

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA**  
**DEPARTAMENTO DE DIREITO**

Maria Clara de Oliveira Costa

**Direito Civil e a necessidade de sua aplicação no que tange irresponsabilidades  
divulgadas na internet sob a égide do embelezamento**

OURO PRETO

2022

Maria Clara de Oliveira Costa

**Direito Civil e a necessidade de sua aplicação no que tange irresponsabilidades  
divulgadas na internet sob a égide do embelezamento**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade  
Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do  
título Bacharel em Direito.  
Orientadora: Juliana Evangelista

OURO PRETO

2022



## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Maria Clara de Oliveira Costa**

**Direito Civil e a necessidade de sua aplicação no que tange irresponsabilidades divulgadas na internet sob a égide do embelezamento**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel

Aprovada em 07 de Junho de 2022

### Membros da banca

Doutora – Juliana Evangelista de Almeida - Orientador(a) Universidade Federal de Ouro Preto

Doutora – Beatriz Schettini- Universidade Federal de Ouro Preto

Mestranda – Kelly Christine Oliveira Mota de Andrade – Universidade Federal de Ouro Preto

Juliana Evangelista de Almeida, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 07/06/2022



Documento assinado eletronicamente por **Juliana Evangelista de Almeida, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 13/06/2022, às 11:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0343525** e o código CRC **23432403**.

## **AGRADECIMENTOS**

Nesse momento percebo o quanto Ouro Preto é uma cidade especial. Esse lugar que aprendi a chamar de lar me mostrou que sou capaz de me reinventar quantas vezes for preciso. Nesse momento a gratidão impera. Todos que passaram pelo meu caminho foram importantes para o fim desse ciclo. Obrigada mãe, pelo amor incondicional que me sustenta. Obrigada pai, pelo exemplo de força, dedicação e resiliência. Saibam que carrego vocês em mim. Obrigada, Hugo, meu melhor amigo e parceiro que faz minha caminhada ser leve e feliz. Ao meu apoio insubstituível de longa data: Alves, Berna, Laura e Tay, vocês sempre estiveram na minha história e assim permanecerão, amo vocês! Carina, Marina M. toda essa jornada ficou ainda melhor e mais divertida com vocês sempre por perto. Kita e Marina I., obrigada por terem sido meu verdadeiro porto seguro em todos os momentos. Júlia, Luiza e Gabriela vocês sempre estarão sempre na minha memória e no meu coração. Agradecimentos sinceros à UFOP, pelo ensino de qualidade e por ter me proporcionado toda essa nova história. Em especial, minha gratidão e admiração pela minha orientadora Juliana Evangelista. Ela que lidou com todos os desafios de uma gravidez e exerceu seu papel com profissionalismo e dedicação. A vida é muito melhor quando compartilhada e eu tive o prazer de compartilhar com pessoas incríveis ao longo dessa jornada da graduação. Obrigada.

## **RESUMO**

O presente trabalho aborda, historicamente, a pressão estética sofrida pelas mulheres desde a Grécia Antiga até os dias de hoje e seus diversos impactos. O objetivo central desta monografia é a análise da imposição da uma beleza utópica e perigosa pelos influenciadores digitais na plataforma do Instagram. Com essa pesquisa, é buscado entender a possibilidade de enquadramento de blogueiros na responsabilidade civil, a partir do momento que publicam conteúdos irresponsáveis sujeitos a impactos, sobretudo de saúde pública. Para isto, são relacionadas questões históricas, sociais, comportamentais e legais. Dessa maneira, mostrar a dificuldade da entrada jurídica nesse âmbito personalíssimo e subjetivo.

**Palavras-chave:** Influenciadores; Beleza; Leis.

## **ABSTRACT**

The present work deals, historically, with the aesthetic pressure suffered by women from Ancient Greece to the present day and its various impacts. The main objective of this monograph is the analysis of the imposition of a utopian and dangerous beauty by digital influencers on the Instagram platform. With this research, it is sought to understand the possibility of framing bloggers in civil liability, from the moment they publish irresponsible content subject to impacts, especially public health. For this, historical, social, behavioral and legal issues are related. In this way, to show the difficulty of legal entry in this very personal and subjective scope.

**Keywords:** Influencers; Beauty; Law.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>2. DITADURA DA BELEZA FEMININA E SEU BREVE HISTÓRICO.....</b>	<b>8</b>
<b>3. AS REDES SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NA DISSEMINAÇÃO DE UM IDEAL CORPORAL E DE ESTILO DE VIDA.....</b>	<b>10</b>
3.1 DIETAS E PROCEDIMENTOS CIRÚRGICOS DITOS COMO “TENDÊNCIA” E SEUS RISCOS .....	11
3.2. EXPOSIÇÃO E MIDIALIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS E SEUS RESULTADOS .....	15
3.3 O QUE PREGA O CONSELHO FEDERAL DE NUTRIÇÃO E O CÓDIGO DE ÉTICA MÉDICA NO QUE TANGE REDES SOCIAIS, PARCERIAS E DIVULGAÇÃO .....	17
<b>4. REGULAMENTO INTERNO DAS REDES SOCIAIS: HÁ ALGUM TIPO DE PROTEÇÃO PREVISTA AOS USUÁRIOS, CASO SOFRAM ALGUM DANO EM RAZÃO DAS INFORMAÇÕES IRRESPONSÁVEIS DE INFLUENCIADORES? .....</b>	<b>20</b>
<b>5. DIFICULDADE PROBATÓRIA DO NEXO CAUSAL ENTRE A DIVULGAÇÃO IRRESPONSÁVEL DE INFLUENCIADORES E SEUS EFEITOS.....</b>	<b>21</b>
<b>6. RESISTÊNCIA NA PRÓPRIA PLATAFORMA OPRESSORA: A IMPORTÂNCIA DO MOVIMENTO FEMINISTA MUDIÁTICO PARA NATURALIZAÇÃO DOS CORPOS.....</b>	<b>23</b>
<b>7. CONCLUSÃO .....</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>26</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Diante dos avanços das tecnologias, sobretudo digitais e de rede, houve uma revolução na forma de se comunicar. A partir das conexões *online*, seus usuários possuem um nível de interação instantânea, capaz de gerar uma possível ideia de aproximação entre as pessoas.

