



**Fundação Educacional do Município de Assis  
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis  
Campus "José Santilli Sobrinho"**

**ISADORA RAMÃO**

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMAGEM DA JOVEM  
MULHER: DISMORFIA INSTAGRAM**

**ASSIS/SP  
2021**



**Fundação Educacional do Município de Assis  
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis  
Campus "José Santilli Sobrinho"**

**ISADORA RAMÃO**

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMAGEM DA JOVEM  
MULHER: DISMORFIA INSTAGRAM**

Projeto de pesquisa apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

**Orientanda:** Isadora Ramão

**Orientadora:** Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

**ASSIS/SP  
2021**

## FICHA CATALOGRÁFICA

RAMÃO, Isadora.

**O impacto das redes sociais na imagem da jovem mulher: dismorfia Instagram** / Isadora Ramão / Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA – Assis, 2021.

Número de páginas.

1. Impacto. 2. Rede Social. 3. Digital Influencer. 4. Instagram.

CDD: 659.14  
Biblioteca da FEMA

# O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMAGEM DA JOVEM MULHER: DISMORFIA INSTAGRAM

ISADORA RAMÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

**Orientador:** \_\_\_\_\_  
Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

**Examinador:** \_\_\_\_\_  
Paulo Sergio da Silva

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente e acima de tudo a Deus, aos meus pais, José Elias e Neusa e a minha irmã Natália, pilares da minha formação como ser humano, sem vocês nada seria possível.

## AGRADECIMENTOS

A Deus por oferecer a oportunidade de crescimento interior e aprendizado neste mundo e por sempre guiar meus passos nos momentos mais difíceis.

Ao Caetano (*in memoriam*), pelos longos anos de companhia, alegria e amor.

A todos os docentes que contribuíram para a expansão de meu conhecimento e por consequência o aumento de minha sabedoria.

“E eis que meu corpo, pela virtude de todas  
essas utopias, desapareceu.”  
*Michael Foucault*

## RESUMO

É notório que a imagem feminina, desde a Antiguidade, sempre esteve atrelada a um padrão de beleza vigente. Após o advento da *internet*, isto não mudou, pelo contrário, aquele começou a ser imposto de novas maneiras. Atualmente com as novas ferramentas e os aplicativos, os usuários das redes sociais passam a ter acesso mais rápido a imagens, inclusive podem compartilhá-las com outras pessoas. A exemplo disto têm-se a rede social de maior acessão: o *Instagram*. Esta rede social vem sendo amplamente utilizada pelas *digitais influencers*, as quais por meio de filtros existentes no aplicativo da citada rede, manipulam suas próprias imagens, e assim acabam por influenciar outras pessoas. Há que se dizer que o presente estudo escolheu como grupo social, o gênero feminino, e, portanto, a incessante busca das mulheres não apenas pela *selfie* perfeita, mas também para manterem padrões estéticos a qualquer custo, como a submissão a cirurgias plásticas, com o intuito de atingir a falsa perfeição. A este fenômeno dá-se o nome de: *dismorfia instagram*.

**Palavras-chave:** Impacto; Rede Social; Digital Influencer; Instagram.



## ABSTRACT

The feminine image has always been notoriously linked to a contemporaneous beauty standard. However, even after the advent of the world wide web, this situation hasn't changed, having only taken a different appearance with the emergence of the contemporary digital tools and apps. Social network users have quick access to images, being able to share them with other people by means of apps such as Instagram. Being a prime example of an image and video sharing social network service, it has been used by digital influencers who manipulate their own image by means of filters existing inside of the referred digital application and consequently influence other users. In the present study, the female gender has been chosen as the social group, thus examining the aspect of women's incessant quest not only for the perfect selfie, but also for maintaining beauty standards at any costs, such as submitting themselves to plastic surgery with the intent of attaining false perfection. This phenomenon has been given the name Instagram Dysmorphia.

**Keywords:** Impact; Social Network; Digital influencer; Instagram.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: (1) Aphrodite Callipyge; (2) Afrodite de Cápua; (3) Vênus de Milo – Museu do Louvre; (4) Aphrodite de Cnidos. Cópia romana em mármore (torso e coxas) com a cabeça, braços, pernas e apoio de roupagens restauradas no Louvre, por Praxíteles. .....	14
Figura 2: Mulher Padrão Atual .....	15
Figura 3: Comparativo: Antes x Depois do Photoshop .....	23
Figura 4: Galeria de Filtros .....	24
Figura 5: Filtros Animados Disponível no Instagram .....	25
Figura 6: Filtro Kylie Jenner .....	26
Figura 7: Kylie Jenner com o filtro lançamento “Kylie Cosmetics” .....	27
Figura 8: Transformação Kylie Jenner: Antes x Depois dos Procedimhttps://i.pinimg.com/564x/1d/23/8b/1d238b2660c5b454003d36da9e047402. jpgentos estéticos .....	28

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2. ANALOGIA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA .....</b>	<b>14</b>
<b>3. A MÍDIA E O PAPEL DA REDE SOCIAL INSTAGRAM .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 O IMPACTO DA DIGITAL INFLUENCER .....</b>	<b>20</b>
<b>4. FILTROS PARA UM ROSTO INSTAGRAM .....</b>	<b>23</b>
<b>4.1 DISMORFIA INSTAGRAM: O ROSTO SOB FILTRO .....</b>	<b>27</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>31</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O costume de decretar padrões de beleza para o grupo social feminino está enraizado há tempos, apesar de tais exigências se alterarem a cada período histórico social. A mulher, a principal personalidade da esfera social, e também o gênero escolhido para o desenvolvimento do presente trabalho, tem uma longa trajetória de imposições e de posturas que correspondem a determinada época.

O controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou pela ideologia, mas começa no corpo, com o corpo. Foi no biológico, no somático, no corporal que, antes de tudo, investiu a sociedade capitalista. O corpo é uma realidade bio-política. (FOUCAULT, 1979, p.80)

O avanço tecnológico e o processo de globalização juntamente com os inovadores dispositivos eletrônicos, trouxeram para a humanidade contemporânea novas formas de se relacionar e de viver em sociedade, o universo moderno encontra-se na palma da mão. O que antes era exibido nas capas de revistas, agora é exposto nas telas dos smartphones, com apenas um click (SOUZA, et. al, 2017, p.118).

Portanto, as redes sociais, são um novo veículo de propagação de informação e influência, caracterizam-se como redes de compartilhamento de ideias e de interações entre seus respectivos usuários (JACOB, 2014, p.99).

