

Ministério da Saúde

FIOCRUZ

Fundação Oswaldo Cruz -



ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE
JOAQUIM VENÂNCIO

**PADRÕES DE BELEZA E MÍDIAS SOCIAIS:
COMO PODEM INFLUENCIAR NA AUTOESTIMA DE JOVENS MULHERES?**

Rio de Janeiro

2021

Ana Beatriz de Andrade Moreira

Projeto de monografia apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV-Fiocruz) como requisito parcial para aprovação no Curso Técnico em Gerência em Saúde.

Orientador(a): Cynthia Macedo Dias

Rio de Janeiro

2021

Ana Beatriz de Andrade Moreira

**Projeto de monografia apresentado à Escola
Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio –
Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV-Fiocruz) como
requisito parcial para aprovação no Curso
Técnico em Gerência em Saúde.**

Orientador(a): Cynthia Macedo Dias

Aprovado em __ / __ / ____

BANCA EXAMINADORA

Simone Goulart Ribeiro - EPSJV

Ariadna Patricia Estevez Alvarez

Gostaria de dedicar este trabalho a todas as mulheres que carregam, assim como eu, cicatrizes deixadas por insultos relacionados a sua aparência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me permitir ter o conhecimento necessário para levar até o fim este projeto, juntamente com minha orientadora, Cynthia Macedo Dias, que me auxiliou e esteve comigo desde o início, tirando minhas dúvidas e me instruindo sempre de uma forma leve e dinâmica. Em especial, não poderia deixar de agradecer também aos meus pais, Viviane Moreira e Jorge Wenderson, que sempre foram os meus maiores incentivadores para concluir todos os ciclos que já passaram pela minha, principalmente este, me mostrando a cada dia como ser um ser humano melhor, dedico minha vida e meu futuro sucesso a eles.

“Nós, como mulheres, somos treinadas a nos vermos como imitações baratas de fotografia de moda, ao invés de ver fotografias de moda como imitações baratas das mulheres”.

Naomi Wolf

RESUMO

Atualmente é notável a grande quantidade de jovens mulheres que se privam de fazer muitas coisas por conta da aparência física, de como elas serão vistas, reparadas e aceitas por outras pessoas. A sociedade está, cada vez mais, pressionando jovens para seguir esses padrões, fazendo com que se sintam insatisfeitas com sua autoimagem corporal, dificultando a auto aceitação e a formação do amor-próprio. Este estudo, pautado na abordagem qualitativa, busca compreender como padrões de beleza expressos nas mídias sociais afetam a vida e a autoestima de jovens mulheres da EPSJV. Por meio de revisão de literatura e aplicação de um questionário buscaremos compreender os aspectos de padrões de beleza expressos nas mídias sociais atualmente e suas relações com os padrões expressos nas mídias ao longo do tempo, como a fixação de sempre buscar um padrão de beleza afeta a vida das jovens mulheres e identificar estratégias de refúgios, que abandonam os irreais padrões de beleza impostos na sociedade. Através da conclusão da análise empírica foi possível identificar que a insatisfação que as jovens possuem sobre o próprio corpo se relacionam com as referências de beleza corporal que as mesmas têm seguindo certas influencers da rede social instagram.

Palavras-chave: Mídias sociais, indústria da beleza, beleza

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo com e sem filtro no Instagram. Fonte:	
https://labdicasjornalismo.com/noticia/6779/dismorfia-do-instagram-os-filtros-da-vida-real	16
Figura 2: Modelo Twiggy. Fonte: https://malacomrodinha.com.br/tag/fotos-de-twiggy/	21
Figura 3: Modelo Twiggy. Fonte:	
https://www.devoltaaoretro.com.br/2013/05/a-top-que-revolucionou-os-anos-60-twiggy.html	22
Figura 4: Modelo Farrah Fawcett. Fonte: https://petiscos.love/colunas/dani-bonani/anos-70-2/	23
Figura 5: Cantoras Madonna e Xuxa. Fonte: https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/	24
Figura 6: Propaganda de roupas de ginástica dos anos 80. Fonte:	
http://imperioretro.blogspot.com/2015/10/a-atemporalidade-do-crop-top.html	25
Figura 7: Modelos Gisele Bündchen e Naomi Campbell.	
Fonte: https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/	26
Figura 8: Atriz Giovana Antonelli e cantora Beyonce.	
Fonte: https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/	27
Figura 9: Influencer Rafaella Santos. Fonte: https://www.instagram.com/rafaella/	31
Figura 10: Influencer Rafaella Santos. Fonte:	
https://glamour.globo.com/entretenimento/celebridades/noticia/2021/01/fas-apontam-excesso-de-photoshop-em-foto-de-rafaella-santos.ghtm	32
Figura 11: Influencer Virginia Fonseca. Fonte: https://www.instagram.com/virginia/	33
Figura 12: Influencer Lara Silva. Fonte: https://www.instagram.com/larasilva/	33
Figura 13: Influencer jade picon. fonte: https://www.instagram.com/jadepicon/	37
Figura 14: Personal trainer Carol Borba. Fonte:	
https://www.instagram.com/carolborba1/?hl=pt-br	37
Figura 15: Personal trainer Amanda Biuguer. Fonte: https://www.instagram.com/amandabiuguer/	38
Figura 16: Influencer Bellsebobo. fonte: https://www.instagram.com/bellsebobo/	38
Figura 17: Influencer Bellsebobo. fonte: https://www.instagram.com/bellsebobo/	39
Figura 18: Influencer Nabbru. fonte: https://www.instagram.com/nabbru/	39
Figura 19: Influencer Lorena. Fonte: https://www.instagram.com/badgallore/	40

Figura 20: Influencer Nalu. fonte: https://www.instagram.com/juliananalu/	40
Figura 21: influencer yasmin castilho. fonte: https://www.instagram.com/yasmincastilho	41
Figura 22: influencer virginia fonsceca. Fonte: https://www.instagram.com/virginia/	41
Figura 23:influencer patricia ramos. fonte: https://www.instagram.com/patriciaramos/	42
Figura 24: atriz paolla oliveira. fonte: https://www.instagram.com/paollaoliveirareal/	43
Figura 25: influencer virginia fonseca. fonte: https://www.instagram.com/virginia/	44
Figura 26: influencer rafa kalimann. fonte: https://www.instagram.com/rafakalimann/	44
Figura 27: influencer mandy candy. fonte: https://www.instagram.com/mandycandy/	45
Figura 28: Influencer Ana Lopes (Tik Tok) https://www.instagram.com/_analopess/?hl=pt	46
Figura 29: Influencer Eliseu Nogueira. Fonte: https://www.instagram.com/eliseunogueira_oficial/?hl=pt	46
Figura 30: Influencer Deborah Aladim. Fonte: https://www.instagram.com/dedaaladim/?hl=pt	47
Figura 31: influencer ana cláudia. fonte: https://www.instagram.com/anaclaudians/	47
Figura 32: influencer lela brandao. fonte : https://www.instagram.com/lela.brandao/	48
Figura 33: influencer thais carla. fonte: https://www.instagram.com/thaiscarla/	48
Figura 34: influencer polly de oliveira. fonte: https://www.instagram.com/pollyoliveirareal/	49
Figura 35: influencer mariana torquato. fonte: https://www.instagram.com/marianatorquato/	49

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1: Porcentagem de jovens que consideram seus corpos bonitos. Fonte: a autora. 38
- Gráfico 2: Características citadas pelas jovens como sendo dentro dos padrões. Fonte: a autora. 52
- Gráfico 3: Características citadas pelas jovens como sendo fora dos padrões. Fonte: a autora. 53
- Gráfico 4: Características citadas pelas jovens como sendo dentro dos padrões. Fonte: a autora. 53
- Gráfico 5: Mudanças que as jovens fariam em seus corpos. Fonte: a autora. 55
- Gráfico 6: Critérios que as jovens utilizam para postar uma foto no Instagram. Fonte: a autora. 56

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	A INICIAÇÃO DO CULTO A BELEZA: Padrões corporais.	20
3	O MITO DO INSTAGRAM	28
4	QUESTIONÁRIO	34
4.1	Jovens que responderam que não acham seus corpos bonitos:	35
4.2	Jovens que responderam que acham seus corpos bonitos “mais ou menos”	41
4.3	Jovens que afirmam seguir influencers que fujam dos padrões	43
5	CONCLUSÃO	52
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO ÀS ESTUDANTES	57
	APÊNDICE B – REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	62

1 INTRODUÇÃO

Esse projeto pretende estudar a influência das mídias sociais na vida de jovens mulheres que são afetadas com a alta padronização corporal. Atualmente é fácil perceber a influência das redes sociais na vida pessoal de um indivíduo, na maneira como ele se comporta, fala, se veste e se enxerga. Uma das redes sociais mais usadas atualmente para a promoção de procedimentos estéticos, remédios voltados para beleza e produtos que prometem mudar a sua vida é o Instagram.

Frequentemente, aparece em diversos perfis presentes no Instagram uma constante associação entre mulher, beleza e saúde. E essa associação estimula o aparecimento de inúmeras formas de subjetivação. Tais formas de subjetivação podem suscitar sofrimento psíquico, visto que muitas mulheres permanecem presas em seus próprios corpos, na busca incessante pelo corpo “ideal” divulgado e exibido nesses perfis. (Novaes, 2011)

Ademais, este “ideal” nem sempre condiz com a realidade, pois no instagram existem os filtros; que são edições de luzes, cores e aplicação de maquiagem que permitem que o usuário use para tirar fotos, gravar vídeos, ou até mesmo fazer uma live (ao vivo). Conforme ao passar dos anos, os procedimentos estéticos vêm ganhando bastante popularidade, dentre eles o preenchimento labial e a harmonização facial, que se destacam especialmente por ter uma grande semelhança a estes filtros de Instagram.



Figura 1: Modelo com e sem filtro no Instagram. Fonte: <https://labdicasjornalismo.com/noticia/6779/dismorfia-do-instagram-os-filtros-da-vida-real>

Nesta foto de antes e depois da modelo citada acima, é possível identificar a grande diferença das imagens; sendo com filtro a imagem em que ela aparece mais bronzeada, maquiada e com os olhos totalmente mais claros. Imagens perceptivelmente bem diferentes uma da outra, sendo uma verdadeira e a outra não. A fixação por uma beleza computadorizada é prejudicial tanto psicologicamente quanto fisicamente, ressaltando que dificilmente os procedimentos estéticos realizados chegarão aos falsos resultados exibidos pelos filtros.

Este estudo, pautado na abordagem qualitativa, buscou analisar as influências e modificações causadas por essas redes sociais na vida de jovens mulheres estudantes, relacionando suas percepções sobre a própria beleza com as referências de beleza citadas por elas no Instagram.

Schilder (1980) compreende a imagem corporal como uma configuração mental de como o corpo se apresenta para cada um. A mesma pode ser definida também como uma imagem tridimensional que temos de nós mesmos, possuindo 3 aspectos que são fundamentais para formação da autoimagem. Os aspectos fisiológicos são os perceptivos, que envolvem percepção da aparência física em estima o tamanho corporal, peso e altura; incluindo também o aspecto comportamental, que são situações evitadas pelo indivíduo em decorrência do desconforto voltado ao corpo. Os aspectos sociais são as influências culturais, mídias, redes sociais, grupos

que o indivíduo está inserido etc. E por último, o psicológico é o principal e mais importante para criação da autoimagem, pois remete aos pensamentos, comparações, experiências corporais emocionais e transtornos associados à autoimagem. Na prática, dentre esses três aspectos, o social é o fundamental para a formação da insatisfação corporal, que é quando uma pessoa tem pensamentos negativos e sentimentos ruins sobre o próprio corpo.

