

**A influência das mídias sociais na construção do ser mulher**

**Débora Mota Barros**

**Francielly Cristine Bernardes Grundler**

**Fernando Figueiredo dos Santos e Reis**

**Universidade Evangélica de Goiás - UniEvangélica**

**Nota do Autor**

Débora Mota Barros, curso de Psicologia, Universidade Evangélica de Goiás – UniEvangélica; Francielly Cristine Bernardes Grundler, curso de Psicologia, Universidade Evangélica de Goiás – UniEvangélica; Fernando Figueiredo dos Santos Reis, curso de Psicologia, Universidade Evangélica de Goiás – UniEvangélica.

### **Resumo**

O presente artigo buscou compreender a influência das mídias sociais na construção do ser mulher, atentando-se a como a imagem da mulher foi socializada e como o ambiente virtual se dispõe diante dessa produção. Ao longo da história a concepção do que é A Mulher foi construída atrelada ao patriarcado, exercendo uma relação de poder e dominação que reverbera no psiquismo das mulheres. Na contemporaneidade as mídias sociais surgem como mais um espaço para a perpetuação desse discurso que afasta a mulher de sua condição de sujeito desejante, alimentando a busca por ideais estéticos e performativos, na tentativa de atingir a completude fálica. Apesar disso, observa-se a possibilidade de resignificação desses meios, que via sua popularização corrobora para a formação de laços e o compartilhamento de vivências reais, desconstruindo os ideais e considerando os numerosos elementos que interferem no sofrimento feminino, sendo ponto de partida para elaborar a singularidade do ser mulher.

**Palavras- Chave:** mídias sociais, mulher, feminilidade, feminismo.

## **A influência das mídias sociais na construção do ser mulher**

### **História da construção do ser mulher**

A compreensão de uma diferença sexual nem sempre existiu. Desde os tempos da Grécia Antiga até meados século XVIII a teoria do sexo único prevalecia, os estudos de anatomia empenhavam-se em apontar semelhanças físicas dos órgãos sexuais, marcando que as mulheres eram homens mal desenvolvidos, não atingindo a maturação. A busca pela distinção entre os sexos, salientando sua natureza oposta, inicia-se no final do século XVIII frente a importância política da diferenciação (Zanello, 2019).

Segundo Kehl (2016) a feminilidade moderna começa a ser estruturada por volta do século XVIII e XIX, marcado pela consolidação da burguesia e do capitalismo, um compilado de requisitos que as mulheres deveriam seguir as foi designada. Na época, pensava-se que a natureza feminina deveria ser domada em prol de cumprir, o que acreditavam ser, seu destino biológico, tendo sua dedicação direcionada à manutenção e zelo do lar e da família.

Beauvoir (2019) complementa ao dizer que a inserção sexual na sociedade foi atravessada por designações biológicas para controle da manutenção de poder de quem detinha a força. Foi designado à mulher o papel da procriação, de forma passiva seu corpo era apenas recurso para expansão de mão de obra ou morada de um herdeiro homem, único passível de carregar os bens do pai. É a partir dessa reivindicação que o advento do patriarcado se funde, conservando até os dias atuais estruturas de poder e desigualdade.

Esse pensamento construído para denominar o que é a feminilidade serviu como mecanismo para controle social e cultural das mulheres, e manutenção da virilidade do homem burguês. Não cabia a elas as complexidades distantes de seu papel na vida privada, que por muito tempo se viu distanciado das questões públicas (Beauvoir, 2019).

A impossibilidade de se expressar juntamente a contínua repressão ao feminino, para manutenção da relação de poder entre os sexos, foi tratado por Foucault (1988, p. 99, citado por Kehl, 2016) em História da Sexualidade, onde o autor levanta a “histerização do corpo da mulher”. Dessa forma, a mulher teria seu corpo saturado de sexualidade, tudo o que era visto como excesso, que saísse do espectro da ocupação da mulher segundo a lógica social burguesa, recairia no patológico, esse sendo um dos meios para a formação da sexualidade feminina, milimetricamente calculada para se adequar ao que é desejado por quem detém o poder.

A patologização de certos comportamentos das mulheres e a imposição de modelos de ideais avançou por várias décadas. Mesmo diante de movimentos antagônico, como os levantes sufragistas em meio as revoluções europeias, as incumbências do patriarcado se mantiveram presentes nos diversos campos da vida pública e privada (Kehl, 2016).

