



**INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DA ÂNIMA EDUCAÇÃO  
CENTRO UNIVERSITÁRIO AGES  
BACHARELADO EM PSICOLOGICA**

**EDIENE SOUSA DA SILVA  
ESTEFANI CORREIA DE OLIVEIRA MENDONÇA  
MILLENA BARROS SANTANA**

**AS CONSEQUÊNCIAS DE UMA SOCIEDADE PERFECCIONISTA  
EM UM MUNDO TECNOLÓGICO**

**PARIPIRANGA**

**EDIENE SOUSA DA SILVA**  
**ESTEFANI CORREIA DE OLIVEIRA MENDONÇA**  
**MILLENA BARROS SANTANA**

**AS CONSEQUÊNCIAS DE UMA SOCIEDADE PERFECCIONISTA EM UM MUNDO  
TECNOLÓGICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Psicologia do Centro Universitário AGES, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>- Me. Catiele dos Reis Santos

Paripiranga  
2021

**EDIENE SOUSA DA SILVA**  
**ESTEFANI CORREIA DE OLIVEIRA MENDONÇA**  
**MILLENA BARROS SANTANA**

**AS CONSEQUÊNCIAS DE UMA SOCIEDADE PERFECCIONISTA EM UM MUNDO  
TECNOLÓGICO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel em Ciências Humanas e aprovado em sua forma final pelo Curso de Psicologia, Instituições de Ensino Superior (IES) da Ânima Educação.

Paripiranga, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

---

Profª e orientadora. Me. Catielle dos Reis Santos  
Instituições de Ensino Superior (IES) da Ânima Educação

---

Prof. Dr. Bruno Felipe Santana Santos  
Instituições de Ensino Superior (IES) da Ânima Educação

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>2. METODOLOGIA.....</b>   | <b>11</b> |
| <b>3. DITADURA DA BELEZA .....</b>   | <b>12</b> |
| <b>4. ERA DIGITAL .....</b>  | <b>22</b> |
| <b>5. ESTUDO DOCUMENTAL: .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>5.1 Barbie Humana – Angelica Kenova, Valeria Lukyanova e Andressa Damiani .....</b> | <b>31</b> |
| <b>5.2 Ken humano - Rodrigo Alves (Rodd).....</b>                                      | <b>35</b> |
| <b>5.3 Andressa Urach.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>  | <b>43</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>46</b> |

## RESUMO

O presente trabalho tem como intuito discutir a importância de compreender as consequências e particularidades apresentadas pelo sujeito no cenário atual, dando ênfase ao universo midiático, apresentando os padrões de beleza e comportamento pregados por esses veículos de informações. Levando em consideração as problemáticas concebidas por uma sociedade capitalista, fez-se necessário abordar a contribuição das redes sociais para o crescimento de uma idealização de sentimentos e realidades líquidas vivenciadas pelo ser humano, sendo proporcionadas pelo consumo exacerbado de cosméticos, realização de cirurgias plásticas e dietas para o alcance de sucesso e aceitação tanto pessoal quanto social. Para enriquecer a pesquisa em questão, os dados de experiências utilizados para demonstrar as influências dessa ruptura de significados em torno dos novos arquétipos de beleza e bom desempenho corporal, foram apanhados diretamente das fontes midiáticas, em sites confiáveis voltados para conhecimento cotidiano, e transformados em estudos de caso com a finalidade de trazer a tona problemáticas latentes que são ofuscadas pela naturalização do sofrimento em benefício de uma suposta qualidade de vida saudável.

Palavras-chaves: Mídias sociais. Padrão. Beleza. Consumismo.

## Abstract

The present work aims to discussing the importance of understanding the consequences and particularities presented by the subject in the current scenario, emphasising the media universe, presenting the standards of beauty and behavior preached by these information vehicles. Taking into account the problems conceived by a capitalist society, it was necessary to address the contribution of social networks to the growth of idealization of feelings and liquid realities experienced by human beings, provided by the exarcebated consumption of cosmetics, plastic surgery and diets to achieve personal and social success and acceptance. To enrich the research in question, the experience data used to demonstrate the influences of this rupture of meanings around the new archetypes of beauty and good body performance, were taken directly from media sources, on reliable websites aimed at everyday knowledge, and

transformed into case studies with the purpose of bringing to light latent problems that are overshadowed by the naturalization of suffering in benefit of a supposed healthy quality of life.

Keywords: Social media. Pattern. Beauty. Consumerism.

## 1. INTRODUÇÃO

A sociedade pós-moderna, denominada como modernidade líquida, tem sido marcada por um empenho demasiado em torno da idealização das novas formas de existir (BAUMAN, 2004). Anteriormente os costumes eram focados na racionalidade do sujeito, colocando este como centro do conhecimento e sabedoria, entrando em conflito com os ideais da atual geração, que constantemente procura formas de obter sensações prazerosas de modo imediato, resultando nestes, um desequilíbrio e a fragmentação do que tanto almeja, a identidade própria e o bem-estar social (BAUMAN, 2004).

Contradizendo os pensamentos estruturais dos antepassados, a nova geração surge com o ideal de liberdade para escolher o estilo de vida, as ideologias e o caminho que desejar trilhar, já que outrora minorias eram proibidas de fazer e/ou frequentar alguns ambientes (OLIVEIRA; SANTOS, 2021). Contudo, essa parece ser uma falsa sensação de autonomia, uma vez que a mídia e o estado ditam regras que limitam o sujeito, despertando neste o desejo de se adequar a essas postulações (OLIVEIRA; SANTOS, 2021). Apesar disso, os indivíduos continuam vivenciando essa bolha social exibindo em contas online uma realidade agradável aos olhos da sociedade virtual (OLIVEIRA; SANTOS, 2021).

Com o crescimento do uso das tecnologias, a sociedade encontra-se mais exposta a diversas ideologias, já que o acesso à internet tem alcançado proporções mundiais (MARIZ et al., 2015). Inicialmente, esse avanço tecnológico foi considerado uma mudança meramente positiva, porém, com o passar do tempo pôde-se perceber que há uma propagação de ideias que podem vir a ditar um arquétipo do que ser, fazer, comer, ou até mesmo como se comportar (JACOBI, 1990). Esse modelo estabelecido pela sociedade moderna, estimula algumas pessoas a seguirem o “padrão ideal” configurado pelos moldes do corpo “perfeito”, podendo este, proporcionar agravos à saúde física e psicológica dos indivíduos (JACOBI, 1990).

A atual geração perpetua a ideia de uma cultura padronizada, envolta de um corpo perfeito, sendo estes, rosto simétrico, seios avantajados e rígidos, barriga reta, cintura fina, quadris largos, glúteos volumosos e coxas grossas (SANCHEZ, 2018). Diante dessa problemática, como o indivíduo pode de maneira saudável, física e psicologicamente, conseguir se encaixar nesse padrão? A resposta para isso é, não tem como, pois não existe um modelo corporal a ser seguido, e sim diversas estruturas físicas que devem ser enaltecidas cada um com a sua forma (SANCHEZ, 2018).

Em contraponto, apesar de grande parte da população compreender que não há uma forma correta de ser, muitos vivem uma realidade que não é a sua, uma vez que as redes sociais estimulam por meio do algoritmo, a reprodução sistemática de vídeos e fotos de um ideal de existência (FREITAS; BORGES; RIOS, 2016). Essa valorização da “perfeição”, pode provocar uma busca desenfreada nos indivíduos com a finalidade de atingir um padrão que contribui para o engrandecimento da indústria capitalista, que não pensa na saúde mental do consumidor, apenas nos seus lucros (TOMAZ et al., 2020). Compras exageradas de gel redutores, chá e suplementos emagrecedores, cintas modeladoras, cirurgias plásticas como rinoplastia, harmonização, abdominoplastia e lipo LAD HD (TOMAZ et al., 2020).

Desse modo, para agregar mais valor, o mercado capitalista usufrui de ferramentas atuais para ampliar a venda do produto, utilizando a imagem de um Influencer Digital (ID), que são pessoas reconhecidas em seus nichos por passar credibilidade no marketing usando de sua influência para divulgar determinada marca (ALMEIDA, 2019). Sendo assim, por exercer poder sobre seus seguidores, os influencers conseguem, em sua maioria, acabar com o estoque de maneira rápida (ALMEIDA, 2019). Em virtude disso os usuários passam a ficar dependentes dessas ferramentas para chegar ao modelo de perfeição, sendo que grande parte do seu público não tem condições financeiras para arcar com a compra, acumulando dívidas e frustrações (RIBEIRO; OLIVEIRA, 2011).

Percebe-se na dinâmica influencer-seguidor, um viés controverso envolta do discurso da valorização do eu e do amor-próprio, algo tão enaltecido pela sociedade em geral, na qual o influencer modifica o seu corpo em prol de um padrão de beleza (SILVA, 2019). Nesse percurso, para se encaixar nos moldes, o indivíduo se submete a mudanças que tornam seu corpo objeto da indústria, que fere, manipula e mutila o físico e o psicológico do sujeito (SILVA, 2019). Ademais, esse modo de pensar relacionado a sociedade “perfeccionista”, propaga nos indivíduos um modelo a ser seguido, que muitas vezes se distancia daquilo que ele realmente é, possibilitando uma distorção de sua imagem corporal e identitária que traz consigo inúmeros agravos para sua saúde (CAMPOS; FARIA; SARTORI, 2019).

Existem pessoas que não podem ou não desejam fazer parte desse endeusamento de um padrão corporal, que deve ser respeitado por se tratar de um projeto de existência (JACOB, 2014). Com isso, algumas pessoas passaram a serem excluídas ou marginalizadas, surgindo assim o chamado cyberbullying, que é um tipo de violência realizada na internet, com a intenção de menosprezar, agredir, perseguir ou até mesmo ferir moralmente e psicologicamente algum sujeito considerado fora das normas sociais (SOUSA, 2020).

Anteriormente esses agressores não sofriam nenhuma retaliação, mas graças as denúncias, órgãos federais promulgaram punições severas pelos atos ofensivos (SOUSA, 2020).

Para que as instituições possam penalizar os sujeitos por suas ações, é preciso que haja a divulgação do comportamento indevido para a formalização da queixa (SOUSA, 2020). Sendo assim, surgiu o chamado “canceladores virtuais”, que são pessoas que julgam e questionam as ações alheias, invalidando qualquer ação positiva que este venha a realizar posterior aos atos, privando os agressores de se arrependerem e desconstruírem suas concepções (CHIARI et al., 2020). Em contrapartida, a cultura do cancelamento tem demonstrado ser um tipo de crítica e policiamento exagerado, levando muitas vezes à atitudes precipitadas e assim, expondo o indivíduo a ataques cibernéticos (CHIARI et al., 2020). Evidencia-se que o problema está no cancelar o sujeito, e não somente a sua atitude errônea, inviabilizando toda sua história e impossibilitando que este possa aprender e se tornar uma pessoa melhor (CHIARI et al., 2020).

Em detrimento de toda essa construção ideológica sobre a sociedade perfeccionista, pode-se perceber que são várias as consequências impostas ao indivíduo que aceita ou não viver uma vida padrão (CARON; LEFEVRE; LEFEVRE, 2015). Diante dessa problemática, o sujeito vê-se obrigado a criar diversas facetas do seu eu para conseguir se encaixar em determinado grupo e ser aceito, dessa forma, a sua subjetividade se fragmenta, tornando difícil para este saber qual o seu verdadeiro eu (CAMPOS; FARIA; SARTORI, 2019). Por esse estilo de vida não ser escolhida de maneira consciente e espontânea, com o passar dos tempos o indivíduo poderá sofrer a angústia de não saber quem é, e o desespero de não saber quem será um dia (CAMPOS; FARIA; SARTORI, 2019).

Nessa procura por uma sociedade homogênea, algumas pessoas vivem um choque entre suas próprias ideologias e de outrem, isso ocorre porque o sujeito está adaptado a sua zona de conforto pois teme conhecer outras possibilidades de existir (SILVA, 2019). Como já citado, os influencers incentivam indiretamente essa construção de pensamento, na qual incita as pessoas a se aceitarem do jeito que são, mas na primeira oportunidade usam de procedimentos estéticos para modificar características intrínsecas, isto é, mulheres que obtém suas individualidades realçadas podem acabar se tornando inseguras por sentirem que não estão indo de acordo com os paradigmas de beleza ou de personalidade (SILVA, 2019). Essa insegurança torna-se evidente quando os “likes” e comentários no Instagram começam a diminuir, os stories não são visualizados como antes, levando a contínua necessidade de se comparar a mulheres que são vistas como modelo de perfeição, conforme é notado a diferença de engajamento, maior é a sua inquietação e desejo de se encaixar (SILVA, 2019).

Essa ideia massiva de perfeição, ou mesmo de não saber quem é ou quem será um dia, tem sido a porta de entrada para problemas gravíssimos como a depressão, recorrentes pela tentativa de ser “perfeito” e se frustrar por não conseguir, ou mesmo por não atingir os padrões propostos (SILVA, 2015). O sujeito pode, nesse contexto, passar a se isolar socialmente e se inferiorizar perante os outros, apresentando muitas vezes baixa autoestima, sintomas ansiosos, transtornos alimentares e pensamentos suicidas (SILVA, 2015). Com isso, o indivíduo acometido por manifestos depressivos, pode se sentir desajustado socialmente por não suprir as expectativas projetadas pela sociedade, afetando assim sua qualidade de vida (SILVA, 2015).

Em razão disso, pode surgir no sujeito comportamentos ansiosos, isto posto, já que os padrões produzem nos indivíduos o medo de errar, de não ser aceito, de não agir de acordo com as normas padrão (MORAIS, 2014). Depois de toda pressão psicológica causada pela sociedade, o ser humano pode viver em ansiedade constante, pois a cada minuto essa incessante vigilância o persegue, observando cada palavra e cada ato que este reproduz (MORAIS, 2014). Por um lado, isso pode ser visto como algo positivo, pois demonstra o desejo de mudar e de ser diferente, mas, ao mesmo tempo, força-o a ser alguém que este não é, só para agradar a uma massa (MORAIS, 2014).