A insatisfação corporal é um processo interno, mas é influenciada por diversos fatores externos. Por exemplo, a família, amigos, conhecidos, os professores e os meios de comunicação que têm um impacto sobre a forma como uma pessoa vê e sente sobre si mesma e sua aparência. Indivíduos que vivem em ambientes onde a aparência “idealizada” é valorizada demasiadamente, ou aqueles que recebem feedback negativo sobre sua aparência têm um risco maior de apresentar uma insatisfação corporal. Um dos colaboradores externos mais comuns para a insatisfação com o corpo é a mídia. Pessoas de todas as idades são bombardeadas com imagens através de TV, revistas, internet e publicidade. Estas imagens, muitas vezes, promovem ideais da aparência irrealistas, inatingíveis e altamente estilizados que têm sido fabricados por estilistas, equipes de arte e manipulação digital e não podem ser alcançados na vida real. Aqueles que sentem que não estão à altura em comparação com estas imagens, podem experimentar insatisfação corporal intensa, que é prejudicial para o seu bem-estar psicológico e físico.

Atualmente é notável a grande quantidade de jovens mulheres que se privam de fazer muitas coisas por conta da aparência física, de como elas serão vistas, reparadas e aceitas por outras pessoas. A sociedade está, cada vez mais, expondo jovens a ideais de beleza apresentados em redes sociais, pressionando-as, cada vez mais para seguir esses padrões, fazendo com que se sintam insatisfeitas com sua autoimagem corporal, levando ao desencadeamento de baixa autoestima, que está intimamente ligada a dificuldade de auto aceitação, amor-próprio e a falta de autoconhecimento. Um estudo de cunho qualitativo realizado por Kenny Secchi, da Universidade do Planalto Catarinense, analisou o quanto as universitárias estavam satisfeitas com seu corpo.

As alunas atingiram uma média global de 2,78 (DP=1,15) em uma escala de 1 (“muito insatisfeita”) a 5 (“muito satisfeita”), isto é, entre “insatisfeitas” e “nem satisfeitas nem insatisfeitas”. Comparando a satisfação corporal com a formação profissional, os resultados apontam que as alunas de Moda apresentaram a menor média de satisfação corporal: Moda (2,73), Educação Física (2,8) e Psicologia (2,81). A análise de variância realizada por grupos de formação profissional indicou, entretanto, que não houve diferença estatisticamente significativa quanto à satisfação com o próprio corpo

($F_{2,275}=0,11$; $p>0,05$), ou seja, nos três cursos as universitárias estavam similarmente descontentes com seus corpos. (Secchi, 2009.)

Essa insatisfação está diretamente ligada com a autopercepção corporal, de como essas jovens se enxergam e se comparam diante desse ideal. Naomi Wolf, no livro *O mito da beleza*, se refere a esse ideal com a metáfora da Donzela de ferro, que foi um instrumento de tortura utilizado na Alemanha medieval, uma espécie de caixão com a forma de um corpo, que trazia pintados os membros e o rosto de uma jovem bela e sorridente. A vítima era ali encerrada lentamente, quando a tampa se fechava, ficava imobilizada e morria de inanição ou perfurada pelos espigões de ferro cravados na parte interna do caixão.

A narrativa construída da donzela de ferro nos faz pensar que o corpo/imagem da mulher concebe sua própria prisão, reconhecendo os avanços em relação a um espaço social mais digno, conquistados pelas mulheres a imagem que esse corpo representa socialmente hoje ganha espaço como um contra ataque da cultura masculina para manter o controle social dessas mulheres. (ROSA, 2018. P. 7.)

A partir disso, percebe-se que o “mito”, após grandes revoluções feministas, se torna algo que vai voltar a prender as mulheres assim como a domesticidade, porém vindo delas mesmas, em consequência das grandes influências sociais que serão retratadas nos próximos capítulos.

Além de grande relevância social, esse tema tem uma grande importância na minha vida pessoal, pois já fui e ainda sou uma vítima das mídias sociais, e infelizmente vejo jovens amigas se privando de fazerem muitas coisas, justamente por medo das críticas e olhares de terceiros, de como essas pessoas irão reparar ou até mesmo criticar sua aparência física. A obsessão para chegar a um padrão de perfeição inatingível pode até mesmo colocar a saúde de uma jovem saudável em risco: “Cuidar da beleza é considerado algo saudável, entretanto a partir do momento que esse cuidado torna-se exagerado, obsessivo, o mesmo pode acarretar em quadros psicopatológicos e psiquiátricos, exemplo: depressão, esquizofrenia e transtornos alimentares” (AIMORÁ, 2010).

O objetivo geral desta pesquisa é compreender como os padrões de beleza expressos nas mídias sociais afetam a vida e a autoestima de adolescentes da EPSJV.

Possui como objetivos específicos:

1. Compreender os aspectos de padrões de beleza expressos nas mídias sociais atualmente e suas relações com os padrões de beleza expressos nas mídias ao longo do tempo.
2. Compreender se e como padrões de beleza predominantes no Instagram impactam as escolhas das adolescentes da EPSJV;
3. Identificar se e como as adolescentes da EPSJV realizam estratégias para evitar o impacto de padrões de beleza predominantes no Instagram.

O projeto está baseado na abordagem qualitativa, e usa como estratégias de pesquisa a revisão da literatura por meio da busca nas bases de dados de livros e Scielo, tendo como referência os descritores: Beleza, mídias sociais e indústria da beleza; e um questionário online com jovens mulheres da EPSJV, com perguntas relacionadas à rede sociais Instagram, padrões de beleza e as influencers que as mesmas têm como referencial. A pesquisa de campo foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da EPSJV-Fiocruz (CAAE 53181821.30000.5241). A análise do material empírico buscou responder à questão: Como as mídias e o padrão de beleza corporal influenciam na vida de jovens mulheres da EPSJV.

2 A INICIAÇÃO DO CULTO A BELEZA: Padrões corporais

Atualmente os espaços mais utilizados para a comunicação e publicidade são as redes sociais, onde se vê de tudo e permite a interatividade entre indivíduos, facilitando a socialização e influenciando muitas vidas. Entretanto, nem sempre foi assim, na segunda metade do século XX os meios de publicidade mais utilizados eram os jornais, revistas e outdoors, que eram grandes influentes para a promoção de propagandas voltadas para as mulheres e seus modos de vida. Segundo Ferreira, "As revistas femininas foram, entre as décadas de 1950 a 1970, uma importante fonte de referência para as mulheres da classe média brasileira. Nesses periódicos circulavam ideias sobre aparência e comportamento, em outras palavras, sobre as modas e os modos ditos femininos" (FERREIRA, 2018, p. 50). Nessas revistas, era mostrado às mulheres tendências da moda atual da época, como cuidar de seus filhos, como se manter bela, como se comportar e posar de maneira adequada; ou seja, um "guia" de como ser mulher.

As revistas femininas na maioria das vezes davam exemplo de como ser a mulher perfeita, trazendo junto a essa ideia uma mistura de sentimentos às mulheres, principalmente ansiedade para alcançar o mais rápido possível essas expectativas criadas vendo exemplos de mulheres nas revistas, e a frustração de não conseguir se igualar a elas e nem alcançar essa perfeição exposta.

Segundo Wolf, as revistas femininas "sempre emprestaram charme àquilo que o sistema econômico, seus anunciantes e, durante a guerra, o governo precisavam naquele momento obter das mulheres" (WOLF, 1992, P. 83). Ou seja, as revistas femininas eram apenas influentes para obterem das mulheres aquilo que o governo e o sistema econômico necessitavam em um determinado período de tempo, era feita uma espécie de "lavagem cerebral" através dessas revistas. "As revistas vitorianas atendiam a um sexo feminino em virtual servidão doméstica, mas com a Primeira guerra mundial e a participação das mulheres nela, elas rapidamente desenvolveram um grau proporcional de conscientização social." (WOLF, 1992, P. 81). Analisando esse trecho, é perceptível a grande manipulação que era realizada pela imprensa, principalmente neste período de guerra, na qual a mão de obra feminina era mais visada e de certa forma "valorizada", pois a maioria dos homens estavam na guerra, e as mulheres tiveram que tomar a frente para sustentar suas famílias, atuando na fronteira de guerra como enfermeiras,

motoristas de caminhões e ambulâncias, além de mecânicas e cozinheiras. No pós guerra, o sistema econômico tinha uma noção totalmente diferente do que as mulheres faziam neste período, e acabaram se frustrando com a contínua participação das mesmas no mercado de trabalho, desse modo optaram por anunciar nas revistas cada vez mais sobre a vida doméstica e dicas de como ser uma boa dona de casa. Com as mulheres focadas nos seus trabalhos, iniciando seus processos de emancipações, “os anunciantes se defrontaram com a perda do seu principal consumidor” (WOLF, 1992, P. 86), se referindo às mulheres que consumiam dentro da “mística feminina”, que para Naomi Wolf eram donas de casas que prestavam papel de servir, sendo mãe, cozinheira e esposa. Foi a partir disso que se iniciou o culto à beleza jovial, o chamado mito da beleza. Nesta segunda metade do século XX as mulheres passaram a ter um pouco mais de controle sobre seus cabelos, roupas e modos de se comportar.

Quando se iniciou essa chamada “cultura ao corpo” muitos modelos serviram como exemplos para as mulheres. A modelo que revolucionou o imaginário feminino nos anos 60 foi a Lesley Lawson, mais conhecida como Twiggy, que além de ser atriz, cantora e modelo, possuía um estilo e uma beleza diferente.



Figura 2: Modelo Twiggy. Fonte: <https://malacomrodinha.com.br/tag/fotos-de-twiggy/>



Figura 3: Modelo Twiggy. Fonte: <https://www.devoltaaoretro.com.br/2013/05/a-top-que-revolucionou-os-anos-60-twiggy.html>

Twiggy possuía um corpo extremamente magro, pernas longas e finas, abusava do rímel e dos cílios postiços para aumentar e evidenciar mais ainda seus olhos, com um cabelo curtinho e angelical, fez com que muitas mulheres seguissem esse padrão de beleza.

Nos anos 70 as mulheres começaram a usar o cabelo mais volumoso e armados, com maquiagens naturais e neutras. E foi neste mesmo ano que o bronzeado passou a fazer parte do padrão de beleza, com a modelo Farrah Fawcett sendo um ícone de beleza na época. Com seu corpo magro, sua pele e cabelos dourados, Farrah passou a ser um referencial de beleza na época.



A partir daí modelos e suas aparências começaram a ser referências para as mulheres, seus estilos, cabelos, maquiagens e corpos começaram a servir de “exemplo” para o público feminino que as acompanhava.

