

**Feminilidade, aparência corporal e redes sociais: diálogos entre a psicologia e as artes
visuais**

Aluna: Maria Eduarda Medeiros de Araújo- RA: 22103408

Orientadora: Profa. Dra. Ana Flavia do Amaral Madureira

Centro Universitário de Brasília - CEUB

Junho
2024

Resumo:

O presente artigo tem como objetivo analisar como a feminilidade e a aparência corporal têm sido representadas nas redes sociais na perspectiva de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, a partir de diálogos interdisciplinares entre a psicologia e o campo das artes visuais. Em termos metodológicos, trata-se de uma pesquisa qualitativa que envolveu a realização de entrevistas individuais semiestruturadas, com a apresentação de imagens previamente selecionadas. Participaram das entrevistas três mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais, na faixa etária entre 20 e 30 anos. Os resultados obtidos apontaram uma convergência entre as participantes em relação ao que elas pensam sobre o uso das redes sociais no cotidiano e as implicações que isso traz para suas vidas. Foi observado que as três participantes têm uma visão negativa sobre essa questão, pois acreditam que as redes sociais exercem uma influência significativa sobre elas, na forma como se veem e na maneira como as mulheres (em geral) são vistas e representadas, majoritariamente, de uma forma objetificada. As participantes também relataram que se sentem mal quando acessam as redes sociais, principalmente o Instagram, pois de acordo com elas, há várias imagens, vídeos e “dicas” de mulheres influenciadoras que possuem o “corpo perfeito”, o que faz com que elas comecem a se comparar com essas mulheres. Portanto, foi possível perceber que há uma pressão diante dessas mulheres, para que elas possam seguir determinados padrões de beleza, estabelecidos pela sociedade, impactando na forma como elas enxergam a si mesmas.

Palavras- Chave: mulheres, redes sociais, autoestima, padrões estéticos hegemônicos, pertencimento étnico-racial.

De acordo com Sommacal e Tagliari (2017 como citado em Cruz, 2008, p.7), as mulheres são caracterizadas como indivíduos sexualizados, principalmente em propagandas, sendo associadas a objetos, com o único intuito de agradar o olhar masculino. A objetificação das mulheres é algo que está profundamente implantado na nossa sociedade, há muitos anos. Isso é observado em diversos contextos, como em peças publicitárias, revistas, mídias, músicas, nas relações pessoais, nas pinturas, fotografias, dentre outros.

O que afeta a forma como as mulheres são vistas e tratadas na sociedade, podendo levar a construção de estereótipos, desigualdades de gênero e outros tipos de violência, além disso, a maneira como o corpo feminino e a feminilidade são vistos, podendo atingir a saúde mental e física delas (Sommacal e Tagliari, 2017). Cabe

destacar que essa objetificação também afeta a autoestima das mulheres, que estão buscando, cada vez mais, realizar procedimentos estéticos, sendo o Brasil um dos líderes mundiais em número de procedimentos de cirurgia plástica realizados anualmente (De-Sá, Deamorim, Albelaez & Leal, 2023).

Segundo a pesquisa realizada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública - Instituto Datafolha, intitulada, visível e invisível: “A vitimização de mulheres no Brasil”, edição 4 (2023)¹, cerca de 30 milhões de mulheres revelaram terem sofrido variados tipos de assédios em 2022, em diversos ambientes, como nas ruas, no trabalho, no transporte público e em festas, o que ocorre com mais frequência, conforme a pesquisa, são comentários e cantadas desrespeitosas na rua, vivenciado por 26,3 milhões de mulheres.

Cabe mencionar, também, os dados coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) com a publicação do estudo Estatísticas de gênero: “Indicadores sociais das mulheres no Brasil” - 2ª edição² que, mais de 69,6% de mulheres foram vítimas de homicídios fora do seu domicílio e 30,4% em seu domicílio provocado por seus parceiros. Entre as mulheres, as mulheres negras (pardas ou pretas) tiveram maiores taxas de homicídio que as mulheres brancas, tanto no domicílio quanto fora dele.

Diante dos indicadores estatísticos apresentados anteriormente, é possível percebermos como as mulheres são extremamente afetadas somente por serem mulheres, elas não estão seguras nem em seus próprios domicílios ou ambientes de trabalho. As mulheres são constantemente hipersexualizadas pela sociedade em um

¹ Visível e Invisível: A vitimização de mulheres no Brasil. Disponível em: [visiveleinvisivel-2023-relatorio.pdf \(forumseguranca.org.br\)](https://forumseguranca.org.br/visiveleinvisivel-2023-relatorio.pdf)

² Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil. Disponível em: [Informativo_Estatisticas_de_Genero_\[3\].indd \(ibge.gov.br\)](https://ibge.gov.br/informativo_estatisticas_de_genero_[3].indd)

sentido mais amplo e, principalmente, pela mídia de forma mais específica, sendo tratadas, frequentemente, como objetos.

Portanto, o presente estudo pode contribuir para que esses temas estejam presentes em discussões, no cenário acadêmico e principalmente na formação de profissionais de psicologia, destacando a importância de análises aprofundadas acerca das representações sociais do corpo feminino e da feminilidade, para que possa haver a conscientização acerca das significativas desigualdades de gênero que as mulheres vivenciam ainda hoje na nossa sociedade. Com a finalidade de que possamos compreender, de forma mais aprofundada, como a publicidade e a mídia, muitas vezes, impactam de forma negativa a autoestima das mulheres, a fim de contribuir com o combate ao sexismo e a desconstrução dos estereótipos de gênero, que é um dos fatores que perpetuam essas desigualdades e violências contra as mulheres.