Essa constante vigília pode propiciar nos indivíduos, o desejo de se encaixar nos padrões (MORAIS, 2014). Algumas dessas pessoas usam de modalidades que são prejudiciais à saúde, podendo em alguns casos desenvolver transtornos alimentares, como por exemplo, o ato de induzir vômitos com o intuito de evitar o ganho de peso, aumentando assim as chances de desenvolver bulimia, ou mesmo anorexia, que é uma distorção da imagem, quando a pessoa acredita que seu corpo é antagônico ao da realidade (BITTENCOURT; ALMEIDA, 2013). Esse contexto obsessivo tem afetado inúmeras pessoas, tal como mulheres famosas e modelos, que buscam se adaptar a indústria da moda, e estimulam jovens a usarem do mesmo mecanismo para se adequar aos moldes (ANDRADE, 2018).

Percebe-se a importância do trabalho do psicólogo ligado as redes sociais, visto que essa problemática tem causado inúmeros danos à saúde mental, sendo assim, é um ambiente que precisa de um profissional para acolher e promover uma escuta qualificada sobre os sentimentos e concepções dos indivíduos, dando destaque a autoestima e visão do seu eu, buscando empoderar pessoas a serem o que elas são, sem medo de errar ou de ser criticada (ASSUNÇÃO; OLIVEIRA; HENRIQUES, 2016).

O psicólogo precisa está em constante busca pelo conhecimento, avançando cada vez mais, de acordo com as evoluções da sociedade, diversificando suas esferas de atuação para se

adaptar e se manter atualizado em relação as novas formas de discernimento do eu do sujeito em questão, identificando circunstâncias que devem ser trabalhadas e promovendo saúde através dessas plataformas sociais (VERMELHO, 2014). Com isso, o profissional deve ter o manejo em conciliar a realidade social do paciente com o virtual, visto que é um espaço em que o indivíduo se expressa livremente demonstrando suas vivências e estabelece uma relação de troca e de poder com outras realidades, mesmo que muitas vezes seja de forma distorcida e errônea (VERMELHO, 2014).

O mundo tecnológico é repleto de símbolos e representações sociais, que devem ter ênfase no âmbito do psicólogo, por ser uma ferramenta que explora o cotidiano alheio, a forma como se expressam, e o que desejam exibir para o mundo, sendo assim, um local de inúmeras possibilidades e significados estruturados ali em tempo real, deixando exposto a crise de sua subjetividade, um dos “objetos” mais importante a serem estudados pela psicologia (STEIN; NODARI; SALVAGNI, 2018).

O psicólogo necessita manejar a distinção entre o saudável e o tóxico no contexto virtual, de maneira a compreender e auxiliar o paciente na busca do seu próprio eu (PICON, 2015). Dessa forma, o profissional de psicologia pode ajudar os indivíduos a saírem de uma rede de pensamentos que padroniza o que é bonito ou ideal, desmitificando a perfeição e dando um novo significado para o existir e as estruturas corporais de cada pessoa (ASSUNÇÃO; OLIVEIRA; HENRIQUES, 2016).

O trabalho em questão tem como objetivo principal apresentar historicamente os processos de doutrina sobre a beleza e as consequências de uma sociedade compulsiva em uma era tecnológica. A partir de uma análise minuciosa da sociedade contemporânea, percebeu-se a importância de um estudo aprofundado no que diz respeito as temáticas levantadas, com o intuito de esclarecer a relevância do conhecimento dos jogos midiáticos para atrair o público gerando lucros às empresas. Sendo discutidos em 3 capítulos: Ditadura da beleza; Era Digital; Estudo de casos.

## **2. METODOLOGIA**

Para realização da pesquisa foi utilizado uma pesquisa qualitativa, no qual buscou por meio desta uma análise subjetiva acerca dos dados encontrados, visto que a mesma não tem o objetivo de quantificar, afim de ao final alcançar uma solução para o problema analisado. A

pesquisa em si tem a finalidade de compreender e explorar os casos, buscando discutir e demonstrar as problemáticas em torno da sociedade que em seu cotidiano, vive em prol do perfeccionismo estabelecido pelas redes sociais, e de que forma isso afeta a vida e o comportamento do sujeito condicionado a se submeter aos padrões estéticos e sociais apresentados.

Com o intuito de não apenas descrever/explicar determinado fenômeno, utilizou-se de uma pesquisa de cunho exploratório, almejando assim a possibilidade de soluções por meio de hipóteses criadas e desenvolvidas no decorrer do processo. Para melhor justificar, realizou-se um estudo documental, a partir de relatos reais de influenciados digitais, sendo eles: Angelica Kenova, Valeria Lukyanova, Andressa Damiani, Rodrigo Alves e Andressa Urach. Considerando a história de cada sujeito apresentado nesse trabalho, as pesquisas foram executadas através de biografias e sites que relatavam a trajetória de cada um, analisando cada reportagem de maneira cautelosa para que não houvesse a propagação de fake news, respeitando a subjetividade e o percurso das personalidades da mídia na pesquisa em questão.

Foi realizada uma pesquisa e análise bibliográfica minuciosa, utilizando o Google Acadêmico como ferramenta digital crucial para o desenvolvimento e discernimento dos conceitos apresentados nesse trabalho, tendo como principal referencial Zygmunt Bauman, partindo do seu conceito ‘Modernidade líquida’ com ênfase nas seguintes palavras-chave: “padrão de beleza”, “perfeccionismo”, “mídias sociais”, com o objetivo de responder o questionamento: De que maneira a sociedade pós-moderna pode influenciar na subjetividade?

### **3. DITADURA DA BELEZA**

Narciso, um dos mitos gregos utilizados por Freud para embasar sua teoria psicanalítica, obtém diversas versões de sua história, todas elas consistem em apresentar a sua beleza e egoísmo como os principais motivos de sua ruína (VIANNA, 2014). Na psicanálise, os mitos eram utilizados com o intuito de expressar as fantasias e desejos inconscientes, por serem reproduções de meios socioculturais, influenciando a vida subjetiva do indivíduo pois através dele, criam significados tanto no coletivo quanto no individual, sendo comparados até mesmo ao inconsciente e enaltecido por Freud como um fator relevante na maneira que os sujeitos se comunicam (CARVALHO LEITE; SILVA LEITE, 2013).

A versão mais contada e conhecida retrata que Narciso era considerado um dos mais belos, dessa forma, muitas mulheres acabavam por ser apaixonar pela sua beleza exuberante, uma delas era uma ninfa chamada Eco que o amava, porém, foi rejeitada pelo mesmo e sentindo-se menosprezada, se direcionou à montanha, cometendo suicídio (VIANNA, 2014). Afrodite, colérica com o que foi feito a sua ninfa, o condena a uma maldição onde ele estaria designado a um romance impossível de ser concretizado, se apaixonaria por si mesmo e ainda assim, não teria o amor desejado por ele, conseqüentemente, ao se olhar nas margens de um lado, observou o seu reflexo e no mesmo instante enamora o seu próprio ser, o levando a uma morte trágica ao tentar abraçar a si mesmo (VIANNA, 2014).

Diante disso, Freud se embasou no mito de Narciso e criou o conceito Narcisismo, termo este caracterizado pelo amor próprio, o sujeito se colocando como um objeto do seu próprio desejo e afeto (MOMBACH, 2014). Os atendimentos clínicos de Freud, em sua maioria, eram realizados com pacientes neuróticos que relatavam as suas vivências nas sessões, considerando a grande demanda, fez-se necessário ter uma resposta teórica para a esquizofrenia associando a libido (SILVA, 2016). Os pacientes esquizofrênicos apresentavam aspectos de perda de interesse pela realidade externa e megalomania, características que o mesmo utilizou para embasar o seu pensamento sobre o Narcisismo, que apesar de ser visto por outros teóricos como perversão, Freud estabeleceu um novo significado, o concebendo como um processo indispensável que o sujeito percorre ao longo de sua vida (SILVA, 2016).

Nas palavras de Freud, a fase narcísica se inicia na infância e se constitui com o narcisismo dos próprios pais, a urgência de ser amado e reconhecido como um objeto de admiração, acaba sendo projetado na criança que nasce com a idealização das expectativas e desejos dos seus progenitores, depositando a libido em seu próprio corpo e enxergando o mundo a sua volta por uma perspectiva individual, tendo como objetivo saciar as vontades do seu ego ainda em construção (MOMBACH, 2014).

O primeiro contato da criança é com os seus genitores, figuras que ao longo do tempo serão vistas como autoridade, principalmente a sua mãe, sendo o seu primeiro objeto amado, a criança irá estabelecer uma rede de significados e sua psique a partir dessa relação de busca pelo desejo, que caso seja rejeitado pelo seu amor objetual, algo que é inesperado pelo sujeito por conta de sua indiferença em relação ao mundo, causará sofrimento e morte psíquica tal como Narciso ao não obter o amor tencionado (MOMBACH, 2014).

A morte psíquica existente no sujeito narcísico é explicada por Freud, tendo novamente como base a mitologia grega, Eros, o deus do amor e Tanatos, o deus da morte, ambos têm influência direta no modo que os indivíduos constroem o aparelho psíquico

(FREITAS, 2021). Visto que o indivíduo narcísico pulsiona o seu desejo para si mesmo, nota-se que a pulsão de morte, direcionada aos impulsos destrutivos e a repetição destes, está constantemente presente em seus atos e sentimentos, fazendo com que ele se desligue totalmente do mundo externo (FREITAS, 2021). Apesar da pulsão de morte ser considerada por Freud o início para a transformação do seu eu e um caminho para a cura dos anseios, percebe-se que o mundo narcísico pode levar o sujeito a solidão, podendo ser criados novos traumas a partir dessa vivência (FREITAS, 2021).

Embora não seja uma “personagem” com grande foco e muito utilizada em análises da psicologia, Eco também retrata uma realidade onde muitos que se encontram presos a um objeto almejado estão, o estagnamento em um mundo idealizado para fugir de um evento traumático e ameaça para o seu ego (BORGES; ROMERA, 2011). Antes de ter o seu amor rejeitado pelo seu objeto amado, Eco já vivia na caverna solitária, ecoando apenas as últimas palavras ditas de quem passava por ali, dessa forma, a ninfa acabava caindo na indiferenciação onde a mesma não tinha uma identidade e procurava nos homens o seu eu, se assimilando a concepção do Narcisismo, se prendendo apenas a uma figura e impossibilitando uma criação de uma nova imagem de si mesmo e do seu mundo exterior (BORGES; ROMERA, 2011).

Como já mencionado, a beleza tem despertado a curiosidade desde os tempos mais remotos, grandes filósofos como Platão e Aristóteles, buscavam compreender a importância da estética na vida do homem e como esta era representada, visto que na Antiguidade, o homem era o centro de estudos, que tinham como objetivo conceber o domínio de sua própria espécie através das ações e sentimentos apresentados por este (DANTAS et al., 2020). Tendo em vista que a religião, a arte e a filosofia eram predominantes neste período, a beleza era encontrada na poesia, esculturas, pinturas, sendo associada a sensibilidade e espiritualidade, abrindo mão da racionalidade e abraçando os anseios da alma (DANTAS et al, 2020).

Em contrapartida, o contexto greco-romano apresentou um novo significado da beleza humana, que apesar de também estar conectada ao Divino, o homem busca transcender as barreiras da espiritualidade, se colocando em situações de risco para enfrentar as leis divinas que restringem a sua passagem de existência na terra (DANTAS et al, 2020). A beleza que anteriormente era concebida como uma forma de enaltecer as vivências do sujeito através da arte, torna-se trágica e muitas vezes relacionada a morte, contradizendo o discurso harmônico e sagrado, transformando-se em um caminho ímpio e doloroso para o alcance da glória (DANTAS et al, 2020).

Na Grécia Clássica, os povos tinham como base o equilíbrio do corpo e da mente, para estes, o corpo era um templo, e por esse motivo cuidavam constantemente, banhando-se de óleos naturais como o azeite de oliva e mel para se proteger das mudanças climáticas, mantendo a pele agradável com o passar dos anos e prevenindo o envelhecimento (SUENAGA, et al., 2012). Tal forma de visualizar o corpo e sua beleza, também era cultivada pelos egípcios e hebreus, ambos idealizavam sua estrutura corporal como um presente que deveria ser zelado, acreditando que ao cuidar da sua higiene seriam protegidos do mal não somente do tempo, mas também da espiritualidade e doenças biológicas (SUENAGA, et al., 2012).

O corpo sofreu alteração ao longo dos anos, apresentavam-se diferentes definições que buscava o controle deste, sendo vinculado pelo Cristianismo a espiritualidade e naturalizando o sentimento de dor, colocando essa sensação como algo necessário para a compreensão do autocuidado, continuando com essa linha de pensamento até a Idade Média (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011). O indivíduo neste contexto, oprimia o seu corpo por ter uma representação deste como uma estrutura banhada pelo pecado e perversidade, principalmente ao corpo das mulheres que eram vistas pela sociedade como bruxas, detentoras do pecado da luxúria, uma ameaça as figuras de poder naquela época (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011).

Sendo dissociado da alma e representado apenas pela “carne”, o corpo acaba entrando em crise diante da atualidade e suas tecnologias, a imagem do homem entra em colapso perante as várias possibilidades de existir e ser nesse novo modelo cultural e social, simbolizado pela indústria da beleza que normaliza a invasão de espaços contemporâneos, utilizando de discursos de empoderamento do sujeito para o estímulo de compras, invalidando seu âmbito de signos, símbolos e significados que obteve ao longo de sua vida (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011).

Conforme o passar dos anos, a sociedade que previamente estava sob o poder das instituições religiosas, modificou-se com a globalização, isto é, a internacionalização de mercadorias e o surgimento da mão de obra, assim, já que na era pós-moderna a principal característica é a independência, permitindo que todos possam ser participantes ativos nos setores da sua vida, sendo eles, o econômico, social, cultural e político (SOARES; ESTEVES, 2015). Como consequência desse novo modelo instituído, o crescimento do mercado, das tecnologias e capitais, reforçou o nascimento de uma realidade voltada para o consumismo, uma vez que era necessário preservar o fluxo de produções, todos os produtos eram focados no arquétipo ideal de felicidade para os clientes, com o objetivo de suprir os anseios destes e

dessa forma, estabelecendo um novo padrão de vida e significados (SOARES; ESTEVES, 2015).