“A moda dos anos 80, que faz seu retorno na primavera/verão, era divertida e exagerada. Quem não viveu a década pode venerar Britney Spears e Lady Gaga, mas naquela época, junto com Michael Jackson, Madonna praticamente inventou o pop.” (MUDANÇA DOS PADRÕES DE BELEZA ATRAVÉS DOS ANOS. supera, 2018. disponível em: <https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/>). Sendo assim podemos identificar que o padrão que predominava era o pop, tendo um grande exagero de maquiagens e roupas, com penteados volumosos e chamativos.



Figura 5: Cantoras Madonna e Xuxa. Fonte: <https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/>

Além disso, anos 80, de acordo com o blog wearehuman, foi o início da famosa era fitness, onde homens e mulheres começaram a cuidar de seus corpos e frequentarem a academia.

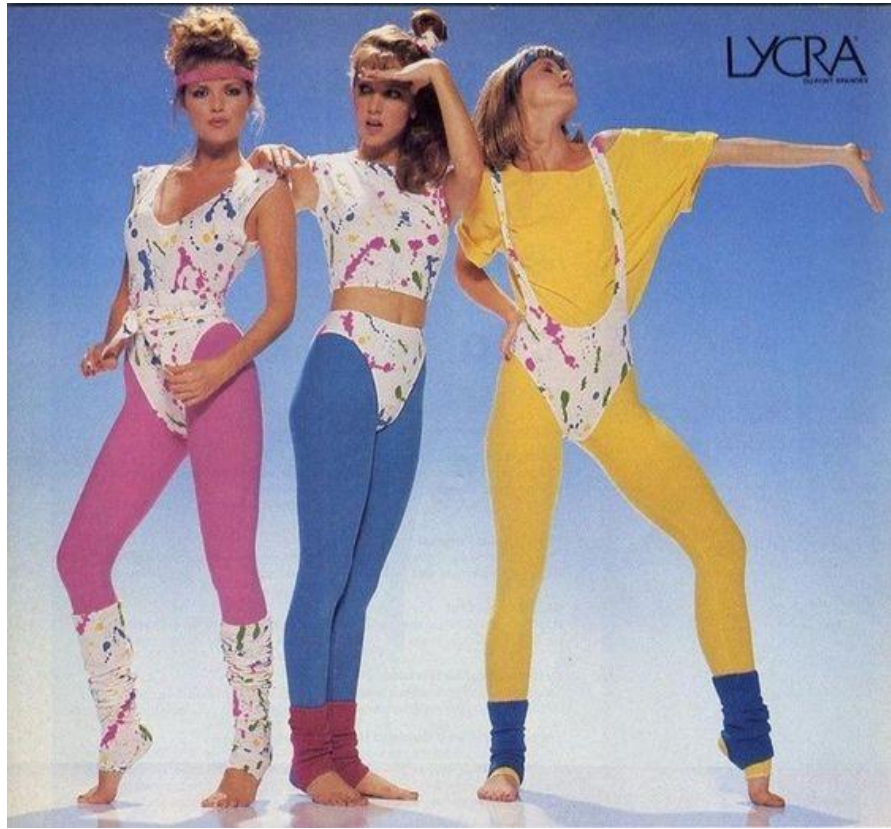


Figura 6: Propaganda de roupas de ginástica dos anos 80. Fonte: <http://imperioretro.blogspot.com/2015/10/a-atemporalidade-do-crop-top.html>

Já nos anos 90, deu início à valorização dos traços marcantes, começando e tendo em alta os desfiles de passarelas, com modelos altas e muito magras. Esse ano destaca-se também com a valorização dos traços negros no mercado da beleza “As modelos tinham personalidades tão grandes quanto famas. Naomi Campbell chamava atenção com seu rosto tão perfeito quanto um diamante negro lapidado.” (MUDANÇA DOS PADRÕES DE BELEZA ATRAVÉS DOS ANOS. supera, 2018. disponível em: <https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/>)



Figura 7: Modelos Gisele Bündchen e Naomi Campbell. Fonte: <https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/>

Nos anos 2000 destacou-se a barriga chapada e calças de cinturas baixas sendo estigmas de sensualidade, bocas e olhos marcantes com bastantes lápis de olho também predominaram neste padrão.



Figura 8: Atriz Giovana Antonelli e cantora Beyonce. Fonte: <https://superela.com/padroes-de-beleza-decadas/>

Contudo todas essas tendências antigas estão voltando para o nosso convívio e contribuindo também para o padrão atual, um exemplo são as calças “boca de sino” as chamadas calças “flare”, que estão sendo usadas principalmente por jovens. Sendo assim, o padrão antigo mesmo indo e voltando sempre estará presente.

É notório que dos anos 60 até os 80 o padrão que predominava era o branco europeu, as mulheres consideradas mais belas eram aquelas magras com longas pernas e cinturas finas, porém no meio disso a valorização do corpo malhado em 1980 se espalhou, fazendo que muitas mulheres seguissem o culto a academia, dessa forma surgindo um novo padrão. Apesar de muito espalhado, uma década depois, em 1990, volta o culto à magreza e a valorização de grandes

modelos incluindo, como citado acima, negras. Dessa forma iniciando a valorização da beleza afrodescendente. Já nos anos 2000, continuando o culto à barriga chapada, eram destacadas mulheres que andavam com a mesma de fora, sendo isso um estigma de sensualidade. Interessante destacar que dentre todas essas décadas, o corpo esbelto e a barriga chapada prevaleceram.

3 O MITO DO INSTAGRAM

A partir disso tudo vemos que a imprensa coloca e expõe toda essa influência de como sempre ser perfeita aos olhos da sociedade patriarcal, ocupando a cabeça das mulheres, colocando padrões altos e difíceis de segui-los. E infelizmente é um fato que acontece desde sempre, mas hoje em dia está muito mais presente e atrapalhando a vida de muitos jovens, com o surgimento das redes sociais, principalmente com o ápice do “terror” ou “chaveirinho” de muitas mulheres, que é o Instagram.

O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos, no qual é permitido que o usuário role o *feed* para ver novas fotos e vídeos das pessoas seguidas pelo o mesmo, permitindo assim curtir, compartilhar e comentar cada publicação, além da opção de marcar seguidores ou até mesmo outros usuários. Esses mecanismos, além dos recentes "*reels*" e IGTV, são fundamentais para guiar o algoritmo dessa rede, que determina como cada post será entregue para os usuários. Esse algoritmo entende quando você se interessa mais sobre um assunto pela forma como o usuário se comporta dentro da rede e passa a proporcionar conteúdos de acordo com essa interação. Atualmente o Instagram possui diversas funcionalidades, uma das mais utilizadas para engajamento e interação é o "*story*", que consiste na possibilidade de publicar fotos, vídeos e *boomerangs* que ficam acessíveis por até 24 horas, possuindo filtros e efeitos que podem fazer modificações na cor do ambiente e nos traços dos rostos, deixando-os mais finos, disfarçando manchas e rugas, com a pele lisa, o que leva a uma "aparência jovial". A vontade do usuário de usar os filtros pode surgir a partir da comparação, vendo fotos de rostos sem poros, lisos e rejuvenescidos.

Através desta função dos filtros notamos a grande “farsa” da beleza, a beleza mentirosa passada nessa rede, que desmotiva, impressiona e transtorna jovens mulheres. E é possível

identificar o mito por trás dessa rede, padrões que são expostos para nos enganar e interferir nas nossas vidas. Corpos com excesso de *photoshop* nos *feeds*, ângulos e poses.

"Quanto mais seguidores/as tiver um/a usuário/a, maior visibilidade e relevância na rede ele/a terá. Obter “curtidas” e um elevado número de seguidores é algo indispensável para ser notado e reconhecido, e para que isso aconteça é necessário produzir conteúdo constantemente" (BETTIOL, 2017). Para ganhar seguidores no Instagram é necessário ser uma pessoa influente, carismática e comunicativa, que se exponha e saiba criar conteúdo que possa chamar a atenção dos internautas. Saber chamar a atenção e despertar a curiosidade do público é um dos maiores fatores para engajar seu perfil.

Essas pessoas que produzem conteúdos e são mais influentes, utilizam da sua “fama” no Instagram para fazerem anúncios de produtos de marcas que estão as patrocinando. Geralmente, a maioria dessa exposição são produtos voltados para as mulheres, como: cremes redutores de medidas, cintas modeladoras, pílulas da beleza, creme rejuvenescedores e muitos outros.

Na maioria das vezes, influenciadoras que fazem esse tipo de propaganda, estão ou até mesmo fingem estar com o corpo no padrão exibido pela maioria da comunidade do Instagram, influenciando jovens mulheres a seguirem este mesmo padrão, podendo ou não ser verdadeiro. "Nesse sentido, os conteúdos postados nas redes sociais propiciam ao indivíduo a construção da imagem de si que ele deseja passar para os outros, com características que se formam a partir dos estereótipos que predominam em seu meio social" (CARRERA, 2012 *apud* VIEIRA, 2019, p.3). O grande problema de mostrar uma vida que não é real nas redes, é a grande influência que podem causar na vida dos seguidores, que de certa forma, podem se espelhar no influencer. "Os perfis no Instagram podem influenciar de forma significativa o modo de pensar e enxergar o mundo, possibilitando modificações no modo de agir, interagir, nos valores, gerando, portanto, mudanças nos contextos sociais em que os indivíduos estão inseridos" (VIEIRA, 2019, P. 18).

Esse processo é problemático visto que a maioria desses seguidores são jovens, iniciando suas vidas, buscando referências e construindo sua autoestima. Um bom exemplo para analisarmos essas constantes “farsas” maquiadas com filtros, efeitos e edições como no *photoshop* são essas publicações da influencer Rafaella Santos, cuja extrema artificialidade podemos perceber nas fotos a seguir:

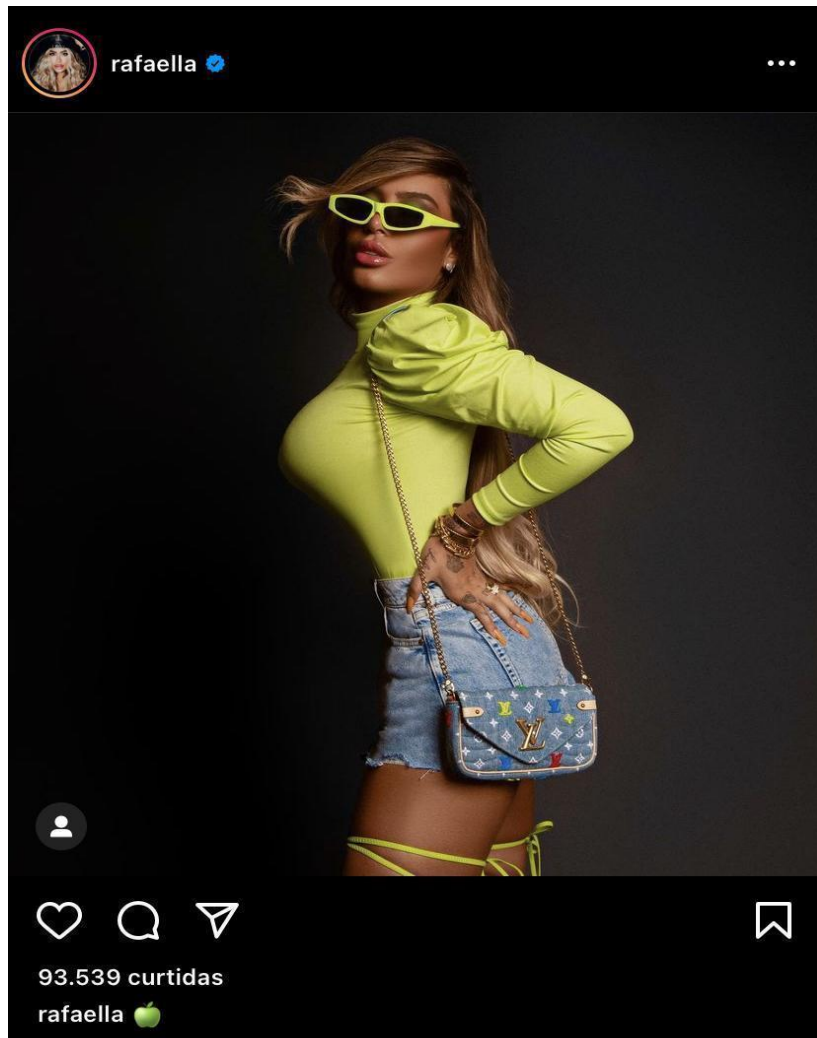


Figura 9: Influencer Rafaella Santos. Fonte; <https://www.instagram.com/rafaella/>

Mesmo tendo passado por diversas cirurgias plásticas, a influencer não mede a mão no uso excessivo de edições em seu corpo, até os próprios fãs notaram e a questionaram. A mesma nega o uso de edições e diz não se preocupar com o que comentam em suas fotos. É perceptível a grande diferença que a influencer apresenta nos vídeos, com a cintura mais avantajada e o corpo mais natural.