Nesse sentido, o problema de pesquisa delimitado é: Em que medida as representações da imagem corporal e da feminilidade nas mídias acabam contribuindo para a perpetuação da violência contra as mulheres? E como essas representações, difundidas pelas mídias, incluindo as redes sociais, influenciam a autoestima das mulheres e a forma como elas enxergam a si mesmas?

De acordo com Tomaz et al. (2020), o culto à beleza corporal está profundamente arraigado no nosso contexto cultural, também é visto que a procura pelo corpo idealizado é claramente observada em mídias, filmes, desfiles, propagandas e etc. Percebe-se, muitas vezes, uma influência exercida e um padrão de beleza cobrado às mulheres, para que elas possam alcançar esse corpo idealizado.

Como mencionado por Tomaz et.al (2020), é constante a busca por cirurgias plásticas estéticas, clínicas de estéticas, procura por dietas sem indicação nutricional, muitas vezes indicadas por blogueiras em redes sociais e até mesmo a busca por

remédios sem prescrição médica, que fazem emagrecer, de forma prejudicial, pois o corpo almejado na sociedade é aquele dito magro, considerado um “corpo modelo”. Cabe ressaltar que esses padrões não envolvem somente um corpo magro, mas também a branquitude e a juventude.

Também é discutido por Adams (1977) que a sociedade discrimina pessoas que são vistas como não atraentes. É possível percebermos isso em uma variedade de situações cotidianas significativas. Cabe apontarmos que, desde muito cedo, as mulheres começam a ser cobradas, para adotarem um corpo que esteja de acordo com os padrões estéticos estabelecidos, que é exposto principalmente, pelas mídias, e meninas que não seguem esses padrões, são frequentemente excluídas de grupos sociais, e isso acontece, inclusive no ambiente escolar.

Além disso, “A insatisfação da imagem corporal de adolescentes é um problema que está evidente em várias regiões do mundo” (Miranda et.al, 2011). É visto que, isso acontece, pois, é uma geração que enfrenta a pressão da sociedade midiática. A Mídia social é aquela que possibilita que as usuárias escolham como e com quem irão partilhar ideias, experiências e concepções dentro do espaço online (Dias e Aleixo, 2013).

Também é visto que, a mídia e a sociedade, em um sentido mais amplo, desempenham um papel fundamental na construção e na divulgação de um padrão de corpo ideal, frequentemente inovando suas estratégias de influência na sociedade (Tomaz et al. 2020).

Segundo Almeida (2014 como citado em Muñiz 2011), a norma definida pela sociedade de modelos de beleza ignora e desconsidera qualquer tipo de diferença e diversidade, privilegiando características associadas a um padrão branco e europeizado.

O autor discute que esses ideais de beleza perpetuam a discriminação racial, marginalizam pessoas com deficiência e excluem todas as mulheres que não se

encaixam nos estereótipos tradicionais relacionados à cor da pele, altura, forma corporal, formato dos olhos e outras características associadas aos padrões estéticos hegemônicos. Cabe mencionarmos que os padrões estéticos hegemônicos afetam profundamente a autoestima das mulheres e, principalmente, aquelas que não fazem parte desses “grupos” que estão associados a um padrão branco e europeizado.

Segundo Ribeiro (2019), o mundo apresentado para os indivíduos, sobretudo, para as mulheres negras, desde a época da escola, era o dos brancos, onde as culturas europeias eram entendidas como superiores, algo que era um “modelo” a ser seguido.

Essa estética e padrão de beleza, relacionado a um modelo eurocêntrico, também está muito presente em filmes, desfiles, indústrias de músicas, dentre outros. A sociedade influencia os indivíduos a seguirem esse modelo. De acordo com Ribeiro (2019), é preciso notarmos que o racismo é algo que está tão presente em nossa sociedade, que frequentemente passa despercebido, como por exemplo, a ausência de pessoas negras em filmes ou de mulheres na política, também é perceptível o quanto a representatividade das mulheres negras é extremamente baixa nas mídias (Brandão e Pereira, 2022).

Na busca por um corpo considerado “perfeito”, duas características são comuns: a necessidade de manter a magreza e a juventude (Novaes, 2011). Cabe mencionarmos que o também considerado “corpo perfeito” está ligado ao modelo eurocêntrico, então, não basta a mulher ser apenas magra, ela tem que ser magra, jovem e branca. Também é abordado por Novaes (2011), que a presença de gordura e os sinais de envelhecimento eram considerados particularidades que, se não podiam ser completamente eliminadas, pelo menos deveriam ser minimizadas ao máximo.

Mediante o que foi discutido por Novaes (2011), é possível percebermos que as mulheres que, atualmente, são consideradas “fora do padrão”, muitas vezes, sentem

vergonha dos seus próprios corpos. É perceptível que, isso pode resultar em danos significativos à saúde mental e à autoestima dessas mulheres, pois muitas delas acabam cedendo a esses padrões somente para se sentirem pertencentes a grupos que são significativos para elas.

No entanto, é importante notarmos que, nessas circunstâncias, as diversas características físicas e diversidades de corpos são permanentemente desconsideradas, uma vez que o que é considerado como “beleza” na sociedade, é algo totalmente fora da realidade da imensa maioria das mulheres (Marinho, 2021). E isto é vendido e incentivado principalmente pelas mídias sociais e pela indústria de moda.

De acordo com Vieira (2019), é comum nos depararmos com mulheres que se inspiram em influenciadoras digitais, buscando, cada vez mais, serem parecidas com essas influenciadoras, procurando comprar as mesmas roupas, alcançar uma aparência corporal semelhante e frequentar os mesmos locais. Pois, essa identificação proporciona um sentimento de pertencimento a um grupo específico, que tenha significado para essas mulheres, no qual buscam ser semelhantes a essas personalidades digitais (Vieira, 2019).