Com isso, percebeu-se que a partir da evolução da realidade mundial e dos conceitos de beleza, esses ideais de necessidade foram sendo modificados, visto que houve um aumento significativo nos investimentos de componentes estéticos nos planejamentos financeiros das famílias (MOREL, 2016). Indústrias de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal tem ampliado os lucros desde 2002, quando era 9,6 bilhões, chegando à 38,2 bilhões em 2013, sendo que esses números tendem a crescer ainda mais (MOREL, 2016). Essa é uma amostra de como a sociedade de consumo tem em seu sentido mais próprio o papel de transmitir e distinguir as diferentes classes sociais da comunidade, atuando mais como um meio de ostentação e exibicionismo (FILARDI; TRINTA; CARVALHO, 2016).

A sociedade contemporânea tem valorizado fortemente o capitalismo, mesmo que de uma maneira involuntária, percebe-se que as noções de beleza passam a emergir até mesmo no mundo infantil, âmbito considerado por muitos como o mais acessível para venda de brinquedos e jogos, já que existe um marketing dedicado a criar prazer e alegria para as crianças na compra dos produtos, e cabe aos pais saciar ou não esse desejo momentâneo dos filhos (FURLAN, 2020). Alguns desses brinquedos buscam estimular a passionalidade por meio de estereótipos morais e físicos que fomentam as segregações estruturais da sociedade (CECHIN; SILVA, 2012).

Tem-se como amostra descritiva, a criação da Barbie em 1959, uma boneca com preceitos e estilos que se aproximavam da moda atual, caracterizada pelo excesso da cor rosa, carregando consigo representações do mundo adulto, como corpo, vestimentas e papéis sociais, quebrando com o antigo modelo de bonecas-bebê (SIMILI; SOUZA, 2015). Dessa forma, no ato de brincar, a criança se vê em um mundo cheio de significados, como por exemplo, a variedade de roupas e acessórios da Barbie que sugerem a existência de uma variabilidade de escolhas, induzindo nestes a troca recorrente das peças, possibilitando que a criança seja tomada involuntariamente pelo sentimento de que para pertencer ao grupo de colegas, precisa sempre mudar as vestes, comprar novos objetos e brinquedos (CECHIN; SILVA, 2012).

Além de obter uma grande influência no papel social de como a figura feminina deve estar inserida na sociedade, a Barbie carrega uma concepção de beleza desejada por muitas mulheres ao redor do mundo, a realidade ilusória criada em torno da boneca demonstra o quanto o mercado capitalista propaga uma idealização étnica, comportamental e corporal única de uma mulher magra, loira, rica que esbanja glamour em suas aventuras (CARDOSO,

2018). Criar um mundo onde poucas podem estar inseridas, reforça o descontentamento da imagem corporal presente em muitas adolescentes, desenvolvendo a crença de que a magreza está associada a um aspecto de sucesso em sua vida, podendo levá-las a realização de dietas prejudiciais à saúde com o intuito de alcançar um padrão imposto pela sociedade (CARDOSO, 2018). Esse modelo de feminilidade, apresenta a mulher inserida na sociedade capitalista, isto é, o consumismo exagerado de produtos estéticos para a manutenção da boa aparência e consolidando o estereótipo da vaidade como característica específica da mulher. (BERALDO, 2014).

Desde a antiguidade pôde-se perceber a predominância de padrões estéticos que estereotipam como homens e mulheres devem agir, ser ou se portar (ELASSAL; FERNANDES, 2014). A figura masculina representada socialmente e culturalmente, como um símbolo de força, provedor da família, imaculado, másculo e no que se refere ao bem-estar, ocultam toda sua vulnerabilidade para não se assemelharem as mulheres, a todo tempo fortalecendo a ideia de que são impossibilitados de sentir dor ou angústia (MACHIN et. al., 2011). Apesar dos estereótipos da mídia em torno da masculinidade, assim como os comportamentos pré-estabelecidos pela sociedade, o padrão de beleza ultrapassa as percepções de gênero, homens também são consumidores de produtos para o embelezamento corporal (FONTES; BORELLI; CASOTTI, 2012).

Os homens utilizam da prática dos exercícios físicos para tornarem o seu corpo distinto ao da mulher, tonificando os músculos, dando mais atenção as partes superiores do seu corpo, como costas, ombros, braços e peito, deixando de lado os membros inferiores por ser algo estipulado como aspecto da feminilidade (FONTES; BORELLI; CASOTTI, 2012). Assim como a mulher, o homem também se compromete a métodos não saudáveis para alcançar o corpo perfeito, podendo consumir anabolizantes e dietas alimentares para obter sucesso e prestígio, já que socialmente a vaidade é conhecida como uma característica da mulher (FONTES; BORELLI; CASOTTI, 2012).

Inúmeros fatores apontam que regimes restritivos são necessários, sendo um deles as mídias sociais, uma vez que promovem corpos esculturais editados e maquiados por aplicativos para passar uma imagem de vida perfeita, proporcionando aos usuários das redes o desejo de ter ou parecer com a personificação do belo, alienando os sujeitos a acreditarem que é necessário passar por um processo adoeecedor em prol dos seus anseios, como se fosse uma fórmula mágica que age de maneira rápida e eficaz (FARIAS; ALMEIDA; RAMOS, 2021).

Sendo assim, os indivíduos da modernidade têm buscado formas emergentes de alcançar as normas de beleza, contrariando a ideia de que mudanças corporais precisam ser

um processo lento, respeitando o seu próprio ritmo e limites (FARIAS; ALMEIDA; RAMOS, 2021). A academia para a prática de exercícios físicos não tem sido procurada com tanta frequência, por não apresentar resultados imediatos, sendo que o desenvolvimento muscular corporal varia de acordo com o sujeito, sua disposição e disciplina, diminuindo o desejo naqueles que almejam soluções instantâneas (FARIAS; ALMEIDA; RAMOS, 2021).

O aperfeiçoamento da imagem corporal é percebido ao longo da prática regular de exercícios físicos, sendo essa uma concepção do sujeito sobre o seu próprio corpo, como este se enxerga e a representação embutida socialmente (BEPPU; BARROS; MARTINS JÚNIOR, 2011). O corpo, nessa perspectiva, vai além do observável, trata-se de uma estrutura que envolve experiências individuais e dinâmicas que a todo tempo são moldadas pela realidade cultural, política, social e econômica (BEPPU; BARROS; MARTINS JÚNIOR, 2011).

Esse protótipo do ser preconcebido pela sociedade atual tem apresentado consequências que merecem uma atenção maior da área da saúde, visto que alguns indivíduos tem desenvolvido problemas físicos e psicológicos ligados a essa noção de perfeição (ELASSAL; FERNANDES, 2014). A ansiedade no âmbito esportivo, é vista como algo rotineiro, uma vez que muitos praticantes tem a crença de que para o alcance do sucesso é necessário passar por situações de sofrimento, associando o esporte a hostilidade tanto ao oponente quanto ao seu próprio corpo (BARREIRA, 2012). O sujeito que vivencia os sintomas de ansiedade, sofre constantemente o medo do desconhecido ou conhecido anteriormente, algo que não se pode visualizar, algo que não é tangível, mas que pode vir à tona, agindo diretamente no seu bem-estar e intensificando o pensamento de esforço exacerbado para que o corpo esteja contemplado em sua forma “ideal” (BARREIRA, 2012). Esse sofrimento psíquico e físico é normalizado por frequentemente estar sendo correlacionado a masculinidade, fazendo com que o indivíduo se distancie da empatia com o seu próprio corpo, na busca pelo distanciamento da sensibilidade e pelo estereotipo feminino (BARREIRA, 2012).

Nos dias atuais, é possível observar que existe uma grande necessidade de exibir uma boa aparência tanto física quanto psicológica, buscando através disso obter uma rede razoável e abrangente de relações, destacando o quanto a sociedade está centrada ao redor de uma cultura do embelezamento para alcançar a aceitação coletiva (FLORIANI; MARCANTE; BRAGGIO, 2014). Assim como a autoimagem, a autoestima é uma construção identitária que o indivíduo constitui conforme vai amadurecendo, compreendendo a existência do seu “eu” diante de outras dimensões coletivas ou individuais, adquirindo assim crenças e valores

baseados em seu meio social, sendo constantemente influenciado por elas ao longo da sua trajetória (SCHULTHEISZ; APRILE, 2013).

Diante de tantas problemáticas em torno da autoaceitação, o consumismo tem grande domínio e destaque sobre a subjetividade do sujeito, uma vez que ao oferecer inúmeras perspectivas de um corpo perfeito e inovações estéticas, causa um desequilíbrio em sua autoimagem, o deixando exposto ao adoecimento (FLORIANI; MARCANTE; BRAGGIO, 2014). Dessa forma, é relevante destacar a importância do estudo relacionado a autoimagem, analisando os contextos sociais e interpessoais pois, existem vários fatores que chamam a atenção de profissionais ligados a saúde esportiva, já que quando a figura estética preocupa demasiadamente pode ser um sinal alarmante que pode modificar a identidade corporal, levando o sujeito a ter implicações negativas no bem-estar mental e físico (PETRY; JÚNIOR, 2019).

A partir da análise da atual situação em que a sociedade se encontra, a obsessão pela beleza e formação de novos padrões corporais, identifica-se com o fortalecimento de estigmas e rótulos já enraizados, afetando a vivência de várias pessoas, tendo como uma delas indivíduos com obesidade (PALMEIRA et. al., 2016). O corpo idealizado pela mídia e, pela sociedade capitalista é o rosto simétrico, cintura fina, quadris largos, seios avantajados e rígidos, coxas grossas, glúteos volumosos e barriga reta, sendo assim, o sujeito nessa circunstância, se submete a mudanças prejudiciais à saúde a fim de se encaixar em moldes utópicos (SANCHES; BAITELLO, 2018).

A obesidade carrega um estigma da rejeição, do fracasso e da desvalorização, enquanto a estrutura corporal “ideal”, o corpo magro, a todo instante é estampado em capas de revistas, sendo visto como um sinônimo de triunfo, simetria e alvo de desejo, corroborando com o retraimento de pessoas obesas e a naturalização do desenvolvimento de transtornos psicológicos para o alcance do “sucesso” social (PALMEIRA et. al., 2016). A prática de atividades físicas tem sido um método utilizado para redução de peso, apesar de ser uma estratégia tecnicamente saudável, o profissional da saúde deve se atentar para a maneira que os exercícios estão sendo feitos, uma vez que existe uma cobrança exacerbada do sujeito em relação ao peso, visto que pode existir o sentimento de culpa pelo seu atual corpo. (PALMEIRA et. al., 2016).

Dessa forma, o sujeito vê-se pressionado a seguir os padrões estéticos exibidos pela sociedade, uma imposição pela manutenção do peso e fortalecimento da musculatura, que pode gerar transtornos alimentares, como a bulimia, uma compulsão nutricional e física que resulta na incitação para expelir o que foi ingerido, ou a anorexia, uma distorção de imagem

causada pelo desejo exacerbado de emagrecer (FORTES et al., 2015). Transtorno dimórfico corporal, conhecido também como vigorexia, é uma deturpação da realidade, na qual o acometido, em sua maioria homens atletas, visualizam seu corpo como fraco, passando a utilizar de meios alternativos para ganhar massa muscular, sendo estes suplementos, anabolizantes e exercícios feitos exageradamente (FREITAS et al., 2019).

Essas concepções são administradas através da observação do corpo, tanto do autoconhecimento quanto do mundo externo, a estrutura corporal passa a ser vista de maneira fragmentada, carregando a subordinação do olhar do outro e levando essa realidade como uma verdade absoluta, uma vez que inserido em uma sociedade o indivíduo está em constante jogo de poder entre o eu e as relações estabelecidas ao longo de sua vida, tornando a sua subjetividade manipulada pela coletividade que subjuga o corpo com os seus próprios preceitos (SILVEIRA; AGUIAR; COSTA, 2017).

Comportamentos como os já apresentados, são estimulados pelo capitalismo com o único objetivo de elevar os lucros de grandes empresas, construindo assim a imagem do corpo que apenas consome objetos e sentimentos momentâneos, os quais logo serão substituídos por uma nova carência, apresentando uma grande contradição, pois ao mesmo tempo em que gera prazer, promove inquietação e receios em relação ao produto desejado, uma vez que neste está depositado as suas expectativas de suprir um vazio existencial (SILVA; GOMES; ABIB, 2021).

Bauman denomina esse processo como modernidade líquida, uma sociedade que se preocupa com a satisfação efêmera, descartando relações interpessoais e objetos a todo instante, para atender as demandas do seu Eu, seguindo as tradições da atualidade (BAUMAN,2004). Os indivíduos buscam uma realização pessoal, social e profissional por meio de produtos midiáticos abruptos que são exemplificados em locais públicos e privados, e nas redes sociais, com o intuito de estimular a compra irracional para atingir os parâmetros de beleza e personalidade (COLLINGE; FIGUEIREDO, 2021).

Em tempos remotos, o Estado categorizava os sujeitos de acordo com o rótulo que estes achavam adequado; na sociedade moderna percebe-se que foi retomada a liberdade e a responsabilidade sobre o seu próprio corpo e suas próprias vontades, porém, existe ao mesmo tempo uma pluralidade de existências que incentivam o indivíduo a estar sempre em movimento, buscando a todo instante ressignificar a sua própria vivência, o que o impede de ter uma experiência sólida e o colocar novamente em um determinado grupo para preencher o espaço social da mesma forma como havia acontecido antigamente (SILVA; GOMES; ABIB, 2021).

Na sociedade moderna, a corporeidade é representada como uma condição relevante para a existência humana, tornando-se um advento indispensável, pois é nele que se estabelece todo o contato entre o sujeito e o mundo, transmitindo sensações e aspirações intrínsecas da alma nas relações humanas (CARVALHO; SEPA, 2014). Assim, o corpo passa a ser visto como uma cultura sobreposta em função do espetáculo transmitido pela mídia, já que no lugar onde ele é colocado, representa um elemento que pode ser observado, julgado, glorificado e eternizado (CARVALHO; SEPA, 2014).

Nesse sentido, a substância corporal ocupa uma posição essencial na comunicação não verbal, observado através de gestos e da linguagem, e em função desse espetáculo é apresentado para ser um anunciador de domínio social e de valor (FIGUEIREIDO; NASCIMENTO; RODRIGUES, 2017). Assim, o culto ao corpo transformou-se em um dominador na civilização ocidental da contemporaneidade, e o ato de não cumprir com tal prática ocasiona um sentimento de culpa e inadequação (FIGUEIREIDO; NASCIMENTO; RODRIGUES, 2017).