Essa mudança comportamental social, muito é pautada a partir das mídias digitais, mais especificamente, o *Instagram*. Essa rede social, com milhões de adeptos por todo o globo, cujos focos são postagens pessoais e fotografias, possui uma expressiva responsabilidade na forma em que seus usuários se veem e veem a realidade fora daquela tela.

Nesse contexto, por se tratar de uma rede social onde há a prevalência do retrato pessoal e da tentativa de expor um estilo de vida perfeito, a tendência é produzir esse conteúdo dentro dos padrões estéticos estipulados na atualidade. Logo, há uma pressão, principalmente feminina, em se adequar, a qualquer custo, ao que é visto e valorizado nessas postagens feitas pelos ditos *digitais influencers*.

Assim, delinear-se os seguintes objetivos da pesquisa: o objetivo geral foi verificar o quanto o público feminino sofre, historicamente, uma pressão da sociedade para se adequar aos padrões utópicos de beleza. Sobretudo, atualmente, sofrendo pressões e sérias consequências com procedimentos estéticos e dietas insanas divulgadas pelos influenciadores. Entretanto, para ter uma resposta mais assertiva do objetivo geral, foi estipulado os seguintes objetivos específicos: analisar a possibilidade dessas publicações irresponsáveis serem categorizadas juridicamente como danosas aos usuários. Ou seja, implicar a responsabilidade civil nesses perfis. Os métodos do estudo bibliográfico tiveram como tipo de pesquisa: exploratória, descritiva e explicativa.

Dessa maneira, no primeiro capítulo são apresentados blocos históricos acerca da padronização corporal feminina. Ao longo dos capítulos seguintes, há a compreensão da situação fática vivida pelas mulheres no ciberespaço do Instagram, no que tange essa hiper exposição de corpos perfeitos inalcançáveis pela maioria. Além disso, discorrer sobre a possibilidade de implicação jurídica sob esses perfis que publicam postagens perigosas no que tange, inclusive, saúde pública e mental de seus seguidores. E por fim, ressaltar a importância da presença, cada vez mais forte, de influenciadoras que vão contra essa industrialização do embelezamento.

Somando ao fato do interesse de aprofundar na temática, o estudo se justifica por razões sociais e jurídicas. Ou seja, contribui para o esclarecimento da situação absurda vivida no cotidiano das mulheres, visto que a saúde física e mental de muitas são expostas e colocadas em risco. Além disso, é mais uma abordagem apresentada sob o ponto de vista jurídico, porque é um tema que deve ser mais falado e debatido nos Conselhos de Ética da nutrição, da medicina e no próprio direito civil brasileiro. Assim, esse presente trabalho pretende analisar, verificar e entender toda a conjuntura das publicações irresponsáveis feitas por influenciadores e a desconformidade destas em diversos âmbitos.

## 2. DITADURA DA BELEZA FEMININA E SEU BREVE HISTÓRICO

O sexo feminino, desde o início da produção artística clássica, foi alvo de categorização e estereótipos. Isso é notado e historicamente marcado, com as esculturas gregas do período Arcaico, VIII e VI a.C., referentes às deusas, como Afrodite, principalmente. Esculturas com corpos voluptuosos e curvilíneos, representando abundância, fertilidade e erotismo. Nota-se uma grande responsabilidade colocada às mulheres, de maneira implícita, entre seus corpos e a prosperidade social e familiar, como reafirma:

Neste ideal grego de beleza feminino, observava-se uma grande valorização das medidas proporcionais, que eram os modelos de beleza ideal. Os escultores gregos eram considerados os melhores em seu ofício dentro da história da humanidade, em sua constante busca pela perfeição, tanto que ele foi buscar na mitologia o engrandecimento para seu trabalho. Utilizando imagens antropomorfas para os deuses, usavam o bronze e a pedra como matéria prima para sua grande epifania, ajustando todos os ângulos, linhas e sombras na intenção de possibilitar a contemplação da obra por todos os ângulos que se deseja observar. (MEDEIROS, 2011, p. 09)

A moda e suas exigências corporais avançaram com novas tendências e padrões. Durante o século XVIII e XIX, o corpete era peça fundamental no cenário feminino, volume apenas em regiões específicas. Apetrecho que, muitas vezes, gerava dor e desconfortos pela necessidade de comprimir o tronco, era fundamental para transparecer uma imagem de beleza elitista. Nesse contexto, é possível perceber uma normalização do sofrimento físico feminino em prol de uma imagem dita como perfeita, como resume Anna Cláudia Bueno Fernandes em seu artigo *Corpo espartilhado e corpo libertado: os debates sobre a abolição do espartilho no New York Times durante a década de 1890*:

Durante XIX, feministas e reformistas do vestuário argumentaram que o espartilho era responsável por uma série de queixas femininas sobre sua saúde. Summer aponta doenças que vão de náusea e constipação a desordens alimentares e condições mórbidas de deslocamento de útero. Steele aponta câncer da curvatura da espinha, deformidades da costela e deslocamento de órgãos internos, doenças respiratórias e circulatórias, defeitos de nascimento, abortos e traumas como costela quebrada e punção. No âmbito médico, não havia uma unanimidade a respeito do assunto: enquanto alguns médicos eram completamente contra o uso da peça, outros aceitam alguns tipos de espartilho, por acreditarem que o corpo da mulher não se sustentava sozinho. Segundo Summer, a ambivalência da área da saúde, em parte, se dava pela oposição de médicos às reivindicações feministas. Apesar de boa parte dos profissionais apoiarem a reforma do vestuário no que se dizia respeito à saúde, eles eram frequentemente hostis às ambições reformistas do vestuário que acreditavam que

o vestuário feminino e o direito das mulheres eram assuntos praticamente indivisíveis. (FERNANDES, 2010, p. 32).

Seguindo a linha do tempo do padrão histórico de beleza feminina, a partir do século XX, adotou-se uma tendência a corpos cada vez mais jovens, atléticos e magros. Esse parâmetro corporal exposto em revistas e atrelados a atrizes famosas, alavancou a uniformização de que o belo só pode ser esbelto. Esse período foi marcado por um número expressivo de mulheres com distúrbios alimentares, visto que, segundo pesquisadores da Universidade de Wisconsin-Madison em um artigo no *Journal of Communication* em 1997, a década de 1920 foi a fase “mais magra” do padrão de beleza americano.

