber que esses exercícios podem possibilitar que o(a) cliente/paciente se reconheça como um todo, bem como possa refletir sobre suas crenças e percepções a respeito de si que foram enraizadas e naturalizadas ao longo da sua história de vida. Nesse aspecto, Rosa, a partir da sua abordagem psicoterápica, também comentou que:

(...) o grande objetivo seria esse, sensibilizá-la para o que é de fato importante. O que é importante para ela né? Como ela quer a vida dela? E na medida que essa pessoa começa a ver que algumas atitudes dela estão indo em direção oposta... ela pode repensar e se comprometer (...) Se comprometer com mudanças né (...)

Assim, vale ressaltar que, segundo Sakamoto (2011), é decisão do(a) cliente querer alcançar o conhecimento sobre si mesmo, e geralmente, está associado a uma expectativa de mudança de aspectos pessoais considerados indesejáveis ou que causam de alguma forma desconforto ou sofrimento emocional. Nessa direção, as psicólogas Jasmim e Ana, por exemplo, relataram que em seus consultórios muitas mulheres demoram a abordar suas queixas com relação à autoimagem e, em alguns casos, falam de forma “mascarada”. Logo, é necessário respeitar o tempo e as resistências da pessoa que está ali na frente.

Dessa forma, com relação aos impactos das expectativas sociais na saúde mental das mulheres, Júlia destacou que pode ocasionar:

Depressão, ansiedade, transtornos alimentares, baixa autoestima, baixa autoconfiança e... E aí a gente vai tendo as consequências, o burnout inclusive. Então, eu acho que a gente poderia citar algumas questões mentais que estão muito em alta e as pessoas ainda estão tendo dificuldade em correlacionar com esses padrões, com essas exigências.

Desse modo, Rosa ainda menciona que: *“Chega uma hora que ninguém mais precisa falar, é a própria pessoa se cobrando. Então eu acho que gera uma insatisfação constante sobre a forma de ser(...)”*. As falas das participantes exemplificam a necessidade de maiores debates e reflexões críticas acerca dos discursos disseminados nas mídias em geral e seus impactos na saúde mental das pessoas. Ou seja, conscientizar os indivíduos a respeito dos padrões de beleza.

Para Mosquera e Stobäus (2006), a autoimagem é construída na interação da pessoa com o seu contexto social, na relação consigo mesma e com os outros. Ou seja, em um sentido mais amplo, é o poder constitutivo da cultura em relação ao psiquismo humano, um exemplo disso é a construção da autoimagem (Valsiner, 2012). A constituição da subjetividade necessariamente envolve essa inserção no contexto cultural, então o que nós compreendemos sobre quem somos nós mesmos(as) não é criado de forma dissociada da cultura que a gente se insere (Valsiner, 2012). Nesse aspecto, as interações, mesmo que virtuais, segundo Nascimento (2020), podem desencadear sintomas de ansiedade e sentimento de insuficiência, por exemplo. Assim, mesmo no mundo físico ou virtual, essas interações têm um papel fundamental no desenvolvimento psicológico das pessoas.

Dessa forma, na busca por aprovação, o sujeito pode deixar de lado a aprovação individual para buscar um padrão corporal que satisfaça outra pessoa (Le Breton, 2007). Assim,

o trabalho dos(as) psicólogos(as) é fundamental para abordar questões relacionadas ao autoconhecimento, autoestima, autoaceitação, compulsão por exercícios, cirurgias, procedimentos estéticos etc., bem como na prevenção das doenças da beleza.

5.3 A Psicologia Clínica na prevenção das doenças da beleza.

Ao responderem acerca de como a Psicologia Clínica poderia contribuir para a prevenção das doenças da beleza, houve uma convergência na maioria das respostas das participantes. As psicólogas destacaram que o autoconhecimento e o autocuidado são alternativas para prevenir o desenvolvimento de doenças da beleza. Apenas a participante Rosa destacou que no contexto clínico dificilmente seria realizado um trabalho preventivo, pois as pessoas procuram ajuda do(a) profissional já com a demanda.

Nesse sentido, as demais participantes exemplificaram maneiras de criar condições favoráveis para o autoconhecimento. Assim, a participante Júlia comentou: *“(...) o mais importante vai ser o processo de autoconhecimento. No sentido de, ser quem se é. Né. De reconhecer quem se é, de trabalhar com a existência do ser. Do respeito a quem se é, do buscar reconhecer, respeitar, valorizar esse ser que se é.”*

Nesse aspecto, Larissa também fez o seguinte comentário:

(...) só a partir do autoconhecimento, dela começar a desenvolver isso, começar a desenvolver o autocuidado, ela passa a se conhecer melhor e ela passa a ficar mais criteriosa, ter mais consciência do que é bom para ela, do que não é bom. Do quanto que ela quer correr de risco ou não (...).

Logo, Júlia ainda enfatizou que não se busca a valorização desse ser que é belo, mas também esse ser que tem falhas, que tem defeitos, que tem dificuldades, bem como quando ela disse: “(...) *Se reconhecer diferente do que o outro espera, do que o mundo espera, do que, né, que a mídia espera, que a sociedade espera (...)*”. Nesse aspecto, “o processo terapêutico tem como objetivo final o autoconhecimento por parte do cliente e, na medida do possível, a mudança de seu comportamento para atenuar ou acabar com os efeitos aversivos de suas ações” (Kerbaui 1999, citada por Lima, 2007, p. 1).

É importante mencionar que, segundo Zanello (2010), o(a) psicólogo(a) clínico(a) deve qualificar a fala dos(as) pacientes e ter um cuidado para não “psicologizar” o sofrimento deste/desta paciente, pois não seria algo tão diferente de um médico que reduz algum sofrimento a causas hormonais. Portanto, é essencial, além da escuta do sofrimento, uma escuta social que leve a pensar outras dimensões que influenciam na vida das mulheres (Zanello, 2010).