De acordo com a pesquisa realizada em 2018, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o *Instagram* é a rede social de maior acessão e possui cerca de 1 bilhão de usuários ativos. Esta também informa que 70,5%, dos brasileiros têm acesso à internet, e o público predominante é o do sexo feminino. (AGRELA, 2019)<sup>1</sup>

As redes sociais virtuais, especificamente o *Instagram*, são consideradas responsáveis pelo domínio do mundo moderno, gerando benefícios, mas também malefícios, estes quais impactam nas condutas de valores, gerando inversões de padrões que irão influenciar as diversas gerações atuais (BARROS, et. al. 2012).

A constante busca por um padrão de beleza torna-se então, uma característica que advém não somente dos tempos atuais, e sim porque existe uma forte imposição social para o indivíduo se encaixar aos padrões de beleza impostos pela atual mídia,

---

<sup>1</sup> Matéria disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram/>>. Acesso em: 13/08/2021.

na qual imagens e textos mostram e induzem o seguidor a se adequar ao que lhe está sendo exibido. (LIRA, et. al. 2017).

É natural encontrarmos mulheres que se inspiram em determinadas personalidades digitais. Almejam usar suas roupas, ter um estereótipo visualmente parecido, frequentar os mesmos ambientes, pois, alcançar tais semelhanças lhes geraria um sentimento de pertencimento social.

A forte influência estabelecida pela atual mídia impõe aos indivíduos regras e padrões. Por consequência, estes consumidores deixam de lado seus próprios princípios e valores e se tornam submissos a estes estereótipos fortemente estabelecidos (GRASSI, et. al. 2018).

O presente estudo tem como finalidade, mostrar os impactos causados pela nova era digital na sociedade contemporânea, e escolheu como grupo social o de jovens mulheres. Posteriormente, buscou-se compreender de que forma as redes sociais em especial o *Instagram*, impactam na imagem da jovem mulher, que está constantemente sob a influência das *digitais influencers* e o uso de filtros do citado aplicativo, o fenômeno contemporâneo denominado “*dismorfia Instagram*”.

## 2. ANALOGIA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA

Historicamente, o corpo possui representações individuais estipuladas por cada ser humano, mas está também sujeito a alterações em razão das relações socioculturais, psíquicas e físicas. São inúmeras reações e gestos que o corpo comunica de acordo com ambiente no qual está inserido. A concepção de corpo remete ao de beleza, a qual mobilizou os mais diversos intelectuais e filósofos, dedicados a discutir as propriedades internas deste conceito.

A busca incessante pelo protótipo perfeito está intimamente ligada à cultura. Ela, portanto, perpassa por inúmeras transformações ao longo do contexto histórico da humanidade. A sociedade é nitidamente marcada pelos padrões corporais de cada época. Assim sendo, a beleza da mulher possuía destaque, pois era retratada em textos literários, pinturas e obras de arte, além de obter respeito da sociedade de acordo com as exigências da época (VIGARELLO, 2006).



**Figura 1:** (1) Aphrodite Callipyge; (2) Afrodite de Cápua; (3) Vênus de Milo – Museu do Louvre; (4) Aphrodite de Cnidos. Cópia romana em mármore (torso e coxas) com a cabeça, braços, pernas e apoio de roupagens restauradas no Louvre, por Praxíteles. (In: História das Artes Visuais 1 - 2014.2 on WordPress.com<sup>2</sup>).

Do estereótipo das Deusas da Mitologia Grega, até a retratação visual de princesas dos contos infantis ao padrão das modelos das passarelas, este panorama além de

<sup>2</sup> História das Artes Visuais 1 - 2014.2 on WordPress.com. Disponível em: <<https://hav120142.files.wordpress.com/2014/11/6789.jpg>>. Acesso em: 22/10/21.

demonstrar que a esfera feminina sempre esteve atrelada a um ideal de beleza, faz-se perceber que atualmente a essência feminina deixou de ser exibida nas pinturas artísticas e passou a ser estampada nas capas de revistas, nos comerciais publicitários e nas diversas páginas midiáticas, ou seja, ela é amplamente utilizada pela indústria da beleza (PAULA, CAVAGNARI, 2011, p. 8).



**Figura 2:** O padrão de beleza atual. (In: Instagram Kim Kardashian<sup>3</sup>).

Para Del Priore (2000), a beleza do corpo feminino tornou-se uma “vitrine” e os indivíduos passaram a privilegiá-la no momento da construção de suas próprias identidades. Sendo assim eles passam a comparar seus corpos com as imagens veiculadas pelas redes sociais, ou seja, por meio destas interações com o ambiente no qual estão inseridos, acabam por desenvolver e alterar sua autoimagem ao longo da vida.

A estética corporal, portanto, está respectivamente alinhada a excessiva preocupação com a silhueta culturalmente imposta, para a qual o padrão idealizado não condiz com

---

<sup>3</sup> Instagram Kim Kardashian. Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/By21IUYA0-R/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=22278e77-56cd-4899-8867-530b5bbf58bd](https://www.instagram.com/p/By21IUYA0-R/?utm_source=ig_embed&ig_rid=22278e77-56cd-4899-8867-530b5bbf58bd)>. Acesso em: 22/10/21.

os que são preconizados pela saúde. Logo conclui-se que a cultura exerce importante influência na conduta do comportamento humano:

Ao longo da História, foi sempre evidente a importância decisiva da cultura enquanto reguladora do comportamento humano. Com efeito, dado que o indivíduo é socializado no seio de uma cultura determinada, é inevitável e perfeitamente compreensível que o mesmo partilhe e interiorize um conjunto de atitudes, crenças, valores e comportamentos, que são transmitidos de geração em geração e comuns a todos os indivíduos dessa sociedade (cultura). Consequentemente, o indivíduo molda as suas ações em função daquilo que é “normal” e aceitável no seu meio social, na procura incessante de preencher os requisitos exigidos pela cultura à qual pertence (ALVES *et al.*, 2009, p.2)

Segundo Frois *et al.* (2011), a estrutura física perfeita compõe-se da percepção do indivíduo na compatibilidade com a estrutura corporal, a sua aparência e como a sociedade a nota. Isto é, a construção da identidade variará de acordo com as experiências vivenciadas pela pessoa na infância e na sua relação com o seu meio e seus familiares.