A partir dessas noções, entende-se que essa é uma nova constituição do eu, uma sociedade na qual o que determina a identidade visual e comportamental dos indivíduos, não é mais a sua genealogia, posição social e princípios, mas a arquitetura delimitada, composta por um discurso de propaganda, capaz de construir uma nova “individualidade” na dependência do olhar de outrem (RIBAS; CALEIRO, 2012). Obter uma validação do coletivo tem sido fundamental para limitar e reduzir o sujeito a perspectivas rasas e superficiais que o restringem a uma experiência que não se aplica a uma realidade vivenciada pelo mesmo, corroborando dessa forma para o surgimento de um fragmento do ser (RIBAS; CALEIRO, 2012).

A publicidade tem exercido forte influência sobre a comercialização de produtos e procedimentos estéticos, preconizando a ideia de que todos podem ter acesso a uma vida saudável, um corpo escultural e uma realidade padronizada, sem preceitos de classes, etnia, raça ou cultura (BRITO, 2012). Essa falsa narrativa de igualdade social constituída pelas indústrias, intensifica e amplia o número de indivíduos frustrados por não obterem um sentido através do objeto não comprado, causando assim um desequilíbrio coletivo, principalmente nas classes menos privilegiadas (BRITO, 2012).

Os favorecidos que dispõem do poder aquisitivo, ingressam em um mundo de busca incessante para alcançar o padrão estético que ao mesmo tempo que se aproxima, se distancia, uma vez que o modelo ideal está em constante mudança (OLIVEIRA; MACHADO, 2021). O empenho para se adequar a essas normas inatingíveis interfere nas relações interpessoais e

grupais, visto que o símbolo criado pela sociedade em questão, com o auxílio das mídias, favorece o desgaste mental, romantizando a perfeição em sua totalidade e fragmentando a existência dos sujeitos e dos seus aspectos subjetivos (OLIVEIRA; MACHADO, 2021).

Para que o indivíduo construa seus valores e crenças, é necessário que ele esteja inserido na sociedade e estabeleça laços sociais em sua vida cotidiana, a partir dessa dinâmica, o sujeito se depara com uma realidade no qual deve processar e identificar as características diante de tal objeto, para que dessa forma possa elaborar uma representação em torno disso (BITTENCOURT; VILELA, 2011). As representações sociais são concebidas coletivamente, logo, os significados e simbologias que serão naturalizadas no decorrer e que serão logo compreendidas pelo sujeito como algo rotineiro em seu âmbito social, tornando complexo o processo de desnaturalização de tal conceito (BITTENCOURT; VILELA, 2011).

Ainda que esses significados saiam de uma idealização para algo palpável e simbólico na vida do sujeito, tendo um sentido e uma representação em seu meio social, esses conceitos pré-estabelecidos não podem ser considerados imutáveis, visto que, a sociedade está em constante transformação, ressignificando e construindo novas maneiras de pensar de acordo com o contexto apresentado (BÔAS, 2014). Sob outra perspectiva, uma característica histórica não pode ser esquecida, dado que este pode ser considerado um marco de uma geração retroativa que permanece enraizada no presente, é possível que tais representações possam percorrer ainda na temporalidade histórica atual (BÔAS, 2014).

As indústrias farmacêuticas e de cosméticos têm-se aproveitado da temporalidade do ser, utilizando produtos efêmeros e substitutivos, promovendo a ideia de beleza instantânea e ao mesmo tempo prometendo benefícios a longo prazo (WITCZAK, 2012). A procura incessante pela juvenilidade, debruçada em itens que garantem e afirmam que o envelhecimento pode ser retardado sem a realização de procedimentos estéticos, maquam e sustentam a venda destes, os quais oferecem uma otimista falsa possibilidade (WITCZAK, 2012). O Brasil lidera o 4º lugar, no que se refere a comercialização de produtos de beleza e cuidados pessoais, fator relevante para entender o processo da modernidade o qual tem afetado a indústria (MOREL, 2016).

#### **4. ERA DIGITAL**

As tecnologias têm exercido um papel essencial para a sociedade moderna, uma vez que essa ferramenta surgiu com o intuito de solucionar uma crise econômica que assolava os países em desenvolvimento (BERNAL, 2017). Ainda que essa mudança tenha trazido diversas variantes positivas, alavancou também os contrapontos, pois com o advento dessa nova realidade, possibilitou-se uma sociedade globalizada e ao mesmo tempo narcisista (BERNAL, 2017). Sendo assim, a tecnologia mostrou-se ir além do espaço virtual, adentrando no âmago de cada indivíduo, alterando até mesmo o contexto institucional no qual está inserido, provocando mudanças de caráter orgânico nas representações sociais por ser facilmente manipulado (HJARVARD, 2014).

Adentrando nesse contexto, surgem aspectos que merecem um olhar cauteloso, como o fato de os indivíduos passarem grande parte do dia utilizando as redes sociais, e em alguns casos, se comparando com outras pessoas que dispõe de estruturas físicas e mentais estipuladas pelas mídias como o padrão da “perfeição”, fragmentando a sua autoimagem contornada por objetivos que talvez sejam inalcançáveis (ANDRADE, 2018).

Percebe-se então que esse modo de existir e categorizar o indivíduo por meio de sua aparência tem sido tratado como algo habitual, sendo utilizado até mesmo como um paradigma na indústria da moda, no qual modelos são frequentemente expostas a dietas sistemáticas e restritivas para permanecer em um quadro de perfeição, promovendo um padrão estético que foi alcançado através de procedimentos não saudáveis e objetificando o corpo feminino para meios lucrativos (ANDRADE, 2018). O aumento dessa reprodução de imagens com modelos magras em revistas, redes sociais e outros meios de comunicação, colabora com a configuração de uma realidade em que a romantização de um desgaste mental e físico para uma aceitação social, torne-se cada vez mais naturalizado, impossibilitando um espaço de valorização da diversidade corporal (ANDRADE, 2018).

Entretanto, nota-se que os padrões sociais sempre fizeram parte da história da sociedade, porém, com o aumento significativo das tecnologias (smartphones, tablets e computador), pôde-se perceber com maior evidência o endeusamento de um modelo corporal “ideal” (SANTOS; GARCIA; SANTOS, 2015). Esse pensamento se estruturou a partir de crenças formuladas diante de um padrão cultural e social, na qual os indivíduos sentem a necessidade de pertencer a uma determinada comunidade e passam a se engajar a qualquer custo num processo adoecedor rumo a aceitação social (SANTOS; GARCIA; SANTOS, 2015).

Em seus escritos, o psicólogo analista, Jung, identificava que essa condição de existência ocorria devido a presença constante dos denominados arquétipos, ou seja, imagens

que são apresentadas ao longo de sua jornada e que evocam emoções e os impulsionam a tê-las como propósito de vida (JACOBI, 1990). Nesse sentido, fica evidente que existem diversas facetas do arquétipo, na qual cada indivíduo experiencia de forma diferente consoante a sua realidade, tornando a existência desse fenômeno eterno e assim que o inconsciente o percebe, as emoções são liberadas podendo estas serem negativas ou positivas (JACOBI, 1990).

Culturalmente, existem inúmeros padrões corporais encontrados na realidade social, todavia, há um modelo considerado o mais bonito e desejado pelas mídias sociais, que é basicamente a mulher com seios robustos, glúteos avantajados, coxas grossas, cintura fina e quadris largos (SANCHEZ, 2018). Esse modelo de perfeição tem sido regra geral para a indústria da moda, desde o princípio, como por exemplo, o fato das profissionais que precisam fazer dietas para permanecerem no quadro de modelos, caso descumpram com o desejo da imprensa, são dispensadas automaticamente (ANDRADE, 2018).

Conciliando os avanços tecnológicos com a busca pela perfeição, pôde-se perceber que certos parâmetros foram embutidos nos usuários das redes, que passaram a ter “necessidades” estéticas, farmacêuticas e nutricionais para se encaixarem nesses moldes (GAMBATI, 2018). Com isso, houve o crescimento das empresas voltadas para a beleza que se sustentam nas inseguranças da sociedade, que atualmente fazem quase tudo para obter um like e o engajamento nas redes sociais (GAMBATI, 2018). Essas instituições utilizam-se de pessoas reconhecidas nas mídias para divulgarem a imagem do seu produto, e assim sua mercadoria ser comercializada em grandes quantidades, gerando mais lucros e aproveitando-se do fator determinante que é a baixa autoestima da massiva população (ALMEIDA, 2019).

Por exercerem um papel de grande influência na vida dos espectadores, é interessante notar a publicidade oculta que existe em cada propaganda, pois basta o seguidor se identificar com os indivíduos que exercem seu trabalho através das mídias, para que imediatamente vire um consumidor daquele produto e procedimentos (SIMAS; JUNIOR, 2018). Através da propaganda atraente, o sujeito anuncia o produto ou serviço, como se o mesmo já estivesse vinculado em seu cotidiano, demonstrando algo ilusório, pois representa apenas a promoção da marca ou do profissional em questão, sem que haja a comprovação da sua existência (SIMAS; JUNIOR, 2018).

O indivíduo que escolhe (consciente/inconscientemente) fazer parte dessa gama padronizada pode enfrentar consequências tecnicamente negativas, ou até mesmo, desenvolver uma visão deturpada de si mesmo e do seu corpo, sendo possível observar que muitas pessoas apresentam transtornos alimentares, os quais provavelmente foram

ocasionados pela tentativa de emagrecer e se inserir no padrão estético, encarando o próprio distúrbio como uma ferramenta para alcançar o que é esperado (CUBRELATI, et al., 2014). A busca pelo emagrecimento tem causado angústias, em algumas pessoas que passam a se autopunir quando há um exagero na alimentação, uma vez que a sensação da perda do controle provoca neste um mal estar psicológico (CUBRELATI, et al., 2014).

Pessoas que não se encaixam nesses padrões, podem encontrar algumas dificuldades no dia a dia, principalmente nas redes sociais, uma vez que este é um ambiente no qual todos são livres para dá sua opinião, porém, muitas vezes essa liberdade aflige uma subjetividade (RONDINA; MOURA; CARVALHO, 2016). Como exemplo disso, surge o denominado cyberbullying, que é o ataque cibernético feito com o intuito de difamar o indivíduo, que sofre constantemente esse tipo de violência, e infelizmente pode acabar desenvolvendo os sintomas citados acima (RONDINA; MOURA; CARVALHO, 2016).

A comunicação estabelecida por meio das redes sociais (WhatsApp, facebook, instagram, twitter, youtube, tiktok) e as relações permitidas por essa aproximação entre vidas através de perfis móveis, permitiu que os indivíduos construíssem identidades fracionadas e compartilháveis, sendo estas mutáveis, variando de acordo com as novas possibilidades, dessa forma, o indivíduo espera deter de autonomia para expor as informações que lhe são relevantes e assim pretender (ALMEIDA, 2014).

Contudo, a partir do momento em que esses sujeitos dispõem de informações sobre suas vidas, estão suscetíveis a opiniões distintas, como também a críticas negativas (ALMEIDA, 2014). Os elementos que são postados instantaneamente mostram uma realidade híbrida, em que definem apenas parte da vivência, que conseqüentemente pode trazer aquilo que não é experienciado de modo factual (ALMEIDA, 2014).

Verificando esse contexto observam-se comportamentos frequentes no ordinário, porém, são expressos em ambientes internos (virtuais) que carregam consigo a consequência da popularização das conexões (MACEDO, 2016). Outra denominação para essa forma de violência decorrente dessa propagação de informações é o linchamento, o qual se manifesta como uma violência comunitária que se deriva de um desconforto social dissipado, na tentativa de postergar a determinação que foi rompida pelos comportamentos comuns, para o conduzir a uma sociedade desejada (MACEDO, 2016). Neste sentido, os usuários se agrupam com um único objetivo: atingir àqueles que possuem ou não vínculos de amizade, muitas vezes se ocultando em perfis fakes, demonstrando assim o seu descontentamento e fúria, com o intuito de punir estes indivíduos que explanam e vivem suas vidas de determinada maneira (MACEDO, 2016).

Outro fenômeno recorrente nos dias hodiernos é a cultura do cancelamento, que consiste no rompimento entre os seguidores e a figura pública, no qual a mesma profere de ações e pensamentos que não condiz com o que é esperado, acarretando na invalidação do seu seguidor, que é reproduzido devido a força que este ambiente promove (HOESCHER, 2020). Torna-se então um canal em que diversos indivíduos tem acesso e isso promove a amplificação da repressão, mesmo que seja esporadicamente (HOESCHER, 2020).

Com o advento e evolução dos processos tecnológicos, surgiu também um personagem marcante para estabelecer relações comerciais no âmbito virtual, são os denominados Digitais Influencers (SIMAS; JÚNIOR, 2018). Esses indivíduos são celebridades que aumentam o seu número de seguidores no meio digital, a partir de postagens, vídeos e fotos do seu dia-a-dia, apresentando a ideia de compatibilidade a fim de que pessoas se espelhem, produzindo conteúdos continuamente para seu nicho, como por exemplo, um influencer da categoria de maquiagens irá elaborar publicações cotidianamente referentes a pele, cuidados pré e pós o uso de cosméticos e dicas de maquiagem naturais ou artísticas, perdurando seus ideais, opiniões e experiências com o intuito de mobilizar o maior número de fãs (SILVA; TESSAROLO, 2016).

Dessa forma, as indústrias observaram nesses influencers formas rentáveis de lucrar a partir da contratação destes para eventuais publicidades em seus próprios perfis, por meio de posts que evidenciem a legitimidade e qualidade do objeto a ser divulgado, e assim seus seguidores sejam levados a comprar, uma vez que alguém respeitado e exaltado por estes afirmou que o produto é bom e de grande satisfação (SILVA; TESSAROLO, 2016). Com isso, as empresas utilizam-se dessa influência demasiada sobre a sociedade para divulgar e vender suas mercadorias com propagandas sistemáticas, proporcionadas pela própria métrica das redes sociais (SILVA; TESSAROLO, 2016).