Com isso, ter uma escuta clínica que considere o contexto social é desnaturalizar o sofrimento, tornando-o visível e pensar em alternativas. Ou seja, pensar, por exemplo, na criação de momentos de compartilhamento de experiências, nomear o sofrimento e partilhar, em que ao mesmo tempo que se escuta, também se percebe o sofrimento semelhante em outras pessoas e isso pode ser transformador (Zanello, 2010).

Assim, a psicóloga Ana argumenta que nossos padrões de beleza são impactados pelos dos outros e quando ela se depara com relatos em que a pessoa deseja realizar algum procedimento específico ela diz que:

(...)Mas que você esteja fazendo isso de uma forma intencional. Uma forma que você saiba o porquê daquilo, o porquê daquele procedimento, as consequências desse procedimento, o quanto que pode ser invasivo, o quanto que pode ser violento, mas

que mesmo assim você quer fazer. Que seja um, um espaço ali que você sabe o que você tá fazendo muito mais por ti, pelo que você acredita (...)

Dessa forma, apesar de Rosa argumentar que no contexto do consultório clínico não seria mais um trabalho preventivo e sim de enfrentamento das demandas do(a) cliente/paciente, a participante pontuou que um caminho para a prevenção é desmistificar a ditadura da beleza, ou seja, através de narrativas acerca da autoaceitação, da aceitação dos seus corpos e aceitação das diferenças. O que está em sintonia com o que Jasmim comentou:

(...) talvez o que a gente possa fazer de uma forma mais ativa é levantar essas discussões como você tá fazendo. De uma pesquisa, de escrever artigos, de fazer análises de como que essas doenças estão impactando na saúde mental de cada uma das pessoas. Aí talvez entre um lado bom do instagram. Muitas psicólogas e psicólogos têm instagram na rede social, instagram profissionais e podem começar a levantar essa discussão né (...) Isso ampliando saindo do campo do consultório.

Nessa direção, é possível perceber, a partir dos comentários das participantes, que é fundamental não se restringir ao trabalho dentro do consultório, mas um trabalho amplo incluindo dimensões importantes da sociedade, como por exemplo a mídia. Assim, ao ser questionada sobre possíveis estratégias psicoterápicas voltadas para a prevenção, a psicóloga Rosa comentou que uma estratégia seria trabalhar as crianças e adolescentes no ambiente das escolas. Com isso, ela disse:

(...) eu acho que essa seria uma estratégia do psicólogo infantil e para ser preventiva teria que ser do psicopedagogo que tá lá em loco né. De trabalhar a criança mesmo.

Criar estratégias de interação, em que as pessoas aceitem as diferenças, que é um movimento tímido ainda, mas ele já está acontecendo (...)

Dessa forma, corrobora com o que Holanda (2012 citado por Ribeiro, 2016) destaca a respeito da psicoterapia ser dialógica e que vai além do consultório, estando presente em contextos diversos que promovem reflexões. Segundo Ribeiro (2016), a escola é um ambiente onde as pessoas passam, na maioria dos casos, uma parte significativa de seu tempo e vivenciam experiências de afetos e frustrações.

Sendo assim, Madureira e Branco (2012) enfatizam que a escola é um espaço que, frequentemente, produz e reproduz determinadas desigualdades e preconceitos presentes em nossa sociedade, como em relação à aparência física, classes sociais, gênero e orientação sexual, por exemplo. Por outro lado, na escola é possível criar condições favoráveis para promover reflexões e intervenções acerca das temáticas mencionadas anteriormente, como foi apresentado pela participante.

Nessa direção, Madureira (2013) argumenta que é fundamental estimular a construção de um espaço dialógico nas escolas, voltado à reflexão e à problematização crítica em relação aos preconceitos. Logo, a escola é um espaço em que o(a) psicólogo(a) pode contribuir com intervenções preventivas (Madureira, 2013), em relação aos padrões de beleza e seus impactos na saúde mental, bem como doenças da beleza, por exemplo.

Sendo assim, com relação às estratégias psicoterápicas, a participante Júlia enfatizou que o próprio processo terapêutico, da pessoa falar de si, de se reconhecer etc., possibilita o desenvolvimento do autoconhecimento. Nesse aspecto, Jasmim comentou que:

(...) uma estratégia terapêutica com uma paciente que esteja comigo é trabalhar na autoconfiança dela e no autoconhecimento. Porque conforme ela vai tendo isso mais

integrado, quem é ela, o que é importante para ela, como ela se percebe dentro dessa sociedade a tendência, espero, é que o impacto desses padrões, dessas imagens que a gente vê, seja menor. (...)

Levando em consideração a fala da participante, cabe ressaltar o que a psicóloga Ana destacou. Uma de suas estratégias é pedir para a pessoa listar todas as características de seus corpos e com isso é possível trabalhar os julgamentos que a pessoa faz de si mesmo(a). Ela exemplifica dizendo que:

(...) altura, vou dizer por mim, eu tenho 1 metro e 70. 1 metro e 70 é uma observação, não é um julgamento (...) Agora existem coisas que são julgamentos, assim, “Putz, me acho baixa”, “me acho alta”, isso é o julgamento (...) “eu tô gorda”, “eu tô obesa”, “pareço uma baleia” e é aí que a gente começa a averiguar. “Peráí, conte como você tá falando isso?”. “Como a gente pode reavaliar a forma como você fala sobre você?”, “Como você se analisa, como você se observa?”.

Dessa forma, a partir deste comentário da psicóloga Ana, é possível perceber que, em alguns casos, mulheres se julgam e se criticam constantemente e esses julgamentos podem surgir devido a cobrança e pressão para alcançar os ideais de beleza. Novaes e Vilhena (2003) argumentam que na relação com o olhar do outro, o sujeito constrói, muitas vezes, uma avaliação demasiadamente depreciativa a respeito da sua imagem corporal. Logo, segundo Kalb (2017), os(as) psicólogos(as) devem enfrentar o desafio de compreender como as mulheres estão se percebendo no mundo.

Madureira (2013) destaca que o(a) psicólogo(a), independentemente da sua área de atuação, é um(a) profissional da saúde, em que suas ações são voltadas para a promoção da

saúde e bem-estar das pessoas. Desse modo, é possível perceber a importância das interfaces entre as atuações profissionais dos(as) psicólogos(as) clínicos(as) e os processos educativos e da saúde na prevenção das doenças da beleza (Ribeiro, 2016).

