



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DANÇA
LICENCIATURA EM EDUCAÇÃO FÍSICA

MARIANA FERREIRA ROCHA

**A RECONFIGURAÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA PELA INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL**

Goiânia
2025

Processo: 23070.030317/2025-17
Documento: 5428613



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DANÇA

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)

Nome completo da autora: Mariana Ferreira Rocha

Título do trabalho: "A reconfiguração dos padrões de beleza pela inteligência artificial"

2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador) Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [] NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(a)s autor(a)(es)(as) e ao(a) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Mariana Ferreira Rocha, Discente**, em 20/06/2025, às 19:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Lenin Tomazett Garcia, Professor do Magistério Superior**, em 23/06/2025, às 12:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5428613** e o código CRC **FAB81B7A**.

Mariana Ferreira Rocha

**A RECONFIGURAÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA PELA INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL**

Monografia apresentada à Faculdade de Educação Física e Dança da Universidade Federal de Goiás como requisito para a conclusão do Curso de Licenciatura em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Lênin Tomazett Garcia

Goiânia
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Ferreira Rocha, Mariana

A reconfiguração dos padrões de beleza pela inteligência artificial [manuscrito] / Mariana Ferreira Rocha. - 2025.

30 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. LÊNIN TOMAZETT GARCIA.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Educação Física e Dança (FEFD), Engenharia Física, Goiânia, 2025.

Inclui tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Inteligência artificial. 2. Corpo. 3. Padrões de beleza. 4. Redes sociais. I. Tomazett Garcia, LÊNIN, orient. II. Título.

CDU 796



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DANÇA

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Na data de **12/06/2025**, às **18 horas e 30 minutos**, de forma **online** na plataforma **Google Meet**, iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “**A reconfiguração dos padrões de beleza pela inteligência artificial**”, de autoria de **Mariana Ferreira Rocha**, do curso de **Educação Física - Licenciatura**, da Faculdade de Educação Física e Dança da Universidade Federal de Goiás (FEFD/UFG). Os trabalhos foram instalados pelo **Prof. Dr. Lénin Tomazett Garcia - orientador FEFD/UFG** com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: **Profa. Dra. Valleria Araújo de Oliveira Alarcon - CEPAE/UFG** e **Me. Jeison da Silva Moraes - FE/UFG**. Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição da estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final de **10,0 (dez)**, tendo sido o TCC considerado **aprovado**.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Lenin Tomazett Garcia, Professor do Magistério Superior**, em 23/06/2025, às 12:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Jeison Da Silva Moraes, Usuário Externo**, em 25/06/2025, às 11:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Valleria Araujo De Oliveira Alarcon, Professor do Magistério Superior**, em 26/06/2025, às 15:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5428612** e o código CRC **7C7B1C87**.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho só foi possível graças ao apoio e incentivo de pessoas especiais que estiveram ao meu lado ao longo desta jornada. Agradeço, em primeiro lugar, ao meu orientador, Prof. Dr. LÊNIN TOMAZETT GARCIA, pela orientação dedicada, pelos ensinamentos compartilhados e pela paciência durante todo o desenvolvimento deste estudo. Sua contribuição foi essencial para a concretização deste projeto.

À Universidade Federal de Goiás, pela oportunidade de formação e pelo ambiente acadêmico que me proporcionou crescimento pessoal e profissional.

Aos meus pais, Giovana e Milton, aos meus avós Ana Luiza e Osvaldo, e ao meu irmão Gabriel expresse meu amor e eterna gratidão. Obrigada por sempre acreditarem em mim, pelo apoio incondicional e por serem minha base em todos os momentos.

Ao meu companheiro, Lucas, por todo carinho, compreensão e incentivo nos momentos mais desafiadores. Sua presença constante foi fundamental para que eu não desistisse.

A todos vocês, o meu mais sincero agradecimento.

RESUMO

O uso das redes sociais já faz parte do cotidiano de grande parte das pessoas. Com o avanço da inteligência artificial, torna-se cada vez mais necessário analisar como o ambiente virtual constitui os indivíduos. Diante disso, este estudo tem como objeto de análise a relação entre inteligência artificial, filtros de edição de fotos e os padrões de beleza socialmente instituídos. Trata-se, portanto, de um estudo bibliográfico. A utilização de filtros e edições de fotos já está normalizada, mas raramente se discute de que forma essa realidade fictícia afeta a saúde mental e física dos usuários. A discussão desenvolvida evidencia que o sentimento de comparação, gerado pelo excesso de imagens de corpos perfeitos na internet, constitui diretamente a forma como as pessoas são vistas e cobradas em uma sociedade que valoriza a aparência em detrimento do intelecto. Esse cenário reforça o sentimento de inadequação naqueles que não se enquadram no ideal estético socialmente instituído. As implicações dessa problemática são evidentes no aumento expressivo de cirurgias plásticas com fins estéticos, sobretudo entre mulheres e, precocemente, entre adolescentes. A obsessão por uma perfeição inatingível, impulsionada pelos filtros de beleza do *Instagram* e pelas imagens cuidadosamente artificializadas, atualiza e reforça a lógica perversa dos padrões de beleza, contribuindo para a constituição de sujeitos psicologicamente adoecidos.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Corpo; Padrões de Beleza.

ABSTRACT

The use of social media has become part of the daily routine for a large portion of the population. With the advancement of artificial intelligence, it is increasingly necessary to analyze how the virtual environment shapes individuals. Accordingly, this study examines the relationship between artificial intelligence and photo-editing filters and socially established beauty standards, given that the use of these tools has become normalized, yet the ways in which this fictional reality impacts users' mental and physical health are rarely discussed. This is, therefore, a bibliographic study. The discussion presented reveals that the feeling of comparison, generated by the excessive presence of images of perfect bodies on the internet, directly informs how people are perceived and judged in a society that values appearance over intellect. Such a scenario reinforces feelings of inadequacy in those who do not conform to the socially established aesthetic ideal. The implications of this issue are evident in the substantial increase in cosmetic surgeries for aesthetic purposes, particularly among women and, prematurely, among adolescents. The obsession with an unattainable perfection, driven by Instagram beauty filters and carefully artificialized images, updates and reinforces the rigid logic of beauty standards—contributing to the formation of psychologically ailing individuals.