A década de 80 e 90 foi marcada por antagonismos. Ao mesmo tempo que aumentava a adoração por corpos magros e tonificados, aumentavam-se as taxas de obesidade e diabetes. Essa percepção rasa dualista criou raízes na mentalidade da sociedade. Ou seja, gordo é ruim e doente, e o magro bom e saudável. Mais um fator que contribuiu para a cultura mundial de que corpos pequenos são o ideal.

E por fim, a década de 2000 foi propulsora de muitas novidades tecnológicas e de procedimentos estéticos. Essas novidades contavam com as primeiras redes sociais e interações instantâneas. Esse dinamismo contou com publicações de fotos e divulgações mais rápidas da vida dos próprios usuários. Somando essa facilidade de conexão com a insegurança corporal feminina histórica, foi possível agravar o entendimento do que é real e o inalcançável. Ou seja, período caracterizado por corpos não-naturais super expostos e, consumidoras desses conteúdos, frustradas por não alcançarem tal padrão, Ana Paula Veiga em seu artigo *A institucionalização da beleza no universo feminino* disserta:

Assim, uma questão forte a ser considerada é o valor da mulher numa sociedade capitalista. Se observarmos a fundo as necessidades hoje abordadas como fundamentais, pode-se perceber que as mulheres, em alguns sentidos, estão sendo moldadas como um produto e perdendo a sua autoimagem. O contrato da beleza não necessariamente revela saúde. Tem muito mais a ver com uma padronização corporal e de uma busca incansável de clínicas estéticas como aliadas em tal utopia e na exploração da imagem pelas mesmas. Percebe-se que a preocupação com a beleza é alvo das atenções de toda a humanidade, e esse cuidado pela estética tem expandido a cada dia. O homem julga o padrão de beleza fundamentado na cultura adquirida e nos hábitos do local onde vive e os meios de comunicação também influenciam enormemente essa questão visto que para se comparar é preciso ter um modelo e esse é justamente o imposto como parâmetro pela mídia. (VEIGA, 2006, p. 03).

Esse apanhado histórico, ilustra, muito resumidamente, como as mulheres eram e ainda são ajustadas por medidas externas. E desde o início, já muito influenciadas pelo o que era mostrado nas mídias do momento. Ou seja, desde esculturas gregas e filmes de Hollywood em preto e branco a *posts* no Instagram.

### 3. AS REDES SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NA DISSEMINAÇÃO DE UM IDEAL CORPORAL E DE ESTILO DE VIDA

As redes sociais, sobretudo o Instagram, exercem um importante papel no cenário mundial no que tange imposição de padrões. Essa ferramenta possui tamanha influência global, principalmente, pelo grande número de adeptos e pelo investimento de grandes marcas que patrocinam influenciadores e famosos. Essa pequena parcela de usuários, contam com um montante financeiro e com uma facilidade de oportunidades fora da realidade de uma pessoa comum. Dessa maneira, estilos de vida luxuosos e acesso a procedimentos estéticos caros, se tornam algo corriqueiro para quem está imerso na comercialização das mídias sociais, como reafirma:

Na mídia a experiência do corpo se confunde com a de consumo, pois “não é o espetáculo do martírio que interessa, mas o espetáculo do resultado das transformações, ou seja, o corpo convertido ao modelo é o espetáculo” (FLOR, 2010). Para Garrini (2007) a mídia coloca o consumo como agente motivador para obter as formas físicas desejadas e ainda exaltam os bens simbólicos destinados para o tratamento da boa forma. Segundo Andrade e Bosi (2003), devido à supervalorização do corpo da mulher, a publicidade difunde a idéia de que a felicidade e o conhecimento são adquiridos, principalmente, através do restrito consumo de produtos, traçando o perfil da lógica de massivos investimentos na produção da imagem corporal feminina. (GRASI e MOSER, 2018, p.03)

Pelo exposto, as tentativas de enquadramento por parte de mulheres comuns, na maioria das vezes, serão fracassadas. Isso se deve porque o estereótipo de beleza ideal validado é inalcançável se for feito de maneira natural ou menos invasiva. Portanto, as mulheres se tornam vítimas dessa pressão, constantemente reafirmada, em posts e publicações para alcançar um padrão que não é acessível. Quando não há acessibilidade, a opção se torna não se mostrar.

Na mesma ótica, surge a ansiedade, também na busca da felicidade, de alcançar um tipo de estilo de vida também difundido como o ideal. Ou seja, alimentação absolutamente restrita e natural, produtividade a qualquer custo e exercícios físicos extremos, como explicam os excertos abaixo:

A partir disso, o corpo da mulher assume o papel de neutralizar o mal-estar gerado pelo seu desejo insaciável, sendo reforçado pelo excesso de investimentos da mídia em temas relacionados à beleza e à aquisição do corpo perfeito, pois, assim, a mulher conseguiria sucesso, bem-estar e felicidade. A imagem corporal é um complexo fenômeno humano que envolve aspectos cognitivos, afetivos, motores e sociais/culturais. Estando intrinsecamente associada com o conceito de si própria e é influenciável pelas dinâmicas interações entre o ser e o meio em que vive. O ideal de estética corporal foi sofrendo alterações à medida que os valores, norma e comportamentos foram mudando.” (ADAMI, FERNANDES, FRAINER E OLIVEIRA, 2005).

É fácil perceber que esses ideais de beleza estão na maioria das vezes fora do alcance da população. Assim, a beleza tomada como algo raro, mas capaz de ser adquirida é o que parece fazer esse mercado funcionar. [...] Na carência de recursos financeiros

que possibilitem uma intervenção mais contundente no corpo, o “se esconder” se afigura como uma série de táticas para lidar com as cobranças sociais. (AQUINO, 2009, p.56)

Diante de todo o contexto histórico apresentado, é necessário o constante questionamento acerca do que é imposto pelos veículos de comunicação, principalmente o que tange beleza e estereótipos corporais. Esse exercício também deve ser feito sob um viés político-capitalista. Ou seja, essa imposição, sutil e devastadora, em sintonia com a obediência feminina, enriquece profissionais antiéticos, grandes marcas e, conseqüentemente, alguns influenciadores que divulgam toda essa irracionalidade que, desde a infância, já é construída.