Sendo assim, todas as psicólogas entrevistadas ressaltaram a relevância da pesquisa em foco a fim de ampliar conhecimentos a respeito da temática e sua relação com a saúde mental das pessoas, bem como enfatizaram que a realização de pesquisas sobre doenças da beleza é uma forma de contribuir com a prevenção. Logo, assim como Kalb (2017) enfatiza, os(as) profissionais de psicologia devem criar estratégias de intervenção, independente da sua área de atuação, que promovam meios para prevenir sofrimentos psíquicos, muitas vezes, incitados pela valorização excessiva do corpo na contemporaneidade.

Considerações Finais

O culto ao corpo é uma característica marcante na sociedade brasileira contemporânea. Os padrões de beleza feminino são difíceis de serem alcançados e não condizem com a maioria da população. O que contribui, portanto, para a estigmatização, para a reprodução de preconceitos e práticas discriminatórias, bem como para o desenvolvimento de doenças da beleza.

As mídias em geral, mas especialmente as redes sociais atualmente, como o Instagram, produzem e reproduzem padrões estéticos hegemônicos. Dessa forma, reforçam a necessidade de buscar ter um corpo magro e jovem para que o indivíduo seja aceito pelo grupo que seja significativo para ele(a), assim como para ser considerado(a) “belo(a)” e “saudável” (Ribeiro, 2016).

Sendo assim, nas mídias ainda é muito representado o corpo feminino voltado para satisfazer o público masculino, assim como para vender produtos ou modos de ser. Nessa direção, o ideal de beleza está em constante mudança. Atualmente, segundo Ribeiro (2016), é representado nas propagandas, por exemplo, imagens de mulheres que se afastam da realidade, ou seja, ao mesmo tempo que representam corpos femininos muito magros, também há corpos que foram submetidos a cirurgias plásticas estéticas.

Essas formas de representação contribuem para a insatisfação e o sofrimento psíquico de mulheres que não correspondem aos padrões estéticos hegemônicos. Há uma busca constante pela aprovação do olhar do outro. As pessoas consideradas bonitas e magras, são enaltecidas em nossa sociedade, por outro lado, as pessoas gordas ou envelhecidas se tornam, muitas vezes, excluídas (Novaes, 2005), bem como as mulheres negras e as indígenas que também são excluídas dos padrões estéticos, visto que um dos pilares que sustentam os

padrões estéticos hegemônicos corresponde à branquitude. Com isso, foi possível perceber através da pesquisa a alta incidência de doenças da beleza.

A busca incessante para alcançar o corpo “perfeito”, bem como a pressão para se obter este corpo (como se fosse possível comprar este corpo ideal), ocasiona intensos sofrimentos em muitas mulheres. Kalb (2017) enfatiza que muitas pesquisas, assim como a sua, indicam o quanto todos(as) nós somos responsáveis por existir padrões de beleza, no sentido de às vezes não problematizarmos e questionarmos esses padrões e simplesmente buscarmos nos adequar a eles.

Dessa forma, ao analisar as perspectivas das psicólogas clínicas entrevistadas foi possível perceber que demandas por parte de pessoas com sofrimento psíquico relacionado às doenças da beleza estão cada vez mais presentes nos consultórios clínicos. Assim, uma das participantes enfatizou a importância de diálogos interdisciplinares, bem como outra participante comentou a necessidade de haver intervenções na escola a fim de ser um meio preventivo das doenças da beleza.

Segundo Ribeiro (2016), a prevenção vai além dos consultórios clínicos de psicologia, devido a esta prática estar relacionada com os aspectos sociais e culturais de constituição humana, estando inserida em um momento da história e em uma cultura específica. Logo, como enfatizado por Dutra (2004), o que realmente importa não é o referencial teórico adotado pelo(a) psicólogo(a), mas sim sua postura e seu compromisso social e ético.

Desse modo, enquanto futura psicóloga e interessada em estudos com relação à temática da prevenção e enfrentamento das doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea, ressalto a importância de diálogos entre os(as) profissionais das diversas áreas que integram a psicologia. Além disso, ressalto também que é de suma importância problematizar questões a respeito das doenças da beleza, bem como as influências que a

mídia e dimensões culturais, em um sentido mais amplo, apresentam nos sofrimentos psíquicos na formação em psicologia.

Pesquisas e estratégias de intervenção que busquem a desconstrução dos padrões estéticos hegemônicos presentes na contemporaneidade, tendo em vista os intensos sofrimentos psíquicos que são gerados, também, são fundamentais. Com isso, assim como foi identificado na fala das participantes, saliento que profissionais da psicologia podem, por meio do Instagram, por exemplo, fazer um movimento contrário, ou seja, incentivar o pensamento crítico a respeito do que é exposto nas redes sociais de maneira ética. Afinal, temos uma responsabilidade social.

Por fim, retomando o que já foi mencionado na presente Monografia, é fundamental construirmos outras formas de amar e de nos relacionarmos conosco e com os outros(as) em uma sociedade tão sexista, machista, imediatista, consumista e que supervaloriza o corpo. Nessa direção, o(a) psicólogo(a) é um(a) profissional da saúde para além da área que atua. Portanto, é imprescindível buscar promover a qualidade de vida e a saúde das pessoas, ou seja, criar condições favoráveis para desenvolver, por exemplo, o autoconhecimento, o autocuidado e o amor próprio.