Com o avançar dos movimentos feministas, frente ao mal-estar social feminino, produções acadêmicas foram impulsionadas, propiciando a criação do termo “gênero”, que buscava acrescentar na compreensão de sexo, retratando a face cultural das designações sobre masculinidade e feminilidade (Zanello, 2019). Dentre os estudiosos que se dedicaram aos estudos de gênero, Judith Butler, no início dos anos 1990, expôs como os princípios cisheteronormativos, pareiam signos corpóreos a discursos, criando a ilusão de inerência de gênero determinando as formas de performatividade, o que facilita o controle dos corpos e a regulação da sexualidade (Butler, 2020).

Dentre as tecnologias de gênero, presentes na contemporaneidade e envolvidas na disseminação e produção dessa performativa, estão as mídias e seu uso da imagem, apresentadas nas suas diversas formas, como cinema, televisão, revistas, sites e aplicativos. As mídias funcionam como dispositivo de poder em favor de uma comunicação mercadológica, renovando práticas coercitivas sobre os corpos (Flor, 2009).

Vale ressaltar a particularidade semiótica ligada ao conceito de imagem. A imagem não fica presa apenas no signo linguístico, por sua característica ótica ela se faz presente na sociedade e na cultura por meio dos sentidos construídos através de interações e relações nas quais estão envolvidas, estando sujeitas a mudança (Júnior, 2010). Dessa forma uma intencionalidade é transmitida por meio dos significados atribuídos às imagens e suas práticas significantes, não é de todo “o sujeito que se expressa na comunicação como prática social; ele é o depositário desta prática” (Brodin, 2017; Lucas & Silva, 2019, p.94).

Wolf (2020) demonstra a relação das mulheres com as representações performáticas ao denunciar o mito da beleza. Segundo a autora para lidar com a movimentação de emancipação feminina e sua entrada maciça em áreas para além do campo privado, foi necessário alimentar um dispositivo que as regulasse independentemente de onde estivessem, surgindo assim, o conceito contemporâneo de beleza, disseminado pelas mídias.

Lipovetsky (2015) agrega ao apontar a forma com que a beleza física pensada anteriormente como uma dádiva limitada para poucos, indissociável ao sangue e à linhagem, na contemporaneidade recebe um teor voluntarista, possível de ser alcançada através de um esforço. Nele a estética do corpo é percebida como objeto, passível de intervenções, trabalhos

e procedimentos que o aperfeiçoamento frente a certos ideais, a mulher não seria simplesmente feia, ela seria preguiçosa (Lipovetsky, 2015).

Essa beleza elegida enquanto métrica limitante não possui sua definição concreta, a forma de visualizar e decodificar as imagens do corpo feminino precisa ser outorgada por uma figura maior, de mais poder, considerado por Wolf (2020) o patriarcado. É a abertura desse significante que propicia a constante comparação com padrões inalcançáveis, assim representantes de completude são ofertados e ditados, ao mesmo tempo, por via das mídias (Severiano, 2007).

Uma das categorias de mídias envolvidas são as mídias sociais, espaços criados na internet que visam gerar a interação entre pessoas diversas de várias localidades. A facilidade de acesso e a possibilidade de se colocar de forma ativa as popularizou, tornando um ambiente fértil para que empresas adentrassem a esse meio procurando novas formas de comunicação e de captação de consumidores (Medeiros et al., 2014). O Instagram, considerado atualmente uma das maiores ferramentas de mídias sociais, é um local propício à observação dessa utilização comercial, da imagem dos usuários (Carvalho et al., 2019).

Em meio a constituição de interações sociais, permeadas pelas tecnologias contemporâneas, o capitalismo e seus novos mecanismos de consumo, atenta-se a imagem do próprio corpo ter se tornado produto. A imagem, posta pelo outro e percebida fora do corpo por intermédio desse outro, se vê presentificada através de propagandas, figuras publicitárias e midiáticas que carregam em si os moldes referentes às construções de ser mulher vigente em seus períodos (Nascimento, Próchno, & Silva, 2012).