Cabe mencionar que essa pressão social para atender a essas expectativas de padrões irreais de beleza é, frequentemente, motivada pelas mídias e redes sociais, e pode apresentar consequências preocupantes, também para a saúde física dessas mulheres, visto que muitas delas podem acabar desenvolvendo distúrbios alimentares, como a anorexia e a bulimia nervosa, procurando alcançar o idealizado “corpo perfeito”, comumente difundido em diferentes contextos culturais para satisfazer o olhar masculino.

É possível percebermos, como discutido por Novaes (2011), que os padrões estéticos hegemônicos estão em constante mudança ao longo da história, o que era

considerado “bonito” há muitos anos atrás, hoje, pode ser considerado “feio”.

Entretanto, é possível percebermos que, durante todos esses anos, algo não mudou: a sexualização das mulheres e a forma como ainda são tratadas na sociedade.

Historicamente nunca houve um momento em que a mulher tenha sido plenamente aceita, de maneira fácil e natural como membro igual em uma sociedade, assim como o homem o é. Aceita apenas como um apêndice do homem para a sociedade, que acredita, ainda nos dias de hoje, que ela foi criada para o prazer, a submissão e a obediência, atitude essa reflexa do procedimento dos antepassados primitivos, verificado pelo acúmulo de provas tiradas da história e dos mitos, bem como da análise da imagem criada pelas artes, literatura, religião e mídia. (Grillo, 2006, p. 19).

A objetificação das mulheres é observada até mesmo nas artes visuais e na literatura no qual as mulheres eram retratadas, na maioria das vezes, como musas inspiradoras, com traços delicados, e corpos sexualizados, constantemente representadas como sendo submissas e com o único intuito de “atrair” os homens, tendo sua imagem reduzida a uma fonte de inspiração ou estética (Loponte, 2002).

Conforme discutido por Loponte, 2002, mediante as representações visuais difundidas na arte ocidental, as mulheres foram, frequentemente, submetidas a um discurso que construiu a sexualidade feminina sob uma perspectiva predominantemente masculina, com o único intuito de satisfazer o olhar masculino. Nesse sentido, é de extrema importância observarmos, que a forma como as mulheres são visualmente representadas, de forma sexualizada, não é algo que se limita aos dias de hoje, isto está profundamente enraizado em diferentes instâncias sociais, como, por exemplo, na utilização de imagens, fotografias, nas mídias, dentre outros.

De acordo com Santaella (2012), cada imagem, no campo das representações visuais, apresenta variadas camadas, sendo elas: subjetivas, estéticas, sociais, dentre outras, e essas camadas estão integradas na própria imagem e na forma como elas são

interpretadas e essas imagens, como visto em Madureira (2016), podem até mesmo servir como ferramentas analíticas.

O uso de imagens, como ferramentas analíticas, pode ser de grande valia no empreendimento de análises críticas acerca das raízes históricas de significados culturais arcaicos sobre a feminilidade e a masculinidade que acabam, infelizmente, por colaborar com a manutenção de práticas violentas nas relações de gênero no cotidiano. (Madureira, 2016, p.72)

Esses significados culturais arcaicos que, até nos dias de hoje, permeiam as imagens difundidas das mulheres é decorrente de uma cultura patriarcal, em que o homem é, frequentemente, beneficiado. Segundo Borges et al. (2013) a misoginia está associada ao desprezo e desvalorização do feminino, isso se mostra evidente, na hipersexualização do corpo feminino e na difusão de padrões irreais e inalcançáveis de beleza, pois a desvalorização e a forma como as mulheres são vistas como meros objetos contribui, lamentavelmente, para a cultura do estupro e a violência de gênero.

De acordo com Bandeira e Almeida (2013, como citado em Almeida, 2014), os estudos feministas enfatizam, sobretudo, que a violência contra as mulheres é um componente central do patriarcado, que se caracteriza por ser um sistema no qual o poder e a autoridade são majoritariamente detidos por homens e, conseqüentemente, contribui para a manutenção da dominação e dos privilégios simbólicos associados à masculinidade. Cabe ressaltar que esses privilégios masculinos se entendem como uma forma de vantagens e benefícios que os homens possuem somente por serem homens, vantagens que podem se manifestar em vários campos, incluindo o acesso a salários mais elevados, oportunidades profissionais e a participação em política, o que não é abordado de forma igualitária quando se trata das mulheres.

Uma vez que, historicamente as mulheres são associadas ao espaço privado e os homens ao espaço público, incluindo o espaço da política, o que colabora para a manutenção do "poder" masculino na sociedade. De acordo com Madureira (2007), o

sexismo envolve uma divisão exclusiva (dualista) entre os gêneros masculino e feminino, envolvendo relações de poder desiguais e a atribuição de conotações negativas a um dos gêneros.

Como é discutido por Bourdieu (2005 como citado em Madureira, 2007), o sexismo tem afetado especialmente as mulheres que, frequentemente em diferentes contextos ocupam espaços de menor autonomia e de prestígio de poder, tornando-se um fenômeno que está profundamente ligado às desigualdades de gênero e à subjugação das mulheres. As questões de gênero refletem concepções culturais que moldam percepções e criam expectativas em relação a como homens e mulheres são definidos (Barbosa, 2019). Cabe apontarmos, que isso, muitas vezes, resulta na reprodução de estereótipos e preconceitos, uma vez que essas ideias são moldadas pela cultura.

O estereótipo de gênero se caracteriza por ser o conjunto de crenças sobre os atributos pessoais considerados “apropriados” para homens e mulheres (D’ Amorim, 1997). Cabe mencionar que os estereótipos de gênero também contribuem para as desigualdades. É percebido que, frequentemente, as mulheres são as mais impactadas, sendo a sua “subordinação” ao homem e a inferioridade social reforçadas reciprocamente, sendo naturalizadas por meio de discursos e comportamentos discriminatórios.