Referências Bibliográficas

- Adichie, N. (2015). *Sejamos Todos Feministas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Araiza, A. & Gisbert, G. (2007). Transformações do corpo na psicologia social. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 23(1), 111-117. Disponível em:
https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722007000100013&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Araújo, L. S., Coutinho, M. P. L., Alberto, M. F. P., Santos, A. M. D. & Pinto, A. V. L. (2018). Discriminação baseada no peso: Representações sociais de internautas sobre a gordofobia, *Psicologia em Estudo*, 23, 1-17. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/journal/2871/287159842022/html/>
- Almeida, T. M. C. (2014). Corpo feminino e violência de gênero: fenômeno persistente e atualizado em escala mundial. *Revista Sociedade e Estado* 29(2), 329-340. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200002
- Almeida, V. A. F. (2020). *Os esportes e seu potencial empoderador para as mulheres praticantes: uma possibilidade real*. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília.
- Alves, C. O. (2013). *Psicologia e perspectiva feminista: produção de conhecimento, prática e programas de prevenção em saúde mental*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, DF.
- Alves, T. M. (2017). Gênero e saúde mental: algumas interfaces. *Working Papers*. 21(3) 1-22. Disponível em:
http://repositorium.uminho.pt/bitstream/1822/46599/1/WP_s%c3%a9rie%202%20n%c2%ba%203.pdf

- Biroli, F. (2011). *É assim, que assim seja: mídia, estereótipos e exercício de poder. IV Encontro da Compolítica*, Rio de Janeiro/RJ. Disponível em:
http://compolitica.org/novo/anais/2011_Fl%C3%A1via-Biroli.pdf
- Boris, G. D. J. B. & Cesídio, M. H. (2007) Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. *Rev. Mal-Estar e Subjetividade*, 7(2), 451-478.
Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200012
- Brandão, C. F. (2005). O controle das emoções, o medo e a violência. Em A. B. Carvalho & C. F. Brandão (Orgs.), *Introdução à sociologia da cultura: Max Weber e Nobert Elias* (pp. 57-72). São Paulo: Avercamp.
- Brasil (2005). *Código de Ética Profissional do Psicólogo*. Brasília: Conselho Federal de Psicologia.
- Carvalho, R. S., Amaral, A. C. S. & Ferreira, M. E. C. (2009). Transtornos alimentares e imagem corporal na adolescência: uma análise da produção científica em psicologia. *Psicologia: Teoria e Prática*, 11(3), 200-223. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/pdf/1938/193814403015.pdf>
- Cassimiro, E. S. Galdino., F. F. S. & Sá, G. M. (2012). As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia antiga à contemporaneidade. *Metávoia*, 14, 61-79. Disponível em: https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistametanoia/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf
- Ciampa, A. C. (1984) Identidade. In: W. Codo & S. T. M Lane (Orgs.). *Psicologia social: o homem em movimento* (pp. 58-75). São Paulo: Brasiliense. Disponível em:
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3245305/mod_resource/content/1/CIAMPA%2C%20A.%20C.%20Identidade..pdf

- Copetti, A. V. S. & Quiroga, C. V. (2018). A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. *Revista de Psicologia da IMED, Passo Fundo*, 10(2), 161-177. Disponível em:
<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistapsico/article/view/2664/2003>
- Cruz, S. U. (2008). A representação da mulher na mídia: Um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja. *Revista Travessias*, 2(3), 1-13. Disponível em:
<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14477.pdf>
- Dutra, E. (2004). Considerações sobre as significações da psicologia clínica na contemporaneidade. *Estud. psicol.* 9(2), 381-387. Disponível em:
<https://www.scielo.br/pdf/epsic/v9n2/a21v9n2.pdf>
- Diniz, N. O. & Lima, D. M. A. (2017). A atuação do psicólogo no atendimento a pacientes com transtorno alimentar de bulimia nervosa. *Humanidades*, 32(2), 214-222.
Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/rh/article/view/7478>
- Faria, P. & Shinohara, H. (1998). Transtornos alimentares. *Rev Interação*. 2(2), 51-73.
Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/psicologia/article/view/7644/5453>
- Figueiredo, D. C., Nascimento, F. S. & Rodrigues, M. E. (2007). Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Linguagem em discurso*, 17(1), 67-87. Disponível em:
https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322017000100067&lng=en&nrm=iso&tlng=pt
- Flor, G. (2009). Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. *Ver. Estud. Comum*, 10(23), 267-274. Disponível em:
<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22317/2141>

- Galinkin, A. L. & Zauli, A. (2011). Identidade social e alteridade. Em C. V. Torres & E. R. Neiva (Orgs.), *Psicologia Social: principais temas e vertentes* (pp. 253-261). Porto Alegre: Artmed.
- Gomes, R. (2007). Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. Em M. C.S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 79-108). Petrópolis – RJ: Vozes.
- González Rey, F. L. (2005) *Pesquisa Qualitativa e Subjetividade: Os processos de construção da informação*. São Paulo: Pioneira.
- González Rey, F. L. (2012). *Pesquisa Qualitativa em Psicologia - Os processos de construção da informação*. Cengage Learning Brasil.
- Kalb, S. K. (2017). *Valorização do Corpo e Sofrimento Psíquico: A Mídia como Mediadora dos Padrões Hegemônicos de Beleza*. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília
- Knopp, C. G. (2008, maio). A influência da mídia e da indústria da beleza na cultura de corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea. *IV Enecult - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, Salvador- Bahia. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14415.pdf>
- Le Breton, D. (2007). *A sociologia do corpo*. Petrópolis – RJ: Vozes.
- Lima, E. R. (2007). O papel da relação terapêutica para o sucesso da terapia. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília.
- Loponte, L. G. (2002). Sexualidade, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. *Estudos Feministas*, 10(2), 283-300. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2002000200002&lng=en&nrm=iso&tlng=pt