### **A Mulher Brasileira**

Mesmo diante das grandes lutas e conquistas realizadas pelas mulheres, das consideradas, primeira e segunda onda do feminismo, é de extrema importância ressaltar que até meados da década de 1980 a mulher reconhecida socialmente era a mulher branca e burguesa (Martins, 2015). É possível observar essa constatação diante do reconhecimento do movimento sufragista europeu, das obras da francesa, Simone de Beauvoir e da americana Betty Friedan (Zucco, 2005). A partir dos anos 1980 e 1990, onde se considera o início da terceira onda do feminismo, o desdobramento sobre gênero ganha força, juntamente as considerações culturais, sociais e políticas envolvendo raça e classe de maneira ativa (Martins, 2015).

Esse recorte ampliado propicia a visualização da realidade brasileira e das importações norte-americanas e europeias. Quando se fala na construção do conceito de beleza no Brasil observa-se a incorporação massiva de moldes estrangeiros, por exemplo, em traduções de livros, considerados manuais de comportamento, de outros países para o português, condutas baseadas nas mulheres brancas e burguesas europeias tomavam o posto da verdadeira forma de ser mulher (Sant’ana, 2014). Porém, esse perfil não condizia — e ainda não condiz — com a realidade da maioria das brasileiras.

Um dos pontos que marcam a grande diferenciação entre os ideais importados e a realidade brasileira é o atravessamento de raça e a forma com que a mulher preta é observada e socializada. No que diz respeito à mulher negra há um longo caminho de exclusão e marginalização que as posiciona como a parcela mais explorada da sociedade. Por via de articulações ideológicas e a manutenção de uma estética racista e classista transmitida pela mídia, essas mulheres, desde crianças, encaram à perda de identidade e o impacto da reprovação (Gonzales, 2020).

Mobilizações sociopolíticas foram de grande importância para o reconhecimento do atravessamento racial, mulheres participantes dos movimentos negros procuravam discutir anteriormente sobre os recortes de gênero para depois apresentá-los ao grupo maior, de forma a fomentar condutas menos sexistas. Contudo, o movimento feminista branco mantinha-se resistente às considerações raciais, reproduzindo um imperialismo cultural (Gonzales, 2020). É exatamente nesse ponto, dentro da construção simbólica do posicionamento da mulher negra, que outra faceta aparece, a da mulata objeto sexual.

Através do mito da democracia racial<sup>1</sup>, ideia de que não existe desigualdade de direitos e deveres, preconceito ou discriminação racial, sendo todos os cidadãos comuns, que a hipersexualização da mulher negra acontece de forma naturalizada, ocultando a violência simbólica que exerce sobre elas (Gonzales, 2020). Essa noção é justificada através das demonstrações de apreço pelo corpo da chamada mulata, termo que por si só marca a inferioridade.

A palavra, de origem espanhola, vem de “mula” ou “mulo”: aquilo que é híbrido, originário do cruzamento entre espécies. Mulas são animais nascidos da reprodução de jumentos com éguas ou de cavalos com jumentas. Em outra acepção, são resultado da cópula do animal considerado nobre (*equus caballus*) com o animal dito de segunda classe (*equus africanus asinus*) (Ribeiro, 2018, p.98).

---

<sup>1</sup> A noção de democracia racial foi cunhada por Gilberto Freyre por volta de 1930 e citada por Gonzales (2020) ao longo de sua discussão na obra *Por um feminismo afro-latino-americano*.

Essa construção do erótico-exótico marca a herança da colonização. O Brasil como paraíso perdido, de um gozo perdido, reino de prazeres e de recomeço para os colonizadores, ficou marcado pelo extrativismo de suas terras e dos corpos de suas mulheres. A anulação da tradição brasileira, diante da subjetivação aos mandatos europeus alimenta um conflito que reverberará no social, no físico e no psíquico das brasileiras (Calligaris, 2021).

### **Mandatos Inconsciente**

O impacto da imagem na vida das mulheres, como visto anteriormente, perpassa o estético, indo ao encontro do social, cultural e ao psíquico. Através da teoria psicanalítica juntamente as construções literárias feministas, observa-se que as mulheres tendem a percorrer rumo a um ideal de perfeição não passível de ser atingido. Dentre os diversos estudos, é possível conferir parte do percurso realizado por Freud (2010a; 2011; 2018a) em suas produções sobre o narcisismo, ideal de Eu e sua vinculação com o Supereu, assim como em seus textos sobre a feminilidade, em algumas elaborações frente aos dilemas do feminino.