O influencer age como porta voz das grandes empresas, levando consigo ideais que devem ser disseminados no âmbito virtual afim de angariar ainda mais lucros para as corporações, noções de perfeição alcançáveis e necessárias são a todo instante espalhadas nas redes sociais (FERRI; ROVATI, 2018). Para isso, são expostos inúmeros cosméticos e procedimentos estéticos para atingir a excelência da beleza de maneira rápida e eficaz, conforme os modelos midiáticos asseguram (FERRI; ROVATI, 2018).

Esse movimento de influencer e indústria foi um fenômeno crucial para o desenvolvimento e adequação das novas tendências na modernidade, mas ao mesmo tempo tem suas contradições, já que uma maioria massiva usa do prestígio social para manipular dados referentes ao uso dos produtos ou procedimentos, sem que haja um estudo ou utilização

gradual para comprovar eficácia (SILVA; TESSAROLO, 2016). Os seguidores adquirem e usufruem dos produtos sem saber da procedência e efetividade, consomem acreditando ser um unboxing ou review, mas na verdade é meramente uma propaganda que pode resultar em perdas monetárias, efeitos colaterais graves ou consequências negativas para a vida e saúde do indivíduo (SIMAS; JÚNIOR, 2018).

Situações como essas tem se tornado cada vez mais habituais, como foi o caso da influenciadora Camila Loures que fez um vídeo de publicidade para a Salon Line, marca de cosméticos capilares reconhecida nacionalmente, na qual esta usava produtos da empresa para comprovar a eficácia deste, porém, o que os consumidores perceberam foi que o cabelo da influencer não estava saudável, uma vez que a mesma estava fazendo uso de artefatos como Mega Hair, além de exibir corte químico, o qual provavelmente, ocorreu pelo uso imoderado de produtos, invalidando assim a efetividade da propaganda (AGUIAR, 2018).

Em outras ocorrências, os prejuízos podem ser ainda maiores, como é o caso da modelo Andressa Urach, que buscou se encaixar nos moldes de embelezamento das mídias, e fez uso de um procedimento estético que modela o corpo a partir da inserção do hidrogel (SANCHE; BAITELLO, 2018). Por desventura, o líquido injetado gerou complicações clínicas que quase levaram a famosa a óbito, Andressa entrou em coma, foram realizadas inúmeras drenagens e mais de 22 cirurgias para a retirada do produto (SANCHES; BAITELLO, 2018). Esse é um fator que demonstra o quanto as celebridades não averigam os riscos que os procedimentos podem causar para sua saúde e dos seus seguidores, uma vez que divulgam técnicas de embelezamento que são novas no mercado e não tem comprovação científica, sem medir as consequências imediatas e a longo prazo (GOMES; GOMES, 2017).

Além dessas famosas, outra influencer que usou de seu poder sobre os seguidores para divulgar produtos, foi a ex-BBB Gabi Martins, que fez a propaganda de um produto que promete a redução de medidas corpóreas, o problema dessa publicidade está na veracidade dos fatos, uma vez que a própria tinha acabado de realizar uma cirurgia estética, a Lipoaspiração de Alta Definição (Lipo HD), que remove gorduras, modela e evidencia os músculos (GUIMARAES; SILVA, 2021). Dessa forma, entende-se que as celebridades têm usado de seu poder informacional para ter lucros na divulgação dos produtos, sendo que essa falta de comprometimento com a checagem sobre o produto e seus efeitos colaterais pode resultar em danos gravíssimos a saúde dos consumidores (GUIMARAES; SILVA, 2021).

Os influenciadores digitais precisam ser mais responsáveis nas propagandas que estes aceitam ser porta voz, já que esses procedimentos são novos, não se tem comprovações científicas a longo prazo, além de ser invasivos e causar danos irreparáveis a vida dos

consumidores, é preciso que os influencers chequem veemente cada informação apresentada pelas empresas, usufruam dos produtos e a partir desse uso, façam o review, para evitar que os seguidores sejam levados a comprar produtos falsos, inferiores ou mesmo prejudicial (SIMAS; JUNIOR, 2018).

A performance que a internet estabelece no indivíduo, desenvolve uma consciência adaptada a essa realidade virtual, onde o tempo se torna inalcançável e fora do campo material, oferecendo a visão utópica de que a linha temporal está em constante movimento, impossibilitando o domínio sobre ele ao fixar no aqui-agora, anulando assim a percepção de futuro e impulsionando a crença da valorização de um ponto veemente, isto é, o presente (LIMA et. al., 2016). Essa interligação entre o universo virtual e material, traz complicações no que se refere ao pensamento pré-estabelecido do sujeito a sua identidade e sociedade, o aceleração apresentado por esse novo modelo de relações, transfigura-se a um sistema de pensamentos e sentimentos contemporâneos, em que existe uma procura do encaixe subjetivo na esfera social (LIMA et. al., 2016).

Em um mundo no qual inúmeras figuras, sejam elas públicas ou cotidianas, são demonstradas simultaneamente aos sujeitos, sendo a cada dia mais modificadas por uma realidade mutável, a qual salienta e estimula a exploração de novos moldes ligados a imagem pessoal e social, naturalizando a ausência de algo duradouro e consistente, tendo como consequência o fortalecimento da inserção do consumismo nessa área pessoal do ser, tendo os seus objetivos voltados para os fins lucrativos, em torno dessa necessidade de obter uma aparência e identidade versátil e oscilante (LIMA et. al., 2016).

O consumo evidencia e manifesta o reflexo de uma sociedade que exposta as possibilidades de múltiplas escolhas, acaba se perdendo em seus próprios desejos e ultrapassando os limites de suas circunstâncias subjetivas, econômicas e sociais, visto que perante o ritmo imediatista apresentado pelo capitalismo, leva o sujeito a ter decisões instantâneas pela inexistência de uma percepção espacial e temporal em que ele se encontra (NESPOLO et. al, 2015). O marketing trabalha em cima da relação que o cliente pode estabelecer com o produto em questão, sendo assim, o princípio do capitalismo revela-se como o descobrimento das necessidades e prioridades estabelecidas por um conjunto de motivações e contingências dentro de uma sociedade, para assim alcançar a satisfação da clientela uma reação de prazer diante do objeto desejado, focando em seus comportamentos e sensações, intencionando o sustentamento dessa felicidade momentânea (NESPOLO et. al, 2015).

O objeto desejado pelo sujeito, sendo este um produto em que foi depositada suas expectativas, acaba por substituir espaços em que a afetividade e sociabilização poderiam preencher, todavia, a sua realidade virtual com toda sua efemeridade e soluções práticas fazem com que a solidão tenha grande parte no cotidiano do indivíduo sem que ele perceba, tornando o comportamento de isolamento e compulsão em compras habitual (VASCONCELLOS, 2014). A solidão tornou-se um fator indispensável quando o tema é a sociedade contemporânea, uma vez que diante dos novos valores e contextos manifestados em um mundo onde a tecnológica é predominante, a experiência de tal sentimento deixou a esfera subjetiva para se inserir nas relações sociais que na condição em questão, enfraquece progressivamente no interior dos sujeitos isolados dentro de suas próprias realidades alternativas proporcionada por esse modelo de inovação (VASCONCELLOS, 2014).

A era virtual tem como uma das suas consequências, a solidão, a qual leva tanto os sujeitos quanto os pesquisadores a refletirem sobre o próprio ser e sua existência, a ampliação de escolhas e a liberdade ilusória retratada na realidade atual, faz com que haja um desenvolvimento do vazio e desamparo, a crença de que há escolhas e a detenção da liberdade, contudo, não existe algo permanente e efetivo para sustentar o desespero do seu íntimo (VASCONCELLOS, 2014). O vazio do eu no contexto apresentado, busca um vínculo para além do objeto e do contato material, uma vez que existe o desejo de ser feliz e do prazer que o seu próprio Eu não consegue assegurar diante de suas problemáticas, procurando a subjetividade que foi perdida em meio ao coletivo virtual e consumista em que foi inserido, tentando fugir da fragmentação da sua identidade em um mundo onde tudo é modificado com facilidade (VASCONCELLOS, 2014).

O sujeito passa por um processo de desintegração da sua história, da sua identidade, fazendo uso da sua persona para alcançar os padrões comportamentais e sociais que o próprio meio o apresenta como agradáveis e aceitáveis, deste modo, o ser se depara com a sua máscara social que será reforçada no mundo virtual, mediante as pessoas que ele segue e interage no espaço cibernético (FARIAS; MONTEIRO, 2012). O psicólogo analítico, Jung, descreve a persona como algo irreal e distante do “eu” verdadeiro do indivíduo, sendo este apenas um contrato que ele estabelece com a sociedade, com o juramento de que se ele permanecer, será aceito e desejado, na internet, esse contrato é facilmente quebrado por estar inalcançável a sua realidade material, possivelmente desencadeando transtornos decorrente desse afastamento e da negação do seu eu (FARIAS; MONTEIRO, 2012).

No contato social, perde-se o contato corporal em meio às amizades virtuais, a conexão que anteriormente seria feita através de um diálogo ou um abraço, agora é

representada pelo on-line visto nas redes sociais, as interações e sentimentos se tornam cada vez mais cibernéticos, se iniciando e terminando de maneira eventual com apenas um clique, visando uma satisfação material e laços sentimentais instantâneos, não se importando com a troca de informações, importante para o conhecimento do outro e a autopercepção de si, o que impossibilita a formação de um sentido para os relacionamentos e transforma os indivíduos em uma população individualista, angustiada e centrada apenas em suprir os seus desejos com prontidão (VASCONCELLOS, 2014).

O consumo exacerbado da esfera midiática e do ciberespaço em si vem de um mecanismo de fuga ao sentimento de exclusão, ao interagir com pessoas ao redor do mundo com os mesmos pensamentos e assimilação de mundo, o sujeito sente-se inserido em um projeto de existência além do seu próprio, vindo a se deparar com as várias possibilidades do seu eu em um mundo atrativo que o desresponsabiliza pelas suas escolhas, ao mesmo tempo em que o deixa encarar as consequências em seu vazio existencial sem amparo algum (CANEZIN; ALMEIDA, 2015). Ao segurar um celular, computador, tablet e outros meios de comunicação a distância, o indivíduo se depara com todas as evoluções da atualidade em tempo real, seja das pessoas com que observa em seu cotidiano, a pessoas que jamais foram vistas, por consequência, acaba ficando desestimulado a conhecer para além de um protótipo que se tornou fonte do saber, os aparelhos midiáticos, com a crença utópica de que detém o controle de todos os âmbitos de sua vida através dele (CANEZIN; ALMEIDA, 2015).

A internet tem se mostrado como um dos principais fatores responsáveis pelo aparecimento de transtornos psicológicos na atualidade, com isso, os profissionais de saúde devem se inserir no contexto tecnológico para auxiliar os usuários em suas problemáticas, realizando uma intervenção adequada e eficiente para promover qualidade de vida e bem-estar (COPETTI; QUIGORA, 2018). Tendo em vista o transtorno alimentar como consequência de uma mídia competitiva e exigente, faz-se necessário a criação de um espaço onde possa ser discutido as diversas formas de beleza, que diariamente são reduzidas por um padrão midiático, permitindo que os sujeitos externalizem as suas experiências com o seu próprio corpo, ressignificando suas vivências através do grupo psicoeducativo (COPETTI; QUIGORA, 2018).

A hipervigilância relacionada por está ou não seguindo os padrões estéticos, ocasiona vários sintomas ansiosos, como por exemplo, sudorese, compulsão alimentar e taquicardia (MORAIS, 2014). Além dessas ocorrências, pode haver o aparecimento em alguns indivíduos de traços depressivos, tais como o isolamento social, por acreditar que não se encaixa nos

moldes estabelecidos, e a tristeza profunda por não ser aquilo que desejava, a sua autoestima é rebaixada e surge até ideias suicidas (SILVA, 2015).

Com isso, é preciso refletir sobre novas maneiras de atendimento que possibilitem um alcance maior de informações a todo público-alvo, evitando que a agressão feita no mundo cibernético (cyberbullying) se generalize e se torne algo normalizado pela sociedade (BARBOSA et. al., 2018). As vítimas desse tipo de violência, geralmente passam a maior parte de seu tempo na internet, sendo presas fáceis para agressores, podendo ter idealizações suicidas ao perceberem que estão longe de obterem uma realidade diferente do seu padrão de vida (BARBOSA et. al., 2018).

Dessa forma, é possível utilizar as mídias sociais como um instrumento de acolhimento, promoção e prevenção de transtornos psicológicos ou agressão cibernética, levando muitos indivíduos a refletirem sobre esse assunto e repensarem a forma que manuseiam suas plataformas digitais (BARBOSA et. al., 2018). Dividir experiências e angústias, coparticipando de um grupo com as mesmas experiências traumáticas, podem auxiliar na construção de uma rede de amparo, identificação e empatia, buscando novas estratégias para traçar uma nova história (BARROS; SERPA; 2017)

## **5. ESTUDO DOCUMENTAL:**

### **5.1 Barbie Humana – Angelica Kenova, Valeria Lukyanova e Andressa Damiani**

As bonecas sempre foram apresentadas à sociedade com uma imagem semelhante a das crianças, bem como o alimentar e o cuidar, seguindo parâmetros para o desenvolvimento físico, psicológico e social em cada estágio infantil (TEIXEIRA, 2017). Essas noções foram modificadas após o surgimento da Barbie em 1959, uma boneca com estruturas físicas amadurecidas, carregada de marcos sociais, valores morais e profissionais de um adulto, sendo lançadas ao mundo infanto-juvenil encoberta de significados e representações, a partir da lógica mercadológica a fim de atingir um público maior, uma vez que os padrões comportamentais abrangem uma gama maior de possíveis compradores dos produtos Barbie (SIMILI, SOUZA, 2015).

Em consonância com os interesses comerciais, percebe-se vários adultos consumindo produtos da Barbie, existindo até mesmo casos em que os indivíduos modificam toda a

estrutura da casa para seguir o padrão da Casa da Barbie, como foi o caso da paranaense Bruna (Fig. 1).



Fig. 1 – Casa Da Barbie Paranaense - Fonte G1

Há pessoas que vão além do imaginário, e se agarram ao mundo utópico da Barbie que estereotipa o corpo a ser seguido como uma silhueta tipo ampulheta, cabelos loiros, olhos azuis, transformando assim o seu novo modo de existir e modificando suas estruturas corporais para se assemelhar cada vez mais a Barbie (SANTOS, 2014). Como é o caso da Ucraniana Valeria Lukyanova, a russa Angelica Kenova e a brasileira Andressa Damiani, que passaram por inúmeras cirurgias plásticas com o intuito de se tornarem a tão almejada “Barbie humana”, conforme as imagens a seguir (Fig. 2 Valeria Lukyanova; Fig. 3 Angelica Kenova; Fig. 4 Andressa Damiani), observa-se a equivalência entre a Barbie e as adeptas ao estilo (SANTOS, 2014).