- Louro, G. L. (1997). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis: Vozes.
- Louro, G. L. (2000). Pedagogia da Sexualidade. Em G. L. Louro (Org.). *O Corpo Educado: Pedagogias da sexualidade* (pp. 07-34). Belo Horizonte: Autêntica.
- Luczinski, G. F. Vianna, K. Garcia, R. P. Nunes, V. H. & Tsallis, A. (2019). Gestalt- terapia e Empoderamento Feminino na Relação Terapêutica: Reverberações a partir do Atendimento Psicoterápico entre mulheres. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 19(4), 947-963. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/49294/32971>
- Madureira, A. F. A. (2010). Gênero, sexualidade e processos identitários na sociedade brasileira: tradição e modernidade em conflito. Em A. L. Galinkin & C. Santos (Orgs.), *Gênero e Psicologia Social: interfaces* (pp. 31-63). Brasília: Tecnopolik.
- Madureira, A. F. A. (2016). Diálogos entre a Psicologia e as Artes Visuais: as Imagens enquanto Artefatos Culturais. Em J. L. Freitas & E. P. Flores (Orgs.), *Arte e Psicologia: Fundamentos e Práticas* (pp. 57-82). Curitiba: Juruá.
- Madureira, A. F. A. (2013). Psicologia Escolar na contemporaneidade: construindo “pontes” entre a pesquisa e a intervenção. In E. Tunes (Org.), *O fio tenso que une a Psicologia à Educação* (pp. 55-73). Brasília UniCEUB. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/4409/4/Web%20O%20FIO%20TENSO%20QUE%20UNE%20A%20PSICOLOGIA%20%C3%80%20EDUCA%C3%87%C3%83O_Elizabeth%20Tunes.pdf
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2001). A pesquisa qualitativa em psicologia do desenvolvimento: questões epistemológicas e implicações metodológicas. *Temas em Psicologia*, 9(1), 63-75. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v9n1/v9n1a07.pdf>

- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2012). As raízes histórico-culturais e afetivas do preconceito e a construção de uma cultura democrática na escola. Em A. U. Branco & M. C. S. L. Oliveira (Orgs.), *Diversidade e cultura da paz na escola: contribuições da perspectiva sociocultural* (pp. 125-155). Porto Alegre: Mediação.
- Madureira, A. F. A. & Fonseca, J. V. C. (2020). A escola na prevenção da violência: a transfobia em discussão. Em I. L. Fuhr (Org.), *Na escola e na vida cotidiana* (pp. 97-110). Curitiba: CRV.
- Maia, G. C. (2011). *Consumo, mídia e beleza. A mídia como mediadora de padrões de comportamentos femininos*. Monografia de Conclusão de Curso em Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda, Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza.
- Melo, Z. M. (2000). Estigma: espaço para exclusão social. *Revista Symposium*, 4(especial), 18-22. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/2457/2457.PDF>
- Minayo, M. C. S. (2016). O desafio da pesquisa social. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-28). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Moreira, A. F. B. & Câmara, M. J. (2013). Reflexões sobre currículo e identidade: implicações para a prática pedagógica. Em A. F. Moreira & V. M. Candau (Orgs.), *Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas* (pp. 38-66). Petrópolis - RJ: Vozes.
- Mosquera, J. J. M. & Stobäus, C. D. (2006). Auto-imagem, auto-estima e auto-realização: Qualidade de vida na universidade. *Psicologia, Saúde e Doenças*, 7(1), 83-88. Disponível em: <https://docplayer.com.br/11054335-Auto-imagem-auto-estima-e-auto-realizacao-qualidade-de-vida-na-universidade.html>
- Myers, D. G. (2014). Preconceito: Desgostar dos outros. Em D. G. Myers (Org.), *Psicologia Social* (pp 246-278). Porto Alegre: AMGH.

- Nascimento, J. M. S. S. (2020). *Padrões Hegemônicos de Beleza, sua Disseminação através do Instagram e Consequências para Prática Clínica: Um Recorte Étnico- Racial*. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília.
- Néspoli, N. Novaes, J. V. & Rosa, C. M. (2015). O corpo na cultura: obesidade como doença, biopolítica e normalização. *Revista Interdisciplinar da Universidade Federal de Tocantins, 1(2)*, 149-168. Disponível em:
<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/desafios/article/view/1473/8257>
- Nogueira, M. Á. & Albuquerque, P. P. (2021). Adolescência e saúde mental: Repercussões dos padrões culturais de beleza. *Psicologia Revista 30(1)*, 76-101. Disponível em:
<https://revistas.pucsp.br/index.php/psicorevista/article/view/47829/37611>
- Novaes, J.V & Vilhena, J. (2003) De Cinderela à Moura Torta: reflexões sobre mulher, beleza e feiúra. *Interações, Ed. Unimarco* , 8 (15) , 09-36.
- Novaes, J. V. (2005). *Ser mulher, ser feia, ser excluída*. (versão online). Disponível em:
<http://www.psicologia.com.pt/artigos/textos/A0237.pdf>
- Novaes, J. V. (2011). Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social. Em M. Del Priore & M. Amantino (Orgs.), *História do Corpo no Brasil* (pp. 477-506). São Paulo: Unesp.
- Novaes, J. V. (2013). *O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos*. Rio de Janeiro: PUC-Rio e Garamond.
- Nunes, A. L. (2017). Transtornos alimentares na clínica gestáltica. Em L. M. Frazão & K. O. Fukumitsu (Orgs.), *Quadros clínicos disfuncionais e Gestalt-Terapia* (pp 135-151). São Paulo: Summus.
- Parker, R. (1991). *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Best Seller.

- Pedrosa, R. L. & Teixeira, L. C. (2015). A perspectiva biomédica dos transtornos alimentares e seus desdobramentos em atendimentos psicológicos. *Revista USP*, 26(2), 221-230.
Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/102396/100719>
- Penas, E. C. S. & Germano, I. M. P. (2021). Dieta Para Emagrecer o Preconceito Contra Gordos: Discursos Anti-gordofobia no Youtube. *Revista Polis e Psique*, 11(1), 45-64.
Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2238-152X2021000100004
- Pérez-Nebra, A. R. & Jesus, J. G. (2011). Preconceito, estereótipo e discriminação. Em C. V. Torres & E. R. Neiva (Orgs.), *Psicologia social: principais temas e vertentes* (pp. 219-237). Porto Alegre: ArtMed.
- Ribeiro, V. M. M. (2016). *A Psicologia Clínica e a Prevenção das Doenças da Beleza na Sociedade Brasileira Contemporânea*. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília.
- Ribeiro, V. M. M. (2021). *Os Impactos das Imagens nas Relações dos/as Adolescentes com a sua Aparência Corporal*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, Brasília.
- Sabat, R. (2001). Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Estudos Feministas*, 9(1), 9-21.
Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2001000100002/8891>
- Sakamoto, C.K. (2011). Clínica psicológica: o manejo do setting e o potencial criativo. *Bol. psicol*, 61 (135), 149-157. Disponível em:
http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0006-59432011000200003
- Sales, L., Lima, P. & Maynard, D. C. (2020). Limites da autoaceitação corporal e a cultura body positive: Uma visão de profissionais de saúde. Monografia de Conclusão de Curso em Nutrição, Centro Universitário de Brasília, Brasília

- Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos
- Santaella, L. (2015). Uma imagem é uma imagem, é uma imagem, é uma imagem. *Triade: Revista De Comunicação, Cultura E Mídia*, 3(5). Disponível em:
<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/2258/1965>
- Santaella, L. (2018). Arte, ciência e educação: diálogos possíveis [entrevista]. *Em Aberto*, 31(103), 207-214.
- Santos, M. A. Banuth, R. F. & Cardoso, É. A. O. (2016). O corpo modelado e generificado como espelho da contemporaneidade: considerações a partir da teoria queer. *Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde*, 11(3), 511-520. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/22525/18410>
- Sawaia, B. B. (2014). Identidade – Uma ideologia separatista? Em B. B. Sawaia (Org.), *As artimanhas da exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social* (pp. 121-129). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99. Disponível em:
<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>
- Secchi, K. Camargo, V. B. & Bertoldo, B. R. (2009). Percepção da imagem corporal e representações sociais do corpo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 25(2), 229-236. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722009000200011&lng=en&nrm=iso&tlng=pt
- Severiano, M. F. V. Rêgo, M. O. & Montefusco, É. V. R. (2010). “ O corpo idealizado de consumo: paradoxo da hipermodernidade”. *Revista Mal –Estar e Subjetividade*, 10(1), 137-165. Disponível em:
http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482010000100007

- Silva, I. C. S. (2016). *Sororidade e rivalidade feminina nos filmes de princesa da Disney*. Projeto Final de Graduação em Jornalismo, Universidade de Brasília, Brasília.
- Souza, V. C. S. & Gonçalves, J. P. (2021). Relações entre gordofobia e teoria histórico-cultural: interfaces com a educação. *Itinerarius Reflectionis*, 17(2), 01-18. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/rir/article/view/58997/36276>
- Valsiner, J. (2012). Aproximações à cultura: bases semióticas da psicologia cultural. *Fundamentos da Psicologia Cultural: mundos da mente, mundos da vida*. Tradução de Ana Cecília de Sousa Bastos. (21-65). Porto Alegre: Artmed.
- Vieira, A. G. A. (2019). *Instagram: Possíveis Influências na Construção de Padrões Hegemônicos de Beleza Entre Mulheres Jovens*. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília
- Wolf, N. (2020). *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução conceitual. Em T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis - RJ: Vozes.
- Yoshioka, B. M. M. (2019). *Ressignificando as Representações Acerca das Masculinidades: Uma Ação Preventiva em Relação à Violência*. Monografia de Conclusão de Curso em Psicologia, Centro Universitário de Brasília, Brasília.
- Zanello, V. (2010). Mulheres e loucura: questões de gênero para a psicologia clínica. Em Stevens, C. Brasil, K. C. T. Almeida, T. M. C. & Zanello, V. (Orgs). *Gênero e feminismos: convergências (in)disciplinares*. Brasília: ExLibris, p. 307-320.
- Zanello, V. (2018). *Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação*. Curitiba: Appris.

Anexos

Anexo A: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE

“Padrões Estéticos Hegemônicos, Mídia, Doenças da Beleza e Psicologia Clínica na Sociedade Brasileira Contemporânea”

Instituição das pesquisadoras: Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Pesquisadora responsável: Profa. Dra. Ana Flávia do Amaral Madureira

Pesquisadora assistente: Andressa Alves de Sousa

Você está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa acima citado. O texto abaixo apresenta todas as informações necessárias sobre o que estamos fazendo. Sua colaboração neste estudo será de muita importância para nós, mas se desistir a qualquer momento, isso não lhe causará prejuízo.

O nome deste documento que você está lendo é Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Antes de decidir se deseja participar (de livre e espontânea vontade) você deverá ler e compreender todo o conteúdo. Ao final, caso decida participar, você será solicitado a expressar a sua concordância. Antes de assinar, faça perguntas sobre tudo o que não tiver entendido bem. A equipe deste estudo responderá às suas perguntas a qualquer momento (antes, durante e após o estudo).

Natureza e objetivos do estudo

- O objetivo deste estudo é analisar o papel do(a) psicólogo(a) clínico(a) no atendimento de mulheres que apresentam insatisfações com a aparência corporal, assim como na prevenção de doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea.
- Você está sendo convidado a participar exatamente por corresponder ao perfil de participante delimitado para essa pesquisa.

Procedimentos do estudo

- Sua participação consiste em responder uma entrevista individual virtual sobre o tema focalizado na pesquisa.
- O procedimento consiste em uma entrevista individual virtual, com a apresentação de um vídeo previamente selecionado. A entrevista será gravada em áudio, com o seu consentimento, para facilitar o posterior trabalho de análise.
- Não haverá nenhuma outra forma de envolvimento ou comprometimento neste estudo.

Riscos e benefícios

- Este estudo possui baixos riscos que são inerentes ao procedimento de entrevista.
- Medidas preventivas serão tomadas durante a entrevista e a apresentação do vídeo para minimizar qualquer risco ou incômodo. Por exemplo, será esclarecido que não há respostas certas ou erradas em relação às perguntas que serão apresentadas e que é esperado que o(a) participante responda de acordo com as suas opiniões pessoais.
- Caso esse procedimento possa gerar algum tipo de constrangimento, você não precisa realizá-lo.
- Com sua participação nesta pesquisa você poderá contribuir com a construção de uma compreensão mais aprofundada acerca do tema investigado.

Participação, recusa e direito de se retirar do estudo

- Sua participação é voluntária. Você não terá nenhum prejuízo se não quiser participar.
- Você poderá se retirar desta pesquisa a qualquer momento, bastando para isso entrar em contato com uma das pesquisadoras responsáveis.
- Conforme previsto pelas normas brasileiras de pesquisa com a participação de seres humanos, você não receberá nenhum tipo de compensação financeira pela sua participação neste estudo.