Imagem 1 – imagem do instagram



Fonte: Instagram

### 3.1 DIETAS E PROCEDIMENTOS CIRÚRGICOS DITOS COMO “TENDÊNCIA” E SEUS RISCOS

A industrialização da beleza, trouxe consigo, inevitavelmente, uma parametrização de felicidade ligada ao corpo magro. Dessa maneira, influenciadores, muitas vezes, movidos pelo patrocínio e autopromoção, divulgam dietas e cirurgias plásticas de uma maneira banalizada e irresponsável para uma gama de indivíduos. Indivíduos esses, em sua maioria, mulheres, afetadas pela pressão social do corpo perfeito. Amplamente difundidos e aderidos, os regimes restritivos e procedimentos estéticos são publicados sem nenhum aval e acompanhamento profissional. Essas informações são transmitidas com uma falsa roupagem de saúde e bem estar, visto que a imagem do influenciador é cinematograficamente montada para transmitir essa

ideia. Diante desse contexto, é importante ressaltar a normalização social dos absurdos alimentares e cirúrgicos direcionados às mulheres.

[...] Ao longo do século XX, a imprensa feminina, a publicidade, o cinema, a fotografia de moda propagaram pela primeira vez as normas e as imagens ideais do feminino na escala do grande número [...] uma dinâmica irresistível de industrialização e democratização dos produtos de beleza. Desde há um século, o culto do belo sexo ganhou uma dimensão social inédita: entrou na era das massas. (LIPOVETSKY, 2000, p.128-129)

A idealização de um corpo perfeito e o desejo desenfreado de perder peso em curto prazo tem feito com que as pessoas sigam dietas intensamente restritivas. Essa busca incansável é motivada por combinações que envolvem o extremo culto ao corpo, o baixo conhecimento em relação à qualidade nutricional ou a alimentação saudável e a pressão que a sociedade exerce para que o indivíduo se enquadre nos moldes estabelecidos. (RIBEIRO, CAMARGO e RAVAZZANI, 2016, p.3).

Nas últimas décadas, a insatisfação com o corpo parece ter se ampliado sobremaneira, especialmente entre mulheres que aderem cegamente à abstenção restritiva de alimentos. Tais práticas remetem a mecanismos de autocontrole imersos em um cenário no qual os discursos dietéticos e do marketing corporal exercem intensa influência na construção (por vezes, paradoxalmente, produzindo destruição) identitária dos sujeitos. Para além da forma física do corpo, uma dieta saudável deveria contribuir para a construção simbólica do bem-estar dos sujeitos consigo mesmos – na construção reflexiva do corpo, busca-se aceitação social e a construção da própria felicidade, entretanto as noções sobre alimentação saudável muitas vezes assumem aspectos normativos, essencialmente energético-quantitativos.[...] Nesse contexto, também conseguem o foco das atenções assumindo preocupações com a prevenção de males – e aproveitando o espaço para divulgação de produtos comercialmente potencializados pela condição de celebridade. De modo geral, a contribuição das celebridades nesse campo é alvo de discussão no cenário científico, especialmente no campo das intervenções públicas para prevenção de doenças. A participação de pessoas famosas associada ao marketing de produtos está longe de ser considerada “promotora de saúde”, pois acaba remetendo ao incentivo do consumo. (PASSOS, SILVA e SANTOS, 2018, p.13)

Os tipos e nomenclaturas das dietas “tendências” são inúmeras. Entre elas, a mais referenciada e muito adotada por influenciadoras atualmente é a chamada jejum intermitente. Essa dieta, basicamente, se trata de restrição alimentar absoluta por horas e até dias. Visto isso, é simples compreender a existência de riscos à saúde apenas pela sua definição supracitada. Entretanto, é crucial ressaltar também diversos estudos clínicos a respeito dos benefícios dessa dieta.

O ponto central da discussão é sobre a divulgação massiva, por parte de influenciadores, sem nenhuma formação na área, desse método alimentício cujo direcionamento é para apenas uma categoria. Ou seja, pessoas que possuem condições financeiras de fazer exames clínicos antes de iniciar a dieta e de ter acesso a um acompanhamento nutricional regularmente. Sem esses fatores, é irresponsável e perigoso adotar essa restrição. Esse alerta, em muitos casos, não é dado. As informações são repassadas em publicações e vídeos com uma roupagem milagrosa e acessível a todos.

Além disso, entre os efeitos secundários do jejum estão dores de cabeça, tontura, dificuldade para manter a concentração, alterações de outras enfermidades e de absorção de medicamentos pelo corpo. (BBC, 2018)

Segundo a nutricionista, se não houver uma boa orientação, o paciente pode querer compensar o tempo que ficou sem comer e ingerir alimentos mais calóricos, pode haver hipoglicemia, fraqueza, anorexia, irritabilidade, dificuldade de concentração e dores de cabeça. (PITTELLI, s.d)

Nesse mesmo entendimento, é necessário contemplar os riscos de procedimentos cirúrgicos. A vontade e a pressão sofrida para estar de acordo com o enquadramento corporal esperado é tamanha, que os indivíduos, sobretudo as mulheres, se submetem a operações amplamente conhecidas como perigosas. Operações extremamente invasivas, dolorosas e de recuperação demorada, como a lipoaspiração.

A literatura médica aponta que o risco de morte na lipoaspiração está ligado ao volume de gordura aspirado, ao número de regiões tratadas e à agressão ao organismo durante a cirurgia – como perda de sangue superior a um litro. Quando não há morte na lipoaspiração, as complicações da cirurgia mais comuns são: A embolia gordurosa (oclusão de pequenos vasos por gotículas de gordura), seroma (excesso de líquido que fica retido próximo à cicatriz cirúrgica, causando inflamação), hematomas, irregularidades de relevo cutâneo e infecção. Mais de 90% das certidões de óbito de pessoas que faleceram após passarem por lipoaspiração não trazem informações precisas. O preenchimento incorreto dificulta estabelecer a real causa da morte. (COCOLO, s.d)

Entretanto, essa trivialização, muito pregada pelos influenciadores digitais, vem conseguindo mudar esse paradigma. Ou seja, uma escolha que deveria ser séria e bem pensada, atualmente, vem sendo impulsiva e manipulada. Essa realidade proporciona uma reflexão no que toca o exagero divulgado em diversas publicações, evidenciando a linha tênue entre o saudável e o patogênico, como exemplifica o artigo publicado:

Segundo a tendência mundial, os 5 procedimentos estéticos mais realizados no Brasil são, em ordem crescente: lipoaspiração, mamoplastia de aumento, blefaroplastia, rinoplastia e abdominoplastia. Estima-se que, em 2009, tenham sido realizados 8.536.379 procedimentos estéticos cirúrgicos no mundo, sendo 1.054.430 deles no Brasil, um considerável aumento comparativamente aos 363.609 procedimentos cirúrgicos de 2004, computados pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. Finger estabelece o perfil do brasileiro que procura cirurgia plástica: prioritariamente mulheres, jovens, que buscam mamas cada vez mais volumosas e uma retirada cada vez maior de gordura nas lipoaspirações. [...] O corpo belo é um padrão construído socialmente, pautado em atributos e comportamentos distintos, qualificados como adequados ou ideais. As mensagens veiculadas pela mídia convencional e pela mídia alternativa (Internet) penetram no dia a dia das pessoas e configuram-se como instrumento poderoso na determinação dos padrões de aparência física ideal. Contudo, não é uma influência homogênea: individualmente, há diferenças na internalização dessas mensagens midiáticas e, por conseguinte, no impacto que elas causam nos comportamentos, cognições e afetos relativos à própria aparência. Os estudos sobre as mensagens midiáticas relacionadas à aparência física e a sua internalização abrangem as duas facetas propostas por Cash nas reflexões sobre a aparência: uma de ordem social, pautada na visão da pessoa quanto a seu corpo em relação aos outros corpos, e uma de ordem pessoal e subjetiva, sobre as experiências individuais acerca da própria aparência. As influências dessas facetas são bidirecionais e, em última instância, delineiam o investimento e a avaliação sobre a aparência do corpo. A

preocupação e o investimento em relação à aparência estabelecem-se num continuum, que varia desde os cuidados necessários e saudáveis em relação ao corpo até o excesso, no qual a saúde é colocada em risco e o sujeito experiencia perdas sociais e afetivas, podendo evoluir para um quadro de dismorfia corporal. Os defeitos reais ou imaginários do corpo, na dismorfia corporal, tornam-se o foco da vida do sujeito, e sua vida social, suas relações afetivas e sua vida financeira podem ruir em decorrência da busca pelo corpo ideal, por meio de dietas, exercícios e cirurgias plásticas. (CAMPANA, FERREIRA e TAVARES, 2012, p. 109).

Perante o exposto, é evidente que existe no Brasil uma epidemia de baixa aceitação e autoestima. Esse problema está enraizado, principalmente, no patriarcado e sexualização feminina. Esses dois comportamentos não são vistos, ou pelo menos não são tratados, como um problema gravíssimo social e que, além disso, são responsáveis por minar a autoestima das mulheres e mover o capitalismo do embelezamento a qualquer custo.

Imagem 2 – foto no Instagram



Fonte: perfil pessoal da Camila Guper – Instagram.

Imagem 3 – foto no Instagram



Fonte: Perfil pessoal da Maira Cardi - Instagram

### 3.2. EXPOSIÇÃO E MIDIALIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS E SEUS RESULTADOS

Além da tentativa de padronizar o corpo através da alimentação, a última década trouxe consigo o fenômeno da massificação dos procedimentos estéticos cirúrgicos. Essas modificações corporais se tornaram mais habituais por alguns motivos.

O primeiro dos fatores foi uma maior formação de médicos especialistas no ramo, visto os avanços tecnológicos que, de certa maneira, garantem mais segurança. Ou seja, desperta mais confiança nos pacientes para se submeterem ao processo gerando uma maior procura.

O segundo ponto é de que houve um certo alcance financeiro e de independência feminina ao longo dos anos. Entretanto, essa autonomia monetária, em muitos casos, se torna uma autonomia relativa. Isto é, com a pressão do padrão do belo imposto pela sociedade, a mulher se submete a gastos exorbitantes com procedimentos estéticos para validação.

No que diz respeito ao custeio dos procedimentos cirúrgicos, enxergamos dois “lados da moeda” bem marcados. De um lado, é visível que as mulheres dispõem de mais dinheiro, poder, isto é, são independentes financeiramente, graças ao ingresso no mercado de trabalho; do outro, há a prisão aos padrões de beleza, que implicam em “obsessões com o físico, pânico de envelhecer e pavor de perder o controle (WOLF, 2020, p.26).

E por fim, o principal fator que contribuiu para essa trivialização cirúrgica, foram as redes sociais e a divulgação dos procedimentos por pessoas influentes cujo foco é mercantilista. A exposição do “antes e depois” em publicações com um viés de felicidade alcançada, gerou nos usuários comuns a necessidade de enquadramento e vontade, idealizada, de alcançar o status daquele indivíduo também. Isto é, a cirurgia plástica vem sendo representada como uma fórmula mágica de felicidade e realização absoluta.

Como se pode ver nos dados da pesquisa realizada pela USP, o aumento de intervenções cirúrgicas se deu, essencialmente, em virtude da escassa auto aceitação, tendo em vista o fato de o indivíduo apresentar fragilidades emocionais, psíquicas e comportamentais, enxergando-se, muitas vezes, como “um desvio social”. Ademais, é possível observar, ainda, que a existência de inúmeras páginas na internet, com exibições de “antes e depois” e indicação de cirurgias plásticas facilitou o acesso das mulheres às clínicas, ao conhecimento e, principalmente, à realização do sonho do corpo, por ela, idealizado. A respeito dessa influência, Moreno (2012) ratifica que [...] a mídia atinge a população, contribuindo para a formação da subjetividade de homens, mulheres e crianças, ajudando a compor a imagem introjetada dos papéis sociais, da aparência, dos sonhos e desejos, da posição a tomar em caso de alguma informação política. A mídia representa, muitas vezes, a única ou principal fonte de informação – e de formação da opinião – da sociedade. (MORENO, 2012, p. 65).

Nesse contexto da mídia e do culto a beleza, há que se falar dos influenciadores. Essa profissão se trata da exposição da própria imagem a algum custo, justamente pela sua capacidade de influenciar muitas pessoas. Em outras palavras, essa categoria faz publicidade

em suas contas pessoais, sejam com marcas de roupas, bebidas e em último nível, vendem comportamentos.