Freud (2010a) elucida que o narcisismo é um estágio posterior ao autoerotismo, caracterizado pelo estado originário da sexualidade infantil. Associado às figuras parentais, o bebê é atrelado aos desejos narcísicos infantis de totalidade e perfeição incutido pelos pais, a ele confere toda a perfeição, restringindo a satisfação ao próprio corpo. Na mesma obra o autor apresenta o conceito de Eu Ideal e de Ideal de Eu. O Eu ideal seria o suplente deste narcisismo inicial, onde o sujeito coloca em si um ideal ao qual dirige o amor advindo do eu infantil, que não consegue desvencilhar. O Eu Ideal carrega a crença da completude sessando o sentimento de desamparo. Posteriormente, a partir do complexo de Édipo, a relação com a realidade externa surge, a onipotência narcísica, presente no narcisismo primário, é progressivamente abdicada, aumentando seu contato com as frustrações. Essa passagem o encaminha ao Ideal de Eu, onde objetos externos são investidos libidinalmente através de uma substituição simbólica do narcisismo primário (Freud, 2010a).

O Ideal de Eu e o Supereu caminham juntos no processo de separação da relação primária entre mãe e filho, atuando nessa interdição que proíbe e regula, para que a criança edipiana faça uma saída do Édipo e passe a se relacionar a outros objetos externos. Porém, se complementa que o Supereu não só restringe a satisfação, colocando um certo limite na relação com a mãe no Édipo, mas se liga a pulsão de morte (Miller, 2009, citado por Daibert & Caldas, 2012).

Diante da ameaça da perda do amor do Outro, neste caso dos pais, ou mais especificamente da mãe, ocorre uma renúncia a própria satisfação pulsional, essa renúncia gera agressividade que será direcionada para o outro, assim, a agressividade é reprimida para que esse amor não seja perdido. A repressão dessa agressividade será absorvida pelo Eu convertida em Supereu que demandará mais renúncias (Freud, 2010b).

Enquanto Freud em seu desenvolvimento teórico colocou a presença de um Supereu mais fraco nas mulheres, Lacan já traz demonstrações de que esse Supereu pode ser mais tirânico nelas. A marca de ruptura da relação pré Edípica nos meninos é mais incisiva do que nas meninas, nelas a troca de objeto frente à entrada no Édipo não extingue inteiramente sua relação com a mãe, não causando uma separação tão severa, via ameaça de castração, como com os meninos. Dessa forma observa-se uma demanda maior de amor nas meninas, que frente a essa questão se colocarão na posição de objeto de gozo do Outro (Belém, 2000).

Lacan discorre sobre a impossibilidade de significar o que é 'A Mulher'. O caráter de indeterminação ligado ao feminino, como já mostrado nos escritos de Freud, aponta para algo distinto no processo de tornar-se mulher. Mesmo ao se constituir como sujeito desejante, se havendo com a falta estrutural inerente a condição de falante, ainda existe algo que foge à lógica do significante fálico na trajetória de vir-a-ser mulher, não todo fálico (Fuentes, 2009).

Desse modo, quando a castração simbólica não é bem reconhecida, impossibilitando o acesso a um gozo Outro, para além do simbólico, a mulher se prende a questão imaginária de identidade, se angustiando por sua posição, pois, a única identificação possível a ela é a identificação fálica (Fuentes, 2009).

Freud (2010a) em Introdução ao Narcisismo corrobora ao apontar uma tendência narcisista na escolha objetual das mulheres, elas se lançam ao mundo com o objetivo de serem amadas. Em A feminilidade, Freud (2018) acrescenta que essa forma mais intensa de ser amada do que amar, vai de encontro ao efeito da inveja do pênis, de forma a compensar por sua inferioridade sexual originária. Por via da construção lacaniana infere-se que pela falta do pênis, por meio da identificação simbólica, a mulher é levada a fazer de seu corpo símbolo fálico, significante do desejo do Outro, enfeitando-se e ornamentando-se (Fuentes, 2009).

Sustentar essa posição vai de encontro a uma “busca impossível, que marca um lugar de gozo no sofrimento” (Belém, 2000, p.61). A angústia, frente ao furo em suas identificações que a coloca diante de sua indeterminação, a incita a atirar-se em uma procura afoita por reconhecimento imaginário, nesse processo, em busca de ser amada se escraviza ao fazer-se “objeto de sacrifício para o gozo do Outro” (Belém, 2000, p.61).