Figura 10: Influencer Rafaella Santos. Fonte: <https://glamour.globo.com/entretenimento/celebridades/noticia/2021/01/fas-apontam-excesso-de-photoshop-em-foto-de-rafaella-santos.ghtm>

Utilizamos esse exemplo bem “chocante” para mostrar o exagero de sempre querer mostrar a perfeição nas redes, mesmo não sendo natural, anulando tudo que é dito fora do padrão. “É possível notar que as diversas postagens no Instagram podem influenciar o indivíduo a estar sempre à procura da satisfação imediata, pois a mídia, muitas vezes, transmite a ideia de que tal satisfação é algo alcançável desde que o sujeito se esforce” (NOVAES, 2013). Mas será que só a dedicação de uma mulher de classe média vai levá-la a ter os mesmos resultados dessas influencers? A partir das imagens abaixo será possível melhor analisar esses corpos.



Figura 11: Influencer Virginia Fonseca. Fonte: <https://www.instagram.com/virginia/>



Figura 12: Influencer Lara Silva. Fonte: <https://www.instagram.com/larasilva/>

Analisando essas fotos das blogueiras atuais Virginia Fonseca e Lara Silva, vemos que os corpos são bem parecidos e que podem ser considerados naturais aos olhos de um seguidor leigo em cirurgias e procedimentos estéticos. Mas ao pesquisarmos sobre a vida de cada uma, notamos que não é bem assim. Ambas fizeram lipoescultura, colocaram silicone, fizeram harmonização facial e preenchimento labial. Essa busca em alcançar este padrão exposto por elas, para uma mulher que toma pílulas emagrecedoras, faz dietas e se esforça na academia, se torna praticamente impossível, não havendo como chegar a este mesmo padrão sem realizar os mesmos procedimentos estéticos. A partir disso vemos até onde a preocupação em ser perfeita pode levar as mulheres, as grandes e falsas influências que as cegam e, de certa forma, exigem o máximo possível, a perfeição da perfeição, a perfeição inalcançável. A mídia, seja ela qual for, revistas ou redes sociais, exerce um papel significativo como influenciadora na sociedade, impondo regras, modos de vida e moldando opiniões na contemporaneidade.

4 IMPACTOS DOS PADRÕES DE BELEZA E DO INSTAGRAM ENTRE JOVENS MULHERES DA EPSJV

Para compreender se e como padrões de beleza predominantes no Instagram impactam as escolhas das adolescentes da EPSJV e identificar se e como as adolescentes da EPSJV realizam estratégias para evitar o impacto de padrões de beleza predominantes no Instagram, um questionário foi realizado com as meninas maiores de 18 anos, estudantes da EPSJV (Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio) que estão cursando o quarto ano do ensino médio técnico subdividido nas turmas de Gerência em Saúde, Biotecnologia e Análises Clínicas. Dentre as jovens do quarto ano, 14 delas responderam nossa pesquisa, divulgada em grupos das turmas no WhatsApp. O questionário (Apêndice A) iniciou-se com as seguintes perguntas:

"Você tem Instagram? ”;

"Você considera seu corpo bonito?".

Ao analisarmos o questionário, identificamos que dentre as 14 meninas, apenas 1 delas não tinha e não fazia uso da rede social Instagram, uma resposta que indica a confirmação de que essa rede está predominantemente infiltrada na vida de muitas jovens nos dias atuais. Em diversos fatores podemos notar a influência da mesma e as consequências geradas nas vidas de quem a usa, um exemplo seria a autoestima, já que as 14 jovens citaram sobre o tipo de padrão de beleza mais encontrado no Instagram, que seria de mulheres magras, com traços finos, sem espinhas, bumbum empinado, sem celulites e estrias, rosto perfeito, com extensão de cílios, cintura fina e com o corpo definido. No mundo real, como uma jovem no final da adolescência, em um momento de preparação para seu futuro, estudante e com seus níveis de hormônios em alta vão conseguir ter esse tipo de aparência? Ao perguntarmos se as jovens consideram seus corpos bonitos, 4 delas responderam que “não”, 8 delas responderam “mais ou menos” e apenas 2 responderam que “sim”.

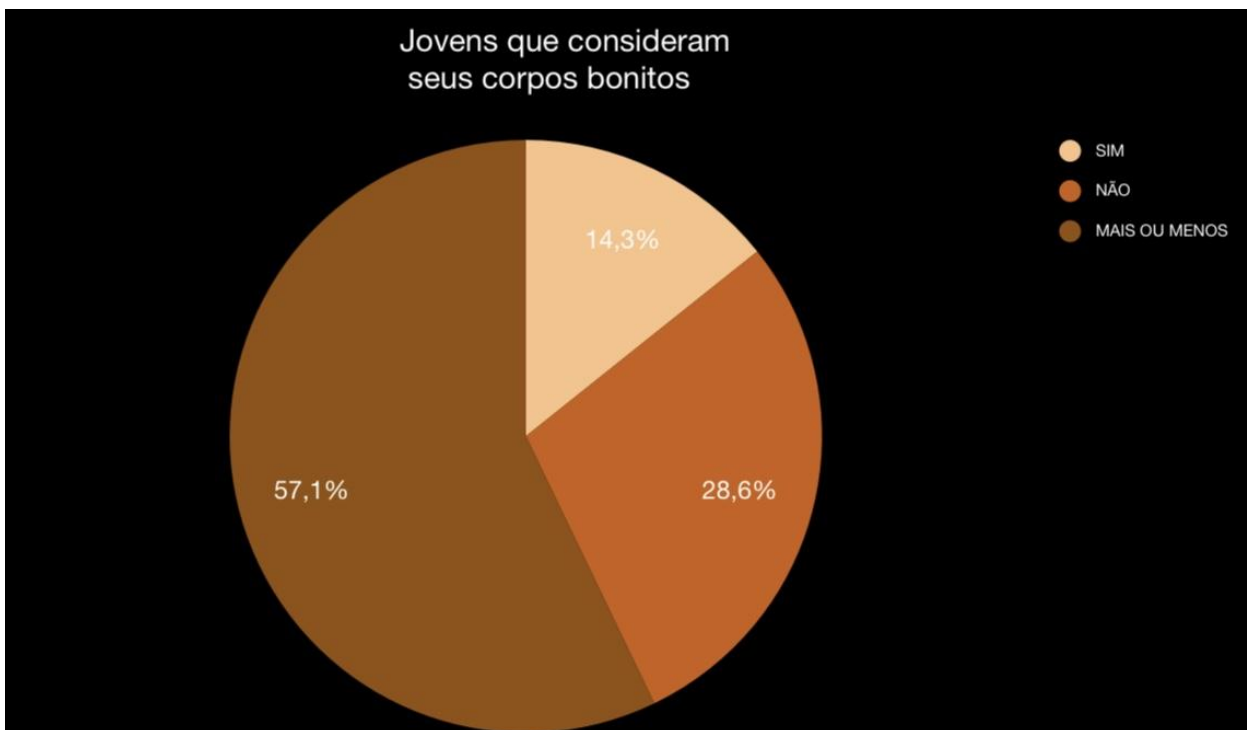


Gráfico 1: Porcentagem de jovens que consideram seus corpos bonitos. Fonte: a autora.

Perguntamos também se elas teriam algum referencial de beleza no Instagram, e 5 jovens responderam que “não” e as outras 9 responderam que sim. De acordo com as respostas dos perfis das influencers fizemos uma análise e obtivemos as respostas a seguir.

4.1 Jovens que responderam que acham seus corpos bonitos:

Entre as 2 meninas que responderam que “sim”, apenas 1 segue uma influencer como referência de beleza, que seria a Jade Picon (Figura x), com um corpo magro e definido. Nenhuma dessas jovens afirmaram seguir alguma influencer que busca fugir dos padrões atuais.



Figura 13: Influencer jade picon. fonte: <https://www.instagram.com/jadepicon/>

4.2 Jovens que responderam que não acham seus corpos bonitos:

A primeira jovem que respondeu que não acha seu corpo bonito tem como referência de beleza duas blogueiras cujos corpos são malhados e definidos, com pouca gordura corporal, e as mesmas são personal trainers.



Figura 14: Personal trainer Carol Borba. Fonte: <https://www.instagram.com/carolborba1/?hl=pt-br>

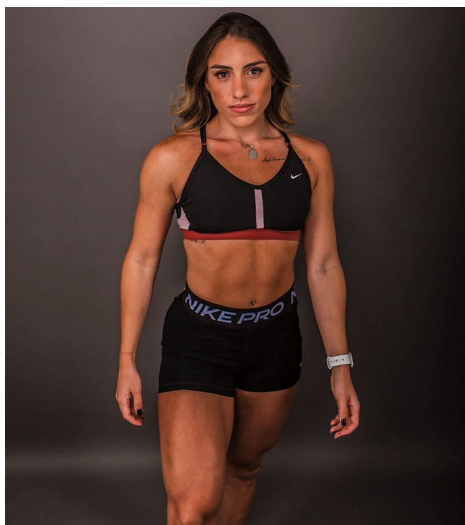


Figura 15: Personal trainer Amanda Biuguer. Fonte: <https://www.instagram.com/amandabiuguer/>

É notável que para alcançar esse nível de corpo, uma mulher necessita de muita dedicação, disciplina e treinos pesados, sendo muito difícil uma estudante do último ano do ensino médio conseguir igualar sua rotina e ter conhecimento necessário e correto para chegar a este padrão corporal. A mesma jovem afirma não seguir influencers fora do padrão.

Já a segunda que afirmou que não acha seu corpo bonito tem como referência de beleza corporal uma influencer com o corpo mais desenhado, com um quadril largo, cintura fina, com seios e nádegas grandes. Ela afirmou não seguir nenhuma influencer que fuja dos padrões.