É discutido por Madureira & Branco (2012) que o preconceito está amplamente presente, manifestando-se de maneira sutil nas interações cotidianas, este fenômeno tem suas raízes no universo simbólico da cultura coletiva e, segundo Foucault (1996, como citado por Madureira & Branco, 2012) nas relações de poder que permeiam as diversas instâncias sociais.

A exclusão das mulheres na esfera pública está profundamente relacionada ao conceito iluminista de cidadania, visto que, nesta época, as mulheres não tinham

nenhum acesso a instituições de ensino e à política, e os homens eram e ainda são tratados como superiores (Barbosa, 2019). Isto foi moldado por uma história de pensamento universal androcêntrico, caracterizado por refletir o patriarcado e manter hierarquias sociais em todos os seus processos históricos de formação. Também é discutido pela autora que características da personalidade, frequentemente, são atribuídas com base no senso comum relacionado ao sexo, como a ideia de mulheres sendo “submissas e delicadas”, e homens sendo vistos como “racionais e decisivos” e isto está profundamente relacionado com os estereótipos de gênero.

Nesse sentido, é de extrema importância investigarmos como essas representações visuais e estereótipos associados ao feminino difundidos pela sociedade podem afetar as mulheres, pois é observado que elas estão constantemente sendo alvos de ataques, sendo hipersexualizadas e tendo suas oportunidades limitadas. Como as mulheres são predominantemente retratadas como objetos sexuais, sendo frequentemente diminuídas e desqualificadas, com as “justificativas” fundamentadas em estereótipos de gênero, elas, muitas vezes, têm que estarem provando algo, mostrando que são capazes, tendo que lutar bastante para conquistar seu lugar na esfera pública.

A seguir serão apresentados os objetivos da pesquisa:

Objetivo Geral:

- A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar como a feminilidade e a aparência corporal têm sido representadas nas redes sociais na perspectiva de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, a partir de diálogos interdisciplinares entre a psicologia e o campo das artes visuais.

Objetivos específicos:

- Analisar os possíveis impactos do uso das redes sociais na autoestima e na autoimagem das mulheres a partir da perspectiva das participantes

- Analisar a percepção das participantes sobre as imagens difundidas nas redes sociais, em diálogo com o campo das artes visuais e compreender como as representações visuais, difundidas nas redes sociais, acerca da feminilidade e da aparência corporal são perpassadas por questões identitárias

Método

O presente estudo utilizou uma metodologia qualitativa de investigação. Segundo Neves (1996) a pesquisa qualitativa envolve um conjunto de várias técnicas interpretativas que buscam descrever e compreender os elementos de um sistema complexo de significados. A pesquisa qualitativa é de extrema importância, pois nos permite uma compreensão mais aprofundada da subjetividade. Conforme é discutido por Minayo (2016), as pesquisas qualitativas nas ciências sociais abordam questões específicas, concentrando-se no âmbito dos significados, valores, motivos, crenças e atitudes, buscando entender e analisar os fenômenos em termos dos significados que os indivíduos lhes atribuem.

Participantes

Participaram da pesquisa três mulheres, com idades entre 20 a 33 anos, as três participantes são residentes em Brasília-DF. Todas possuem ensino superior incompleto. Segue abaixo a Tabela 1 com a caracterização das participantes:

Tabela 1- *Informações sobre as participantes da pesquisa*

Participantes	Idade	Etnia/raça
Participante 1	20 anos	Parda
Participante 2	23 anos	Preta
Participante 3	33 anos	Branca

Materiais e Instrumentos

Os materiais utilizados na realização da pesquisa foram: Um notebook, um gravador de celular (da pesquisadora), um bloco de notas e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, que foi enviado de forma online para as participantes. Os instrumentos utilizados para a realização da pesquisa foram um roteiro de entrevista semiestruturada composto por 12 perguntas, e mais cinco imagens previamente selecionadas, enquanto recurso metodológico.

Procedimentos de construção de informações

É importante ressaltar que foram tomados os devidos cuidados éticos durante o processo de realização da pesquisa. O presente projeto foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília (CEP CEUB) por meio da Plataforma Brasil. Somente após ser aprovado, as entrevistas foram realizadas. Também foi respeitado o sigilo em relação à identidade pessoal das participantes. E antes de iniciar a entrevista, que aconteceu de forma online, pelo Google Meet, foi enviado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, onde as participantes expressaram verbalmente a concordância, no qual foi gravado pela pesquisadora, com o consentimento das participantes.

Na pesquisa realizada, foi utilizada a entrevista semiestruturada, no qual, de acordo com Batista et al. (2017, como citado em Minayo, 2010), essa forma de entrevista incorpora tanto perguntas fechadas quanto perguntas abertas, sendo que a entrevistada tem a liberdade de expressar sua posição em relação às temáticas abordadas na entrevista. Esse método facilita uma compreensão mais aprofundada das percepções e experiências das participantes, possibilitando uma análise mais rica e detalhada dos dados coletados nas entrevistas.

Procedimentos de Análise

Segundo Gomes (2016), o método de análise de conteúdo procura descobrir o que está subjacente aos conteúdos abordados pelos participantes, explorando além do que foi dito. Com a utilização do método de análise de conteúdo, foram construídas as categorias analíticas temáticas ao final do processo de transcrição das entrevistas. Essas categorias focalizam temas relevantes que elegeram nas entrevistas, considerando os objetivos da pesquisa. Assim, foram construídas três categorias analíticas temáticas. São as seguintes:

- 1- Feminilidade e aparência corporal nas redes sociais: o "olhar" das participantes.
- 2- O uso das redes sociais no cotidiano: impactos na autoestima e na autoimagem das mulheres.
- 3- Padrões estéticos hegemônicos e racismo em discussão.