O íntimo processo de construção da imagem corporal segue vigente em todas as etapas do crescimento do corpo humano. Entretanto, há que se dizer que a doutrina entende que o período de maior relevância é a da adolescência, pois é marcada por uma mudança significativa da estrutura física e cognitiva, fase qual segue alinhada ao posicionamento do corpo ao mundo. (SANTOS, 2020)

Em outros termos, o mundo inteiro e constantemente seus indivíduos são forçados a passar pelo filtro da indústria cultural obedecendo à ditadura do baixo peso, à silhueta moldada e ao rosto harmonizado. A partir disto a imagem da perfeição estética está intrinsecamente alinhada à autossatisfação, e no caso do presente trabalho, destaca-se a feminina. (SOUZA, FREITAS E BIAGI, 2017)

A mulher perfeita existe e mora nas representações midiáticas. Ela é bonita, inteligente, divertida, engraçada, mãe amorosa e amante voraz: e, além de todas essas vantagens, come pouco e tem, por causa disso e da malhação constante, um corpo escultural, perfeito. Essa mulher existe na tevê, nas revistas, nos jornais e, hoje, especialmente existe e se alimenta das redes digitais, que se tornaram um ponto de grande inflexão do culto à magreza e ao corpo ideal. Hoje, mais do que perfeita de cérebro, inteligente e sagaz, a mulher perfeita precisa ter o corpo perfeito. Sem gordura em excesso, esbelta, com seios e quadril nos tamanhos adequados e sempre magra. Muito magra. É assim que a mídia, em todos os formatos nos quais tece as tramas



da comunicação, representa e “vende” a imagem da mulher de corpo ideal (JACOB, 2014, p.90).

A beleza tornou-se uma espécie de capital simbólico, o qual a define como status social e representação de sucesso. No que tange ao culto do corpo, a sociedade influi de tal forma na vida da jovem mulher ao ponto de fazê-la se tornar escrava da própria estética.

### 3. A MÍDIA E O PAPEL DA REDE SOCIAL INSTAGRAM

Entende-se por mídias sociais um grupo de aplicações para *internet*, construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da *web 2.0*, e que permitem a criação e troca de conteúdos gerados pelos usuários (DUTRA, 2011).

Devido ao processo de globalização, as mídias sociais ganharam força e passaram a ocupar um lugar de destaque, atuando como um meio de interação entre os indivíduos. Sendo assim, caracterizam-se como redes de compartilhamentos de informações e de interações, cujos usuários se conectam por meio do mundo virtual (SOUZA, FREITAS E BIAGI, 2017, p. 121) (LINO e SARTI, 2019, p. 11).

Para Vargas (2014), na imposição de modelos e padrões estéticos tem-se por consequência uma grande influência midiática, a qual gera em seu público consumidor um enorme desejo de alcançar tais protótipos de beleza para além da plena realização e satisfação pessoal, ou seja, para uma melhor aceitação perante a sociedade.

Segundo Del Priore (2000), o culto ao corpo perfeito tem ganhado um campo maior de abrangência, e a mídia passou a desfrutar das imposições destes novos padrões de beleza, para aliciar a sociedade e fazer com que as pessoas tenham o desejo de fazer parte de um contexto social que cultua a cópia do outro. Em outras palavras, para instigar a figura da jovem mulher a alcançar as expectativas de um corpo perfeito tornando-a prisioneira da sua própria vaidade.

Ela [a mulher] continua submissa. Submissa não mais às múltiplas gestações, mas à tríade de "perfeição física". A associação entre juventude, beleza e saúde, modelo das sociedades ocidentais, aliada às práticas de aperfeiçoamento do corpo, intensificou-se brutalmente, consolidando um mercado florescente que comporta indústrias, linhas de produtos, jogadas de marketing e espaços nas mídias. A intensificação desse modelo corporal é tão grave, que suas consequências na forma de técnicas e práticas vêm sendo largamente discutidas por sociólogos e historiadores. A pergunta que ainda cabe é: que tipo de imagem preside a ligação entre as mulheres e essa tríade? Foi sempre assim? O que mudou? O interesse dessas perguntas é que a imagem corporal da mulher brasileira está longe de desembaraçar-se de esquemas tradicionais, ficando longe, portanto, da propalada liberação dos anos 1970. Mais do que nunca, a mulher sofre prescrições. Agora, não mais do marido, do padre ou do médico, mas do discurso jornalístico e publicitário que a cerca. No início do século XXI, somos todas obrigadas a nos colocar a serviço de nossos próprios corpos. Isso é, sem dúvida, uma outra forma de subordinação. Subordinação, diga-se, pior do que a que se sofria antes, pois diferentemente do passado, quando quem mandava era o marido, hoje o algoz não tem rosto. É a mídia. São cartazes da rua. O bombardeio de imagens na televisão. (DEL PRIORE, 2000, p.15)

A *internet* tem se mostrando uma grande aliada na disseminação de todos estes tipos de informação, pois a cultura a beleza está a ela relacionada intrinsecamente. E por fim, surge uma gama de perfis nas redes sociais, os quais ajudam a idealizar a imagem perfeita da beleza. (PAULA, CAVAGNARI, 2011; SANTOS, 2020)

O aplicativo *Instagram*, lançado em 2010, é uma das redes sociais com o maior índice de crescimento na atualidade, atingindo a marca de um bilhão de perfis ativos. Tornou-se uma das plataformas mais populares atualmente, e tem como público predominante, o feminino, com 51%. É a plataforma mais usada, com 84% de engajamento. O Brasil ocupa a segunda posição no ranking global de número de usuários do aplicativo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos da América. (AGRELA, 2019)<sup>4</sup>

Tal rede social surge para viabilizar novas maneiras de socialização, na qual é possível realizar o compartilhamento de imagens, proporcionar alterações por meio do uso de filtros. O *Instagram* oferece como uma de suas ferramentas a criação de vídeos, que têm duração de até 15 segundos, os chamados *stories*, que também podem ser compartilhados, ficando disponíveis em tempo real por 24 horas. Além de dispor uso de *hashtags*, que têm como mecanismo a busca por publicações ou por anúncios ou de organizar em “pastas virtuais” determinados temas. Além destes artifícios o aplicativo conta com serviços de localização, menção em fotos, mensagens via *direct*, curtidas (*likes*) e comentários. Devido a popularização e repercussão da citada rede, são nítidas as possibilidades que os usuários têm ao desfrutá-la. (JACOB, 2014, p. 98) (FAGUNDES, 2019, p. 44) (VIEIRA, 2019, p. 16)

Uma característica diferencial do Instagram em relação às demais redes sociais on-line é o seu foco exclusivo na publicação de fotos ou vídeos, que pode ser acompanhada de pequenos textos – as legendas. A possibilidade de colocar diferentes “filtros” permite ao usuário mudar as cores de suas imagens, distanciando-as, algumas vezes, da realidade (Vries, Möller, Wieringa, Eigenraam, & Hamelink, 2017). Em geral, as publicações, expostas aos outros participantes da rede social, são positivamente enviesadas em função da tendência dos usuários de selecionar e enfatizar os aspectos desejáveis de si mesmos ou de suas vidas (Reinecke & Trepte, 2014). A oportunidade de aprimorar as fotos ou vídeos, por meio da manipulação de

---

<sup>4</sup> Matéria disponível em: < <https://exame.com/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram/>>. Acesso em: 13/08/2021.