Figura 16: Influencer Bellsebobo. fonte: <https://www.instagram.com/bellsebobo/>



Figura 17: Influencer Bellsebobo. fonte: <https://www.instagram.com/bellsebobo/>

Interessante destacar que mesmo ela sendo negra de pele clara, consegue se inserir dentro dos padrões com seu corpo e cabelos por vezes alisados, e também utiliza meios de mudar sua aparência com as chamadas “laces”, que são perucas feitas com telas que simulam o couro cabeludo e assim ficam com um aspecto mais natural.

A terceira jovem que não considera seu corpo bonito tem como referência de beleza influencers com os corpos aparentemente mais “naturais”, 2 delas com seios naturais, e 1 com prótese mamária, com nádegas grandes e cintura fina. A jovem afirma que não segue nenhuma influencer que foge dos padrões.



Figura 18: Influencer Nabbru. fonte: <https://www.instagram.com/nabbru/>



Figura 19: Influencer Lorena. Fonte: <https://www.instagram.com/badgallore/>

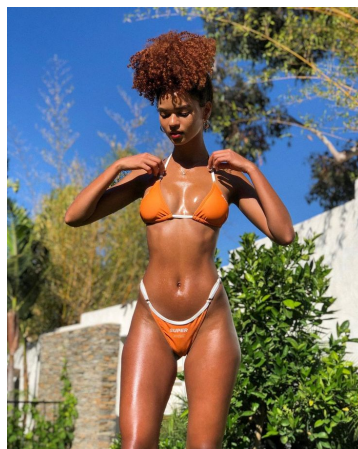


Figura 20: Influencer Nalu. fonte: <https://www.instagram.com/juliananalu/>

É importante colocar em evidência que as três influencers são negras e possuem os corpos mais naturalizados, em exceção a @badgalore que possui prótese mamária.

A última jovem que não considera seu corpo bonito tem como referência de corpo 2 influencers com padrões não muito parecidos, uma mais natural e esbelta, e outra com mais procedimentos estéticos como: lipo, silicone, preenchimento entre outros.



Figura 21: influencer Yasmin Castilho. fonte: <https://www.instagram.com/yasmincastilho>



Figura 22: influencer Virginia Fonseca. Fonte: <https://www.instagram.com/virginia/>

Essa estudante também afirmou que segue uma influencer que foge dos padrões, citando a produtora de conteúdo Patrícia Ramos.



Figura 23:influencer Patricia Ramos. fonte:<https://www.instagram.com/patriciaramos/>

Mesmo podendo se encaixar no padrão corporal atual, a influencer tem a pele escura e possui cabelo crespo. É pertinente citarmos que o padrão branco europeu continua tomando frente na nossa sociedade, tendo em vista os padrões de beleza citados no início dos anos 60 e 70, onde mulheres brancas e esbeltas eram consideradas o ideal de beleza na época. Assim como atualmente, onde as mulheres brancas são mais valorizadas e as pretas mais sexualizadas.

O Censo do Instituto de Geografia e Estatística – IBGE de 2010 apontou que 52,52% das mulheres negras não viviam em união estável. Em uma aula de sociologia, estávamos debatendo sobre o feminismo e o preconceito, quando a professora enfatizou situações que acontecem tanto na vida dela, mas como pode ocorrer na vida de qualquer mulher preta. Ela afirmou:

Teve um dia que eu fui para um pagode com as minhas amigas e paramos para observar a movimentação dos homens, principalmente dos homens pretos, e percebemos que eles sempre davam moles e tentavam ficar com as mulheres brancas, a noite toda tentando, se eles não conseguem, eles chegam na nossa mesa e dão em cima da gente.

É interessante essa fala, pois descreve claramente a solidão da mulher preta, onde até os homens pretos desejam ter ao seu lado mulheres brancas. Dessa forma, é possível identificarmos

que o padrão pode estar ligado às relações pessoais de um indivíduo, tanto para homens quanto para mulheres.

A partir daí é notável que as influencers que essas 4 meninas têm como referência corporal estão totalmente dentro dos padrões atuais mais vistos, tendo as principais características: barriga chapada e as nádegas grandes.

4.3 Jovens que responderam que acham seus corpos bonitos “mais ou menos”

Dentre as 8 meninas que responderam que acham seus corpos bonitos “mais ou menos” apenas 3 citaram que têm algumas influencers como referência corporal, citaram a Paolla Oliveira, que tem um corpo com menos intervenções estéticas, com pernas grossas e nádegas grandes e seios pequenos;



Figura 24: atriz Paolla Oliveira. fonte: <https://www.instagram.com/paollaoliveirareal/>

Virginia Fonseca, que tem uma barriga mais chapada com lipo led, seios volumosos com prótese mamária, nádegas grande em decorrência de uma lipo e preenchimento labial.



Figura 25: influencer Virginia Fonseca. fonte: <https://www.instagram.com/virginia/>

Rafa Kalimann, com coxas grossas e barriga chapada, tendo nádegas grandes e seios siliconados:



Figura 26: influencer Rafa Kalimann. fonte: <https://www.instagram.com/rafakalimann/>

E a Jade Picon, que é mais esbelta e com o corpo mais natural, tendo a barriga chapada (Figura 13).

4.4 Jovens que afirmam seguir influencers que fogem dos padrões

Dentre essas 9 jovens respondentes, 5 delas afirmaram que seguem influencers que buscam fugir desses padrões, a seguir analisamos as características das influencers citadas por elas.

A primeira jovem cita uma influencer que compartilha sua transição de gênero e que tem um corpo fora dos padrões, principalmente por ser gorda. Desde o começo da sua transição de gênero, Mandy compartilha com seus seguidores do instagram e inscritos do youtube.



Figura 27: influencer Mandy Candy. fonte: <https://www.instagram.com/mandycandy/>

A segunda jovem cita influencers de uma outra plataforma mas com o mesmo biotipo dessa acima.



Figura 28: Influencer Ana Lopes (Tik Tok) https://www.instagram.com/_analopess/?hl=pt



Figura 29: Influencer Eliseu Nogueira. Fonte: https://www.instagram.com/eliseunogueira_oficial/?hl=pt

Interessante que essa jovem escolheu um homem fora do padrão, influencer e plus size.

A terceira estudante cita duas influencers, tendo quase o mesmo estereótipo, com braços e coxas mais grossas e seios pequenos.



Figura 30: Influencer Deborah Aladim. Fonte: <https://www.instagram.com/dedaaladim/?hl=pt>

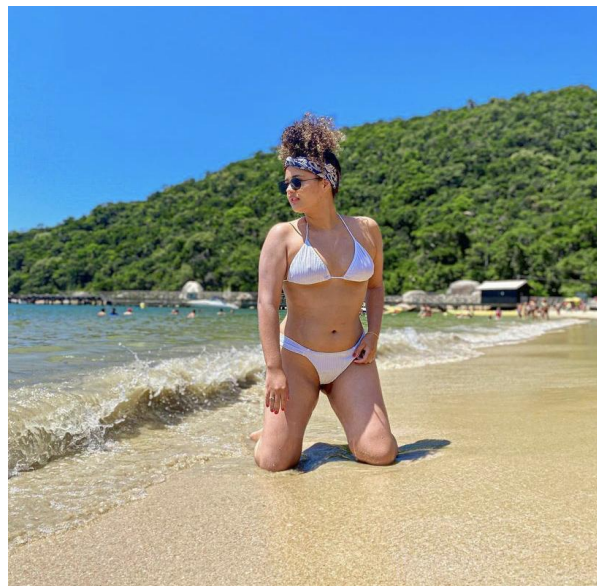


Figura 31: influencer Ana Cláudia. fonte: <https://www.instagram.com/anaclaudians/>

A quarta estudante cita uma influencer que visa mais o conforto, aceitando suas “dobrinhas” e seu corpo como ele é.



Figura 32: influencer Lela Brandão. fonte :<https://www.instagram.com/lela.brandao/>

A última cita 3 influencers, com padrões corporais parecidos, sendo gordas e que falam sempre sobre amor próprio e auto aceitação.



Figura 33: influencer Thaís Carla. fonte: <https://www.instagram.com/thaiscarla/>



Figura 34: influencer Polly de Oliveira. fonte: <https://www.instagram.com/pollyoliveirareal/>



Figura 35: influencer Mariana Torquato. fonte: <https://www.instagram.com/marianatorquato/>

Outro fator que pode contribuir para a influencer Mariana Torquato ser considerada fora dos padrões é a deficiência que ela tem: Mariana nasceu sem o antebraço devido a uma malformação provocada por um sedativo na gravidez.

É interessante ressaltar que, dentre as jovens que responderam que consideram seu corpo “mais ou menos” bonito, 5 delas seguem influencers que buscam fugir dos padrões, já as que responderam que “não” consideram seu corpo bonito, apenas 1 citou que segue influencers fora do padrão hegemônico. Já entre as 2 meninas que responderam que “sim”, apenas 1 segue uma influencer como referência de beleza, que seria a Jade Picon, com um corpo magro e definido. Nenhuma dessas jovens afirmaram seguir alguma influencer que busca fugir dos padrões atuais.

Ao perguntarmos se as jovens consideram que têm um corpo que corresponde a esses padrões, 9 delas responderam que não e 5 delas responderam que sim, dando as seguintes justificativas: cabelo liso, apenas por ser magra, branca, cintura fina, olho claro e cabelo loiro. Dando ênfase que foi disponibilizado 3 espaços livres (não obrigatórios) para que elas respondessem aos seus critérios. É indispensável citar que o padrão branco foi colocado. Segue o gráfico abaixo:

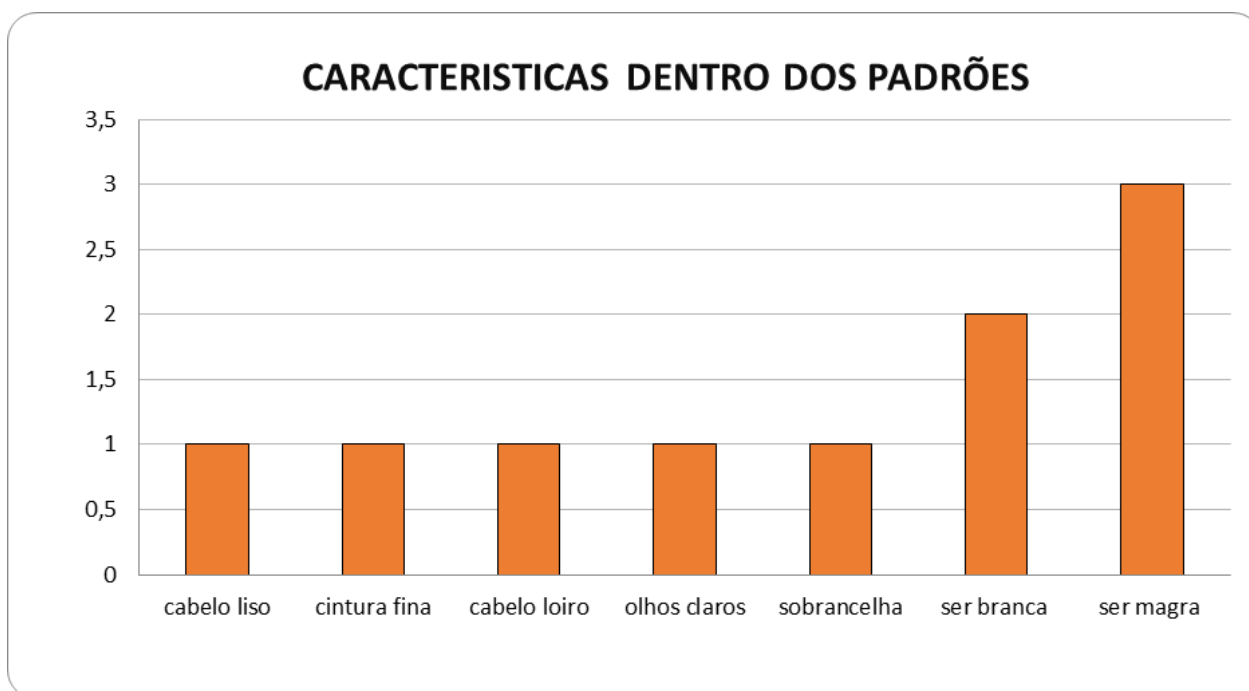


Gráfico 2: Características citadas pelas jovens como sendo dentro dos padrões. Fonte: a autora.