Resultados e Discussão

Na presente seção, serão apresentados e discutidos os resultados mais significativos, considerando as categorias analíticas temáticas mencionadas anteriormente.

Feminilidade e aparência corporal nas redes sociais: o "olhar" das participantes

De acordo com Heldman (2012 como citado em Noleto, 2015), a objetificação sexual seria a simbolização de um indivíduo como um objeto sexual. Essa simbolização, acontece, na maioria das vezes, com mulheres e ocorre quando a singularidade dessas mulheres é anulada e estas são expostas unicamente através dos seus corpos, os quais são tratados como objetos ou mercadorias (Noleto, 2015).

Segundo Segato (2003, como citado em Almeida 2014), desde as guerras tribais, os corpos femininos são vistos como corpos que, historicamente, estiveram sob a custódia dos homens, sendo eles pais, irmãos e maridos, dentre outros. Podemos notar

que, apesar das mudanças ocorridas ao longo do tempo, atualmente, esse pensamento de que as mulheres são propriedade dos homens, infelizmente, ainda persiste.

Também é discutido por Madureira (2016), que as imagens, como artefatos culturais, podem ser usadas como ferramentas analíticas, especialmente, os antigos significados culturais ligados à feminilidade e masculinidade, são muito úteis para entender criticamente essas questões. Nesse contexto, foram apresentadas às participantes cinco imagens previamente selecionadas, no qual, elas deveriam expressar seus sentimentos em relação a elas.

Uma dessas imagens é uma mulher nua, transparecendo aflição e medo ao perceber dois homens próximos a ela, como se estivessem ali sem o seu consentimento.

³Ao serem questionadas sobre o que essas participantes sentem em relação a essa imagem, houve uma convergência nas respostas de todas elas. As participantes relataram terem sentido aflição e desconforto ao verem essa imagem. A participante 1 relatou a deixou aflita pois isso, infelizmente é vivenciado hoje em dia, em forma de assédio, como comentários desagradáveis, cantadas, entre outros. Nas palavras da participante 1:

''(...)Me dá muita agonia e aflição, porque ela está escutando coisas que ela não quer e os caras continuam ali perturbando ela e isso é muito ruim, porque hoje em dia nós escutamos isso na rua, né? E é algo muito desagradável, então me dá muita agonia.''

Diante do que foi dito pela participante 1, é possível percebermos que, segundo a pesquisa conduzida pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, aproximadamente 30 milhões de mulheres relataram terem sido vítimas de diversos tipos de assédios, em variados contextos, no ano de 2022. É discutido por Almeida (2014) que, a prevalência dos comportamentos violentos (sejam eles sexuais, físicos, psicológicos, patrimoniais

³ Pintura: Suzana e os anciãos- Artemisia Gentileschi. Disponível em: [Suzana e os anciãos – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Suzana_e_os_anci%C3%B5es)

ou morais), atinge as mulheres, tanto no contexto doméstico e familiar, quanto no ambiente público e de trabalho.

A participante 2 demonstrou desconforto ao ser questionada sobre sua opinião em relação à pintura apresentada, no qual é perceptível no trecho a seguir: *“(...) As mulheres sempre muito expostas né? Nas pinturas, e os homens sempre com um olhar muito desconfortável, me passa uma coisa ruim, uma sensação de ser mulher. Me sinto totalmente desconfortável.”*

Segundo Madureira (2010), a mulher, infelizmente, é socialmente percebida como sendo uma propriedade do homem, no qual ele tem o domínio, a mulher não é reconhecida como sujeito do seu próprio corpo. Podemos observar isso em variados contextos, tanto na esfera pública, quanto na privada, como quando mulheres são assediadas na rua por homens, ou quando o homem não aceita o fim de um relacionamento e acredita ter o direito de tirar a vida da mulher. *“De acordo com a estrutura hierárquica tradicional de gênero, a noção de propriedade do homem não diz respeito apenas à posse de bens materiais, mas se estende às mulheres”* (Madureira, 2010, p. 47).

As participantes também foram questionadas sobre a opinião delas em relação à forma como as mulheres são representadas nas mídias atualmente, incluindo as redes sociais. Visto que, nas redes sociais, a representação da imagem das mulheres, muitas vezes, ocorre de maneira sexualizada. Nesse contexto, a participante 1 relatou que, hoje em dia, ela percebe um maior número de mulheres representando a si mesmas. Ela acredita que, embora ainda haja a sexualização das mulheres nas redes sociais, no momento, ela vê mais as mulheres representando o corpo delas. Isso é perceptível no trecho a seguir, referente a participante 1:

“(...) hoje em dia eu vejo mais mulheres representando o corpo das mulheres, tipo assim, elas que dão dicas, elas falam as medidas do corpo, muitas vezes,

para divulgar alguma roupa, então eu vejo que agora é mais as mulheres representando o corpo delas.’’

A participante 2 expôs sua opinião, ao ser questionada sobre a forma como os homens percebem as imagens das mulheres nas redes sociais, ela ressaltou que de uma maneira muito sexualizada e que isso contribui para que os homens acreditem que todas as mulheres devem se adequar a esse padrão, como é expresso no trecho a seguir, referente à participante 2:

’’(...)Eu acho que de maneira muito sexualizada, marginalizada e acredito que isso afeta um relacionamento, assim, de forma pessoalmente, porque se você tem acesso a isso na internet e lá todas são bonitas, nenhuma tem nenhuma mancha, nenhuma estria ou celulite, ou se tem contorna com o filtro, a tendência é o homem achar que todo mundo vai ser assim e não é.’’