Ou seja, existem influenciadores e profissionais da área da estética que monetizam o procedimento e o resultado. Dessa maneira, o profissional faz a intervenção no digital influencer em troca de publicação nas suas redes sociais mencionando o procedimento e, muitas vezes, o profissional.

Essa permuta é incoerente e antiética em diversos níveis. São categorias formadoras de opinião, muitas pessoas respeitam e dão credibilidade ao profissional da estética e ao influenciador. Transmitir e, progressivamente, sedimentar essa ideia de banalização e comercialização da beleza é um risco no que tange saúde pública.

Da mesma maneira que existe a dieta mais falada, comentada e postada, há também a cirurgia plástica mais tendência. O nome dela é Lipoaspiração HD. Essa cirurgia consiste em uma técnica utilizada para aspirar gordura em determinada região do corpo de maneira mais precisa, para garantir uma maior definição muscular, principalmente no abdômen para a criação de “gominhos”.

Nota-se que não é mais suficiente ter o corpo magro. É necessário ter o corpo magro e definido. É um exemplo de uma corrida que não há ponto de chegada. A busca da beleza e perfeição é inalcançável, porque a definição do belo está constantemente em transição.

Imagem 4 – foto no Instagram



Fonte: Perfil pessoal da Virgínia no Instagram

Imagem 5 – foto no Instagram



Fonte: Perfil pessoal da Virgínia no Instagram

### 3.3 O QUE PREGA O CONSELHO FEDERAL DE NUTRIÇÃO E O CÓDIGO DE ÉTICA MÉDICA NO QUE TANGE REDES SOCIAIS, PARCERIAS E DIVULGAÇÃO

O primeiro apanhado é referente às instruções que estão em voga no Conselho Federal de Nutrição (CFN) e direcionam, formalmente, esses profissionais para uma conduta moral. Nele, se percebe uma seriedade e vigor no que tange saúde e proteção nutricional para a sociedade. Um exemplo que elucida essa atenção social é o artigo 6º do CFN (BRASIL, 2018). Nele consta que a atenção nutricional não deve se privar à apenas ao significado biológico da alimentação, mas também é crucial considerar toda conjuntura ambiental, cultural, econômica, política, psicoafetiva, social e simbólica.

Além do artigo 6º, há outros artigos muito importantes de proteção social e boas práticas, como o artigo 20. Esse artigo elucida que é dever do nutricionista manter a absoluta confidencialidade de informações no exercício da profissão. Ou seja, aqui fica claro inúmeros desrespeitos a essa matéria, visto que acontece, em muitos casos, uma ampla divulgação, inclusive nas mídias sociais, de fotos dos pacientes, do peso, do percentual de gordura, com o foco em autopromoção para chamar atenção de mais pacientes. Entretanto, os art. 38, 55 e 58 abordam essa questão da mercantilização e da exposição de maneira direta e clara:

Art. 38 É dever do nutricionista adequar condutas e práticas profissionais às necessidades dos indivíduos, coletividades e serviços visando à promoção da saúde, não cedendo a apelos de modismos, a pressões mercadológicas ou midiáticas e a interesses financeiros para si ou terceiros.

Art. 55 É dever do nutricionista, ao compartilhar informações sobre alimentação e nutrição nos diversos meios de comunicação e informação, ter como objetivo principal a promoção da saúde e a educação alimentar e nutricional, de forma crítica e

contextualizada e com respaldo técnico-científico. Parágrafo único. Ao divulgar orientações e procedimentos específicos para determinados indivíduos ou coletividades, o nutricionista deve informar que os resultados podem não ocorrer da mesma forma para todos.

Art. 58 É vedado ao nutricionista, mesmo com autorização concedida por escrito, divulgar imagem corporal de si ou de terceiros, atribuindo resultados a produtos. (BRASIL, 2018)

Pelo exposto, evidencia-se a existência de um documento extremamente ético e acolhedor que, em tese, deveria ser o ponto focal comportamental de todos os nutricionistas. Além disso, é um Código que prega proatividade por parte dos profissionais de nutrição no que tange repelir os absurdos postados nas redes sociais, por exemplo. Visto que publicações de influenciadores sem formação na área, é um atentado à ciência e um desrespeito aos profissionais academicamente preparados.

Segundo a pesquisa divulgada em 2020 pela Mariana Garcia em seu trabalho de conclusão de curso, 500 perfis de nutricionistas na rede social Instagram®, que atuam no Brasil, demonstrou que 73% da amostra pesquisada descumpriu o Código de Ética e de Conduta do Nutricionista, percentual expressivo, que reforça a necessidade de aprofundamento destes profissionais em relação ao cumprimento do Código de Ética e de Conduta. (GARCIA, 2020, p.8).

Em segundo plano, mas muito parecido com a discussão supracitada, é o regimento de ética médico. Ou seja, também prioriza de maneira elementar a saúde, o bem estar e o respeito ao indivíduo. Entretanto, as implicações, por se tratar de procedimentos cirúrgicos e invasivos, são muito mais sérias. Diante disso, há alguns artigos desse regimento que embasam inúmeras transgressões praticadas por médicos no ciberespaço, como os listados abaixo:

II - O alvo de toda a atenção do médico é a saúde do ser humano, em benefício da qual deverá agir com o máximo de zelo e o melhor de sua capacidade profissional.

IX - A medicina não pode, em nenhuma circunstância ou forma, ser exercida como comércio. Portanto, a divulgação de preços e descontos nas redes sociais do profissional foge das boas práticas.

X - O trabalho do médico não pode ser explorado por terceiros com objetivos de lucro, finalidade política ou religiosa.

Art. 58. O exercício mercantilista da medicina.

Artigo 13 da Resolução 2.126/2015 veta a publicação de fotos de “Antes X Depois” como publicidade médica nas redes sociais e em outros meios.