Dentre essas 5 jovens, é possível concluir que mais que a metade delas responderam ser magra uma característica dentro dos padrões. É interessante, pois vimos que dentro o padrão antigo e o atual, uma das coisas que prevaleceram foi a magreza, não tão forte como no século passado, mas ainda presente. Uma das justificativas para a diminuição do culto à magreza, são influencers que resistem e fazem conteúdos incentivando outras mulheres a resistirem a este padrão.

A partir da pergunta:” Caso tenha características que fogem a esses padrões, quais seriam?” Das 14 meninas, apenas 1 não citou nenhuma característica que fuja dos padrões. Após

a análise identificamos respostas parecidas como: peito pequeno, barriga, dobrinhas na barriga, estar fora do peso ideal, estrias, glúteos pequenos... Segue o gráfico abaixo:

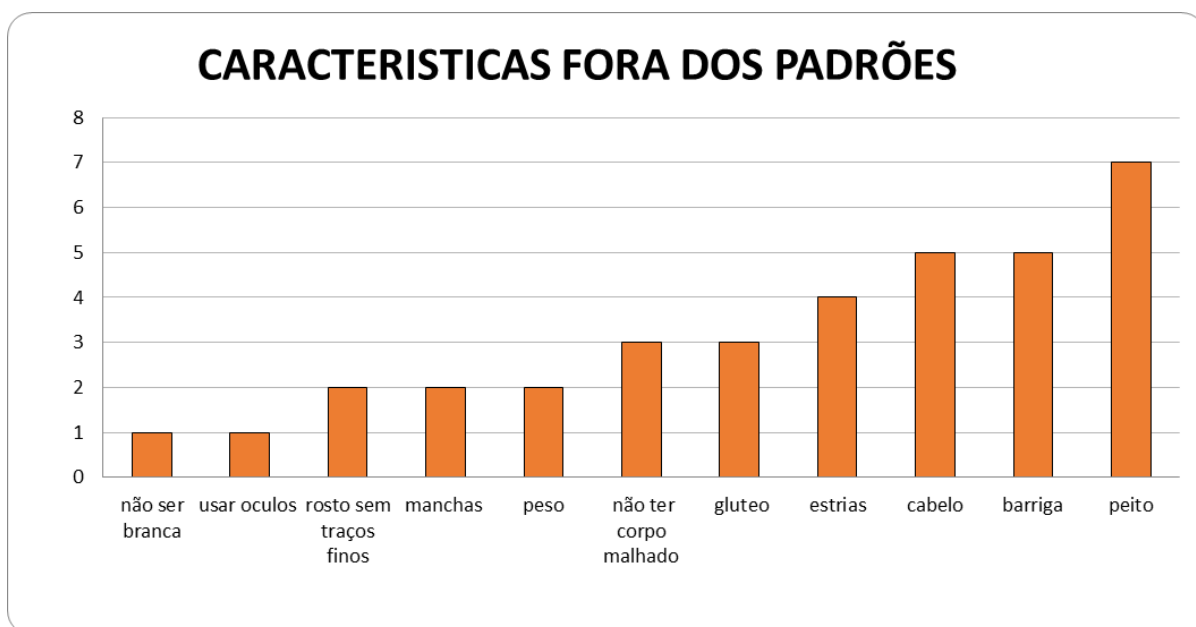
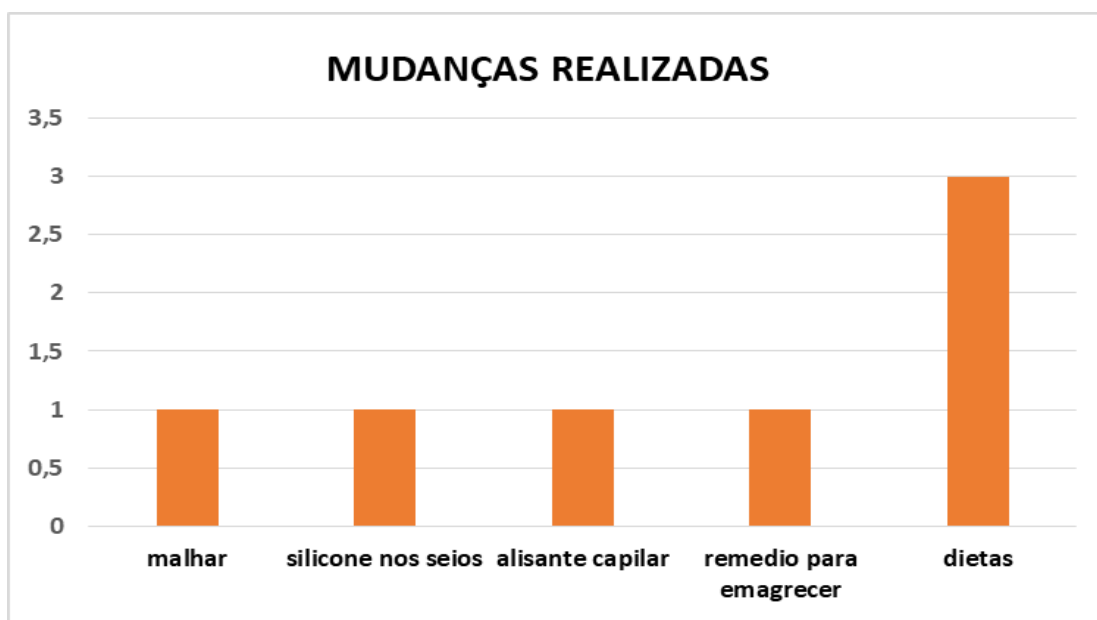


Gráfico 3: Características citadas pelas jovens como sendo fora dos padrões. Fonte: a autora.

Analisando este gráfico, é perceptível a grande variação entre os fatores que correspondem a características fora dos padrões, dentre eles se destacam o cabelo, barriga e principalmente os seios. Das 14 jovens, 5 delas afirmaram que já realizaram algumas mudanças para se aproximarem de alguma blogueira. Destacam-se as dietas/emagrecer, silicone nos seios, malhar e alisamento capilar.



Compreende-se que a perda de peso é o objetivo maior desse grupo. É interessante colocar que dentre as pressões predominantes voltada para a aparência, o peso tem um grande destaque, pois de acordo com o padrão atual ser gordo é sinônimo de feiura. Ademais, analisando as abordagens específicas para modificar um corpo, a dieta se destaca por ser a mais acessível. Outro fator a se considerar é que no gráfico 3 as características mais citadas como fora dos padrões foram “cabelo”, “barriga” e “seios”. Dessa forma é possível fazer uma relação, na qual as jovens tentaram modificar esses fatores para assim tentar se aproximar do padrão.

Em relação a restrições por conta da imagem corporal, 9 jovens afirmaram já ter se privado de algum momento específico por conta da sua aparência. Identificamos e retiramos as palavras mais citadas por elas, que foram: insegurança, julgamento, praia e escola. Entre essas palavras mais citadas, predominaram “praia” e “escola”. No contexto da praia, é possível relacionar com a insegurança de colocar um biquíni, já que 5 jovens citaram o desconforto que sentem de usar trajes de banho, por conta de alguns aspectos em seus corpos que as mesmas não gostam, como uma aluna citou ao perguntarmos do que ela se privou e porque, ela respondeu: “usar biquíni na praia, por ter algumas estrias e marcas, além de algum tipo de roupa.” Entendemos que essas marcas e estrias seriam um empecilho para ela ir à praia ou se sentir desconfortável na mesma.

Dentre as privações citadas identificamos até uma jovem que já se privou por conta de seus pés e pelos, os quais não teve tempo de fazer a unha e se depilar. Isso seria uma atividade rotineira para as mulheres, e se tornou um grande tabu deixar os pelos um pouquinho maiores ou até mesmo crescerem, essa escolha pode ser interpretada como um mal cuidado e descuido vindo de uma mulher, onde ela estaria indo “contra” ao típico padrão de beleza atual. Pois a partir da publicidade é colocado em ênfase o que a mulher deve seguir para ser ideal, o blog da Herself afirma: “Ao longo dos anos, as propagandas de giletes e cremes depilatórios continuaram representando a depilação como essencial à feminilidade. Palavras como suavidade, limpeza, frescor, beleza e atração sempre estiveram presentes nos anúncios.” A partir disso vemos que o anúncio coloca tudo que uma mulher deseja ser, que é se sentir bela, desejada, sensual e milhares de adjetivos que vão exaltá-la. Quando é colocado algo como sinônimo de alguma dessas

características, por exemplo a depilação, ir para uma direção contrária da mesma pode causar um certo tipo de vergonha de não ser aceita e considerada bonita o suficiente pela sociedade.

Em relação à questão “Você já quis modificar seu corpo?”, 13 adolescentes responderam que sim e apenas uma afirmou que nunca teve desejo em modificar seu corpo. Ao questionarmos quais seriam essas mudanças, tivemos as seguintes respostas:

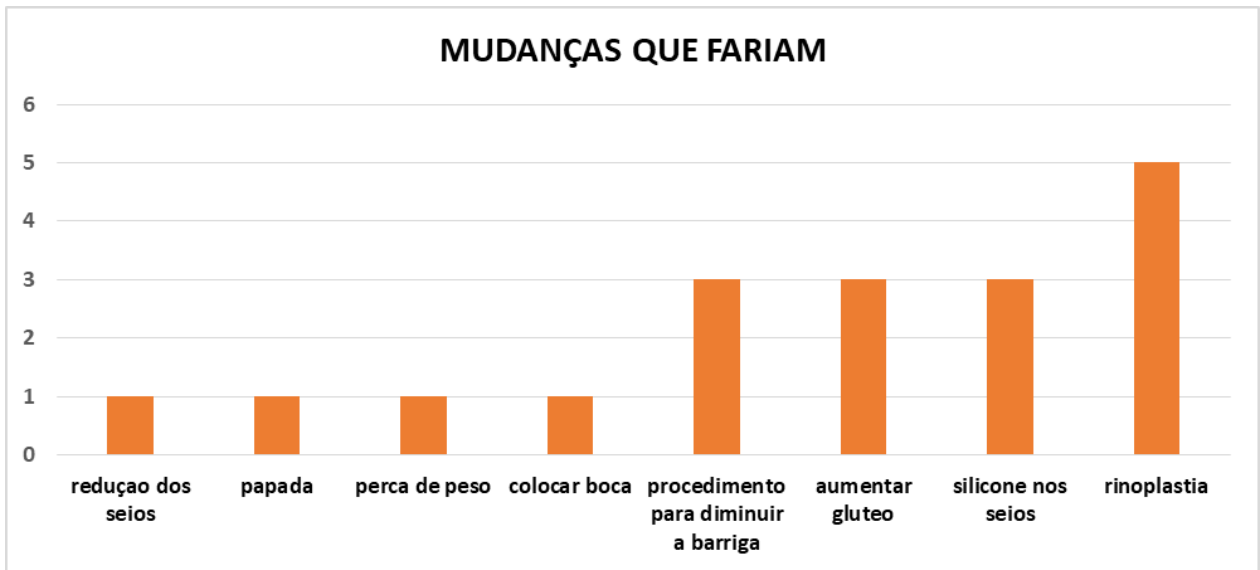


Gráfico 5: Mudanças que as jovens fariam em seus corpos. Fonte: a autora.