Como foi discutido anteriormente, de acordo com Loponte (2002), as mulheres têm sido historicamente sujeitas a narrativas que moldaram a sexualidade feminina a partir de uma visão majoritariamente masculina, criando representações idealizadas de feminilidade e sexualidade voltadas para atender às expectativas masculinas.

Diante disso, é crucial que temas relacionados à feminilidade, aparência corporal e a representação das mulheres nas mídias e nas artes visuais sejam mais amplamente abordados e explorados pois são questões que estão muito presentes na nossa sociedade, e precisam ser discutidas. Principalmente no que diz respeito à formação de profissionais da psicologia, que, de acordo com Verlaet (2021), são profissionais que exercem sua profissão em diversas áreas, que estão em contato direto com os temas abordados no presente estudo. Assim, podendo contribuir com a ampliação da visibilidade desta temática no âmbito da psicologia, como também dar o suporte necessário para essas mulheres.

O uso das redes sociais no cotidiano: impactos na autoestima e na autoimagem das mulheres

Foi observado que todas as participantes compartilharam uma visão convergente em relação ao que elas pensam sobre o uso das redes sociais no cotidiano e a forma como isso influencia a vida delas. De forma mais específica, as três participantes têm uma visão negativa sobre essa questão, pois acreditam que as redes sociais exercem uma influência significativa sobre elas, na forma como se veem e na maneira como as mulheres (em geral) são vistas e representadas. Essa percepção é evidente no trecho a seguir no trecho a seguir, referente à entrevista realizada com a participante 2: *“(…) A internet influencia muito a nos vemos mais feias e a querer buscar mais um padrão.”*

Como foi discutido anteriormente, de acordo com Tomaz et al. (2020), é frequentemente observado um padrão de beleza cobrado das mulheres, no qual elas “têm que seguir” o modelo de corpo considerado “perfeito” apresentado para elas. O que é, frequentemente, compartilhado e influenciado por outras mulheres que, muitas vezes, partilham do mesmo pensamento. O que pode afetar a forma como essas mulheres são vistas e também gerar impactos em outras mulheres que acessam esses conteúdos.

As participantes alegaram que, muitas vezes, se sentem mal e que são bastante influenciadas quando acessam as redes sociais, principalmente o Instagram, visto que, segundo elas, há várias imagens, vídeos e “dicas” de mulheres influenciadoras que possuem o “corpo perfeito” o que faz com que elas comecem a se comparar com essas mulheres. Essa comparação constitui o fundamento que mantém a lógica cultural competitiva. Cabe ressaltar que é importante que as mulheres não se vejam como rivais, e que elas devem questionar essa competitividade pois, a união das mulheres é algo essencial para que seja possível construir um ambiente mais justo e igualitário.

As Participantes 2 e 3, também, enfatizaram que se sentem incomodadas ao acessarem conteúdos de influenciadoras. Um ponto de convergência entre elas é que as

duas já são mães, e elas ressaltaram que sentiram uma pressão social para mudarem logo os seus corpos, depois que tiveram filhos. Foi perceptível que isso afetou a autoestima delas, pois elas começaram a se comparar com outras mulheres. Como é expresso no trecho a seguir, relativo à participante 3:

''(...) Quando eu ganhei neném, eu fiquei muito influenciada consumindo alguns tipos de conteúdos, porque a gente fica naquela cobrança, né? De querer voltar ao corpo que era. E nessa época eu acompanhava uma blogueira e ela também tinha acabado de ter filho e depois já estava com a barriga perfeita. Inclusive, eu fiz até uma consulta com um cirurgião plástico, por ficar vendo muito essa pessoa que eu seguia, e era algo que ela indicava, e eu cheguei a procurar até o mesmo cirurgião que ela.''

Diante do que foi dito pela participante 3, é possível fazermos uma articulação com o estudo de Tomaz et al. (2020), no qual enfatiza a influência significativa que a mídia pode exercer na autoimagem das mulheres, o que pode levar a uma imagem idealizada e distorcida da aparência corporal, muitas vezes focada em um padrão magro como o ideal de ''perfeição''. O que cria uma pressão social, uma cobrança, que fomenta a expectativa que as pessoas, principalmente as mulheres, devem fazer de tudo para alcançar esse padrão, difundido na sociedade.

Também é discutido por Rodrigues (2019), que, nos dias atuais, mulheres que seguem esse padrão vivenciam sensações de aprovações e visibilidade social, um sentimento de que estão sendo aceitas por determinados grupos sociais, o que tem levado muitas mulheres a buscarem diversos procedimentos, como cirurgias plásticas estéticas, procedimentos faciais, dentre outros.

Essas mulheres buscam atingir uma estética corporal parecida com esse padrão de beleza estabelecido não somente pela mídia, mas também pela sociedade em um sentido mais amplo. O que, de acordo com Vieira (2019), pode se dá pelo fato de que essas mulheres, ao serem parecidas com essas influenciadoras, se sentem pertencentes a um grupo significativo para elas e isso pode fazer com que essas mulheres se sintam

mal, por não conseguirem seguir esse padrão. Essa percepção é evidente no trecho a seguir, referente a participante 2:

(...) "Eu acho que as mulheres também hoje em dia estão com esse papel de ficar condicionando umas às outras a quererem ser tudo do mesmo jeito e essa pressão estética destrói a vida da mulher comum, daquela que, muitas vezes, não tem um dinheiro para ir para a academia, ou não tem tempo para correr em um parque e fazer uma alimentação diferente, por motivo financeiro ou por motivo de rotina."