Art. 75. Fazer referência a casos clínicos identificáveis, exibir pacientes ou imagens que os tornem reconhecíveis em anúncios profissionais ou na divulgação de assuntos médicos em meios de comunicação em geral, mesmo com autorização do paciente. (BRASIL, 2009)

Pelas simples e pontuais menções legais acima, percebe-se um completo descaso fiscalizatório nas redes sociais, sobretudo, no Instagram. Descaso esse contribuído pelo Conselho Regional de Medicina, pelos médicos que não questionam essas atitudes errôneas dos colegas, pelos influenciadores midiáticos que banalizaram procedimentos cirúrgicos e claro, pelos médicos que industrializaram a cirurgia plástica e os corpos humanos. Vale ressaltar que

há penalidades previstas sob a jurisdição de cada profissão, mas uma expressiva defasagem no quesito das penalidades reais. Portanto, é necessário averiguar se resta como opção de monitoramento a própria rede social.

#### **4. REGULAMENTO INTERNO DAS REDES SOCIAIS: HÁ ALGUM TIPO DE PROTEÇÃO PREVISTA AOS USUÁRIOS, CASO SOFRAM ALGUM DANO EM RAZÃO DAS INFORMAÇÕES IRRESPONSÁVEIS DE INFLUENCIADORES?**

É fundamental iniciar o raciocínio explicando do que se trata o Termo de Uso. Esse documento é um contrato celebrado entre o fornecedor e o usuário, sendo obrigatórios para comércio digital indicado no art. 4º, inciso I, Decreto nº 7.962/2013 (BRASIL, 2013). Essa obrigação é de tamanha importância porque é nesse documento que constarão as premissas de aplicabilidade entre o Instagram e seus consumidores.

Esse contrato se enquadra no tipo denominado adesão. Esse tipo contratual é caracterizado pela sua formulação ser feita apenas por uma das partes. Nesse sentido, segundo a publicação de 2021 da revista *The Start Law*, os Termos de Uso servem para definir a relação entre a empresa e seus clientes, definindo obrigações de ambas as partes, as limitações de sua responsabilidade, bem como os direitos dos consumidores. Por ser um contrato de adesão, que não dá liberdade ao cliente para alterar cláusulas, o empreendedor deve ficar atento.

Os termos de uso do Instagram apresentam um certo respaldo de proteção à mero título de advertência e aviso. Porque logo em seguida, assume que não interferirá em nada caso aconteça, como rege o documento que deve ser lido e concordado se os usuários quiserem usar a plataforma, conforme o próprio Termo de Uso abaixo:

Também não controlamos o que as pessoas ou terceiros fazem ou mencionam e não somos responsáveis pelas respectivas (inclusive as suas) condutas ou ações, online ou offline, nem pelo conteúdo (inclusive conteúdo censurável ou ilícito). Também não somos responsáveis pelos serviços e recursos oferecidos por outras pessoas ou empresas, mesmo que você os acesse por meio do nosso Serviço. Nossa responsabilidade por qualquer ocorrência no Serviço será limitada tanto quanto permitido por lei. Não temos como prever todos os impactos possíveis que um problema com nosso Serviço possa causar. Você concorda que nós não seremos responsáveis por qualquer perda de lucro, receitas, informação ou dados, ou, ainda, por danos eventuais, especiais, indiretos, exemplares, punitivos ou acidentais decorrentes de ou relativos a estes Termos, ainda que saibamos que eles são possíveis. Isso se aplica inclusive se nós excluirmos seu conteúdo, informações ou conta. (FACEBOOK, s.d)

Segundo o contexto exposto, fica evidente um abandono cível por parte das redes sociais no que tange proteção aos seus usuários. Em parte, é compreensível, visto que controlar as ações e publicações de todos os adeptos é absolutamente impossível e ilegal, devido a liberdade de livre expressão e pensamento. Entretanto, por se tratar de um serviço que lida diretamente com pessoas, somado ao grande poder financeiro da plataforma, estipular equipes de controle e fiscalização treinadas apropriadamente, seriam plenamente viáveis.

## 5. DIFICULDADE PROBATÓRIA DO NEXO CAUSAL ENTRE A DIVULGAÇÃO IRRESPONSÁVEL DE INFLUENCIADORES E SEUS EFEITOS

De antemão, é fundamental iniciar esse esclarecimento definindo alguns conceitos. O primeiro deles é a prova. Segundo Scarpinella Bueno (2010, p. 278), a prova é “tudo que se puder influenciar, de alguma maneira, na formação da convicção do magistrado para decidir de uma forma ou de outra, acolhendo, de todo em parte, ou rejeitando o pedido do autor”. Marinoni e Mitidiero (2011, p. 334) define prova como “meio retórico, regulado pela legislação, destinado a convencer o Estado da validade de proposições controversas no processo, dentro de parâmetros fixados pelo direito e de critérios racionais”.

Em outro giro, é determinante pontuar o que seja nexo causal na esfera cível para a compreensão assertiva da argumentação. Nas palavras de Renata Pozzi Kretzmann (s.d), “o nexo causal é o vínculo lógico entre determinada conduta e o dano suportado pelo agente. Sem a análise desse liame não se pode identificar, no mundo dos fatos, a causa do dano nem o causador”. Ademais, Sérgio Pontes (2018) completa “importante salientar que o nexo causal deve ser provado tanto nos casos de responsabilidade objetiva, como nos de natureza subjetiva. Em ambos os casos só haverá responsabilização quando devidamente comprovado o nexo de causalidade”. A responsabilidade objetiva é o cenário cuja culpa (vontade) não precisa ser provada para que haja indenização. Em contrapartida, a responsabilidade subjetiva deve comprovar o ímpeto do agente. Em resumo, o nexo causal é o elo entre o causador do dano (com ou sem vontade), o dano e a vítima, devidamente provados.

A partir dessa conceituação, é preciso assimilar o processo jurídico empregado no ciberespaço. Em outras palavras, compreender a possibilidade da aplicação legal da responsabilidade civil objetiva ou subjetiva em questões polêmicas das redes sociais, sobretudo em publicações feitas por influenciadores no Instagram. Isto é, a partir do momento em que *digitais influencers* divulgam para milhares e até mesmo para milhões de seguidores, dietas e cirurgias plásticas, sem nenhum conhecimento científico sobre o assunto, é evidente que haverá inúmeros danos sofridos por quem aderir as supostas dicas. Porém, há extrema dificuldade para provar que essas postagens irresponsáveis são capazes de gerar consequências, em variadas esferas, para o indivíduo que consome esse tipo conteúdo.