Keywords: Artificial Intelligence; Body; Beauty Standards.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Imagem gerada pelo *ChatGPT* representando uma “mulher bonita”, um “homem bonito” e uma “adolescente bonita”..... 25

LISTA DE QUADROS

- QUADRO 1** - Artigos extraídos da plataforma *Google Scholar* para os descritores inteligência artificial *and* corpo *and* padrões de beleza 16
- QUADRO 2** - Parágrafos selecionados do artigo “A autoimagem digital: o espetáculo imagético e as redes sociais” 19
- QUADRO 3** - Parágrafos selecionados do artigo “Novas tecnologias, antigas Ideologias: como a beleza está associada às mulheres em imagens geradas por IAs Generativas” 20
- QUADRO 4** - Parágrafos selecionados do artigo “A vida através do filtro: a busca pela estética “perfeita” incentivada pelo *instagram*” 20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O CORPO COMO SUJEITO E OBJETO.....	13
3 A BELEZA DOS FILTROS E A DISTORÇÃO DA REALIDADE.....	16
3.1 CORPOS IRREAIS, REDES SOCIAIS E OS IMPACTOS DA ESTÉTICA IDEALIZADA	21
3.1.1 Corpo artificial para uma sociedade também artificial.....	21
3.1.2 Transtornos e consequências.....	22
3.2. ESTÉTICA E ILUSÃO	24
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

O uso desenfreado das redes sociais é uma discussão recorrente nos dias atuais, e a utilização dessas plataformas como uma vitrine de corpos ajustados aos padrões de beleza e padronizados conforme os ideais dominantes é comum. A busca por um modelo de beleza homogêneo faz parte do cotidiano e essa necessidade traz malefícios aos sujeitos. Estudar esse fenômeno é fundamental, uma vez que a inteligência artificial, por meio de filtros e edições fotográficas nas redes sociais, implica diretamente na saúde mental, na autoestima e na constituição da imagem corporal.

O objetivo geral deste trabalho é compreender como a inteligência artificial tem mediado a constituição de um ideal de beleza inatingível. Assim, esta pesquisa concentra-se em analisar de que modo a inteligência artificial contribui para a atualização de um padrão de beleza imposto pela indústria, tendo como principal campo de investigação a produção científica relacionada a esse objeto de estudo, com incursões pontuais em plataformas onde essa atualização de padrões de beleza se manifesta, tais como *Instagram* e *ChatGPT*.

Apresenta-se, então, o seguinte problema de pesquisa: Como a inteligência artificial atualiza a lógica perversa dos padrões de beleza? Não há intenção e possibilidade de, neste trabalho, produzir uma análise que tome essas plataformas em sua totalidade. São analisadas algumas funcionalidades consideradas emblemáticas desse processo. Recorreu-se à produção científica para a investigação e análise do objeto de pesquisa, uma vez que tais estudos passam por avaliação acadêmica e apresentam um determinado refinamento de análise, o que os qualifica como uma fonte confiável. Ademais, uma análise aprofundada nas plataformas exigiria um tempo maior do que o possível para o momento.

O trabalho configura-se como uma pesquisa bibliográfica, realizada no *Google Scholar*. Inicialmente utilizou-se os descritores *inteligência artificial and corpo and padrões de beleza*; posteriormente apenas com os descritores *corpo and padrões de beleza*; *inteligência artificial and corpo*; e *inteligência artificial and padrões de beleza*. Sendo apresentados no total 23.700 (vinte e três mil e setecentos) trabalhos, 181.00 (cento e oitenta e um mil) trabalhos, 61.600 (sessenta e um mil e seiscentos) trabalhos, e 25.700 (vinte e cinco mil e setecentos) resultados respectivamente.

A seleção inicial considerou os títulos relevantes, a partir dos quais foram escolhidos 14 trabalhos para análise de resumo. Destes, 3 trabalhos foram selecionados para serem lidos na íntegra considerando que estes eram os que mais se aproximavam do problema de pesquisa

proposto. Para cada artigo, elaborou-se uma tabela e realizou-se o fichamento dos cinco parágrafos mais pertinentes ao tema e ao problema de pesquisa.

A exposição do trabalho foi organizada em dois capítulos. O Capítulo 1 apresenta a revisão de referencial teórico acerca da relação entre corpo e mente, no qual o corpo é tratado como objeto e a mente o sujeito dominante. Neste capítulo também são brevemente discutidos os processos de objetificação corporal, o conceito de padrões estéticos e mídias. Já o Capítulo 2 é a exposição da pesquisa, das tabelas desenvolvidas e dos dados coletados.

O desenvolvimento metodológico do trabalho se deu da seguinte forma: inicialmente, foram feitas as pesquisas no *Google Scholar* e selecionados os trabalhos relevantes, logo após elaborou-se as tabelas, os fichamentos e o texto de síntese. Posteriormente, redigiu-se o Capítulo 1, que fundamentou teoricamente o problema de pesquisa. Após a elaboração do Capítulo 1 foi produzida a exposição autoral presente na seção 2.2 e, por último, foram escritas as considerações finais e a introdução.

2 O CORPO COMO SUJEITO E OBJETO

O referencial teórico frequentemente aborda os conflitos internos humanos, especialmente quando se trata da relação entre corpo e mente. Entende-se que o corpo é concebido como objeto, enquanto a mente, às vezes referida como espírito ou alma, algo não palpável, tem total dominância sobre o físico. Por vezes, esse controle pode ser exercido não só pelo próprio sujeito, mas também por outros indivíduos, quando o processo de identificação de dá através de outras pessoas.

Dito de outra forma, a relação com o corpo representa um momento fundamental da cisão entre sujeito e objeto, que se afigura neste caso, entre uma dimensão não corporal (espírito, razão, mente), que exercer senhorio sobre o corpo, o próprio e o de outros, visto como objeto a ser conhecido e dominado (Bassani, 2008, p.41-42 *apud* Vaz, 1999).

Conforme Vaz (2003), pode-se afirmar que somos a junção do corpo, enquanto objeto, com a mente, enquanto sujeito. Na contemporaneidade, o corpo passou a ser tão glorificado que a aparência e performance se tornaram determinações fundamentais, constituindo-se como um destaque social. O sujeito, como mente, não é mais visto como essencial, enquanto o corpo foi elevado à posição principal, responsável pelos sentimentos e expressões de identidade.

Essas questões ganham importância ainda maior se nos lembramos de que, em tempo nenhum, o corpo foi um objeto de interesse tão intenso, tão visível e “infinito” quanto hoje, e consideramos, também, que a própria ideia de subjetividade migrou - quando ainda se reconhece sua possível existência, ainda que danificada - da “alma” para o “corpo” (Vaz, 2003, p. 63).