Segundo Novaes (2011), em uma cultura centrada na imagem, onde as pessoas são constantemente julgadas pela sua aparência, é inevitável reconhecer o sofrimento psíquico ocasionado pelas normas sociais que afetam o corpo, especialmente o feminino. Diante disso, é possível percebermos que, as mulheres que não se encaixam nesses padrões estabelecidos pelas mídias e pela sociedade em um sentido mais amplo, muitas vezes, sentem vergonha dos seus próprios corpos, e passam a impor a si mesmas uma extrema cobrança para alcançar esse padrão de corpo.

Ao considerarmos as respostas das participantes, observamos que, de fato, há uma forte influência e uma cobrança em relação às mulheres e entre elas, incentivando-as a manterem constantemente um "corpo perfeito".

Padrões estéticos hegemônicos e racismo em discussão

Como já discutido no presente artigo, segundo Ribeiro (2019), a sociedade incentiva os indivíduos, principalmente as mulheres, a seguirem os padrões eurocêtricos. Tais padrões são caracterizados pela crença de que as mulheres têm que ser brancas, magras e jovens para serem consideradas "bonitas". É visto que isso afeta a maioria das mulheres, e principalmente as mulheres que não se encaixam nesses padrões. Diante disso, a participante 2, ao ser questionada se os conteúdos divulgados pelas redes sociais a afetam, afirmou que:

“(...) Sim, afeta, porque é difícil seguir esse padrão estético, às vezes você nem quer seguir e você se sente mal por não conseguir ou até por não precisar, você se sente mal até por não querer e acredito que afeta muito a nossa autoestima.”

De acordo com Castello (2022), esse padrão estético se torna ainda mais problemático quando o valor da mulher passa a ser definido por suas características físicas e determinados grupos são socialmente retratados como inferiores devido a isso. Também foram apresentadas às três participantes uma imagem que contemplava várias mulheres, de diversas etnias, idades e corpos diferentes.

A participante 2, ao ser questionada sobre quem ela gostaria de ser, especificou que queria ser a mais branca possível. Como é expresso no trecho a seguir: *“(...) Bom, eu gostaria de ser a mais branca e padrão possível, sem brincadeira nenhuma, eu acho que abre portas e oportunidades, então eu gostaria de ser essa segunda loira de cima.”*

Frente ao que foi dito pela participante 2, pode-se constatar que a participante acredita que ser a mais branca possível e estar de acordo com os padrões estéticos hegemônicos “abre portas” e, infelizmente, isso é verídico. Afinal, vivemos em uma sociedade, que somente pela mulher ser branca, ela já é privilegiada, como é discutido por Ribeiro (2019) o racismo é algo que está profundamente presente na nossa sociedade. Também vale ressaltar que houve uma convergência entre todas as participantes, ao serem questionadas sobre quais mulheres elas gostariam de ser, em relação a imagem apresentada a elas. Todas elas, por diversos motivos apontados, escolheram ser alguma mulher branca.

Foi possível perceber que a participante 1, se sente incomodada ao perceber uma representatividade predominantemente de mulheres brancas e magras tanto nas redes sociais quanto nos desfiles de moda, isso ficou evidente no trecho a seguir: *“(...) Os desfiles de moda, eu amo assistir, mas eu me incomodo de ver que são sempre os mesmos corpos, só mulheres magras e a maioria são brancas.”*

A participante 2 também expressa sua opinião ao ser questionada sobre quais pensamentos passam pela sua cabeça ao acessar conteúdos divulgados pelas redes sociais, ela comentou que: *“(...) Bom, como eu sou uma pessoa comum, não tão padrão, até por ser negra, por não ter o cabelo liso, por ter sido mãe na adolescência, é algo que me incomoda, às vezes é decepcionante.”*

Infelizmente, ao consumirmos conteúdos nas redes sociais, o que mais observamos é essa estética ancorada em um padrão eurocêntrico. Também é discutido por Brandão e Pereira (2022) que a representatividade das mulheres negras é muito reduzida nas mídias. Portanto, é essencial realizar mais estudos que abordem essa temática, pois, lamentavelmente, é algo que muitas mulheres negras vivenciam, o que impacta significativamente suas vidas.

Considerações Finais

A presente pesquisa trouxe algumas contribuições significativas, principalmente para o campo da psicologia, especialmente, ao abordar questões cruciais como a ligação existente entre a feminilidade, a forma como as mulheres são representadas nas mídias, principalmente nas redes sociais, e como isso pode acabar às afetando, causando impactos significativos na saúde física, mental e na autoestima delas.

Foi observado que há uma pressão em relação às mulheres, para que elas possam seguir um certo padrão de beleza, estabelecido pela sociedade, impactando na forma como elas enxergam a si mesmas. Ficou claro que, as redes sociais exercem uma influência significativa nas mulheres, na forma como se veem e na forma como são visualmente representadas. Foi constatado na pesquisa realizada que, comumente, as mulheres são retratadas de maneira sexualizada nas mídias, redes sociais, fotografias, nas pinturas, dentre outros. E isso, infelizmente, pode acabar contribuindo para a

perpetuação da violência contra as mulheres, no qual, é expressa, por exemplo em práticas discriminatórias sexistas.

É essencial que, questões referentes a feminilidade, aparência corporal e a representação das mulheres na mídia e nas artes visuais sejam mais discutidos e explorados, especialmente em pesquisas acadêmicas e na formação de psicólogos, que estão em contato direto com os temas abordados na presente pesquisa e que devem estar capacitados para fornecer o suporte necessário para essas mulheres.

Diante disso, a presente pesquisa pode contribuir para que haja a ampliação da discussão desses temas e no cenário acadêmico, para que essa temática seja mais abordada. Seria enriquecedor se houvesse mais pesquisas, principalmente no âmbito da psicologia, explorando e se aprofundando nos estudos referentes à feminilidade, aparência corporal e redes sociais, pois é algo que está presente em nossa sociedade e precisa ser discutido.