Matéria disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/o-que-e-midia-para-que-serve/57042/>>. Acesso em: 04/08/2021.

suas características estéticas, estimula a criação de uma cultura da perfeição (LUP, TRUB, & ROSENTHAL, 2015) (FAGUNDES, 2019).

Hodiernamente, verifica-se nova forma de ocupação do Instagram, além de fonte de entretenimento, ele passou a ser uma forma de subsistência. Usuárias do aplicativo que possuem perfis altamente popularizados com grandes números de seguidores (outros usuários) encontram nesta rede social uma alternativa de expor sua rotina, seus hábitos diários, propagandas, por consequência, acabam por se tornarem formadoras de opinião acerca das mais diversas temáticas, sendo denominadas *digital influencer* (MOREIRA, 2016, p. 6).

### **3.1. O IMPACTO DA DIGITAL INFLUENCER**

É importante ressaltar que o fenômeno da internet possibilita uma nova realidade, pois com a democratização dos canais de mídia, possibilita a propagação da criatividade. Sendo assim tornou-se mais fácil um indivíduo comum conquistar a popularidade nas redes sociais, por meio de geração de conteúdo próprio, sem que tenha a obrigatoriedade de um bom suporte tecnológico ou mesmo qualquer exigência de qualificação para execução de tal atividade. (FAGUNDES, 2019)

Portanto, criou-se um termo para designar aqueles que influenciam outrem pelo simples fato de existir, que é a figura do *digital influencer*. Esse grupo de pessoas criadoras de conteúdos exercem grande influência no campo digital, e ficam conhecidos por meio de plataformas de redes independentes como o próprio *Instagram*. (MOREIRA, 2016, p. 7) (VIEIRA, 2019, p. 19, 20)

Por vezes, esses criadores, simplesmente por serem consideradas bonitos, ou por seguirem o padrão de beleza vigente, enaltecendo seus belos corpos e possuírem habilidade com as câmeras, iniciam nas redes sociais, um diário de hábitos relatando seus respectivos estilos de vida. E, portanto, acabam ditando treinos e dietas, produtos de consumo e conseqüentemente mostram um mundo que muitas vezes destoa da realidade de grande parte dos usuários das redes sociais. Tais influenciadores, tornam-se figuras públicas, estando intimamente ligados à mídia e ao consumo, utilizando-se de sua persuasão para realizar todo tipo de publicidade, ou seja, são agenciadores de sentido, responsáveis por construir um imaginário (FAGUNDES, 2019) (VIEIRA, 2019),

Considerando que o Instagram privilegia a linguagem das imagens, em detrimento dos textos, as possíveis repercussões do seu uso no dia-a-dia têm sido objeto de discussão. Tal rede social pode funcionar como ferramenta para exibir a própria vida, sem, necessariamente, refleti-la de maneira verdadeira, mas, ao contrário, transmitindo uma falsa realidade. As imagens, cuidadosamente selecionadas para publicação, podem levar outros usuários a se compararem e se autoavaliarem, questionando, em consequência, a qualidade da sua própria existência por julgarem a vida dos outros como melhor ou mais interessante, por exemplo (Wiederhold, 2018) (Fagundes, 2019)

Um corpo bonito e perfeito é sinônimo de realização e felicidade, sendo assim a publicidade usa da ludibriação da mídia para envolver cada vez mais a figura da jovem mulher a buscar um estereótipo ideal. Dentro deste contexto, é possível notar que as postagens no Instagram transmitem aos seus seguidores a ideia de que sua realidade é algo alcançável, desencadeando comparações, as quais muitas vezes se tornam preocupantes quando excessivas, visto que cada pessoa tem o seu tempo, seu estilo de vida e sua aparência corporal. (Frois et al, 2011; VARGAS, 2014; VIEIRA, 2019, p.124)

O impacto das *digitais influencers*, é a característica marcante da imposição dessa padronização corporal perfeita, influenciando mais pessoas a aderirem aos seus estilos e padrões. A jovem mulher tem por necessidade ser bem aceita em um contexto social, e o sentir-se bem, muitas vezes está relacionado a sua aparência e, claro, fazer parte do padrão de beleza contemporâneo estabelecido pela mídia, e para isto ela estaria disposta a tudo para alcançar o tão sonhado estereótipo perfeito. (Fagundes, 2019, p. 14) (VIEIRA, 2019, p. 30)

Outra variável relacionada ao uso do Instagram é a comparação social (Stapleton, Luiz, & Chatwin, 2017). Caracterizada como uma rede social de conteúdo essencialmente visual, o Instagram oferece aos usuários inúmeras oportunidades para se compararem com os outros usuários por meio da visualização das imagens publicadas. A comparação social consiste em comparar-se com outras pessoas como recurso para autoavaliar-se – em relação a habilidades e opiniões, por exemplo. Além de contribuir para o aspecto autoavaliativo, a comparação social funciona, ainda, para aprimorar o autoconhecimento (Festinger, 1954). Ao comparar-se, o indivíduo conhece a si mesmo. Levando em conta que a percepção de si mesmo impacta na forma como o indivíduo se exhibe no Instagram, é importante ressaltar que os usuários se apresentam livremente em seus perfis pessoais e, dessa forma, administram, de acordo com sua vontade, a impressão que desejam causar. O gerenciamento da impressão on-line possibilita que o indivíduo ajuste sua apresentação em consonância com seus objetivos e necessidades de interação social. Há a tendência de engajar-se em uma autoapresentação favorável, isto é, socialmente desejável, que permite ao indivíduo afastar-se de sua realidade para mostrar-se de maneira idealizada (Vogel et al., 2014).

Os usuários do Instagram, por exemplo, podem transmitir suas características pessoais positivas por meio de publicações de imagens, às vezes intencionalmente alteradas, que poderão ser utilizadas para comparação por outros participantes da rede social que acessam seu perfil. (FAGUNDES, 2019).

Nota-se que, as influenciadoras digitais enfatizam o imperativo moral de ter sempre uma aparência perfeita e exibi-la por meio de fotos e vídeos, gerando uma falsa ideia de que a vontade de ser mulher compactua com o dever de ser fotogênica, não só para si, mas também para os outros e em todas as circunstâncias. A beleza feminina, neste contexto, está integrada às formas do corpo feminino, ou seja, este só é extremamente valorizado a partir de seu embelezamento (MOREIRA, 2016, p. 8) (FAGUNDES, 2019, p. 59).