Segundo Vaz (2003, p.66), “assim como os shoppings centers são os templos do consumo, as academias de ginástica e musculação são, por excelência, os templos contemporâneos de celebração do domínio e do sacrifício do corpo.” Na sociedade atual, percebe-se um aprofundamento desenfreado da performance corporal, impulsionada pelos padrões estéticos e pelo ideal de disciplina e sacrifício para se alcançar o desejo do corpo ideal. Esse processo evidencia como as academias deixaram de ser espaços voltados à promoção da saúde e bem-estar, tornando-se ambientes destinados ao culto de padrões estéticos.

O corpo, para ser considerado perfeito pelos padrões de beleza, exige disciplina e dedicação para ser alcançado. Aqueles que não dispõem das condições exigidas para alcançar tais padrões são vistos como descuidados ou feios. A busca por esse ideal, para algumas pessoas, pode ser longa e difícil. Na contemporaneidade, o corpo passou a ser interpretado como

indicativo da capacidade que os indivíduos possuem, assim, aqueles que não alcançam o corpo físico padrão são julgados pela sua aparência, e não pelo seu conhecimento. O critério de valorização pessoal e social tornou-se a estética corporal, marginalizando todos aqueles que não se enquadram nesses padrões perversamente estabelecidos.

O sofrimento do corpo não se exige mais para purificar a alma, mas o próprio corpo tornado alma deve purificar-se de seus piores males: a gordura, a flacidez e a feiúra. Não é à toa que o quesito boa aparência se torna um distintivo importante no mercado, que começa a excluir os obesos, vítimas preferenciais da fúria persecutória dos modelos idealizados ou aceitáveis de corpo. Na sociedade brasileira, na qual a visibilidade do corpo é a própria presença da alma, essas questões atingem proporções dramáticas (Vaz, 2003, p. 67).

Ao refletir sobre o sofrimento gerado ao sujeito e ao corpo na busca pelo corpo “perfeito”, Vaz (2003) referenda que:

Fotos de mulheres destinadas a outras mulheres, sem tanto interesse sensual, mas corpos à mostra o suficiente para serem admirados, invejados, copiados; uma receita de dieta; outra de exercícios; fármacos para o cabelo e a pele; alguma recomendação “para o espírito”- geralmente trazendo junto a imagem de alguém com o corpo muito esculpido, num claro exemplo de falsa reconciliação entre natureza e cultura, entre corpo e uma dimensão não corporal-; e cada vez mais cirurgias “reparadoras”, que prometem fazer do envelhecimento e daquilo que o establishment não considera belo, paradoxalmente, “coisa do passado”. (Vaz, 2003, p. 67).

Podemos afirmar que a comparação é determinante na busca por corpos perfeitos. Os indivíduos são constantemente bombardeados por imagens de pessoas “bonitas”, magras e jovens, gerando grande insatisfação com os seus corpos reais. A procura por outras soluções para alcançar os corpos padrões já é uma realidade: tais alternativas são divulgadas e comercializadas sempre vinculadas a imagens de pessoas que se enquadram nos padrões estabelecidos. Ganhar peso ou até mesmo envelhecer não são bem vistos na sociedade atual, por isso, procedimentos estéticos e cirurgias prometem, cada vez mais, transformações visuais para que os indivíduos se encaixem no que é considerado bonito e admirado.

Evidencia-se que, neste tempo histórico, o corpo é produzido como mercadoria da indústria cultural. De acordo com Adorno e Horkheimer (2002, p. 6), “infalivelmente, cada manifestação particular da indústria cultural reproduz os homens como aquilo que foi já produzido por toda a indústria cultural”. A indústria cultural é constituída pela padronização e produção em massa, moldando os indivíduos conforme modelos pré-estabelecidos, o que embota a sua individualidade e autonomia. Essa racionalidade transforma a cultura em mercadoria homogeneizada. “Assim a indústria cultural, o estilo mais inflexível de todos,

revela-se como a própria meta daquele liberalismo de que se censurava a falta de estilo.”
(Adorno e Horkheimer, 2002, p. 9).

3 A BELEZA DOS FILTROS E A DISTORÇÃO DA REALIDADE

Neste capítulo, serão apresentados os trabalhos coletados durante a pesquisa. A análise será conduzida com base no problema de pesquisa, o qual servirá como critério central para a seleção e interpretação das informações.

Quadro 1 – Artigos extraídos da plataforma *Google Scholar* para os descritores “inteligência artificial” and “corpo” and “padrões de beleza”¹.

Trabalhos encontrados na <i>Scholar Google</i>					
Número	Título	Autoras (es)	Link	Ano	Local de Publicação
1	IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA AUTOIMAGEM E AUTOESTIMA	ALINE DO NASCIMENTO PEREIRA RICARDO DZIERVA THAIS DOS SANTOS CARNEIRO EDIMARA GOMES RAMBO	https://iessa.edu.br/revista/index.php/jornada/artic1e/view/2689	2024	Anais Da Jornada Científica Dos Campos Gerais
2	A AUTOIMAGEM DIGITAL O ESPETÁCULO IMAGÉTICO E AS REDES SOCIAIS	LUSIVAL PEREIRA DOS SANTOS JUNIOR	https://research.ulusofona.pt/pt/studentTheses/a-autoimagem-digital-o-espet%C3%A1culo-imag%C3%A9tico-e-as-redes-sociais	2024	Repositório Universidade Lusófona

¹ O número de estudos que enfatizam as mulheres é considerável e será explorado mais adiante.

3	NOVAS TECNOLOGIAS, ANTIGAS IDEOLOGIAS: COMO A BELEZA ESTÁ ASSOCIADA ÀS MULHERES EM IMAGENS GERADAS POR IAS GENERATIVAS	IZABELA SILVA HOLANDA CAVALCANTI E CAROLINA DANTAS DE FIGUEIREDO	https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/0723202422225066a0576a0f942.pdf	2024	Congresso
4	A VIDA ATRAVÉS DO FILTRO: A BUSCA PELA ESTÉTICA “PERFEITA” INCENTIVADA PELO INSTAGRAM	JULIANA MOTTA DA SILVA	https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/21069/1/JSilva.pdf	2023	Repositório UFRJ
5	BELEZA FILTRADA: UMA PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA DO CULTO À BELEZA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS	BRUNA BARCELLOS NEVES RUFFO	https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/22306/1/BRuffo.pdf	2023	Repositório UFRJ
6	A PROCURA PELA PERFEIÇÃO: PADRÕES DE BELEZA INALCANÇÁVEIS EM UMA SOCIEDADE ADOECIDA	LIGIA DE SOUZA BRITO GIULLIA BIANCA FERRACIOLLI COUTO LAYNNE KATRYCIA SOUZA LOPES JULIANE MARCELINO DOS SANTOS SANTANA	https://novosdesafios.inf.br/index.php/revista/artic le/view/97	2024	Revista Novos Desafios
7	O USO DE IA EM CAMPANHAS DE BELEZA: PERSPECTIVAS ATUAIS	FABIANA GILLET, ANA KAROLINE BARBOSA, MARCUS CORREA	https://abciber.org.br/simposios/index.php/virtualabciber/virtual2024/paper/view/2406	2024	Encontro Virtual da ABCiber