Percebe-se que o procedimento que prevaleceu foi a rinoplastia. 8 das jovens citam a cirurgia plástica como uma forma de mudança para se sentirem realizadas. Uma estudante afirmou que não se sente bem consigo mesma e outra jovem em especial teve uma resposta que nos chamou atenção, foi a seguinte: “a única coisa que manteria seriam os olhos e cabelos” assim entende-se que o resto do corpo, se ela pudesse, modificaria todos. Dessa forma pode-se avaliar que a maioria das meninas não estão satisfeitas completamente com seus corpos, este resultado faz sentido, já que as cirurgias plásticas estão cada vez mais ganhando força no mercado da beleza, a Radioagência Nacional afirma que de acordo com os dados da sociedade brasileira de cirurgia plástica mostram que mais de 1,5 milhões de procedimentos estéticos são realizados no Brasil todos os anos, logicamente em decorrência a insatisfação de muitas pessoas, principalmente as jovens mulheres.

Como já foi mostrado no início dessa pesquisa, o Instagram segue sendo uma das redes mais popularizadas, de acordo com os dados de pesquisa most popular social networks

worldwide as of July 2021 da empresa Statista.com, entre o ranking das redes sociais o Instagram aparece em sexto lugar com mais de 1 bilhão de acessos, sendo entre elas o líder de marketing de influência. Deste modo incluímos no questionário perguntas voltadas diretamente para esta rede e obtivemos os resultados a seguir.

Dentre as 14 jovens respondentes, 12 meninas responderam que acessam o Instagram 'várias vezes por dia' tendo 1 jovem que afirmou que não acessa a rede porque não a tem, já a outra respondente afirmou que só acessa uma vez ao dia.

Dentre os critérios que as jovens usam para decidir postar uma foto no Instagram, identificamos estes:

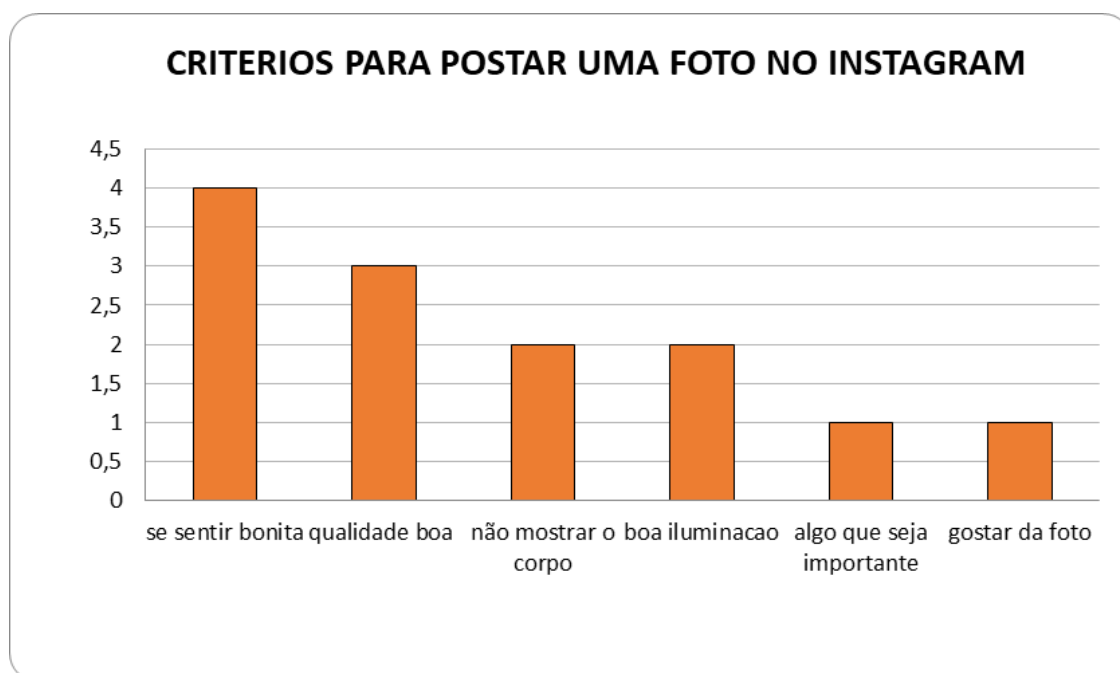


Gráfico 6: Critérios que as jovens utilizam para postar uma foto no Instagram. Fonte: a autora.

Analisando este gráfico é possível perceber a grande diferença entre “gostar da foto” e “se sentir bonita”, nesse contexto o segundo foi o mais colocado pelas jovens e o primeiro, juntamente com “algo que seja importante”, foram os menos colocados. A partir disso pode-se ter a conclusão que se achar bonita é o maior critério que esse grupo de jovens possui para resolver postar uma foto no Instagram.

5 CONCLUSÃO

A partir desta pesquisa, conseguimos enxergar e nos aprofundar com mais clareza todo o ciclo do culto à beleza, das revistas femininas até o Instagram, sendo a mídia acompanhada da publicidade, a influenciadora principal das mulheres. Identificamos também a modificação dos padrões de beleza ao passar dos anos, dos anos 60 até os anos 2000, a partir disso é possível fazermos algumas comparações com o padrão atual. O que nos chama mais atenção é o culto desde sempre a barriga chapada, sendo vista como um grande estigma de beleza. Os corpos malhados, da década de 80, nos remete muito aos padrões atuais também, a febre dos bumbuns grandes e pernas torneadas, a sensualidade se fazendo presente em todos os anos. Sendo o corpo desde sempre um cartão de visita das mulheres na sociedade patriarcal.

Já sobre o Instagram e sua grande influência, nota-se a quantidade de “*fake news*” que é passado pelas blogueiras, nas quais modificam e transformam sua aparência através de efeitos e procedimentos estéticos inalcançáveis para a maioria das mulheres. É possível melhor analisar detalhadamente a influência dessa rede a partir da conclusão do questionário a seguir.

Nota-se que mais da metade das meninas que responderam o questionário não se sentem satisfeitas com seus corpos, importante colocar em ênfase também que as meninas que citaram não achar seus corpos bonitos, apenas uma cita cita seguir uma blogueira que esteja fora dos padrões atuais, que é a Patrícia Ramos, que aparentemente tem o corpo dentro dos padr. Deste modo é possível notar a influência das redes na vida das jovens, pois seguindo somente mulheres com corpos idealizados e aparentemente “perfeitos” para a sociedade, a tendência da mesma criar uma imagem negativa do seu corpo é consideravelmente alta. A ilusória perfeição que é passada por blogueiras, por meios de photoshops e aplicativos de maquiagem virtual, além dos procedimentos estéticos, podem acabar enganando as jovens que as acompanham, que de certa forma podem criar comparações com seus próprios corpos.

Voltando para o objetivo geral desta pesquisa, após a análise empírica, conseguimos chegar a conclusão que sim, as redes sociais podem influenciar a vida de uma jovem, podendo ser de uma forma negativa ou positiva. Vemos que a privação de atividades sociais é uma consequência dessa influência, tendo em vista o nível do padrão estabelecido citado pelas estudantes, no qual elas mesmas se colocam em decorrência ao domínio dessa insana busca pelo

corpo perfeito nas redes. Ser aceita em seu meio social e a busca por uma autoestima vindo de elogios de terceiros, são alguns dos motivos para uma jovem querer fazer parte dessa “norma” atual. Ademais, lamentavelmente é possível notar entre as meninas uma certa naturalização em relação a lidar e perseguir os padrões, no sentido de já estarem acostumadas e quererem até fazer cirurgias plásticas a fim de tentar se aproximar desses modelos.

Tendo em vista as respostas colocadas, a questão racial também se encaixa no contexto desta pesquisa, pois quando a jovem citou uma mulher negra com um corpo de acordo padrão atual, como “fora dos padrões”, entendemos que o que faz ela fugir deste padrão é a cor de pele e o cabelo. Desta forma, seria inevitável não citar o padrão branco e classificá-lo como o predominante, ademais, dentre as jovens que citaram blogueiras que são referências de beleza para elas, apenas 2 citaram mulheres pretas, mas não retintas, mulheres que se encaixam na classificação atual de uma preta da pele clara, que na nossa sociedade muitas pessoas podem usar o termo “morena”. Diante disso, é inevitável não ressaltar o colorismo, tendo em vista sua grande importância:

O colorismo cria tonalidades de pele como se fosse uma classificação de lápis de cor em tons claros e escuros. Na contemporaneidade, esse tipo de classificação pode facilitar a vida de quem tem a pele mais clara e dificultar o dia a dia quem tem a pele mais escura. Por exemplo: uma pessoa negra com a tonalidade da pele mais clara, tem uma “certa” aceitação na sociedade. Ela pode conseguir um emprego mais fácil, por exemplo, por ter a pigmentação da pele mais próxima da etnia branca.” (COLORISMO. politize!, 2019. Disponível em <https://www.politize.com.br/colorismo>)

Com isso conseguimos entender a grande influência do padrão europeu na nossa sociedade, onde quanto mais perto da coloração clara, mais aceito o indivíduo vai ser. Então fica a questão, por que nenhuma das estudantes citaram como referência de beleza uma mulher preta retinta?

Ainda fazendo relação com blogueiras fora dos padrões, é interessante destacar também a influência positiva de algumas contas citadas, que visam o amor próprio e a auto aceitação, pois a partir delas, diversas mulheres podem mudar seus olhares sobre sua aparência, olhando somente para si e ignorando a opinião e imposição do que é bonito ou feio dito por terceiros. As privações

decorrentes das opiniões alheias podem afetar não somente a vida pessoal de um indivíduo, mas como suas relações com pessoas próximas, pois a insegurança causada por piadinhas, comentários de mau gosto e falas para “ajudar” uma pessoa, podem desencadear transtornos alimentares, depressão e até uma auto exclusão. Sendo assim, é de grande importância um incentivo para mudar o pensamento voltado para o que vemos nas redes, e abirmos nossos olhares para o que realmente importa, que é se sentir bem e confortável consigo mesma. Desta forma, contas como estas, podem auxiliar mulheres que querem sair dessa “bolha” que é o padrão de beleza, servindo como uma certa estratégia de refúgio.