Fig. 2 Valeria Lukyanova – Fonte RedeTV



Fig. 3 – Angelica Kenova – Reprodução de imagem do instagram @russian\_barbie



Fig. 4 – Andressa Damiani – Fonte: Daily Star

Angelica Kenova, modelo russa de 31 anos, afirma que começou a se vestir como Barbie por seus pais a obrigarem desde a infância, por sua aparência ser tão próxima da boneca, medindo apenas 50 cm de cintura e pesando 41 kg (ZOVIN, 2016). Criada por seus pais superprotetores como uma princesa, não permitiam que ela namorasse, saísse com algum homem sem o acompanhamento de um deles ou mesmo escolhesse as próprias roupas, isso perdurou até a vida adulta, uma vez que ainda mora com os pais até os dias atuais (ZOVIN, 2016).

Valeria Lukyanova, 36 anos, modelo ucraniana intitulada como a 1º Barbie Humana, iniciou sua carreira como boneca aos 22 anos, usando de cirurgias plásticas e truques estéticos. Valeria declara que teve uma época em que praticou o “breatharianism”, procedimento no qual o indivíduo evita comer e beber para sobreviver, somente de ar oxigênio e fontes luminosas como o sol (ZOVIN, 2016). Atualmente Valeria revela se arrepende de ter assumido a titularidade de Barbie, por ser reconhecida apenas como a

representação de uma boneca, e não pelas conquistas, como por exemplo o fato de ser uma alpinista e ter escalado montanhas na Cordilheira do Himalaia (AKEMI ISHII, 2020).

Andressa Damiani, 29 anos, a Barbie Humana brasileira, declara que passou por um único procedimento estético, o de redução e aperfeiçoamento das orelhas que a incomodavam, utilizando, segundo ela, o corpo natural para se assemelhar a boneca e alguns truques de maquiagem e procedimentos para ficar ainda mais parecida (CORRÊA, 2018). Nos dias atuais Andressa não se intitula como Barbie, mas como cosplay da boneca e de outros personagens famosos no mundo infanto-juvenil, a exemplo da Elsa do filme da Frozen (CORRÊA, 2018).

Essas mulheres são exemplos de como o fanatismo e a idolatria por uma figura de poder, pode levar os indivíduos a alterarem suas vidas e seus corpos a fim de se encaixarem nos padrões exibidos pela imagem modelo, nesse caso, a Barbie (BRITO, GAMA, 2012). A contrariedade desse estilo de vida, está na identidade do ser, no comportamento, nas vestimentas, na personalidade, na estrutura corporal, ou seja, na perda do Eu, uma vez que a pessoa acaba por se dissipar cada vez mais para entrar na personificação, o Eu é progressivamente ofuscado pelo brilho rosa que a Barbie carrega (VASCONCELLOS, 2014).

Líquidos injetados, clareamento dos olhos, mudança severas na alimentação, cirurgias plásticas praticamente irreversíveis e em alguns casos, retirada das costelas para afinar a cintura, são algumas das ações que as Barbies humanas precisaram passar para chegar ao padrão (SANTOS, 2014). Essas transformações podem ser motivo de arrependimento, como foi o caso da brasileira Andressa, que afirmou em um vídeo do seu canal no YouTube que não é mais Barbie Humana e não gosta de ser comparada com outras adeptas ao estilo, pois segundo ela, não vive a vida no modo Barbie, ela é apenas um cosplay (CORRÊA, 2018). A sua fala mostra-se contraditória, uma vez que no mesmo vídeo que postula não ser mais a “Barbie”, Andressa está transvestida da personificação da boneca da Mattel (CORRÊA, 2018).

## **5.2 Ken humano - Rodrigo Alves (Rodd)**

Em tempos de redes sociais, nota-se como cotidianamente a sociedade vive debruçada sobre as imagens, imagens essas que refletem a perfeição corporal. Para isso, é necessário então submeter a própria matéria orgânica a procedimentos, privações e sacrifícios afim de libertos da sua natureza original, estejam dentro das reconfigurações do corpo como uma

imagem corrompida longe daquilo que se apresenta como uma estrutura natural (OLIVEIRA; LONDERO, 2015).

O corpo nessa nova era tornou-se uma máquina, em que as transformações biológicas se mostram insuficientes, e quando os parâmetros não atingem mais aquilo que é esperado é necessário reconfigurar-se, fazer um upgrade (OLIVEIRA; LONDERO, 2015). Enquanto esse ideal não é atingido, os corpos são submetidos a opressões que buscam contornos esperados para a estrutura física de homens e mulheres, ilustrado por imagens publicitárias, ou à dialética narcísica do que é exposto na internet (OLIVEIRA; LONDERO, 2015).

O caso do “Ken Humano” é revelador ao ilustrar sobre o papel/ local que o corpo ocupa para atender a um ideal imagético, prática que se tornou comum. Qual o motivo que leva o ser humano a querer a todo custo ser um boneco? Qual o limite para a busca da “perfeição”? Rodrigo Alves é uma figura pública que ficou conhecido após passar por inúmeras cirurgias plásticas com a intenção de modificar a sua aparência, se transformando em um boneco. Assim como a Barbie humana, Rodrigo Alves, idealizou o seu projeto de vida afim de que pudesse ser cada vez mais parecido com o namorado da Barbie, Ken, tornando-se assim o Ken humano, como mostra na figura 5 e na figura 6.

Notam-se então como os padrões da sociedade foram de um extremo ao outro; em um momento bastava está inserido na construção cultural em que delimitava um corpo típico, em outro, parecer-se artificial em detrimento de uma imitação prestigiosa e duvidosa do local em que deseja está inserido (SANTOS, 2014).



Fig. 5 – Transformação De Rodrigues Alves – Fonte: Revista Quem



Fig. 6 – Ken Humano – Fonte: G1

O caso acima reflete como a construção do corpo- imagem está incongruente com o que é chamado de individualidade, pois os sujeitos se despem dos seus próprios traços, para

viverem a exigência do protocolo de imagem a fim de conquistar a perfeição epidêmica (OLIVEIRA; LONDERO, 2015). Rodrigo passou por 72 cirurgias, e em uma das várias entrevistas, o mesmo citou que precisou fazer isso. Desde muito novo, Rodrigo sofria muito por causa da sua aparência, e na adolescência isso só agravou. “Me olhava no espelho e via que não era eu”, “eu não era feliz com a imagem que via”; foi então aos 18 anos que ele passou pelo seu primeiro procedimento cirúrgico, realizando uma rinoplastia (fig. 7).



Fig. 7 – Rodrigo Alves em seu primeiro procedimento cirúrgico – Fonte: Revista Quem

Essa abstração do eu seguido da nova instalação do corpo-imagem como um componente de visibilidade para adquirir êxito nas relações interpessoais, pode ser visto como o processo mais brusco para a configuração de si, formatados por imagens alheias da sociedade contemporânea, os quais demonstram que frequentemente devem ser modificados e a essência ficará vazia (OLIVEIRA; LONDERO, 2015). A prova disso é a transformação de Rodrigo, o qual deixa a partir de agora de ser o Ken Humano e passa ser uma representação da Barbie (fig. 8), como modelo de identificação social, assumindo-se como transexual.



Fig. 8 – Ken Humano como Barbie Humana – Fonte: TVE Brasil

Diante do exposto, percebe-se como cada tempo é determinado pelas imagens globalizantes nesse modelo de virtualização do mundo, em que insere o indivíduo em uma crise de identidade que é correspondida pelo consumo midiático influenciado pela constituição de uma minoria de ideologias dominantes sem que haja uma própria referência (CASTRO, 2014)

### 5.3 Andressa Urach

Diante das temáticas apresentadas acima, é fácil visualizar como o significado do corpo humano tem se modificado com o passar do tempo, gradativamente tornando-se um objeto facilmente manipulável pela liberdade pregada por uma sociedade capitalista e materialista (OVANDO, 2016). Adentrando nesse contexto, verifica-se que a carne é vista para além das necessidades subjetivas do indivíduo, ela passa a ser transfigurada para um olhar comercial, uma perspectiva onde o sujeito se coloca em uma posição de compra-venda, objetificando sua estrutura física para que a sociedade possa o consumir (OVANDO, 2016).

Em um mundo no qual são oferecidas múltiplas escolhas, seja para alteração de personalidade ou de estrutura corporal, a performance do sujeito revela-se como primordial para a finalidade de seu destino, uma vez que estão inseridos na sociedade do espetáculo, um

círculo social voltado para as aparências, o desempenho e as conquistas que os indivíduos conseguem obter ao longo desse processo que o levam ao adoecimento mental e físico (OVANDO, 2016). O sentimento genérico de satisfação e independência pessoal transformam o ser humano, tornando-o um dependente emocional desse aperfeiçoamento estético e transcendente, tendo como principal crença o alcance do sucesso através dos moldes que expõem o corpo à medidas punitivas e tortuosas (OVANDO, 2016).

Como consequência desse padrão de existência, têm-se como uma das referências mais visíveis, a ex-modelo e ex-garota de programa, Andressa Urach. Muito conhecida como estar constantemente envolvida em polêmicas, Andressa ganhou notoriedade na mídia após realizar uma cirurgia que marcou a sua vida, pela primeira vez ficou cara-a-cara com a morte pela necessidade da retirada de hidrogel concentrado em suas coxas, levando-a a infecção generalizada (fig. 9). Em sua autobiografia, Andressa relata que desde a infância, sonhava em ser bem sucedida e em riquezas, se colocando em determinadas situações com um teor escandaloso e promiscuo apenas para ganhar reconhecimento social (URACH, 2015).



Fig. 9 – Andressa Urach no decorrer de sua internação – Fonte: Ego Globo

O procedimento utilizado atualmente para ter o concebimento da aprovação e fama coletiva, revela uma crise dos princípios e significados postulados anteriormente a Revolução Gráfica, as figuras denominadas “celebridade”, eram reconhecidas pelos seus atos heróicos, após essa revolução, as cenas ilustradas no cotidiano demonstram uma representação falha e repleta de imperfeições, retirando a imagem íntegra do ser visível aos holofotes (LANA, 2014).

As mulheres são destacadas na origem das celebridades como protagonistas desse movimento, visto que todas as atrizes estavam voltadas para a indústria da beleza e do

aprimoramento corporal, impulsionando a ampliação do consumo e o mercado de cosméticos ao redor do mundo, fazendo com que a utilização exacerbada desses produtos se torne uma personificação naturalizada da beleza contemporânea (LANA, 2014). Ao longo da sua busca pela fama, Andressa Urach fez parte de vários trabalhos onde o foco principal era a beleza e exibição do seu corpo, dentre alguns destes, podemos destacar: auxiliar de palco do programa Legendários, participou do concurso de Miss Bumbum no qual ganhou o segundo lugar, foi bailarina do cantor Latino e Musa do Brasileirão, sendo símbolo do time de futebol Internacional (LANA, 2014).

Ao relatar sobre a sua vida, Andressa Urach revela que se sentia inconformada e insatisfeita com o seu corpo, recorria a cirurgias a cada 3 meses e sempre que efetivava o processo (fig. 10), tinha o sentimento de felicidade por obter um deslumbre pelo culto ao corpo feminino, utilizando-se desses recursos para fugir da velhice, circunstância que a deixava amedrontada pela crença da perda de sua beleza e sensualidade (OVANDO, 2016). Andressa levava a sua vida de maneira individualista, apesar de suas vitórias, sempre desejava obter a sensação prazerosa do sucesso, resultado das experiências ligadas as cirurgias, homens, dinheiro e fama (OVANDO, 2016).



Fig. 10 – Andressa Urach antes e depois das cirurgias plásticas – Fonte: R7

Após sobreviver a cirurgia, Andressa Urach batizou-se no hospital em que ficou internada, se convertendo e se tornando membro ativa da Igreja Universal do Reino de Deus, deixando a mídia em estado de espanto com a sua súbita admissão a religião. Enquanto isso, a mesma focava apenas em espalhar o seu testemunho de milagre e cura ao redor do Brasil, chegando a discursar nos presídios femininos sobre a sua autobiografia (fig. 11), onde relata a história da transformação pessoal (TEIXEIRA, 2018).



Fig. 11 – Andressa em um presídio feminino em Florianópolis – Fonte: Ego Globo

O ato de testemunhar um acontecimento milagroso aparece na sociedade como um projeto de evangelização, isto é, expandir a palavra a toda criatura, fazendo-se necessário a presença de um indivíduo grande de popularidade para que o evangelho seja espalhado ao mundo de maneira midiática e até mesmo superficial em prol de um crescimento institucional, sendo este a igreja (BISPO, 2019). Dessa maneira, torna-se visível a forma como o íntimo do sujeito em situação de vulnerabilidade, é um dos maiores parâmetros para fins lucrativos e uma narrativa alienadora, que promove discursos de ódio em questão de comportamentos e personalidades (fig. 12), onde a felicidade faz-se presente apenas através da conversão (BISPO, 2019).



Fig. 12 – Postagens do Instagram de Andressa e seu marido – Fonte: Revista Quem

Atualmente, a vida de Andressa Urach continua oscilante, a cada dia apresentando uma nova mudança de personalidade e de perspectiva de vida, ainda surpreendendo a mídia com os seus altos e baixos. Com o passar do tempo, acabou se afastando da Igreja Universal, relatando que foi enganada e rejeitada, sentimento que a mesma alega não ter sofrido com tanta intensidade quando era garota de programa, chegando a anunciar em seu Instagram a volta de Ímola, o nome que utilizava em meio a prostituição. No entanto, no dia 16 de outubro desse ano, a ex-modelo anunciou que está frequentando a igreja novamente.

Na sua vida amorosa, o caso não foi diferente. Andressa, expôs as brigas e ameaças feitas pelo seu marido nas redes sociais, confessando que precisou ir ao hospital psiquiátrico por conta das discussões conjugais, sentindo vontade de abortar o seu bebê e tirar a sua própria vida. Em um curto período de tempo, ambos reataram e o marido admitiu abertamente, que controla as pessoas que seguem Andressa no Instagram, bloqueando aqueles que não aceitam a sua volta à igreja.