Neste percurso, a mulher enquanto é enaltecida, como falo imaginário, é também condenada, como resto abominável, diante da autoridade Superegóica de um Outro. Dessa forma, observa-se que a designação do que é ser A Mulher é atravessada pelos preceitos e desejos culturais, sociais e políticos das épocas, constitutivo do Outro, deixando rastros em gerações de mulheres. Esses mandatos outorgados pelo Pai mítico carregam em si o eco de uma ancestralidade que cobra, na atualidade, a dívida da completude não paga (Belém, 2000).

### **Saúde Mental**

A marca da diferença sexual culturalmente construída não só reverbera no psiquismo da mulher como também influência na forma com que a sociedade lida com a saúde mental em seu todo. Por muito tempo a loucura foi caracterizada como feminina, a psiquiatria, guiada por valores morais, seguiu por um caminho classificatório, enviesando as práticas clínicas de forma a patologizar a vida, atribuindo uma binaridade, de presença ou ausência de sintomas, para a validação do sofrimento (Zanello, 2019). Desse modo, como evidência Zanello (2019), as concepções de gênero, elemento da formação do roteiro social, mostram-se presentes nos diagnósticos e em conceitos psicológicos diante do que se considera saúde mental.

Interligado ao mercado da beleza a saúde mental tornou-se mais um campo ao qual ideais poderiam ser exigidos, expandindo o espaço a ser trabalhado para o embelezamento. Um marco desta ampliação ocorreu nos anos 60, a partir do surgimento da escala de autoestima de Rosenberg<sup>2</sup>, que visava compreender os dilemas apontados pelas adolescentes da época. Nas décadas seguintes, a expressão ‘autoestima’ se espalhou massivamente por todo o mundo, tornando-se peça-chave para a vida das mulheres (Sant’ana, 2014).

No Brasil, eventos como a ditadura militar marcou a propagação nos meios publicitários de discursos que direcionavam o olhar das pessoas para si, valorizando o amor-próprio e o autoconhecimento, sinais do individualismo que crescia no país. Como consequência disso, as classes média e alta brasileira fortificavam a ideia de que para além do investimento no físico, era imprescindível trabalhar a mente para alcançar a felicidade e autorrealização (Sant’ana, 2014).

---

<sup>2</sup> A escala de autoestima de Rosenberg para adolescentes foi desenvolvida pelo sociólogo Morris Rosenberg contendo frases abordando autoimagem ou autovalor positivos e cinco sobre autoimagem negativa ou autodepreciação mensurados através de escala Likert entre concordo totalmente e discordo totalmente. A escala de autoestima de Rosenberg foi a primeira nesta temática a ser disseminada pelo mundo, popularizando o tema e alimentando discussões controversas sobre sua validação e o impacto que exerceu em relação ao que se entende por autoestima (Sbicigo, Bandeira & Dell’Aglío, 2010).

Cornwall (2018) apresenta o cultivo de um *empoderamento light* em prol do funcionamento e manutenção do neoliberalismo, esvaziando o termo empoderamento de sua raiz emancipadora e revolucionária, presente no interior do movimento feminista, realocando-o dentro das normas sociais e de gênero vigente. Dessa forma é fortalecido um auto empoderamento individualista, permeado por percepções generalistas do que é ser uma mulher empoderada.

Retirando o âmbito político da implicação do empoderamento na vida das mulheres, sobra grande espaço para que o mercado monetize em cima de ensinamentos e treinamentos baseados em chavões que simulam uma autenticidade, sem possuir atributos transformadores (Cornwall, 2018). Os atravessamentos de raça, classe, etnia e sexualidade são esquecidos para que ocorra um nivelamento imaginário. Independente das questões que a cerquem, é de responsabilidade da própria mulher que sua alta autoestima, seu amor-próprio e seu empoderamento sejam alcançados, como também é a culpa caso falhe (Castro, 2001).

### **A Mulher e as mídias sociais**

Observa-se que diante do desenvolvimento da história o posicionamento social, político e psíquico das mulheres foi se modificando, assim como os espaços nos quais as opressões e os movimentos de resistência acontecem (Kehl, 2016). Na contemporaneidade as mídias sociais encontram-se como atualizações de espaços anteriormente existentes, porém, com um alcance mais próximo, que evidência sintomas e angústias anteriormente mantidos distantes do olhar público (Medeiros et al., 2014; Carvalho et al., 2019).