#### 4. FILTROS PARA UM ROSTO INSTAGRAM

Em meados dos anos 90, o surge o software *Adobe Photoshop*, ferramenta que revolucionou o mercado mundial de edição de fotos e criação de layouts com diversas finalidades. As capas de revistas estampavam belíssimas celebridades, as quais apareciam perfeitamente impecáveis, e tudo isso se devia aos recursos, que eram e são até hoje capazes de alterar o conteúdo de uma imagem. (EIRAS, 2020)



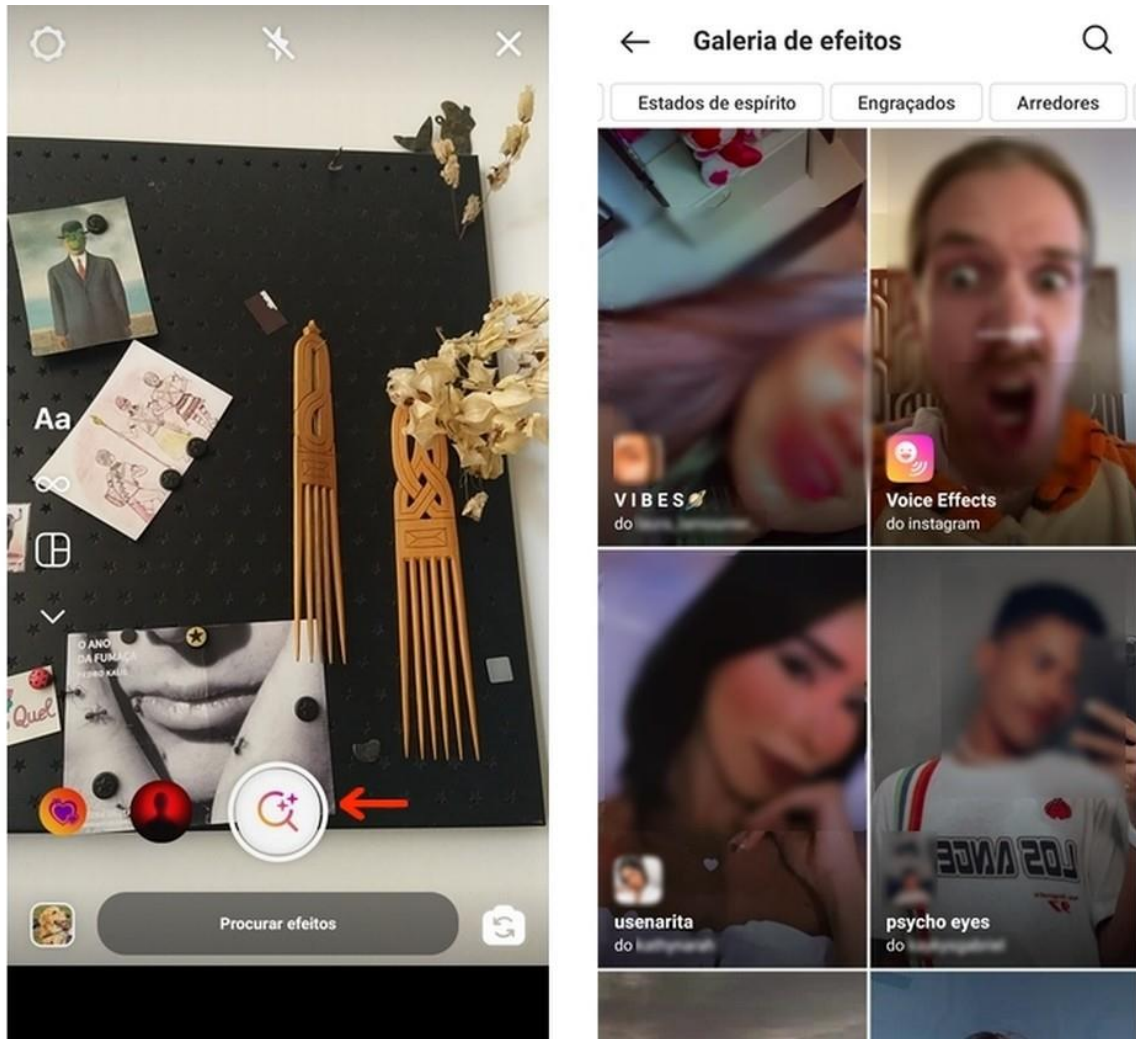
**Figura 3:** Comparativo: Antes x Depois do Photoshop<sup>5</sup> (In: BoredPanda: Before x After Photoshop celebrities).

No decorrer dos anos a mídia impressa perdeu espaço e as redes sociais passaram a coagir e influenciar as mulheres por meio dos aparelhos de smartphones e seus aplicativos, que possuíam com os mais variados recursos, e tem-se, portanto, o início do surgimento dos filtros. (EIRAS, 2020)

Os filtros são ferramentas automatizadas de edição de imagens (fotos e vídeos) que se utilizam de um tipo de inteligência artificial e visão computacional para detectar

<sup>5</sup> BoredPanda: Before x After Photoshop celebrities. Disponível em: <[https://www.boredpanda.com/blog/wp-content/uploads/2016/09/before-after-photoshop-celebrities-13-57d011097010d\\_\\_700.jpg](https://www.boredpanda.com/blog/wp-content/uploads/2016/09/before-after-photoshop-celebrities-13-57d011097010d__700.jpg)>. Acesso em: 22/10/21.

características faciais e alterá-las em tempo real, e são amplamente usados. Possuem uma galeria que possibilita aos seus usuários testarem e salvarem filtros criados por outras pessoas, bem como, permite-lhes criar seus próprios filtros e deixá-los à disposição para que outras pessoas possam usufruir. (HALLET, 2020; EIRAS, 2020)