Confidencialidade

- Seus dados serão manuseados somente pelas pesquisadoras e não será permitido o acesso a outras pessoas.
- O material com as suas informações (gravação em áudio da entrevista) ficará guardado sob a responsabilidade da pesquisadora assistente, Andressa Alves de Sousa, com a garantia de manutenção do sigilo e confidencialidade, e será destruído após a pesquisa.
- Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em encontros ou revistas científicas. Entretanto, ele mostrará apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição a qual pertence ou qualquer informação que esteja relacionada com sua privacidade.

Se houver alguma consideração ou dúvida referente aos aspectos éticos da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília – CEP/UniCEUB, que aprovou esta pesquisa, pelo telefone 3966.1511 ou pelo e-mail cep.uniceub@uniceub.br. Também entre em contato para informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo.

Eu, _____ RG _____, após receber a explicação completa dos objetivos do estudo e dos procedimentos envolvidos nesta pesquisa concordo voluntariamente em fazer parte deste estudo.

Brasília, ____ de _____ de _____.

Participante

Ana Flávia do Amaral Madureira

Celular: (61) 99658-7755, E-mail: ana.madureira@ceub.edu.br

Andressa Alves de Sousa

Celular: (61) 98487-2344, E-mail: andressa.alves@sempreceub.com

Endereço dos(as) responsável(is) pela pesquisa:

Instituição: Centro Universitário de Brasília – UniCEUB

Endereço: SEPN 707/907, Campus do UniCEUB

Bairro: Asa Norte

Cidade: Brasília - DF

CEP: 70790-075

Telefone p/contato: (61) 3966-1200

Anexo B: Roteiro de Entrevista

1. Dentre os meios de comunicação como televisão, rádio, revista, entre outros, quais você mais gosta? Por quê?
2. Dentre os meios de comunicação virtuais como youtube, instagram, facebook, twitter, quais você mais gosta? Por quê?
3. No seu cotidiano, quais são os meios de comunicação que você utiliza com mais frequência?
4. Você acha que os conteúdos apresentados nos diferentes meios de comunicação exercem alguma influência nos comportamentos das pessoas, ou não? Por quê?
5. E em relação a você? Você acha que os meios de comunicação exercem alguma influência na sua vida, ou não? Por quê? (Se sim, como?)
6. Na sua opinião, há expectativas sociais em relação à aparência física das pessoas, ou não? Por quê? (Se sim, essas expectativas sociais são diferentes em relação aos homens e em relação às mulheres, ou não? Por quê?)
7. Na sua opinião, os conteúdos disseminados pela mídia influenciam a autoimagem das mulheres, ou não? Por quê?
8. Você se sente representado(a) nas mídias em geral, ou não? Por quê? Como você se sente?
9. Na sua opinião, o que são as doenças da beleza? Você poderia apresentar algum exemplo?
10. Como psicólogo(a), qual a sua percepção a respeito da incidência das doenças da beleza, principalmente em mulheres, na nossa sociedade na contemporaneidade?
11. Na sua opinião, como a Psicologia Clínica pode contribuir com a prevenção das doenças da beleza?
12. Você poderia exemplificar alguma estratégia psicoterápica voltada à prevenção das doenças da beleza?

13. Supondo que no contexto da Psicologia Clínica, a demanda de uma determinada cliente fosse relacionada à distorção da sua imagem corporal, como a anorexia. Em sua opinião, como os(as) psicólogos(as) clínicos(as) devem lidar com essa demanda?

14. O que é gênero para você?

15. Na sua opinião, a sociedade brasileira espera coisas diferentes de homens e de mulheres, ou não? Por quê?

Perguntas referentes ao vídeo selecionado:

16. Como você se sente após assistir esse vídeo?

17. Como psicólogo(a), qual a sua percepção em relação aos impactos das expectativas sociais em relação à aparência corporal na saúde mental das mulheres?

18. Você gostaria de acrescentar algo?

Anexo C: Parecer de Aprovação do Comitê de Ética

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE
BRASÍLIA - UNICEUB



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Padrões Estéticos Hegemônicos, Mídia, Doenças da Beleza e Psicologia Clínica na Sociedade Brasileira Contemporânea

Pesquisador: Ana Flávia do Amaral Madureira

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 51597521.0.0000.0023

Instituição Proponente: Centro Universitário de Brasília - UNICEUB

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.020.617

Apresentação do Projeto:

O presente projeto de pesquisa tem como escopo analisar o papel do psicólogo clínico no atendimento de mulheres que apresentam insatisfações com a aparência corporal, assim como na prevenção de doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea. O projeto envolve a utilização de uma metodologia qualitativa de investigação. Os participantes serão seis psicólogos, do gênero feminino e masculino, que utilizam diferentes abordagens psicoterápicas e que atuam em Brasília/DF ou nas cidades do entorno. Além disso, será utilizado como critério para a seleção dos participantes, o tempo mínimo de 3 anos de atuação na área da psicologia clínica.

Objetivo da Pesquisa:

Objetiva-se analisar o papel do psicólogo clínico no atendimento de mulheres que apresentam insatisfações com a aparência corporal, assim como na prevenção de doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

No que tange aos riscos, o pesquisador enuncia que "A pesquisa apresenta baixos riscos. Tais riscos são inerentes ao procedimento da entrevista. Medidas preventivas serão tomadas durante a

Endereço: SEPN 707/907 - Bloco G, sala 6.205, 2º andar
Bairro: Setor Universitário **CEP:** 70.790-075
UF: DF **Município:** BRASÍLIA
Telefone: (61)3066-1511 **E-mail:** cep.uniceub@uniceub.br

Continuação do Protocolo: S.020.617

entrevista e a apresentação do vídeo para minimizar qualquer risco ou incômodo. Para exemplificar, será esclarecido que não há respostas certas ou erradas em relação às perguntas que serão apresentadas e que é esperado que o(a) participante responda de acordo com as suas opiniões pessoais. Caso esse procedimento possa gerar algum tipo de constrangimento nos(nas) participantes, os(as) mesmos(as) não precisam realizá-lo."