Esses espaços se tornaram os principais meios de comunicação, principalmente pelas novas gerações. A popularização dos ambientes virtuais ocasionou a entrada intensa do mercado publicitário, em busca de seus consumidores, como também a disseminação de movimentos sociais como o feminismo. Dessa forma, a coexistência dentro do ambiente virtual fez com que as marcas adequassem seus discursos para dialogar com as novas consumidoras, que vinham exercitando um olhar mais atento às desigualdades de gênero (Martins, 2015).

Apesar da pluralidade presente no feminismo, percebe-se que a vertente liberal é a mais disseminada e presente nas mídias sociais, vertente essa, que se atrela a questões mais próximas dos interesses da burguesia (Martins, 2015). Sua força nos meios comunicacionais é apontada por Martins (2015) como um reflexo da massificação presente na globalização, que

tenta unificar as identidades. Enquanto movimentações atreladas a interseccionalidade de raça, classe e gênero, encontram-se em bolhas mais dispersas na esfera virtual.

A marginalização de realidades distintas do padrão, principalmente em espaços majoritariamente brasileiros, reflete a força da colonização e do imperialismo cultural que desqualifica, sobretudo, a vivência e a cultura afro-brasileira (Gonzales, 2020). Por meio da naturalização da violência simbólica exercida sobre essas mulheres, a voz do discurso que as insere é silenciada, tornando-as mais um objeto estratificado do país (Calligaris, 2021). Dessa forma as relações que foram construídas entre as mulheres e o meio sociopolítico se veem alienadas, permanecendo na superficialidade conveniente aos que detêm o poder.

Essa relação de poder que banaliza as diferenças e reduz a complexidade das intervenções em prol da mulher se vê exposta no mercado da beleza na contemporaneidade. Através do discurso semiótico propagado por meio da conciliação realizada entre o capitalismo de consumo, presente na publicidade, e as moções do feminismo liberal, ideais de ser, interligados a representação do empoderamento e suas ferramentas, são vendidos às mulheres (Castro, 2001). Cornwall (2019) aponta a fragilidade do empoderamento disseminado na contemporaneidade, que simula o real do termo, carecendo de seu teor transformador. Assim, as práticas de busca por equidade e independência são interrompidas por questões superficiais e mercantilistas, acomodando as mulheres no sistema atual sem interferir nos atravessamentos sociais e de poder que fomentam a desigualdade.

Dessa forma a individualização do discurso empoderador conflita com a realidade da problemática de gênero. As mulheres ao produzirem e buscarem conteúdos nas mídias sociais, visando o fortalecimento de seu posicionamento na sociedade, e de sua saúde mental como um todo, encontram-se com angústias, que segundo apresentado a elas, deveriam ter sido sanadas, as envolvendo em um ciclo de culpabilização (Sant'ana, 2014; Zanello, 2019).

O sofrimento advindo dessa culpa alimenta uma procura constante pela completude das idealizações que constroem o ser mulher na atualidade (Belém, 2000). Assim, a figura da mulher maravilha toma força, cobrando o mais alto grau de perfeição em todas as esferas em que as mulheres se inserem, demandando que sejam profissionais de sucesso, mães presentes, esposas amorosas e belos corpos, sem demonstrar nenhum tipo de cansaço ou fraqueza (Wolf, 2020).

Diante de todas essas exigências e da presença de um Supereu tirânico, que cobra a procura infundável de reconhecimento e de amor, observa-se que as mulheres oferecem seu gozo ao Outro, na tentativa de satisfazê-lo, distanciando da sua condição de sujeito desejante e do encargo envolvido em sustentar seu próprio desejo (Belém, 2000). Em vez de tomarem-

se “por um gozo-outro, entregam-se ao gozo do Outro” (Belém, 2000, p.65), ocorrendo a repetição de práticas que se alinham ao discurso fálico de completude, presente no capitalismo publicitário e permeado pelo patriarcado.