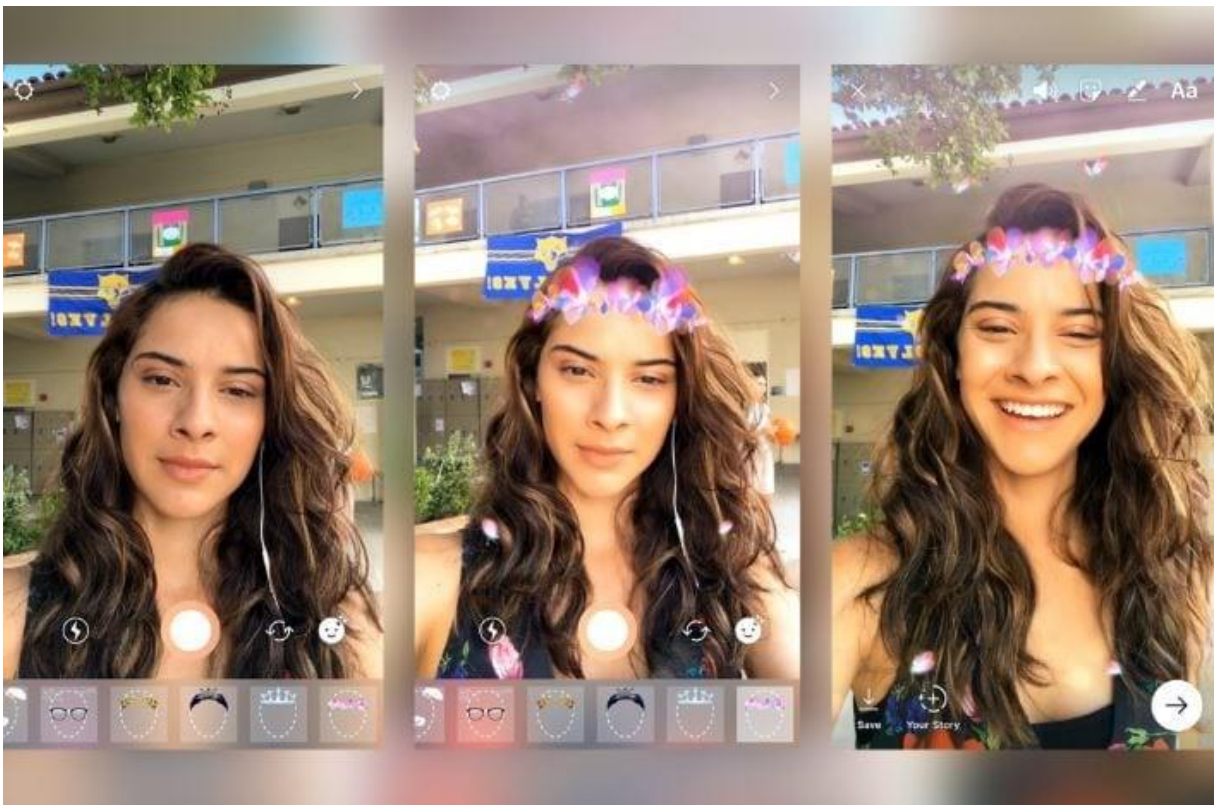


**Figura 4:** Galeria de Filtros (In: TechTudo “Como achar filtros no Instagram? Cinco dicas para pesquisar novos efeitos”)<sup>6</sup>

<sup>6</sup> TechTudo “Como achar filtros no Instagram? Cinco dicas para pesquisar novos efeitos”. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2021/09/como-achar-filtros-no-instagram-cinco-dicas-para-pesquisar-novos-efeitos.ghtml>>. Acesso em: 22/10/21. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-54092950>. Acesso: em 08/10/2021. Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais/rinoplastia-bichectomia-e-harmonizacao-facial>. Acesso em: 08/10/2021



Os primeiros filtros do aplicativo Instagram, surgiram como uma alternativa divertida e inofensiva, possuíam caráter lúdico e sobrepunham ao rosto do usuário desenhos animados, como orelhas de cachorro, bigode de gato e óculos divertidos. Ademais não demorou para que tornassem populares filtros cujo efeitos transformam completamente a fisionomia capaz de alcançar embelezamento instantâneo. (EIRAS, 2020).



**Figura 5:** Filtros Animados Disponíveis no Instagram (In: Famous Persons, “Efeito da Kylie Jenner Insta”)<sup>7</sup>

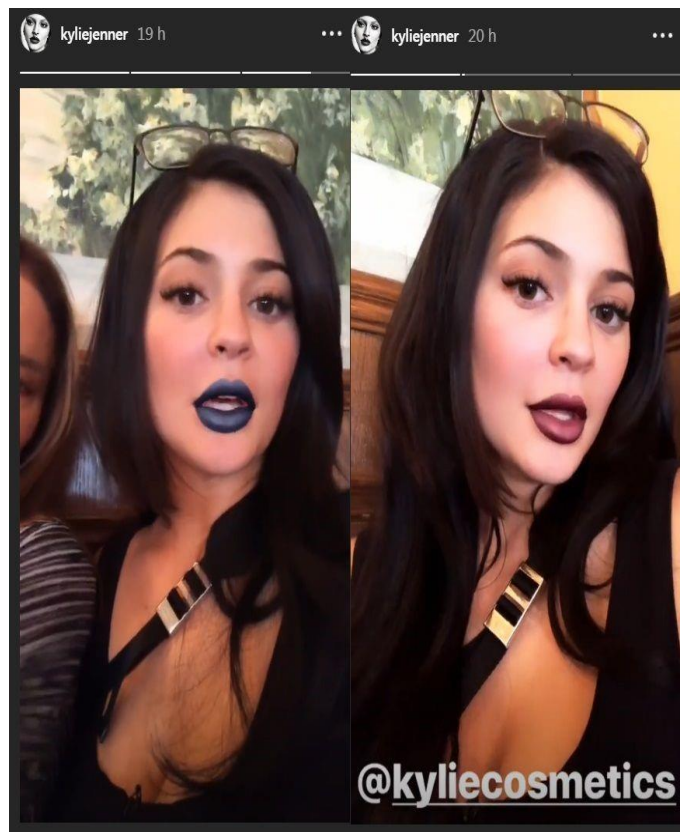
Tais ferramentas variarão as possibilidades de mudanças, como o aumento dos lábios tornando-os carnudos cuidadosamente preenchidos e contornados, afinamento do nariz, olhos delicadamente puxados com a possibilidade de mudança de cores como também pele viçosa e maquiada, com cílios alongados e volumosos, maçãs do rosto

<sup>7</sup> Famous Persons, “Efeito da Kylie Jenner Insta”. Disponível em: <<https://famouspersons11.blogspot.com/2018/08/efeito-da-kylie-jenner-insta.html>>. Acesso em: 22/10/21. Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais/rinoplastia-bichectomia-e-harmonizacao-facial>. Acesso em: 08/10/2021.

realçadas e bochechas rosadas, sem imperfeições, padronizando a mesma aparência. (EIRAS, 2020)