8	O IMPACTO DOS PADRÕES DE BELEZA NA IDENTIDADE FEMININA EM TEMPOS DE MODERNIDADE LÍQUIDA	ROSE ALVES DE OLIVEIRA ALINE SARA MENDES DOS SANTOS	https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/6133	2024	Revista Observatório de La Economía Latinoamericana (OLEL)
9	CULTURA FITNESS DIGITAL NO LÉXICO DA CULTURA CORPORAL DE MOVIMENTO: TEMAS EMERGENTES PARA A EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR	BRAULIO NOGUEIRA DE OLIVEIRA E ALEX BRANCO FRAGAB	https://www.scielo.br/j/rbce/a/gjynVxSCFRKSbzjCCjJJsBH/?lang=pt	2022	Revista Brasileira de Ciências do Esporte
10	O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMAGEM DA JOVEM MULHER: DISMORFIA INSTAGRAM	ISADORA RAMÃO	https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1811340249.pdf	2021	Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA
11	PADRÕES ESTÉTICOS E A INCANSÁVEL BUSCA PELA BELEZA NO INSTAGRAM	FELIPE SILVA JOSÉ ALVACI COSTA	https://ri.ufs.br/handle/riufs/18465	2023	Repositório UFS
12	A BELEZA PROGRAMADA E O EU CIBORGUE: FILTROS FACIAIS E SUA IMPLICAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM DE MULHERES DE 18 A 25 ANOS MORADORAS DE PORTO ALEGRE E REGIÃO METROPOLITANA.	VITÓRIA DA ROSA CRISTOFOLLI	https://lume.ufrgs.br/handle/10183/253760	2022	Repositório UFRGS

13	OS IMPACTOS DO USO EXCESSIVO DE FILTROS NAS REDES SOCIAIS: UM ESTUDO SOBRE USUÁRIOS NATALENSES	ROMÁRIO COSTA DE LIMA	https://repositorio.ufm.br/handle/123456789/62288	2025	Repositório UFRN
14	DIGITAL INFLUENCERS NA CONSTITUIÇÃO DE PADRÕES DE BELEZA DE JOVENS ADOLESCENTES BRASILEIRAS: IMAGEM DE SI E CIRURGIAS ESTÉTICAS	JACQUELINE CAVACA SOARES PONTES	https://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/12365/Jacqueline%20Cavaca%20Soares%20Pontes.pdf?sequence=1	2021	Repositório Unisinos

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

Após a seleção inicial de 14 artigos com base nos resumos, foram selecionados três trabalhos para leitura integral, e realizou-se o fichamento dos parágrafos mais relevantes para o desenvolvimento da pesquisa.

Quadro 2 – Parágrafos selecionados do artigo “A autoimagem digital: o espetáculo imagético e as redes sociais”

1	A edição de fotos por meio de filtros nas redes sociais, por exemplo, especialmente as selfies, é uma prática comum entre os adolescentes. Essas edições na imagem podem levar à perda de contato com a realidade e à criação de expectativas irrealistas sobre a aparência física, contribuindo assim para a falsa expectativa de que devem se apresentar à sociedade sempre com perfeição, bonitas e muito bem-vestidas (Junior, 2024, p. 64).
2	A comparação entre o real e o ideal pode levar à baixa autoestima, especialmente no gênero feminino. Isso ocorre porque as campanhas publicitárias frequentemente apresentam corpos magros e sarados como ideais, o que pode levar as pessoas a acreditar que precisam se parecer com esses corpos para serem aceitas. No entanto, é importante lembrar que, buscamos algo perfeito, mas a perfeição não existe, o que torna essa busca impossível e muito frustrante (Junior, 2024, p. 62).
3	Souza e Silva (2017) destaca que mulheres que não se amoldam nos padrões de beleza impostos pela sociedade podem enfrentar um caminho oposto, resultando em sentimentos de angústia, frustração e culpa, assim desenvolvendo depressão e outros transtornos, comparação às mulheres que supostamente têm o corpo perfeito (Junior, 2024, p. 63).
4	Diante da popularização da edição de fotos, padrões de beleza irrealistas, antes limitados a celebridades, estão cada vez mais acessíveis a todos. De acordo com uma pesquisa realizada por Ferreira (2019), jovens que utilizam aplicativos de manipulação de fotos tendem a se incomodar mais com sua aparência e a se comparar com outras pessoas. Eles também são mais propensos a experimentar sintomas de ansiedade e depressão devido aos perigos de se compararem com imagens irrealistas (Junior, 2024, p. 64).
5	É essencial observar que as redes sociais proporcionam uma ferramenta para que os usuários possam se apresentar de forma livre, facilitando a manipulação das impressões desejadas. Há uma distorção de realidade por parte dos usuários, que frequentemente optam por retratar-se de acordo com um padrão desejável, muitas vezes afastando-se da sua verdadeira realidade (Junior, 2024, p. 65).

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

Quadro 3 – Parágrafos selecionados do artigo “Novas tecnologias, antigas ideologias: como a beleza está associada às mulheres em imagens geradas por IAs generativas”