Apesar do teor opressor observado na relação estética e comportamental dentro do discurso fálico, há algo nos semblantes que possibilita o encontro com as formas de gozo. Na medida em que a mulher toma posse do seu ser de maneira singular, ao encontrar sua forma de responder o que é o ser mulher, lidando com a existência da falta e da não completude, o encontro com o feminino inominável, este gozo Outro, é possibilitado (Fuentes, 2009).

Essa abertura, que possibilita algo além dos ideais e das identificações de perfeição, se vê mobilizada não só na clínica, mas também nas próprias mídias sociais, operando de forma coletiva. No Instagram, percebe-se que o desamparo não é manejado apenas pela afiliação dos padrões que geram validação do Outro, mas também é gerido em espaços, ainda minoritários, que ressignificam o uso das mídias sociais propiciando outros arranjos (Carvalho et al., 2019). Através de perfis nestes ambientes, personalidades e coletivos buscam explorar o ser mulher para fora dos padrões, abordando as incompletudes e angústias que ao serem expostas no ambiente virtual auxiliam outras mulheres na elaboração das questões, desatando da alienação.

Esses diálogos estabelecidos por meio das mídias sociais possibilitam que as tecnologias de gênero, presentes na constituição do roteiro social, sejam indagadas, dando abertura para representações para além da Mulher (Flor, 2009; Fuentes, 2009). Assim, realidades marginalizadas socioculturalmente conquistam espaços passíveis de legitimar suas vivências e angústias por muito excluídas e patologizadas. Ao passo que essas existências são reivindicadas e ouvidas torna-se possível a intervenção na saúde física e mental das mulheres a partir de sua realidade singular (Fuentes, 2009).

Nesse caminho cabe ressaltar a importância do posicionamento da psicologia, navegando para além do campo teórico e clínico individualista. Operar em prol da saúde mental das mulheres requer considerar os diversos fatores que interferem na promoção de melhor qualidade de vida no campo público e privado (Zanello, 2019). A reprodução de conceitos como os de autoestima, autocuidado, amor-próprio e de diversos transtornos ligados ao feminino, sem considerar o discurso que os embasam e o meio nos quais são construídos, reforça um sistema que adoce e exclui mulheres, distanciando da premissa tanto da psicologia como da psicanálise (Castro, 2001; Cornwall, 2018).

Diante disso, é importante destacar a relevância da continuidade de estudos acerca dos pontos abordados na pesquisa, juntamente à transmissão destes saberes, de forma a acessar

mulheres para além do meio acadêmico-científico. Auxiliando os movimentos em desenvolvimento dentro e fora das mídias sociais na desconstrução dos ideais, para que de maneira singular, uma a uma, descubra a resposta do ser mulher (Fuentes,2009).

### Referências

- Beauvoir, S. De. (2019). *O segundo sexo* (5ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira. (Obra original publicada em 1949).
- Belém, M. (2000). *Mulher no Brasil: Nossas marcas e mitos: ensaios de psicanálise*. (1ª ed.). São Paulo, SP: Escuta.
- Broden, T. F. (2017). Semiologia/semiótica em Saussure e Jakobson: conceitos, filiações, debates. *Revista do Gelne*, 19, 299-309. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/gelne/article/view/13589>. Doi: <https://doi.org/10.21680/1517-7874.2017v19n0ID13589>.
- Butler, J. (2020). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (R. Aguiar, Trad.). Rio de Janeiro, RJ: Editora Civilização Brasileira. (Obra original publicada em 1990).
- Calligaris, C. (2021). *Hello, Brasil! e outros ensaios: Psicanálise da estranha civilização brasileira*. São Paulo, SP: Fósforo.
- Carvalho, J. P. S. T., Magalhães, P. M. L. S. de; Samico, F. C. (2019). Instagram, narcisismo e desamparo: um olhar psicanalítico sobre a exposição da autoimagem no mundo virtual. *Revista Mosaico*, 10 (2), 87-93. Disponível em: <http://editora.universidadedevassouras.edu.br/index.php/RM/article/view/1836>. Doi: <https://doi.org/10.21727/rm.v10i2.1836>.
- Castro, A. L. de. (2001). *Culto ao corpo e sociedade: mídia, cultura de consumo e estilos de vida*. (Tese de doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, Brasil.
- Cornwall, A. (2018). Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. *Cadernos Pagu*. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/9zJqwjXHP4KbgfsLRCY7WpC/?lang=pt>. Doi: <https://doi.org/10.1590/18094449201800520002>
- Daibert, D. D. O. M. M., & Caldas, H. (2012). O Imperativo de Gozo do Supereu e sua Conexão com a Demanda de Amor Insaciável das Mulheres. *Revista Mal-estar E Subjetividade*, 12(3-4), 583-606. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-61482012000200004](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482012000200004).
- Flor, G. (2009). Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. *Revista de estudos da comunicação*, 10(23). Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22317>. Doi: <http://dx.doi.org/10.7213/rec.v10i23.22317>