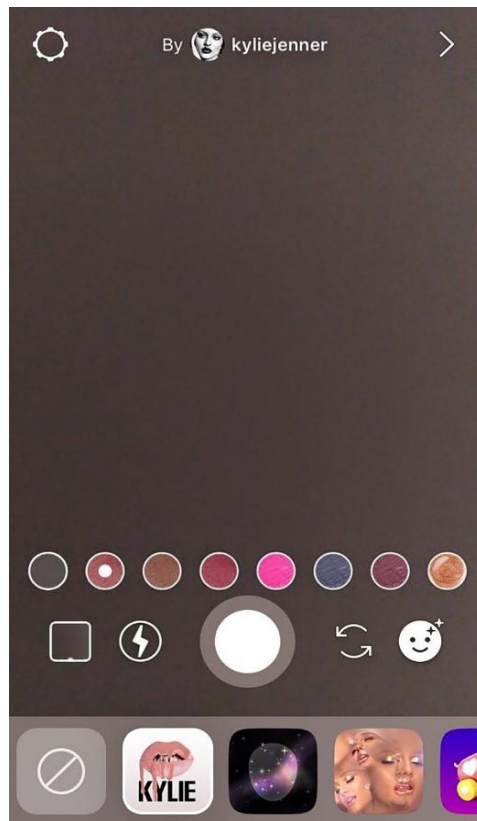
A exemplo disto tem-se o ato publicitário para lançamento da marca de cosméticos *Kylie Cosmetics*, a caçula do clã Kardashian, Jenner, bilionária e *digital influencer*, a qual conta com 275 milhões de seguidores atualmente. Após estampar a capa da renomada revista Forbes em 2018, foi a primeira celebridade a revolucionar o aplicativo *Instagram* adquirindo um filtro próprio, o qual permitia transformações faciais como suavizar o aspecto da pele, aumento de cílios e o experimento de sete cores de batom exclusivos de sua linha. (ROBHMED, 2020)

O efeito Kardashian ganhou projeção global, por remeter uma imagem de sucesso, uma aparência harmonizada que motivou as mulheres a mudarem seus próprios estereótipos para se encaixarem no padrão contemporâneo. (EIRAS, 2020)



**Figura 6:** Kylie Jenner com o filtro lançamento “Kylie Cosmetics”. (In: Mundo TKM “Kylie Jenner *lanzo proprio filtro*”)<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Mundo TKM “Kylie Jenner *lanzo proprio filtro*”. Disponível em: <<https://www.mundotkm.com/globaltecho/2018/08/02/kylie-jenner-lanzo-proprio-filtro-instagram/>> Acesso em: 22/10/21.



**Figura 7:** Filtro da Kylie Jenner. (In: Famous Persons “Efeito da Kylie Jenner”)<sup>9</sup>

#### 4.1. DISMORFIA INSTAGRAM: O ROSTO SOB FILTRO

Caracterizado por uma condição psicológica, em que a preocupação exacerbada com a aparência física se torna uma obsessão, o Transtorno Dimórfico Corporal (TDC) não é apenas um fenômeno contemporâneo, pois esteve presente em diferentes períodos e culturas, seu diagnóstico fez-se possível quando o corpo passou a assumir o foco principal tornando-se um evento social. (PARENTE, 2019)

Nas mulheres a dismorfia corporal surge entre os 18 a 30 anos e a prevalência desta se mantém elevada até os 60 anos, atingindo 2% da população, cerca de 4,1 milhões somente no Brasil. Devido à imodicidade das redes sociais e ao culto eminente a

<sup>9</sup> Famous Persons “Efeito da Kylie Jenner”. Disponível em: <<https://famouspersons11.blogspot.com/2018/08/efeito-da-kylie-jenner-insta.html>>. Acesso em: 22/10/21. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2018/11/as-facanhas-milionarias-de-kylie-jenner/>. Acesso em: 08/10/2021. Disponível em: <https://sbcp-sc.org.br/artigos/o-que-e-o-transtorno-dismorfico-corporal/>. Acesso em: 09/10/2021.

aparência, cerca de 2,5% das brasileiras relatam possuir algum defeito e ou descontentamento com a própria imagem, os quais necessitam de correção. (PARENTE, 2019; DECACHE, 2019)

Os *Dados da Sociedade Americana de Cirurgiões-plásticos*, apontam que a busca pela “selfie” perfeita pode ocasionar a denominada *dismorfia Instagram*, que é quando as mulheres, influenciadas pelo excesso de uso de aplicativos com efeitos que distorcem a realidade das fotografias, passam a buscar na vida real as mesmas transformações faciais que os filtros oferecem. E logo, tudo que visualmente é encarado como uma imperfeição (olheiras, cicatrizes, pintas e linhas de expressões) é clamado por mudança, ou seja, a busca por recursos que modifiquem o suposto defeito como procedimentos dermatológicos (harmonizações faciais, preenchimentos e botox) e cirurgias plásticas, entre elas a rinomodelação e a blefaroplastia, bem como outras intervenções estéticas tornaram-se constantes. (DECACHE, 2019; COX, 2020)



**Figura 8:** Transformação Kylie Jenner: Antes x Depois dos Procedimentos estéticos. (In: Piming)<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Piming. Disponível em: <<https://i.pinimg.com/564x/1d/23/8b/1d238b2660c5b454003d36da9e047402.jpg>>. Acesso em: 22/10/21.

Membro da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), Dr. Alan Landecker, relata que apesar de parecerem inofensivos e utilizados como forma de entretenimento, os filtros são preocupantes, uma vez que possibilitam versões perfeitas e simétricas, as quais estabelecem um padrão de beleza ilusório e inatingível, incentivando a tomada de medidas extremas para a mudança da aparência. Outrossim, cabe salientar que, mulheres que recorrem a procedimentos inspirando-se nos padrões estabelecidos pelas *digitais influencers*, acabam ignorando as possíveis imperfeições existentes e passam a não distinguir mais o que se nota *off-line* de suas versões postadas nas redes sociais, nas quais os filtros imperam incessantemente. (NANY COX, 2020).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Historicamente, por meio de estudos pôde-se observar que a concepção de corpo remete a beleza, e está qual está intimamente relacionada a cultura vigente de cada época. Do estereótipo de beleza da antiguidade até os padrões contemporâneos a essência feminina, deixou de ser exibida nas telas artísticas e após a globalização conquistou espaço nas telas dos *smartphones*.

A beleza feminina, tornou-se uma “vitrine”, na qual os indivíduos passam a analisar seus próprios corpos e os comparam aos outros, por meio das interações feitas no meio virtual. E, portanto, passam a desenvolver uma ideia diferente de sua própria autoimagem ao longo da vida, ou seja, o indivíduo passa a moldar suas ações em função daquilo que é considerado aceitável no seu meio social na busca incessante de preencher os requisitos de um padrão de beleza imposto pela cultura vigente a qual faz parte.

O surgimento da internet e de suas ferramentas que otimizam a comunicação, passam a influenciar as maneiras de socialização, sendo possível realizar o compartilhamento de imagens já alteradas por recursos como os filtros do aplicativo do *Instagram*, que é a rede social de maior acessão. Existe, portanto, uma forte imposição social para a adequação aos padrões de beleza impostos pela atual mídia.

Dessa maneira, o principal objetivo deste trabalho foi analisar o impacto causado pelas *digitais influencers*, que por meio do aplicativo do *Instagram* e do uso exacerbado de ferramentas que manipulam a imagem, influenciam de maneira considerável na concepção da autoimagem e da beleza das jovens mulheres

Pode-se concluir que as ferramentas utilizadas como entretenimento, passaram a refletir negativamente, fazendo com que as mulheres distorçam a imagem real para uma manipulada por filtros. E por consequência fazem com que outras tantas busquem procedimentos estéticos e cirurgias plásticas para alcançarem a “selfie” perfeita, fenômeno atual conhecido como *dismorfia Instagram*.