6	Hoje, as IAs generativas também se enquadram como meios de comunicação de massa e, como tais, são passíveis de repercutir antigos ideais estéticos, tidos como potenciais contributivos para a desigualdade de gênero (Cavalcanti; Figueiredo, 2024, p. 2).
7	Sendo o Instagram uma rede social de imagens e, cada vez mais popularizada, essa incidência massiva de corpos femininos contribui para a construção da mulher como instrumento de exposição, um meio para alcançar um fim, qual seja, o engajamento na mídia social, para fins pessoais ou comerciais. Além disso, o estudo é conclusivo em revelar a potencialização nos padrões de gênero, como alta, magra, loira, dócil, passiva, amorosa, cordata, sensual, submissa, obediente, pura, boa moça etc. (Cavalcanti; Figueiredo, 2024, p. 7).
8	Essas revelações nos levam a duas conclusões: o mundo virtual auxilia a construção de uma gramática afetiva capaz de compor um inconsciente coletivo que confina as mulheres a determinadas posições estereotipadas, e as inteligências de máquina podem ser sexistas e racistas (Cavalcanti; Figueiredo, 2024, p. 7).
9	Tanto em Freitas (2021) quanto em Carrera (2020) e em Santos (2022), há um consenso na hipótese de que a reprodução dessas dinâmicas de opressão, já existentes na sociedade, apresenta-se nos códigos de programação por haver uma quantidade muito maior de programadores do que de programadoras, além de não se levar em consideração a tecnologia como produto social, portanto possuidora de caráter político. Desse modo, como nem todo racismo e sexismo é nitidamente marcado, mas participa do campo dos gestos, das escolhas inconscientes, das imagens e de todos os símbolos sutis que compõem nossa presença cultural, há uma transferência para as ferramentas da tecnologia da informação não só de intenções que tenham em vista facilitar o cotidiano da vida humana, mas do caráter discriminatório presente nos indivíduos (Cavalcanti; Figueiredo, 2024, p. 8).
10	O estudo conclui que, apesar de as IAs generativas serem tecnologias mais recentes, e ditas inovadoras, elas são configuradas como tecnologias de gênero e, como tais, continuam a reproduzir padrões estéticos oportunos para uma sociedade patriarcal (Cavalcanti; Figueiredo, 2024, p. 13).

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

Quadro 4 – Parágrafos selecionados do artigo “A vida através do filtro: a busca pela estética “perfeita” incentivada pelo *instagram*”

11	No perfil ou nos stories, os usuários demonstram uma preocupação em cuidar da aparência dos vídeos e fotos. Para isso, o Instagram possibilita a edição dos mesmos através dos filtros. Os filtros nada mais são que efeitos de realidade aumentada, capazes de atribuir automaticamente à imagem do usuário tanto um aspecto mais lúdico, por meio de diversos adereços digitais (como orelhas de animais, óculos, chapéus etc.), quanto uma aparência mais “instagramável”, ou seja, digna de publicação e engajamento dos seguidores. Para tornar alguém instagramável, os filtros deixam a pele mais bronzeada ou embranquecida, dependendo da vontade do usuário. Também retira rugas, manchas na pele ou espinhas, tornando-a mais uniforme. O nariz é afinado, a boca fica mais volumosa, os dentes mais brancos e até a cor dos olhos e cabelos podem ser alterados. Portanto, os filtros podem transformar profundamente a aparência de quem os utiliza (Silva, 2023, p. 10).
12	Verificou-se, no Brasil, uma tendência, entre um número significativo de influenciadoras digitais, de adesão a procedimentos estéticos cirúrgicos e não cirúrgicos (MATOS, 2020). Tais métodos, coincidentemente ou não, as deixam com uma aparência análoga aos filtros do Instagram. Não se sabe exatamente quando esse fenômeno surgiu, mas, nos Estados Unidos, de acordo com Hunt (2019), foi definido como “dismorfia do Snapchat”, visto que os filtros foram concebidos, inicialmente, por essa plataforma. O termo se originou de uma condição mental, chamada transtorno dismórfico corporal, o qual diz respeito a pessoas obcecadas por buscar defeitos em sua aparência que, geralmente, não são observáveis por outros (Silva, 2023, p. 12).
13	Os filtros de beleza surgiram com o intuito de melhorar a fisionomia dos indivíduos em suas mídias, de acordo com padrões de beleza vigentes, disfarçando “imperfeições” da pele facial, embranquecendo-a ou bronzeando-a, rejuvenescendo, escondendo as rugas, aplicando maquiagem, mudando a fisionomia – aumentando a boca e afinando o nariz, por exemplo, deixando o olhar mais alongado, ou seja, alterando profundamente as características físicas e construindo imagens “instagramáveis” dignas de serem compartilhadas (Silva, p. 24).

14	Campos, Faria e Sartori (2020) alertam para o impacto do Instagram na saúde mental das mulheres. Segundo as autoras, na rede social, as usuárias são expostas a padrões de beleza inatingíveis, sendo obrigadas a aderirem aos modelos socialmente impostos aos seus corpos, não tolerando supostas “anormalidades”. Por tentarem alcançar um ideal impossível humanamente, as pessoas estão constantemente insatisfeitas e frustradas consigo mesmas, desencadeando, inclusive, problemas de saúde. Não importa o quanto editem as imagens, sempre encontrarão uma nova característica a ser retocada (Silva, p. 29).
15	O tempo passa e os padrões de beleza continuam sendo atualizados, causando sofrimento não só ao corpo feminino, como também à subjetividade das mesmas. O “preço” para se encaixar no ideal vigente é cada vez mais alto, e as mulheres estão pagando não só com valores materiais, como também com a própria vida (Silva, p. 61).

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

3.1 CORPOS IRREAIS, REDES SOCIAIS E OS IMPACTOS DA ESTÉTICA IDEALIZADA

3.1.1 Corpo artificial para uma sociedade também artificial

As produções científicas expressam que a configuração dos padrões de beleza possui uma determinação fundamental, qual seja: a de ser visto. O sujeito, ao se reportar aos filtros de beleza ou a aplicativos de inteligência artificial para produzir imagens pessoais irreais, o faz com a expectativa de publicar e publicizar a sua imagem numa forma que seja aceita, valorizada e impressione o outro. Esse outro é encontrado fundamentalmente nas redes sociais, até porque as ferramentas de edição de fotos, só podem ganhar lugar de existência nas próprias plataformas que oferecem tais mecanismos de alteração. O corpo ilusório é, na verdade, o corpo socialmente aceito e valorizado. Isso acontece em sociedade e, somente por ser possível de ser visto, faz sentido para o sujeito modificar-se, mesmo que seja apenas uma ilusão.

As redes sociais estão excessivamente presentes na vida dos sujeitos contemporâneos e, com a produção e popularização dos filtros (ferramentas de edição de fotos), o corpo ilusório se torna cada vez mais real no ideário coletivo. Essas ferramentas de edição de fotos são desenvolvidas e produzidas por seres humanos, conseqüentemente refletem padrões enraizados na sociedade sobre a percepção de beleza imposta pela indústria cultural.

A vida real, aquela não exibida nas redes sociais, não conta com filtros nem espectadores, e, para muitas pessoas, passa a fazer pouco sentido vivê-la. A necessidade de curtidas e comentários nada mais é do que a necessidade de aprovação social. Essa aprovação só vai ocorrer se o sujeito se enquadrar nos padrões reforçados pelos aplicativos. Isto é, é preciso que os sujeitos sejam “*instagramáveis*”².