Perante as problemáticas expostas da vida de Andressa, desde a sua infância até os dias atuais, percebe-se uma grande influência de valores e significados externos, em sua maioria internalizados pela mídia, para amparar a sua existência e construir um novo propósito para o seu ser, estando involuntariamente dentro de uma narrativa alienadora proposta pela sociedade do espetáculo onde o que importa são os aplausos e as aparências demonstradas pelas fragmentações do seu eu ao longo dos anos (CANDATEN; VELOSO, 2015).

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com fundamento nas problemáticas demonstradas pelo trabalho em questão, buscou-se compreender as estratégias da mídia para alcançar e convencer o público a corresponder às expectativas baseada no projeto de vida de pessoas externas destacando os padrões sociais e estéticos apresentados pelo universo midiático, e em uma sociedade centrada no capitalismo como um modelo de interdependência pessoal e social, nota-se a necessidade latente de uma intervenção voltada para a saúde mental no âmbito cibernético que por ser um local livre, é denominado pelos seus usuários como “uma terra sem lei”. Muitos indivíduos que navegam pela internet diariamente, principalmente influencers, utilizam das redes sociais de maneira irresponsável, em uma busca desesperada por likes e patrocínios, gerando desinformação e danos psicológicos aos seus seguidores.

Compreender os significados, signos e representações sociais construídas no meio cibernético, é fundamental não somente para a abrangência dos temas apresentados ao longo da pesquisa, mas também na criação da análise dos casos com uma perspectiva flexível e empática, tendo em vista que os sujeitos analisados são vítimas de uma sociedade que reforça crenças disfuncionais em relação ao corpo e personalidade. No entanto, é preciso salientar a importância da ausência de responsabilidade manifestado pelo indivíduo ao se engajar em um projeto de existência, desenvolvido através de escolhas e estímulos apresentados pelo seu meio, buscando uma recompensa social e pessoal, sem se autoquestionar dos conteúdos consumidos e pregados em suas plataformas digitais.

A ambiguidade apresentada nos comportamentos e ideais da realidade virtual enriquece a natureza do trabalho, ao mesmo tempo em que desbrava questionamentos sobre o quão verdadeiro e confiável esse universo on-line pode ser, tal como as múltiplas facetas controversas dos sujeitos que estão inseridos podem ser reais ou fruto desse cenário líquido com consequências permanentes, desafiando a profissionalidade e ética de psicólogos e todas as áreas direcionadas a saúde física e mental, que ao se aprofundarem em um ambiente questionável podem cair em armadilhas do senso comum.

Mesmo diante de tais obstáculos, por ser uma área que analisa o sujeito de forma abrangente, dando ao indivíduo atenção e cuidados necessários, é necessário avaliar e pensar sobre as possibilidades de inserção do psicólogo nas redes sociais, para que o profissional trabalhe de maneira efetiva na desconstrução dos padrões ditados pela sociedade, reforçando e estimulando os sujeitos para o encaminhamento a terapia em casos de adoecimento mental.

Visando o que foi mencionado acima, é notório que a presença de diversas facetas vindas desse meio tecnológico demonstra a dificuldade para encontrar meios que ajudem no uso adequado e saudável das redes sociais. Ainda assim, esta pesquisa permitiu a reflexão acerca do projeto de existência de cada ser, a fim de que possa compreender o real sentido do modelo de vida, baseado em algo concreto e não pela obsessão de ilusório.

Dessa forma, diante do exposto, viu-se a necessidade de trabalhos direcionados a essa área, em relação à Psicologia, uma vez que, para a realização da construção deste houve dificuldade em encontrar artigos acadêmicos que embasassem e concretizasse o que estava sendo discutido. Sendo assim, após a conclusão deste, vê-se a necessidade de estudos complementares, principalmente sobre as causas do mau uso da internet na formação da personalidade humana.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Ane Cristine de. **A publicidade velada no universo do digital influencer sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor**. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade de Santa Cruz Do Sul. Santa Cruz do Sul. 71 f. 2018.
- AKEMI ISHII, Regiane. Imágenes pobres y la ostentación del pixel-relaciones entre cine e internet en videofilia (y otros síndromes virales). **Contratexto**, n. 34, p. 81-104, 2020.
- ALMEIDA, Daiana Calixto de. **Cyberbullying: uma abordagem sobre os reflexos da violência nas redes sociais**. 2014. 68f.- Monografia (Graduação) - Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Graduação em Biblioteconomia, Fortaleza (CE).
- ALMEIDA, L. T. G. L. **Vida compartilhada: influencers e seu papel na reestruturação do capitalismo informacional**. Universidade de Brasília. Instituto de Ciências Sociais, 2019.
- ANDRADE, M. B. de. **Moda e corpo: a influência do padrão estético em distúrbios alimentares**. 2018. 23 f. Universidade Federal Do Ceará. Instituto De Cultura E Arte.
- ASSUNÇÃO, Brenna Lúcia da; OLIVEIRA, Luilma Nayara Borba; HENRIQUES, Halline Iale Barros. Psicologia Da Saúde E Processos Midiáticos: Aproximações Teóricas E Práticas. **Revista Eletrônica de Ciências**, v. 9, n. 3, p. 58-77, 2016.
- BARBOSA, Júlia S. et al. Séries e internet: até que ponto elas interferem na ideação suicida. In: **Actas do 12º Congresso Nacional de Psicologia da Saúde-Organizado por Isabel Leal, Sofia von Humboldt, Catarina Ramos, Alexandra Ferreira Valente, & José Luís Pais Ribeiro**. 2018. p. 26.
- BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, p. 24-34, 2011.
- BARREIRA, Cristiano Roque Antunes. **Agressão e ansiedade, o esporte e o corpo contemporâneos: Uma leitura fenomenológica**. In: Anais do IV Seminário de Psicologia do Esporte e Motricidade e I Congresso Nacional de Psicologia da Motricidade Humana, Esporte, recreação e Dança. 2012. p. 145-154.
- BARROS, Octávia Cristina; SERPA JR, Octavio Domont de. Ouvir vozes: um estudo netnográfico de ambientes virtuais para ajuda mútua. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 27, p. 867-888, 2017.
- BAUMAN, Z. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BERALDO, Beatriz. O que é feminilidade? Papéis sociais e o feminismo contemporâneo. In: **IV Congresso Internacional de Comunicação e Consumo**. 2014.
- BERNAL, J. G. D. **Encontros da tecnologia e sociedade da informação: perspectivas da filosofia e da educação XXII – 2017**. 384 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2017.

- BEPPU, Sílvio Roberto Gomes; BARROS, Ana Cristina da Silva; MARTINS JÚNIOR, Joaquim. Motivos que levam as pessoas a frequentarem a academia de musculação em busca do corpo belo. **VII Encontro Internacional De Produção Científica**, v. 7, 2011.
- BITTENCOURT, Isaiane Santos; VILELA, Alba Benemérita Alves. Representações sociais: uma abordagem teórica em saúde. **Revista Brasileira em Promoção da Saúde**, v. 24, n. 1, p. 80-85, 2011.
- BITTENCOURT, Liliane de Jesus; ALMEIDA, Rafaela Andrade. Transtornos alimentares: patologia ou estilo de vida?. **Psicologia & Sociedade**, v. 25, n. 1, p. 220-229, 2013.
- BISPO, Raphael. “Deus dá uma segunda chance”: sofrer e refazer mundos em testemunhos religiosos. **Horizontes Antropológicos**, v. 25, p. 111-139, 2019.
- BÔAS, Lúcia Pintor Santiso Villas. Representações sociais: a historicidade do psicossocial. **Revista Diálogo Educacional**, v. 14, n. 42, p. 585-603, 2014.
- BORGES, Fabíola Graciele Abadia; ROMERA, Maria Lúcia Castilho. Eco e Narciso: uma história de construção identitária. In: **VI Congresso Nacional de Psicanálise e XV Encontro de Psicanálise da UFC**. 2011. p. 1-7.
- BRITO, Maria de; GAMA, Maria Gabriela. Ser uma Barbie-um devaneio exequível. **Cimode** - 1º Congresso Internacional de Moda e Design 2012.
- BRITO, Nuno. Consumismo enquanto ideologia: o papel da publicidade. **Revista Comunicando - Os novos caminhos da comunicação**, v. 1, n. 1, p. 18-28, 2012.
- CAMPOS, G.R.; FARIA, H. M. C.; SARTORI, I. D. Cultura Da Estética: O Impacto Do Instagram Na Subjetividade Feminina. **Cadernos De Psicologia**, Juiz de Fora, v. 1, n. 2, p. 310-334, ago./dez. 2019 – ISSN 2674-948.
- CANDATEN, L.; VELOSO, M. T. O show de Truman e o ator: uma vida manipulada pela mídia. **Revista Crioula**, [S. l.], n. 16, 2015.
- CANEZIN, Paulo Franklin Moraes; ALMEIDA, Thiago de. O ciúme e as redes sociais: uma revisão sistemática. **Pensando fam.**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 142-155, jun. 2015 .
- CARON, Eduardo; LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti. Afinal, somos ou não somos uma sociedade de consumo? Consequências para a saúde. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 145-153, Jan. 2015.
- CARDOSO, Jennifer. Implicações padrão Barbie: sentidos que meninas adolescentes atribuem aos padrões de estética e idealização do corpo. **Psicologia-Pedra Branca**, 2018.
- CARVALHO, Isis Alves; SERPA, Monise Gomes. Corpo e embelezamento: a criança participante de concurso de beleza. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 34, p. 835-849, 2014.
- CASTRO, Valdir José de. Cibercultura: pós-humano e crise de identidade. Foz do Iguaçu-PR, **Intercom**, 2014.

CECHIN, Michelle Brugnera Cruz; SILVA, Thaise da. Assim falava Barbie: uma boneca para todos e para ninguém. *Fractal: Revista de Psicologia*, v. 24, p. 623-638, 2012.

CHIARI, B. da S.; LOPES, G. A.; SANTOS, H. G.; BRAZ, J. P. G. A cultura do cancelamento, seus efeitos sociais negativos e injustiças. **Toledo**, Prudente Centro Universitário. 2020.

COLLINGE, Márcia Denise da Rocha; FIGUEIREDO, Elielson. A liquidez da modernidade na narrativa de Sérgio Sant'Anna: representações do desejo e da violência. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, 2021.

COPETTI, Aline Vieira Sá; QUIROGA, Carolina Villanova. A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. **Revista de Psicologia da IMED**, v. 10, n. 2, p. 161-177, 2018.

CORRÊA, Henrique dos Santos. **A prática cosplay e suas múltiplas dimensões**. 2018. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Educação Física e Dança, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

CUBRELATI, B. S. et al. Relação entre distorção de imagem corporal e risco de desenvolvimento de transtornos alimentares em adolescentes. **Conexões**, Campinas, SP, v. 12, n. 1, p. 1-15, 2014.

DANTAS, Michelle Bianca Santos et al. **Poiésis e sacralidade**: o mito da beleza trágica em Helena (Eurípedes), Narciso (Ovídio) e Psiquê (Apuleio). Doutorado em Ciências das religiões - UFPB - (Universidade Federal da Paraíba), 2020.

EL ASSAL, Sámar; FERNANDES, Daniela Canuto. Imagem Corporal e Comportamentos de Risco para Transtornos Alimentares em Praticantes de Exercícios e Atletas: Evidências Científicas. **Revista EVS-Revista de Ciências Ambientais e Saúde**, v. 41, p. 31-41, 2014.

FARIA, Alceu Luiz; ALMEIDA, Simone Gonçalves de; RAMOS, Theo Moraes. Impactos e consequências das dietas da moda e da suplementação no comportamento alimentar. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 10, 2021.

FARIAS, Lídia; MONTEIRO, Taís. A identidade adquirida nas redes sociais através do conceito de persona. **XIX Prêmio Expocom**, 2012.

FERRI, Caroline; ROVATI, Ana Oliveira. A busca da “perfeição” estética refletida nas imagens publicitárias: excessos, consumo e mulheres reais. **Perspectivas teórico-práticas da conjuntura política e social brasileira**: um debate feminista, p. 25. 2018.

FILARDI, Fernando; TRINTA, José Luiz; CARVALHO, Bruna. Características do Consumo de Beleza na Base da Pirâmide: Análise da Percepção dos Participantes do Mercado. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 8, n. 2, p. 123-153, 2016.

FIGUEIREDO, Débora de Carvalho; NASCIMENTO, Fábio Santiago; RODRIGUES, Maria Eduarda. Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras. **Linguagem em (Dis) curso**, v. 17, p. 67-88, 2017.

FLORIANI, Flavia Monique; MARCANTE, Márgara Dayana da Silva; BRAGGIO, Laércio Antônio. Auto-estima e auto-imagem a relação com a estética. **Acesso em**, v. 1, 2014.

FONTES, Olivia de Almeida; BORELLI, Fernanda Chagas; CASOTTI, Leticia Moreira. Como ser homem e ser belo? Um estudo exploratório sobre a relação entre masculinidade e o consumo de beleza. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 18, p. 400-432, 2012.

FORTES, Leonardo de Sousa et al. Autoestima, insatisfação corporal e internalização do ideal de magreza influenciam os comportamentos de risco para transtornos alimentares?. **Revista de Nutrição**, v. 28, p. 253-264, 2015.

FREITAS, C. E. P.; BORGES, M. V.; RIOS, R. O algoritmo classificatório no feed do Instagram. **Congresso Brasileiro De Ciência Da Comunicação**, 39., 5-9 set. 2016, São Paulo (SP). 2016.

FREITAS, Matheus Pereira de. Da solidão odiosa ao vazio devastador: O remorso de Narciso em A Mulher no Espelho—Uma Reflexão, de Virginia Woolf. **Revista Cacto-Ciência, Arte, Comunicação em Transdisciplinaridade Online**, v. 1, n. 1, 2021.

FREITAS, Thais Lins de et al. Vigorexia: Influência dos padrões estéticos culturais e obsessão pelo corpo ideal. **Inova Saúde**, v. 9, n. 2, p. 176-189, 2020.

FURLAN, Marta Regina. A construção do “ser” criança na sociedade capitalista. **Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa**, v. 20, n. 38, p. 3-15, 2020.