Uma sugestão para pesquisas futuras seria realizar estudos, com o foco especial em meninas adolescentes, para que seja possível compreender melhor como as redes sociais podem exercer uma influência significativa nessas meninas e como isso pode influenciar a percepção da feminilidade, autoestima e imagem corporal em diferentes grupos etários.

Referências Bibliográficas

- Adams, G. R. (1977). Physical attractiveness, personality, and social reactions to peer pressure. *The Journal of psychology*, 96(2), 287-296.
- Almeida, T. M. C. D. (2014). Corpo feminino e violência de gênero: fenômeno persistente e atualizado em escala mundial. *Sociedade e Estado*, 29, 329-340.

- Batista, E. C., de Matos, L. A. L., & Nascimento, A. B. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23-38
- Borges, Z. N., Perurena, F. C., Passamani, G. R., & Bulsing, M. (2013). Patriarcado, heteronormatividade e misoginia em debate: pontos e contrapontos para o combate à homofobia nas escolas. *Latitude*, 7(1).
- Brandão, D. V., & Pereira, J. M. *Padrão de Beleza e racismo na construção da identidade de mulheres negras*.
- Castello, C. C. S. (2022). Redes sociais: possível recurso educativo na prevenção do sofrimento psíquico associado aos padrões estéticos hegemônicos femininos?
- Charles-De-Sá, L., Gontijo-Deamorim, N. F., Albelaez, J. P., & Leal, P. R. (2023). Perfil da cirurgia de aumento de mama no Brasil. *Revista Brasileira de Cirurgia Plástica*, 34, 174-186.
- Creswell, John W. (2014). *Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa-: Escolhendo entre Cinco Abordagens*. Penso Editora.
- D'Amorim, M. A. (1997). *Estereótipos de gênero e atitudes acerca da sexualidade em estudos sobre jovens brasileiros*. *Temas em psicologia*, 5(3), 121-134.
- de Faria Barbosa, C. (2019). *As mulheres na política local: entre as esferas pública privada*. Editora Appris.
- Dias, R., & Aleixo, T. C. N. (2013). O impacto das mídias sociais na privacidade das pessoas. *Razón y Palabra*, (84).

- Duarte, G., & Spinelli, L. M. (2019). Estereótipos de gênero, divisão sexual do trabalho e dupla jornada. *Revista Sociais e Humanas*, 32(2), 126-146.
- Gomes, R. (2016). Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In M. C. S. Grillo, K. C. (2006). *A imagem da mulher com argumento de venda na publicidade*. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem.
- Loponte, L. G. (2002). Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. *Revista Estudos Feministas*, 10, 283-300
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2012b). As raízes histórico-culturais e afetivas do preconceito e a construção de uma cultura democrática na escola. In A. U. Branco & M. C. S. L. Oliveira (Orgs.), *Diversidade e cultura da paz na escola: contribuições da perspectiva sociocultural* (pp. 125-155). Editora Mediação.
- Madureira, A. F. A. (2007). *Gênero, sexualidade e diversidade na escola: a construção de uma cultura democrática*. Tese de Doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília.
- Madureira, A. F. A. (2010a). 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). Editora Tecnopolik.
- Madureira, A. F. A. (2016). Diálogos entre a psicologia e as artes visuais: as imagens enquanto artefatos culturais. *Arte e psicologia: fundamentos e práticas*, 57-82.
- Marinho, D. S. (2021). A influência dos padrões de beleza socialmente impostos na autoestima das mulheres: contribuições da psicologia cognitivo-comportamental. *Repositório Institucional Unicambury*, 1(1).

- Miranda, V. P. N., Conti, M. A., Bastos, R., & Ferreira, M. E. C. (2011). Insatisfação corporal em adolescentes brasileiros de municípios de pequeno porte de Minas Gerais. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 60, 190-197.
- Minayo, M. C. D. S. (2010). Técnicas de pesquisa. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*, 12, 261-297.
- Minayo, M. C. S. (2016). O desafio da pesquisa social. In M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-28). Editora Vozes
- Neves, J. L. (1996). Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. *Caderno de pesquisas em administração*, São Paulo, 1(3), 1-5.
- Noletto, N. P. (2015). Objetificação da mulher na propaganda: análise crítica do discurso da Campanha A Cerveja 100% da Itaipava.
- Novaes, J. V. (2011). *Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social*. In M. Del Priore & M. Amantino (Orgs.), *História do Corpo no Brasil* (pp. 477-506). Editora Unesp.
- Nunes, P. D. S. (2019). *Branças, magras, sensuais, passivas e profissionais: mulheres objetificadas nos outdoors em Natal/RN* (Master's thesis, Brasil).
- Ribeiro, D. (2019). *Pequeno manual antirracista*. Editora Companhia das Letras.
- Rodrigues, D. D. S. D. S. (2019). *A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares*.
- Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. Editora Melhoramentos.
- Sommacal, C. L., & 01de Azambuja Tagliari, P. (2017). A cultura de estupro: o arcabouço da desigualdade, da tolerância à violência, da objetificação da mulher e da culpabilização da vítima. *Revista da ESMESC*, 24(30), 245-268.

- Tomaz, R. C., Silva, E. S. S., Bezerra, M. A. A., Neto, J. D. C. S., & Rocha, A. M. (2020). Corpo Padrão: um estudo sobre as concepções do corpo feminino exposto pela mídia. *Revista Latino-Americana de Psicologia Corporal*, 7(10), 120-145.
- Verlaet, P. M. (2021). As contribuições da psicologia, enquanto ciência e campo de atuação profissional, no enfrentamento da violência contra as mulheres.
- Vieira, A. G. A. (2019). Instagram: *possíveis influências na construção dos padrões hegemônicos de beleza entre mulheres jovens*.