² *Instagramável* é um neologismo utilizado para referir-se a tudo aquilo que é visualmente qualificado para ser compartilhado nas redes sociais, especialmente no *Instagram*.

O ambiente virtual promete liberdade para seus usuários se expressarem e aparecerem da forma que cada um desejar, mas, o que realmente ocorre é o inverso: as pessoas alteram e editam seus rostos e corpos para se encaixar em um padrão de beleza homogeneizado imposto pela sociedade muito antes dos desenvolvimentos das mídias sociais. Esses ideais continuam sendo reiterados virtualmente. Entretanto, por trás das telas que aparecem os corpos artificiais estão os corpos reais, cada um com sua individualidade, que os tornam seres únicos. Ou seja, a realidade não confirma a “perfeição” publicizada nas redes.

Com a popularização dos aplicativos de edição de fotos, tornou-se ainda mais comum encontrar fotos com edição nas redes sociais. Incomuns são postagens reais; que não possuem nenhuma alteração. Essas mudanças podem parecer sutis, mas frequentemente se tornam exageradas, alterando a fisionomia dos usuários quase por completo e distanciando-os de suas imagens reais. Manter a ideia de que editar fotos é necessário para ser mais valorizado no ambiente digital pode gerar um profundo afastamento do corpo real, que passa a ser concebido como feio e fora de padrão.

A sociedade começou a conceber as redes sociais como algo que já faz parte do seu cotidiano e compartilhar momentos na internet tornou-se algo fundamental na vida de muitas pessoas. As aparições em aplicativos como o *Instagram* são recorrentes para a exposição da vida privada. Isso ocorre em nome de uma aprovação social no mundo virtual, mas produz implicações psíquicas negativas no mundo verdadeiro; a vida real.

3.1.2 Transtornos e consequências

Nas produções científicas analisadas foi possível observar que já há inúmeras implicações advindas do uso desenfreado de filtros de edição de imagem na sociedade, especialmente entre jovens e mulheres.

Os adolescentes são particularmente mais vulneráveis aos padrões de beleza disseminados nas redes sociais, pois encontram-se em uma fase crucial de desenvolvimento na qual seus ideais e identidade estão sendo constituídos. Segundo Hall (2006, p.38), “a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento”. O fato de estarem expostos aos ideais de corpos perfeitos, no momento em que biologicamente o corpo está em transição, pode gerar grandes problemas com a autoestima e insegurança.

Já as mulheres são impactadas com os padrões de beleza por questões históricas, profundamente enraizadas na sociedade, que as constituem de forma rígida para atingirem padrões irreais muito antes destes serem disseminados predominantemente nas redes sociais.

“A estética sempre foi voltada para mulher”, comenta Nisia Martins do Rosário, professora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS e pesquisadora sobre corpos na comunicação. Ela relembra que, no decorrer da história, os padrões de beleza sempre recaíam sobre os corpos femininos, desde o uso de espartilhos, no século XIX, às cirurgias plásticas atuais (UFRGS, 2023).

Com a disseminação do “*instagramável*” essa cobrança chega com muito mais força e frequência nas mentes femininas. As mulheres não só sentem a pressão de terem que estar sempre bonitas, mas também a pressão de se manterem sempre jovens: um padrão inalcançável para um corpo humano natural. Muitas mulheres, por mais que não concordem com tais padrões impostos, se sentem na obrigação de segui-los pois, como já mencionado, elas são constituídas pela pressão social dos padrões de beleza dentro e fora do contexto virtual.

Evidencia-se a piora das cobranças em relação à aparência com o advento e a popularização das redes sociais. O fato de as pessoas nunca estarem satisfeitas com seus próprios corpos reais é comum, mas pouco se fala do Transtorno Dismórfico Corporal (TDC):

No TDC, os indivíduos não reconhecem o seu defeito como mínimo ou inexistente, dessa forma, o que caracteriza esse transtorno é um comportamento perceptivo “distorcido” em relação à imagem corporal e uma preocupação com uma “anomalia imaginária” na aparência ou exagerada em relação a uma imperfeição corporal identificada. Tais comportamentos acarretam em importantes prejuízos no funcionamento pessoal, familiar, social e profissional (Conrado, 2009 *apud* Bonfim; Nascimento; Borges, 2016, p. 241).

Por consequência, foi notado um aumento na procura por cirurgias e procedimentos estéticos, com o objetivo de modificar o corpo para se aproximar aos padrões impostos. Isso ocorre principalmente a partir da influência direta dos *influencers* digitais, que compartilham e publicizam cada vez mais tais procedimentos. Segundo Matos (2020), “cirurgias plásticas do Brasil e dos Estados Unidos dizem que tem aumentado o número de pacientes que chegam a seus consultórios querendo reproduzir exatamente o efeito do filtro sobre o rosto.” A busca precoce pelos procedimentos estéticos, invasivos ou não, tornou-se comum. Muitos jovens submetem-se a cirurgias, muitas vezes arriscando suas vidas, para se sentirem mais confortáveis com seu corpo, motivados pela comparação e pelo desejo de igualar-se à imagem produzida pelos filtros do *Instagram*, muitas vezes sem real necessidade.

Como resultado desse bombardeio de corpos perfeitos artificiais, principalmente jovens e mulheres possuem mais predisposição a sofrerem de ansiedade, depressão e outros

transtornos causados pela comparação com os corpos irreais. Segundo Silva (2023, p. 29) “por tentarem alcançar um ideal impossível humanamente, as pessoas estão constantemente insatisfeitas e frustradas consigo mesmas, desencadeando, inclusive, problemas de saúde”. Evidencia-se, portanto, que a saúde mental da sociedade contemporânea está sendo fortemente afetada com o uso desenfreado dos filtros de beleza, implicando no sentimento de culpa, frustração e angústia para aqueles que não se adequam a aos padrões perversamente estabelecidos.

3.2. ESTÉTICA E ILUSÃO

Vivemos em uma sociedade em que a imagem se sobrepõe à essência. A validação social se dá quase que exclusivamente pelas redes sociais, especialmente pelo *Instagram*, por meio de curtidas, comentários e número de seguidores. A exposição da vida privada nas redes sociais tornou-se comum, e muitas pessoas buscam experiências ou bens de consumo com o intuito de compartilhar na internet, o que altera o real sentimento do que é viver um momento plenamente. Tudo é registrado, filmado e fotografado para ser exposto nas redes sociais, e em troca se espera curtidas, comentários e validação.