GAMBATI, R. A. et al. **Mulheres**: a (in) satisfação corporal diante dos procedimentos estéticos cirúrgicos. Monografia (Graduação em Psicologia) – FAEMA, 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, Erika Cirqueira; GOMES, Evandro Ferreira; O papel dos Influenciadores Digitais no relacionamento entre Marcas e Millennials na Era Pós-Digital. In: **XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**.: Centro Universitário Estácio do Ceará. Fortaleza, CE. 2017.

GUIMARÃES, Patricia Specimille; SILVA, Ruth Stein. O preço da perfeição. **Revista Pet Economia UFES**, v. 2, n. 1, p. 14-17, 2021.

HJARVARD, S. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**. [S. L], v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

HOESCHER, Laura Zorzo. **As variáveis preditoras da cultura do cancelamento nas redes sociais**. 2020. 67 f. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda). Curso de Publicidade e Propaganda. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS.

JACOB, Helena. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Communicare**, v. 14, n. 1, p. 88-105, 2014.

JACOBI, Jolande. **Complexo, arquétipo, símbolo na psicologia de C. G. Jung**. São Paulo: Cultrix, [1957] 1990.

LANA, Lígia. Celebridade, humilhação e moral sexual: a vice-miss bumbum avaliada por comentários do Youtube. In: **Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. 2014. p. 2-5.

LEITE, Ana Maria de Carvalho; LEITE, Alessandro da Silva. Espelhos, Ecos e Narcisos: Psicanálise e Transversalidade no Ensino Fundamental. **Exedra: Revista Científica**, n. 8, p. 156-164, 2013.

LIMA, Nádia Laguárdia de et al. As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, v. 9, n. 1, p. 90-109, 2016.

MACHIN, Rosana et al. Concepções de gênero, masculinidade e cuidados em saúde: estudo com profissionais de saúde da atenção primária. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, p. 4503-4512, 2011.

MACEDO, Karen Tank Mercuri. **Linchamentos Virtuais: Paradoxos nas relações sociais contemporâneas**. 2020. Tese de Doutorado. Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do título de Mestra em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas.

MARIZ, Larissa Soares et al. Causas de obesidade infantojuvenil: reflexões segundo a teoria de Hannah Arendt. **Texto contexto – enferm.** Florianópolis, v. 24, n. 3, p. 891-897, setembro de 2015.

MOMBACH, Euremilter Maria. Amor, Narcisismo e Dor. **Círculo Psicanalítico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2014.

MORAIS, I. M. de. **Stresse, ansiedade, vulnerabilidade ao stresse, imagem corporal e satisfação profissional, em meio ocupacional**. 2014. 50 f. Dissertação de Mestrado. Universidade de Lisboa. Faculdade de Motricidade Humana.

MOREL, Aline Pereira Sales et al. Simbolismo e extensão do self no consumo de produtos de beleza. **Revista Pretexto**, v. 17, n. 1, p. 11-28, 2016.

NESPOLO, Daniele et al. Comportamento do consumidor: fatores que influenciam o consumo virtual nas redes sociais. **Revista Ciências Administrativas**, v. 21, n. 1, p. 288-316, 2015.

OLIVEIRA, Flavia Lana Garcia de; SANTOS, Tania Coelho dos. O declínio da lógica do todo, a pós-modernidade e a clínica contemporânea. **Interação em Psicologia**, v. 25, n. 2, 2021.

OLIVEIRA, Michelle Rodrigues de; MACHADO, Jacqueline Simone de Almeida. O insustentável peso da autoimagem:(re) apresentações na sociedade do espetáculo. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, p. 2663-2672, 2021.

OVANDO, Amanda. “Morri para viver” – Corpo, subjetividade e hidrogel no cenário midiático contemporâneo. **Comunicon**. São Paulo, 2016.

PALMEIRA, Cátia Suely et al. Percepções acerca da condição de saúde de pessoas com obesidade. **Rev Rene**, v. 17, n. 5, p. 724-731, 2016.

PETRY, Natália Aparecida; JÚNIOR, Moacir Pereira. Avaliação da insatisfação com a imagem corporal de praticantes de musculação em uma academia de São José-SC. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, v. 13, n. 78, p. 219-226, 2019.

PICON, Felipe et al. Precisamos falar sobre tecnologia: caracterizando clinicamente os subtipos de dependência de tecnologia. **Revista brasileira de psicoterapia**, v. 17, n. 2, p. 44-60, 2015.

RIBEIRO, P. C. P.; OLIVEIRA, P. B. R. Culto ao Corpo: beleza ou doença? **Adolesc Saude**. 2011; 8(3):63-69.

RIBAS, Raíra Emanuelle Barbosa; CALEIRO, Maurício de Medeiros. Padrões estéticos e globalização: a sociedade pós-moderna frente à ditadura da beleza. **Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2012.

RONDINA, J. M.; MOURA J. L.; CARVALHO, M. D. Cyberbullying: o complexo bullying da era digital. **RE. SAÚDE. DIGI. TEC. EDU.**, Fortaleza, CE, v. 1, n. 1, p. 20-41, Jan./Jul. 2016.

SANCHES, Rodrigo Daniel; BAITELLO JR, Norval. O processo iconofágico na relação entre o corpo feminino e as imagens midiáticas: o caso Andressa Urach. **Revista ECO-Pós**, v. 21, n. 2, p. 420-442, 2018.

SANTOS, Cristina Oliveira dos. Barbies humanas: entre os limites do humano e não humano. **Anais da Semana de Ciências Sociais da Universidade Federal do Espírito Santo**, v. 1, 2014.

SANTOS, M. A. dos; GARCIA, R. W. D.; SANTOS, M. L. dos. A sujeição dos padrões corporais culturalmente construídos em mulheres de baixa renda. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 10, n. 4, p. 761-774, 2015.

SCHULTHEISZ, Thais Sisti De Vincenzo; APRILE, Maria Rita. Autoestima, conceitos correlatos e avaliação. **Revista Equilíbrio Corporal e Saúde**, v. 5, n. 1, 2013.

SILVA, A. C. R. de. **Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade**: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações e teses. 2. ed. 2. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia. **XXXIX Intercom**, São Paulo-SP, 2016.

SILVA, G. C. **Narrativas Sobre O Corpo No Instagram**: Os discursos de aceitação corporal como contraponto à imposição do padrão de beleza. 2019. 65 f. Universidade Federal

Fluminense: Instituto De Artes E Comunicação Social Comunicação Social – Publicidade E Propaganda.

SILVA, G. de C. R. F. e; GOMES, I. M.; ABIB, L. T. O corpo na sociedade de consumidores: interpretações a partir de estudantes do Colégio Pedro II. **Práxis Educacional**, [S. l.], v. 17, n. 44, p. 1-22, 2021.

SILVA, Michel De Oliveira; LONDERO, Rodolfo Rorato. Imagens que consumimos, imagens que nos consomem: afetações do corpo na era da virtualidade. **Discursos Fotográficos**, v. 11, n. 18, p. 13-33, 2015.

SILVA, S. M. B. da. **Sintomas De Ansiedade, Depressão, Compulsão Alimentar e Qualidade de Vida em Mulheres com Obesidade**. 2015. 59 f Dissertação de mestrado (Mestrado em Medicina e Saúde Humana)

SILVA, T.R. **Aos olhos de narciso**: sobre o narcisismo na estruturação do eu. 2016. 30f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) - Universidade Federal do Ceará - campus Sobral, Sobral, 2016.

SILVEIRA, Ederson Luís; AGUIAR, Gean Pablo Silva; COSTA, Leonard Christy Souza. Alimentos (in) disciplinados: a beleza que (não) se põe na mesa. **Caminhos em Linguística Aplicada**, v. 17, n. 3, p. 484-508, 2017.

SIMAS, Danielle Costa de Souza; JÚNIOR, Albefredo Melo de Souza. Sociedade em rede: os influencers digitais e a publicidade oculta nas redes sociais. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, v. 4, n. 1, p. 17-32, 2018.

SIMILI, Ivana Guilherme; SOUZA, Michely Calciolari de. A beleza das meninas nas " dicas da Barbie". **Cadernos de Pesquisa**, v. 45, p. 200-217, 2015.

SOARES, Marcos Antônio Striquer; ESTEVES, Marcos Guilhen. Capitalismo global e precarização de direitos sociais: uma resistência por meio do consumo. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC**, v. 35.1, jan./jun. 2015.

SOUSA, S. da S. Responsabilidade civil pela prática de cyberbullying. **Unifametro**. Centro Universitário Fametro. 2020.

STEIN, Marluci; NODARI, Cristine Hermann; SALVAGNI, Julice. Disseminação do ódio nas mídias sociais: análise da atuação do social media. **Interações (Campo Grande)**, v. 19, p. 43-59, 2018.

SUENAGA, Camila et al. **Conceito, beleza e contemporaneidade**: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética. Universidade do vale do Itajaí-UNIVALI. Florianópolis, 2012.

TEIXEIRA, Cheila Cristina Dos Santos. A importância da brincadeira no desenvolvimento cognitivo infantil. **Revista De Psicologia**, v. 10, n. 33, p. 94-102, 2017.

TEIXEIRA, Jacqueline Moraes. **A conduta universal: governo de si e políticas de gênero na Igreja Universal do Reino de Deus**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

TOMAZ, R. C.; SILVA, E. S. S.; BEZERRA, M. A. A.; SIMÕES NETO, J. de C.; ROCHA, A. M. Corpo Padrão: Um Estudo sobre as Concepções do Corpo Feminino Exposto pela Mídia. **Revista Latino-Americana De Psicologia Corporal**. No. 9, p.120-145, Junho/2020 – ISSN 2357-9692.

TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. **Metodologia da Pesquisa**. 2. ed. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

URACH, Andressa. **Morri para Viver: Meu Submundo de Fama, Drogas e Prostituição**. São Paulo, Planeta do Brasil, 2015.

VASCONCELLOS, A. R. A solidão nas redes sociais de relacionamentos. **Revista Saber Acadêmico**, v. 16, p. 100-108, 2014.

VERMELHO, Sônia Cristina et al. Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & sociedade**, v. 35, p. 179-196, 2014.

VIANNA, Ana Cristina de Araújo. O mito de narciso e a psicanálise. **Trabalho apresentado em jornada de psicanálise em**, v. 12, 2014.

WITCZAK, Patricia Eduarda. **O envelhecer e a beleza feminina: significados e comportamentos de consumidoras de produtos associados**. 2012. Monografia (Graduação em Administração - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.

ŽOVIN, Cristiane De Rossi. **A Bonequização Da Mulher: Estratégias midiáticas de transformação do corpo em imagem**. 2016. Tese de Doutorado. Universidade Paulista.





## TERMO DE RESPONSABILIDADE

### RESERVADO AO REVISOR DE LÍNGUA PORTUGUESA

Anexar documento comprobatório de habilidade com a língua, exceto quando revisado pelo orientador.

Eu, Maria Elizangela Borveia de Oliveira Mendonça,

declaro inteira responsabilidade pela revisão da Língua Portuguesa do Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia), intitulado:

As consequências de uma sociedade perfeccionista em um mundo tecnológico.

a ser entregue por Ediene Sousa da Silva, Stefani C. de O. Mendonça, Milena Barros Santana acadêmico (a) do curso de Psicologia

Em testemunho da verdade, assino a presente declaração, ciente da minha responsabilidade no que se refere à revisão do texto escrito no trabalho.

Paripiranga, 27 de novembro de 2021.

Maria Elizangela Borveia de Oliveira Mendonça  
Assinatura do revisor

 Avenida Universitária, 23  
Parque das Palmeiras Cidade Universitária  
Prof. Dr. Jayme Ferreira Bueno Paripiranga - BA

BR 116 - KM 277  
Tucano - BA

Rodovia Lomanto Júnior, BR 407 - Centro  
Caixa postal nº 165 Senhor do Bonfim - BA

Rodovia Antônio Martins de Menezes,  
270 Várzea dos Cágados  
Caixa postal nº 125 Lagarto - SE

Avenida Universitária,  
701, Bairro Pedra Branca, BR 324  
Jacobina (BA)

Rua Dr. Ângelo Dourado,  
nº 27 - Irecê-BA, 44900-000.



### TERMO DE RESPONSABILIDADE

RESERVADO AO TRADUTOR DE LÍNGUA ESTRANGEIRA: INGLÊS, ESPANHOL OU FRANCÊS.  
Anexar documento comprobatório da habilidade do tradutor, oriundo de IES ou instituto de línguas.

Eu, Cléverton Dantas de Souza,

declaro inteira responsabilidade pela tradução do Resumo (Abstract/Resumen/Résumé)  
referente ao Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia), intitulada:

As Consequências de uma sociedade Perfeccionista em um mundo tecnológico;

a ser entregue por Ediene Sousa da Silva,  
acadêmico (a) do curso de Psicologia.

Em testemunho da verdade, assino a presente declaração, ciente da minha responsabilidade pelo zelo do trabalho no que se refere à tradução para a língua estrangeira.

Paripiranga, 30 de Novembro de 2021.

Cléverton Dantas de Souza  
Assinatura do tradutor

 Avenida Universitária, 23  
Parque das Palmeiras Cidade Universitária  
Prof. Dr. Jayme Ferreira Bueno Paripiranga - BA

BR 116 - KM 277  
Tucano - BA

Rodovia Lomanto Júnior, BR 407 - Centro  
Caixa postal nº 165 Senhor do Bonfim - BA

Rodovia Antônio Martins de Menezes,  
270 Várzea dos Cágados  
Caixa postal nº 125 Lagarto - SE

Avenida Universitária,  
701, Bairro Pedra Branca, BR 324  
Jacobina (BA)

Rua Dr. Ângelo Dourado,  
nº 27 - Irecê-BA, 44900-000.

duolingo | test center



Verify this certificate at:  
[certs.duolingo.com/w89fqc9b](https://certs.duolingo.com/w89fqc9b)

This certificate verifies that

**Cléverton Dantas de Souza**

has successfully completed the Duolingo Proficiency Exam  
with a score of

**5.0 / 10 in English**



**DATE OF TEST**  
2015-01-02

**LANGUAGE STATUS**

Advanced. Can fulfill most communication goals, even on unfamiliar topics. Can understand the main ideas of both concrete and abstract writing, and interact with native speakers fairly painlessly.