Destaca-se a importância da realização de mais estudos referente a temática e notou-se dificuldades em encontrar artigos recentes, que abordem com mais precisão a dismorfia contemporânea e seus possíveis reflexos.

## REFERÊNCIAS

ALVES, M. P.; ALVES, S.; MOTA, A.; LEIRÓS, V. **Cultura e imagem corporal**. Ed. 5, p. 1-20, 2009.

BARROS, Arthur de Alvarenga, et. al. **A influência das redes sociais e seu papel na sociedade**. Belo Horizonte, MG. 2012.

CASTRO, Anny Pereira, DE. et. al. **Os impactos na imagem corporal**. Várzea Grande, MT: 2019. Por: Emma Hallett.

DEL PRIORE, Mary – **A mulher na história do Brasil**. 4.ed. – São Paulo: Contexto, 1994. p. 11, 12.

ELLE. **Os filtros do instagram estão mudando nossa aparência na vida real?**. 2020 Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais/rinoplastia-bichectomia-e-harmonizacao-facial>. Acesso em: 08/10/2021

EXAME. **Estes são os dez países que mais usam o Instagram**. 2014 Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram/>. Acesso em: 13/08/2021. Por: Lucas Agrela.

FAGUNDES, Luiza Seabra; NATIVIDADE, Jean Carlos. **Autoestima e bem-estar subjetivo no Instagram: O impacto da comparação social e da personalidade**. Rio de Janeiro, 2019. 76p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

FORBES. **As facetas milionárias de Kylie Jenner**. 2018 Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2018/11/as-facanhas-milionarias-de-kylie-jenner/>. Acesso em: 08/10/2021. Por: Natalie Robehmed

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 1979 p.80.

FROIS, Erica. et. al. **Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão**. Belo Horizonte, MG. 2011.

GRASSI, Cassiana Ferrari. **A influência da mídia sobre as mulheres em busca de um corpo perfeito**. Canoas, RS, 2018.

JACOB, Helena. **Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram.** Revista Comunicare Dossiê Feminismo, São Paulo, v. 14, n.1, 2014, p. 89-105.

JOVEM PAN. **Uso intenso de redes sociais na quarentena pode provocar “dismorfia-Instagram”.** 2020 Disponível em: <https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/uso-redes-sociais-dismorfia-instagram.html>. Acesso em: 08/10/2021. Por Jovem Pan 08/06/2020 07h05 - Atualizado em 08/06/2020 08h09.

LIRA, Ariana Galhardi. et. al. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras.** São Paulo, SP: 2017.

MOREIRA, Thays; RIOS, Riverson. **A Construção da Celebridade Midiática no contexto dos Digital Influencers.** XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), São Paulo, set. 2016.

NEWS Bbc. **Filtros no Instagram: A modelo por trás da campanha #filterdrop, pela exibição de filtros “peles reais”.** 2020 Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-54092950>. Acesso em: 08/10/2021.

PAULA, R. P; CAVAGNARI, D. W. **A influência da mídia na construção da beleza.** Curitiba, PR: 2011.

SANTOS, Mariany Silva. **Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física.** Jataí: UFG, 2018. Trabalho de Final de Curso (Licenciatura em Educação Física) – Regional Jataí, Universidade Federal de Goiás, 2018.

SBCP-SC. **O que é transtorno dismórfico corporal.** 2019 Disponível em: <https://sbcpsc.org.br/artigos/o-que-e-o-transtorno-dismorfico-corporal/>. Acesso em: 09/10/2021. Por: **Evandro Luiz Mitri Parente** - Cirurgião Plástico e Presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica - CRM/SC 8130 RQE 2674. *Publicado em 25/06/2019 - Atualizado 08/07/2019*

SOUZA, G. de; FREITAS, T. G. de; BIAGI, C. R. **A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade.** Akrópolis Umuarama. 2017.



VARGAS, ELIZA. **A influência da mídia na construção da imagem corporal.** Revista Brasileira Nutrição Clínica; ed. 29, p. 73-75, 2014.

VEJA. **Já é possível estimar a idade “recuperada” após procedimentos cirúrgicos.** 2021 Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/ja-e-possivel-estimar-a-idade-recuperada-apos-procedimentos-cirurgicos/>. Acesso em: 08/10/2021. Por: **Matheus Deccache** Atualizado em 9 jul 2021, 09h29 - Publicado em 9 jul 2021, 06h00.

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

VIGARELLO, G. **História da beleza: o corpo e arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WEB ARTIGOS. **O que é mídia? Para que serve?** 2011 Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/o-que-e-midia-para-que-serve/57042> Acesso em: 04/08/2021.

## SITES PESQUISADOS E IMAGENS

BoredPanda: *Before x After Photoshop celebrities.* Disponível em: [https://www.boredpanda.com/blog/wp-content/uploads/2016/09/before-after-photoshop-celebrities-13-57d011097010d\\_\\_700.jpg](https://www.boredpanda.com/blog/wp-content/uploads/2016/09/before-after-photoshop-celebrities-13-57d011097010d__700.jpg); Acesso em: 22/10/21.

Famous Persons “Efeito da Kylie Jenner”. Disponível: <https://famouspersons11.blogspot.com/2018/08/efeito-da-kylie-jenner-insta.html>. Acesso em: 22/10/21.

História das Artes Visuais 1 - 2014.2 on WordPress.com. Disponível em: <https://hav120142.files.wordpress.com/2014/11/6789.jpg>. Acesso em: 22/10/21.

Instagram Kim Kardashian. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/By21IUYA0-R/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=22278e77-56cd-4899-8867-530b5bbf58bd](https://www.instagram.com/p/By21IUYA0-R/?utm_source=ig_embed&ig_rid=22278e77-56cd-4899-8867-530b5bbf58bd). Acesso em: 22/10/21.

Mundo TKM “Kylie Jenner *lanzo próprio filtro*”. Disponível em: <<https://www.mundotkm.com/globaltecono/2018/08/02/kylie-jenner-lanzo-propio-filtro-instagram/>>. Acesso em: 22/10/21.

Piming. Disponível em: <<https://i.pinimg.com/564x/1d/23/8b/1d238b2660c5b454003d36da9e047402.jpg>>. Acesso em: 22/10/21.

TechTudo “Como achar filtros no Instagram? Cinco dicas para pesquisar novos efeitos”. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2021/09/como-achar-filtros-no-instagram-cinco-dicas-para-pesquisar-novos-efeitos.ghtml>>. Acesso em 22/10/21.