A aprovação que se espera no *Instagram* não é apenas pelos conteúdos compartilhados, mas também pelo corpo físico dos usuários. As aparições tendem a ser sempre de pessoas bem vestidas, com os cabelos arrumados e maquiadas. Além dos recursos comuns que podem ser utilizados para melhorar a aparência, o *Instagram* disponibiliza para os usuários filtros de imagem capazes de “melhorar” ainda mais a aparência, como por exemplo clarear os dentes e remover “imperfeições” da pele. O mais problemático são os filtros mais irreais, que afinam o nariz, diminuem a largura do rosto, mudam os cabelos, clareiam a cor da pele e até emagrecem. Tudo isso de forma automática, pré-programada e padronizada para todos os usuários.

Fazendo buscas simples no *ChatGPT*, uma plataforma de inteligência artificial generativa (IAG), desenvolvida pela *OpenIA*³, solicitou-se que fossem produzida três imagens: uma de “mulher bonita”, outra de um “homem bonito” e a terceira, uma “adolescente bonita”. Essa busca na plataforma foi realizada sem escrever nenhuma característica. Foram entregues as imagens a seguir:

³ Empresa e laboratório estadunidense de pesquisa em inteligência artificial (IA). Disponível em: <https://chatgpt.com>. Acesso em 25 de junho de 2025.

Figura 1: Imagens geradas pelo ChatGPT representando uma “mulher bonita”, um “homem bonito” e uma “adolescente bonita”.



Fonte: ChatGPT. Imagem gerada por IA, 2025.

As imagens se assemelham à ideia de Homem Vitruviano de Leonardo da Vinci de 1490. Ele acreditava que o corpo humano possui linhas e traços alinhados e proporcionais, distanciando dos corpos reais que não são proporcionais.

A inteligência artificial usada no *ChatGPT* não é exatamente a mesma ferramenta usada nos filtros de fotos do *Instagram*. Alguns programas mais avançados como o *Adobe Photoshop* já desenvolveram as suas próprias IAs que auxiliam nas edições. Porém, as imagens acima representam o que é considerado e identificado como bonito para a inteligência artificial. Essas imagens reproduzem os padrões de beleza e os vieses implícitos da própria sociedade.

Os filtros buscam embelezar de uma forma que sigam os padrões de beleza já estabelecidos na sociedade contemporânea. Por mais que na sociedade brasileira haja uma grande miscigenação, impõem-se padrões de beleza eurocêntricos e norte-americanos, cabelos lisos, peles claras e corpos magros, enquadrando assim as pessoas que não tem essas características em um lugar de “corpo feio”.

Além dos filtros, o *Instagram* e outras redes sociais constantemente exibem propagandas e campanhas de *marketing* sempre com modelos que se enquadram perfeitamente nos padrões de beleza que os filtros promovem. Isso gera, na maior parte da sociedade, que é composta por pessoas comuns e que estão fora destes padrões, a comparação e o desejo pela aparência física quase que irreal que as modelos possuem. A busca pelo desejo do corpo perfeito acompanhada pela necessidade de aprovação constante coloca as pessoas em uma posição de aceitação irrefletida da utilização dos filtros nas redes sociais. Assim, ao navegar por um curto

período pelas *timelines* do *Instagram*, percebe-se com facilidade a padronização dos rostos, as fotos editadas e as pessoas artificiais.

Para a professora Maria Fernanda Laus, do Programa de Pós-Graduação em Psicobiologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (FFCLRP) da USP, “a insatisfação com a aparência é mediada pela comparação social, ou seja, existe a tendência em comparar a nossa aparência com a de outras pessoas que julgamos superiores, neste caso, pessoas que se enquadram no padrão de beleza socialmente aceito (Jornal da USP, 2021).

O corpo perfeito é idolatrado principalmente entre as mulheres. Mas o ideal perfeito vem acompanhado do artificial. O corpo real jamais alcança essa perfeição; para encaixar-se nessa “categoria” ele precisa estar no padrão e corpos reais não seguem padrões. O sentir-se bonito não se baseia no que pensamos de nós mesmos, mas no julgamento alheio. Assim, o corpo deixa de ser algo que usamos para nossos próprios desejos e passa a ser algo que devemos moldar para a conquistar a admiração externa. A aprovação social, nos dias atuais, vai muito além de quem nós somos, da nossa essência, ela é integralmente pautada no que nós mostramos ser. Nosso corpo se transformou num produto: a nossa imagem vale muito mais do que o que podemos oferecer além dela.

Se o corpo é um produto, as redes sociais são as vitrines que expõem, deliberadamente, corpos perfeitos e artificiais. Porém, uma vitrine falsa que oculta os verdadeiros corpos existentes atrás de telas de celulares, envenenados pela a utopia de perfeição e aumentando a vergonha de se apresentar com o corpo verdadeiro. O imaginário de se ter corpos padronizados constitui sentimentos como insatisfação, desgosto e incompreensão, contribuindo diretamente para o desenvolvimento de doenças como ansiedade, depressão e outros transtornos. A insatisfação com o corpo real leva as pessoas a se submeterem a inúmeros procedimentos estéticos, cirurgias plásticas, a utilizarem medicamentos para emagrecimento e dietas restritas, sem ao menos saberem o quão maléfico isto pode ser para o corpo.

A edição de fotos como ferramenta de simulação do resultado da cirurgia é uma prática comum. A cantora Anitta, por exemplo, contou em entrevista para o canal espanhol CuatroTV, no ano de 2019, que levou uma foto de seu rosto editado no para a cirurgia plástica para mostrar como gostaria de ficar na vida real (Jornal da Universidade UFRGS, 2023).

O mercado do mundo estético é capitalista, e disso provém a ausência de responsabilidade com as vidas que o consomem. Aproveitando do desejo socialmente constituído de se ter um corpo perfeito, a cada esquina podemos encontrar uma clínica de estética. Consórcios para pagamento de cirurgias plásticas como: colocação de prótese mamária

e lipoaspiração é uma realidade mesmo no Brasil, país em que grande parte da população não tem condições financeiras de arcar com uma cirurgia para fins estéticos. Essa questão é normalizada e, frequentemente, vê-se pessoas endividadas devido a estes procedimentos.

De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), 459 mil cirurgias plásticas estéticas foram realizadas entre 2007 e 2008. O dado mais atualizado, de 2020, da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), aponta que foram feitas 1.306.962 intervenções cirúrgicas estéticas neste ano no país (Jornal da Universidade UFRGS, 2023).