- Freud, S. (2018). A Feminilidade. In S. Freud. *Obras Incompletas de Sigmund Freud: Amor, Sexualidade e Feminilidade*, 313–341. (Obra original publicada em 1933). Belo Horizonte, MG: Autêntica.
- Freud, S. (2011). O Eu e o Id. In S. Freud. *Obras Completas: O Eu e o Id, “Autobiografia” e outros textos (1923-1925)*. São Paulo, SP: Companhia das Letras.
- Freud, S. (2010a). Introdução ao narcisismo (1914). In S. Freud. *Obras Completas: Introdução ao narcisismo: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916)*. São Paulo, SP: Companhia das Letras.
- Freud, S. (2010b). O mal-estar na civilização. In S. Freud. *Obras Completas: O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos (1930-1936)*. São Paulo, SP: Companhia das Letras.
- Fuentes, M. J. S. (2009). *As mulheres e seus nomes: Lacan e o feminino*. (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, SP, Brasil.
- Gonzalez, L. (2020). *Por um feminismo afro-latino-americano* (1ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- Júnior, J. P. F. (2010). Estruturalismo e semiótica: aproximações entre Saussure e Greimas. *Revista Espaço Acadêmico*, 10(109), 106-115. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/9325>.
- Kehl, M. R. (2016). *Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade*. São Paulo, SP: Boitempo Editorial.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo, SP: Editora Companhia das Letras.
- Lucas, C. D. B., & Silva, A. R. D. (2019). Kristeva e Butler: significância, performatividade e produção como parâmetros para uma semiótica crítica. *Galáxia*, 89-100. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/PmvKwTXDj7zJyzMzWRC75zC/abstract/?lang=pt>. Doi: <https://doi.org/10.1590/1982-25542019238332>.
- Martins, A. P. A. (2015). O Sujeito" nas ondas" do Feminismo e o lugar do corpo na contemporaneidade. *Revista Café com Sociologia*, 4(1), 231-245. Disponível em: <https://revistacafecomsociologia.com/revista/index.php/revista/article/view/443>.
- Medeiros, B., Ladeira, R., Lemos, M., & Brasileiro, F. (2014). A influência das mídias sociais e blogs no consumo da moda feminina. *Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende: Associação Educacional Dom Bosco*. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/44020524.pdf>.
- Nascimento, C. M., Próchno, C. C. S. C., & Silva, L. C. A. D. (2012). O corpo da mulher contemporânea em revista. *Fractal: Revista de Psicologia*, 24(2), 385-404. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/pjmfvm8gKgjJBy6pw76qPcv/?lang=pt#>. Doi: <https://doi.org/10.1590/S1984-02922012000200012>.

- Ribeiro, D. (2018). *Quem tem medo do feminismo negro?*. São Paulo, SP: Editora Companhia das Letras.
- Sant'ana, D. B. de. (2014). *História da Beleza no Brasil*. São Paulo, SP: Editora Contexto.
- Sbicigo, J. B., Bandeira, D. R., & Dell'Aglio, D. D. (2010). Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): validade fatorial e consistência interna. *Psico-usf*, 15, 395-403.
- Severiano, M. F. V. (2007). *Narcisismo e Publicidade: Uma Análise Psicossocial dos Ideais de Consumo na Contemporaneidade*. (2ª ed.). São Paulo, SP: Annablume.
- Wolf, N. (2020). *O Mito da Beleza*. (11ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Rosa dos Tempos. (Obra originalmente publicada em 1992).
- Zanello, V. (2019). *Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação*. Curitiba, PR: Editora Appris.
- Zucco, M. C. (2005). Influências do feminismo estadunidense no Brasil: relatos e leituras. *Simpósio Nacional de História*, 23. Disponível em: <http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.23/ANPUH.S23.0633.pdf>.