Devemos buscar apenas a nossa própria aceitação, se ao olhar no espelho uma pessoa se sentir bem consigo mesma, por que mudar? Tentar agradar o próximo nos leva a um ciclo sem fim de inseguranças e quebra de expectativas. Com o amor próprio somos capazes de tudo. Reaja, mulher! Você é linda. Coloca um cropped.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIMORÁ, L. L. V. Desenvolvimento e construção da imagem corporal na atualidade: um olhar cognitivo-comportamental. *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, vol. 6, nº2, p. 96-116, 2010.

ALEIXO, Marcos. O número de procedimentos estéticos no Brasil por ano supera 1,5 milhão. *Rede cultura de rádios*, 03 de junho de 2021.

BETTIOL, B. M. (2017). *Do autorretrato à self: análise da imagem feminina no Instagram*.

BIROLI, Flávia. *Feminismo e política*. São Paulo, 2014.

CALDAS, Carina. A mudança dos padrões de beleza através dos anos. *Supera*, 16 de maio de 2018.

CARRERA, F. (2012). Instagram no facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Revista interamericana de comunicação midiática*, 11(22), 148-165.

FERREIRA, Bruna. *As modas e os modos: A mulher representada nas revistas femininas*. Minas Gerais, 2018.

GELEDÉS, blog. *Colorismo. Politize!*, 11 de novembro de 2019.

LE BRETON, D. *A sociologia do corpo*. 4.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

LINS, Marina. Mulheres com pelos: o que motiva a escolha da não depilação?. *Herself*, 22 de fevereiro de 2022.

LOURENÇO, Tainá. Cresce mais de 140% números de procedimentos estéticos em jovens. *Jornal da USP*, 11 de janeiro de 2021.

NEIVA, Renata. *Pedagogia da beleza: A história do corpo feminino no correio da manhã*. Uberlândia, 2018.

NOVAES, J. V. (2013). *O intolerável peso da feiúra: Sobre as mulheres e seus corpos*. Rio de Janeiro: Garamond/Ed. PUC.

NOVAES, J.V. (2011). Beleza e feiúra. Corpo feminino e regulação social. Em: Del Priore (org.), A História do corpo no Brasil (pp. 477-506). São Paulo: Ed. Unesp.

ROSA, Fernanda de Souza. Como as narrativas visuais do Instagram influenciam na construção do mito beleza: o corpo universal. Monografia (Especialização em Narrativas Visuais) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2018.

RODRIGUES, Anderson. Imagem corporal e percepção dos adolescentes. Rio de Janeiro, 2016.

SCHILDER, Paul. A imagem corporal: as energias construtivas da psique. Martins Fontes, 1980.

WOLF, Naomi. O mito da Beleza: como as imagens são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro, 1992.

VIEIRA, Anny. Instagram: Possíveis Influências na Construção dos Padrões Hegemônicos de Beleza Entre Mulheres Jovens. Brasília, 2019.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO ÀS ESTUDANTES

Cabeçalho

Este questionário é parte da pesquisa de TCC intitulada “**PADRÕES DE BELEZA E MÍDIAS SOCIAIS: COMO PODEM INFLUENCIAR NA AUTOESTIMA DE JOVENS MULHERES?**”, e busca compreender se e como os padrões de beleza predominantes no Instagram impactam as escolhas das adolescentes da EPSJV e identificar se e como as adolescentes da EPSJV realizam estratégias para evitar esse impacto. Ao participar, você estará colaborando para ampliar a compreensão sobre esse tema.

O projeto está sendo desenvolvido na EPSJV / Fiocruz e os dados coletados serão utilizados somente para os fins desta pesquisa. Caso suas palavras sejam citadas no trabalho, você não será identificada. Você será designada por uma letra do alfabeto ou pseudônimo. Será mantido o seu anonimato e o sigilo dos dados pessoais fornecidos. Não haverá qualquer custo ou pagamento e você pode desistir ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem que isso leve a qualquer penalidade. Você responderá, em média, 30 perguntas (aproximadamente 15 minutos de preenchimento).

Leia o Registro de Consentimento completo aprovado pelo Comitê de Ética, clicando no link abaixo, e salve o arquivo para sua consulta:

Registro de Consentimento (arquivo pdf)

Contato:

Ana Beatriz de Andrade Moreira

Tel.: (21) 97300-1194

E-mail: anatmoreira23gmail.com

Orientação: Profa. A Dra. Cynthia Macedo Dias

() Declaro que sou aluna da EPSJV e concordo com o Registro de Consentimento Livre e Esclarecido.

Dados pessoais

Nome (não será divulgado)

Idade

Habilitação

Você tem instagram?

() Sim

() Não

Relação com padrões de beleza

Você considera seu corpo bonito?

() Sim

() Mais ou menos

() Não

Por quê?

Você já se privou de algo ou de alguma atividade por causa do seu corpo?

() Sim

() Não

Se sim, do que você se privou e por quê?

Você quer ou já quis modificar algo no seu corpo para se sentir melhor?

Sim

Não

Se sim, que mudança(s) seria(m) essa(s)? Por quê? Caso já tenha realizado, ficou satisfeita com o resultado?

Relação com Instagram

Com que frequência você acessa o Instagram?

Várias vezes por dia

Pelo menos uma vez por dia

Pelo menos uma vez por semana

Pelo menos uma vez por mês

Tenho Instagram mas quase não acesso

Você costuma postar fotos suas no Instagram?

Sim

Não

Cite os 3 principais critérios que você utiliza para decidir postar uma foto sua no Instagram:

Já apagou ou arquivou alguma foto sua que tinha postado no Instagram?

Sim

() Não

Se sim, por que?

Padrões de beleza no Instagram

Tem alguma blogueira ou influencer no Instagram que é referência de beleza corporal para você?

Se sim, cite as contas abaixo (até três):

Dentre essas contas, qual delas você considera ter o corpo mais bonito?

Cite até 3 motivos:

Você acha que existem certos padrões de beleza que predominam no Instagram?

() Sim

() Não

Se sim, quais seriam as características desses padrões?

Você considera que o seu corpo tem características que correspondem a esses padrões? Se sim, quais seriam essas características? Cite as três principais:

Caso tenha características que fogem a esses padrões, quais seriam? Cite as três principais:

Isso te incomoda de alguma forma?

- Sim
- Mais ou menos
- Não

Você busca ou já buscou modificar algo no seu corpo para se aproximar de características de alguma blogueira ou influencer no Instagram?

- Sim
- Não

Que mudança(s) seria(m) essa(s)? Caso tenha realizado, ficou satisfeita com o resultado?

Você já adquiriu algum serviço ou produto relacionado a beleza corporal indicado por uma influencer no Instagram?

- Sim
- Não

Se sim, poderia dar alguns exemplos? Você ficou satisfeita com esses produtos ou serviços?

Você segue alguma blogueira ou influencer que busca fugir dos padrões de beleza corporal predominantes? Se sim, cite as contas abaixo (até três):

Você já buscou alguma estratégia para evitar o impacto dos padrões de beleza predominantes no Instagram? Se sim, quais foram?

Você gostaria de acrescentar algo sobre o tema?

APÊNDICE B – REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio - EPSJV/Fiocruz

Pesquisadora orientadora: Cynthia Macedo Dias | E-mail: cynthia.dias@fiocruz.br

Aluna pesquisadora: Ana Beatriz de Andrade Moreira | E-mail: anatmoreira23@gmail.com

Você está sendo convidada a participar da pesquisa “PADRÕES DE BELEZA E MÍDIAS SOCIAIS: como podem influenciar na autoestima de jovens mulheres?”. Esta é uma pesquisa realizada no Projeto Trabalho, Ciência e Cultura (TCC) da EPSJV / Fiocruz.

A participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que você é atendida pela pesquisadora. Você será esclarecida sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. Antes de confirmar a sua participação você poderá conversar com seus parentes ou amigos.

Qualquer dúvida sobre os procedimentos, resultados ou outros relacionados à pesquisa será esclarecida pela aluna pesquisadora **Ana Beatriz de Andrade Moreira** e/ou por sua orientadora Cynthia Macedo Dias, no telefone (21) 981257263 ou e-mail anatmoreira23@gmail.com (pesquisadora) cynthia.dias@fiocruz.br (orientadora) ou pelo Comitê de Ética em Pesquisa da EPSJV (Av. Brasil, 4365 – Contêiner 7 - Mangueiras – RJ / CEP 21045-900 Tel.: 3865-9705/e-mail: cep.epsjv@fiocruz.br).

O **objetivo da pesquisa** é identificar impactos dos padrões de beleza predominantes no Instagram nas escolhas de jovens da EPSJV e estratégias de refúgio em relação a estes. O **objetivo deste questionário** é compreender se e como os padrões de beleza predominantes no Instagram impactam as escolhas das jovens da EPSJV maiores de idade e identificar se e como estas realizam estratégias para lidar com esse impacto.

O projeto está baseado na abordagem qualitativa. Sua participação envolverá responder um questionário online com perguntas relacionadas aos padrões de beleza e sua presença no Instagram. O questionário conterá 30 perguntas, a maioria delas com respostas fechadas e algumas com respostas abertas, facilitando a análise do material empírico.

BENEFÍCIOS: As respostas dadas pelas jovens mulheres da EPSJV podem contribuir para compreender como e se a rede social tem influência na vida dessas jovens e quais seriam as estratégias de refúgio em relação a esses padrões.

RISCOS: Os riscos previsíveis são mínimos, como eventuais desconfortos no preenchimento do questionário ou evocação de memórias, além dos riscos inerentes ao uso de plataformas digitais, como a dificuldade de garantir a confidencialidade. As pesquisadoras tomarão providências para minimizar esses riscos, como a guarda local dos arquivos e o contato individual com a voluntária em caso de dúvidas da mesma. Em caso de dificuldades práticas ou emocionais, a voluntária poderá a qualquer momento desistir de preencher o questionário, sem qualquer prejuízo.

RESSARCIMENTO: Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira ou remuneração, porém poderá solicitar indenização caso tenha algum prejuízo material ou imaterial decorrente da pesquisa, nos termos da legislação vigente.

As pesquisadoras tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as

informações somente para os fins acadêmicos e científicos (livros, artigos e slides), em favor das pesquisadoras da pesquisa, acima especificadas. Para manter o sigilo em relação à identidade das voluntárias, serão atribuídos nomes fictícios, quando da publicação dos resultados, Seu nome e quaisquer informações que poderiam permitir sua identificação serão mantidos em confidencialidade. A pesquisadora avisará você e enviará os resultados do estudo quando a pesquisa for finalizada. Todo material será mantido em arquivo por cinco (5) anos.

Recomendamos que baixe e guarde este Registro de Consentimento. Ao responder e enviar o questionário, você aceita o conteúdo deste Registro, conforme a descrição abaixo.

Agradecemos, desde já, pela sua atenção e valiosa colaboração!

Declaro que li e concordo em participar da pesquisa.

Cidade e data: _____

Nome da participante: _____

Assinatura da participante: _____

Assinatura da pesquisadora responsável:  _____