Registra-se que, de acordo com a Resolução nº 466/12, risco consiste na "possibilidade de danos à dimensão física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do ser humano, em qualquer pesquisa e dela decorrente". Ainda, conforme o item III.1 da Resolução citada, na avaliação ética dos riscos deve haver a ponderação entre riscos e benefícios, tanto conhecidos como potenciais, individuais ou coletivos, comprometendo-se com o máximo de benefícios e o mínimo de danos e riscos. Na presente pesquisa, verifica-se que não há a probabilidade de que a pesquisa ocasiona aos participantes danos maiores do que os existentes na vida cotidiana.

Com efeito, trata-se de uma pesquisa com risco mínimo na medida em que implica tão somente a aplicação de instrumento a participantes que, conforme os dados do protocolo, não apresentam uma condição específica de vulnerabilidade. Sendo assim, a pesquisa não acarreta para o participante risco maior que os encontráveis na prática dos atos ordinários da vida cotidiana.

Quanto aos benefícios, registra-se que "Ao participar das entrevistas, os(as) participantes colaboraram com o desenvolvimento de uma compreensão mais aprofundada sobre o tema focalizado na pesquisa."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa proposta apresenta relevância social e acadêmica.

A pesquisa apresenta orçamento adequado do ponto de vista ético.

O cronograma se encontra ajustado às etapas propostas da pesquisa.

O currículo do pesquisador responsável está em consonância com a pesquisa a ser executada.

Com efeito, a presente pesquisa aplica procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes, dessa forma, em relação à análise ética desses procedimentos metodológicos essa implica tão somente a verificação dos riscos que ocasionam para o participante e o seu impacto sobre os direitos dos participantes. Ademais, sublinha-se que não cabe ao Sistema CEP/CONEP a análise do desenho metodológico.

O instrumento que será aplicado aos participantes revela-se adequado, trata-se de entrevistas sobre aspectos pessoais concernentes à vida dos participantes, mas que se revelam razoáveis do ponto de vista da penetração da esfera de privacidade dos indivíduos em face da busca pela produção de conhecimento científico.

Endereço: SEPN 707/907 - Bloco E, sala 6.205, 2º andar

Bairro: Setor Universitário

CEP: 70.790-075

UF: DF

Município: BRASÍLIA

Telefone: (61)3066-1511

E-mail: cep.uniceub@uniceub.br

Continuação do Parecer: 5.020.417

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

A Folha de Rosto não se encontra preenchida, contudo, houve a apresentação de mensagem eletrônica da qual consta a autorização para a realização da presente pesquisa.

A Resolução nº CNS 466/12, especificamente com seu IV.3, estabelece o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Consoante tal dispositivo, o Termo ora apresenta se encontra adequado.

Recomendações:

O CEP-UnICEUB ressalta a necessidade de desenvolvimento da pesquisa, de acordo com o protocolo avaliado e aprovado, bem como, atenção às diretrizes éticas nacionais quanto ao às Resoluções nº 446/12 e nº 510/16 CNS/MS concernentes às responsabilidades do pesquisador no desenvolvimento do projeto:

A responsabilidade do pesquisador é indelegável e indeclinável e compreende os aspectos éticos e legais, cabendo-lhe:

I - apresentar o protocolo devidamente instruído ao sistema CEP/Conep, aguardando a decisão de aprovação ética, antes de iniciar a pesquisa, conforme definido em resolução específica de tipificação e gradação de risco; II - desenvolver o projeto conforme delineado; III - conduzir o processo de Consentimento e de Assentimento Livre e Esclarecido; IV - apresentar dados solicitados pelo CEP ou pela Conep a qualquer momento; manter os dados da pesquisa em arquivo, físico ou digital, sob sua guarda e responsabilidade, por um período mínimo de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa; V - encaminhar os resultados da pesquisa para publicação, com os devidos créditos aos pesquisadores associados e ao pessoal técnico integrante do projeto; VI - elaborar e apresentar os relatórios parciais e final; VII - apresentar no relatório final que o projeto foi desenvolvido conforme delineado, justificando, quando ocorridas, a sua mudança, interrupção ou a não publicação dos resultados.

Observação: Ao final da pesquisa enviar Relatório de Finalização da Pesquisa ao CEP. O envio de relatórios deverá ocorrer pela Plataforma Brasil, por meio de notificação.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

A presente pesquisa se encontra apta a ser iniciada.

Considerações Finais a critério do CEP:

Protocolo previamente avaliado, com parecer n. 5.020.417/21, tendo sido homologado na 16ª Reunião Ordinária do CEP-UnICEUB do ano, em 24 de setembro de 2021.

Endereço: SEPN 707/907 - Bloco G, sala 6.205, 2º andar

Bairro: Setor Universitário

CEP: 70.790-075

UF: DF

Município: BRASÍLIA

Telefone: (61)3966-1511

E-mail: cep.uniceub@uniceub.br

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE
BRASÍLIA - UNICEUB

Continuação do Parecer: 5.020.617

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BASICAS_DO_P ROJETO_1821214.pdf	08/09/2021 16:02:07		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	ProjetoDeMonografia.pdf	08/09/2021 15:59:58	ANDRESSA ALVES DE SOUSA	Aceito
Outros	Folha_de_Rosto_Concordancia.pdf	08/09/2021 15:53:25	ANDRESSA ALVES DE SOUSA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_de_Consentimento_Livre_e_Esc arecido.pdf	08/09/2021 15:46:03	ANDRESSA ALVES DE SOUSA	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto.pdf	08/09/2021 15:45:44	ANDRESSA ALVES DE SOUSA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

BRASÍLIA, 05 de Outubro de 2021

Assinado por:
Marília de Queiroz Dias Jacome
(Coordenador(a))

Endereço: SEPN 707/607 - Bloco G, sala 6.205, 2º andar
 Bairro: Setor Universitário CEP: 70.790-075
 UF: DF Município: BRASÍLIA
 Telefone: (61)3060-1511 E-mail: cep.uniceub@uniceub.br