Fica evidente que as mulheres são o público mais afetado pela as cirurgias plásticas e pelos padrões de beleza. A cobrança para serem sempre mais jovens, sempre mais magras e sempre bonitas compromete a saúde mental de muitas jovens e adultas que já sofrem antecipadamente com o inevitável envelhecimento do corpo, enquanto as mulheres mais maduras correm contra o tempo para se apresentarem sempre mais jovens. Há ainda adolescentes que sofrem prematuramente com os efeitos da padronização corporal e com a busca por validação social através das redes sociais. O Brasil é um dos principais países na realização de cirurgias plásticas em menores de 18 anos.

O Brasil é líder mundial no ranking de cirurgias plásticas em jovens. De acordo com dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), dos quase 1,5 milhão de procedimentos estéticos feitos em 2016, 97 mil (6,6%) foram realizados em pessoas com até 18 anos de idade (Jornal da USP, 2021).

Portanto, compreende-se que a utilização de filtros de beleza, combinada às plataformas de inteligência artificial, tornou-se um dos principais disseminadores de problemas de autoestima, afetando toda a população; homens e mulheres de todas as faixas etárias.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do trabalho foi possível compreender como a constituição de um ideal de corpo perfeito vem se intensificando, especialmente com a valorização da imagem corporal nas redes sociais. A necessidade de ser visto e aceito, principalmente no meio virtual, tem transformado os corpos em uma construção artificial, produzida pelas edições de fotos e filtros, todas com o objetivo de chegar ao tão sonhado corpo perfeito. Isso está longe de ser apenas uma questão estética e revela as implicações na subjetividade dos indivíduos, que passam a se perceber a partir de um padrão ilusório e inalcançável.

O uso desenfreado dos filtros, juntamente com a constante exposição de corpos padrões, têm gerado consequências negativas principalmente em adolescentes, que estão na fase de formação de identidade, e em mulheres, historicamente pressionadas a atender padrões de imagem rígidos. Algumas dessas consequências são distorção de imagem, baixa autoestima, insatisfação corporal, ansiedade, depressão, transtornos e desvios psicológicos, como o Transtorno Dismórfico Corporal, caracterizado pela preocupação exagerada por “defeitos” imperceptíveis.

Além disso, observou-se um aumento na procura por cirurgias e procedimentos estéticos, muitos realizados precocemente e sem indicação médica, o que reforça como o corpo passou a ser moldado para aprovação social. Isso resulta na perda de autenticidade e individualidade. Diante disso, é urgente questionar os ideais estéticos difundidos na sociedade e promover uma cultura que valorize o corpo real, diverso e singular. É necessário estimular o uso crítico das redes sociais, especialmente entre os jovens, bem como incentivar o diálogo sobre saúde mental, autoestima e aceitação corporal. Somente assim será possível promover uma sociedade mais saudável na qual o corpo seja respeitado não por sua imagem, mas por sua singularidade.

As referências bibliográficas fundamentais utilizadas para este estudo demonstram a concepção do corpo como objeto e sua relação com os padrões de beleza, mas não foram encontrados textos fundamentais sobre essa questão em sua vinculação com a inteligência artificial. Considera-se que as plataformas de inteligências artificiais são recentes e que este processo está em pleno desenvolvimento. Já há muitas matérias de jornais, artigos publicados em revistas acadêmicas e *posts* que versam sobre este tema. Pretende-se que este trabalho tenha relevância significativa para instigar, no futuro, estudos mais aprofundados sobre as implicações das inteligências artificiais na consolidação dos padrões de beleza.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 169–214. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/ADORNO.pdf?134956850>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- BASSANI, João José. **Corpo, educação e reificação: Theodor W. Adorno e a crítica da cultura e da técnica**. 2008. Tese (Doutorado em Educação) – Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- BONFIM, G. W.; NASCIMENTO, I. P. C.; BORGES, N. B. **Transtorno dismórfico corporal: revisão da literatura**. Contextos Clínic, v. 9, n. 2, p. 240–252, 2016. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-34822016000200010&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 18 abr. 2025.
- CAVALCANTI, I. S. H.; FIGUEIREDO, C. D. Novas tecnologias, antigas ideologias: como a beleza está associada às mulheres em imagens geradas por IAs generativas. In: 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2024, Recife. Anais disponíveis em meio eletrônico. Recife: 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2024. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/0723202422225066a0576a0f942.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2025.
- FONTANIVE, S. Número de cirurgias plásticas cresce a cada ano e suscita debates sobre a autoimagem na sociedade de consumo. **Jornal da Universidade UFRGS**, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/numero-de-cirurgias-plasticas-cresce-a-cada-ano-e-suscita-debates-sobre-a-autoimagem-na-sociedade-de-consumo/>. Acesso em: 22 mai. 2025.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 38. Disponível em: <https://www.leme.uerj.br/wp-content/uploads/2010/10/hall-stuart-a-identidade-cultural-na-pos-modernidade.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- JUNIOR, L. P. S. **A autoimagem digital: o espetáculo imagético e as redes sociais**. Porto: 2024. Disponível em: <https://recil.ulusofona.pt/server/api/core/bitstreams/57d34cd9-e25a-4da5-a2c6-1a1ea1d568fd/content>. Acesso em: 14 mar. 2025.
- LOURENÇO, T. Cresce em mais de 140% o número de procedimentos estéticos em jovens. **Jornal da USP**, Ribeirão Preto, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=381431>. Acesso em: 22 mai. 2025.
- MATOS, T. Rosto de influenciadora: Por que ex-BBBs e celebridades estão cada vez mais parecidos? **Portal de notícias G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/07/08/rosto-de-influenciadora-por-que-ex-bbbs-e-celebridades-estao-cada-vez-mais-parecidos.ghtml>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- SILVA, Juliana Motta Da. **Novas tecnologias, antigas ideologias: como a beleza está associada às mulheres em imagens geradas por IAs generativas**. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em:

<<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/21069/1/JSilva.pdf>>. Acesso em 14 mar. 2025.

SIQUEIRA, R. Insatisfação com a aparência é mediada pela comparação social, diz pesquisadora. **Jornal da USP**, Ribeirão Preto, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=418065>. Acesso em: 22 mai. 2025.

VAZ, A. F. **Corpo, Educação e indústria cultural na sociedade contemporânea: notas para reflexão**. *Pro-Posições*, v. 14, n. 2 (41), maio–ago. 2003.

VAZ, A. F. **Corpo, espetáculo, fetichismo: questões para a compreensão do movimento da indústria cultural hoje**. In: DURÃO, F. A.; ZUIN, A.; VAZ, A. F. (Orgs.). *Indústria Cultural Hoje*. São Paulo: Boitempo, 2008. p. 199–211.