Alguns mecanismos legais fáticos são apresentados pelos influenciadores para se blindarem dessa responsabilidade civil. O principal deles é a invocação do art. 220 da Constituição Federal (BRASIL, 1988), cuja “manifestação do pensamento, a criação, a

expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”. Somado a esse mecanismo, é usado o discurso de que não possuem a capacidade para influenciar alguém deliberadamente. Ou seja, adotam a premissa protetiva da liberdade de expressão, somado a narrativa de que não estão coagindo seus seguidores a tomarem as atitudes divulgadas. Outro ponto relevante, nas palavras de Thiago Mota (2014) e que deve ser mencionado é que além da liberdade de expressão ser respaldada pelo marco civil, que reconhece aos usuários o direito de se exprimir livremente, mas sendo considerados autores e responsáveis por todo o conteúdo que publiquem, os provedores não são responsáveis pelas postagens de seus usuários. Porém, são obrigados a retirar informações da rede, caso haja ordem judicial expressa neste sentido. O descumprimento de tal mandado é, obviamente, sancionado pela lei.

Além disso, conforme os argumentos supracitados, surge a dificuldade de comprovar o nexos causal entre, por exemplo, um regime restritivo sem orientação médica divulgada pelo influenciador, a adoção dessa dieta pelo seguidor e o desenvolvimento clínico de distúrbios alimentares ou distúrbios mentais. O mesmo raciocínio cabe para procedimentos cirúrgicos extremamente invasivos. Eles são publicados com um viés de tranquilidade cinematográfico e o seguidor faz a cirurgia acreditando nessa mensagem. A realidade é complicações, dores e até a morte.

## **6. RESISTÊNCIA NA PRÓPRIA PLATAFORMA OPRESSORA: A IMPORTÂNCIA DO MOVIMENTO FEMINISTA MIDIÁTICO PARA NATURALIZAÇÃO DOS CORPOS**

O primeiro pilar acerca da exposição a seguir é a breve definição de feminismo.

O feminismo procurou, em sua prática enquanto movimento, superar as formas de organização tradicionais, permeadas pela assimetria e pelo autoritarismo. Assim o movimento feminista não se organiza de uma forma centralizada, e recusa uma disciplina única, imposta a todas as militantes. Caracteriza-se pela auto-organização das mulheres em suas múltiplas frentes, assim como em grupos pequenos, onde se expressam as vivências próprias de cada mulher e onde se fortalece a solidariedade. (ALVES e PITANGUY, 1985).

A partir dessa explanação, fica evidenciada a importância revolucionária atemporal do movimento. Diante disso, suas transformações e ideias, desde então, não pararam e acompanharam o ritmo tecnológico no que tange a sua propagação e conscientização. Ou seja, atualmente é um tema amplamente conhecido e discutido nas mídias sociais, alcançando importantes conquistas. Uma das mais notáveis, é a tipificação do crime de feminicídio, art. 121, § 2º, VI Código Penal Brasileiro (BRASIL, 1940), reafirmando o quanto o feminismo é necessário por ser uma das únicas formas, para muitas mulheres, de se manterem vivas.

Entretanto, o feminismo não protege apenas as mulheres contra atos extremos. É um movimento que preza o acolhimento, a sororidade e o respeito pela história e vivência de cada uma. Ou seja, também se torna um mecanismo de blindagem contra essa pressão estética violenta e constante pregada nas redes sociais. Dessa maneira, a mulher tomando posse de mais autoconhecimento sob o viés feminista, consequentemente, impactará positivamente em sua segurança corporal.

O contraponto da beleza imposta existe. E existe fortemente no próprio Instagram através dos usuários, criando uma forte categoria inconformada. Influenciadoras cansadas dessa manipulação corporal histórica, vem a público manifestar toda a aversão em relação a essa uniformização. “Ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa com um objetivo (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 20). Em suas publicações, valorizam a diversidade, estilos, o corpo livre e a singularidade de cada indivíduo.

Imagem 6 – foto no Instagram



Fonte: Perfil pessoal da Julia Romano no Instagram

Imagem 7 – foto no Instagram



Fonte: Perfil pessoal da Alexandra no Instagram

## 7. CONCLUSÃO

A pesquisa conseguiu fazer um apanhado histórico e apresentar uma linha do tempo a respeito da imposição estética sob o universo feminino. Nessa demonstração, se comprovou que essa pressão tem, aproximadamente, dois mil, quinhentos e vinte anos. Isso demonstra que as mulheres sempre foram moldadas socialmente para se enquadrar no que o padrão da época impõe como bom e belo.

Em outro giro, a perspectiva do trabalho também aborda a força do Instagram. Essa importante ferramenta tecnológica da modernidade que consegue exigir, sutilmente, uma obediência estética por grande parte das mulheres a nível global.

O desenvolvimento do estudo possibilitou a verificação de exageros e irresponsabilidades postadas por influenciadores nas redes sociais com pouca ou nenhuma fiscalização e, conseqüentemente, penalidades quase inexistentes. Isso conseguiu demonstrar uma apatia por parte da fiscalização da plataforma, das entidades responsáveis pelos profissionais de nutrição e de medicina e do próprio direito civil brasileiro. No âmbito jurídico, foi provada a dificuldade de concretizar o nexo causal entre o consumo desse tipo de conteúdo publicado e as conseqüências geradas para o usuário, o que reitera a necessidade de ampliar a discussão. Além disso, foi demonstrado o quanto os usuários estão expostos a riscos de saúde física e mental, visto que essa pressão da beleza utópica é transmitida, cinematograficamente, com uma roupagem de felicidade e tranquilidade.

Entretanto, também foi apresentada a presença cada vez mais evidente de contrapontos dentro da própria plataforma opressora. Nesse contexto, nota-se, felizmente, um movimento sendo criado para desestabilizar essa hegemonia do corpo magro e musculoso. Afinal, o corpo fora do padrão imposto é plenamente funcional. O foco deve ser sempre a saúde e o bem estar de cada indivíduo. Buscar estar bem consigo mesmo e não a partir de comparações feitas com pessoas fora da realidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, Branca Moreira; PINTANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. 6. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.
- AQUINO, Thalita Ágata Moura de. **Do se esconder ao se mostrar**: cirurgia plástica e normalização entre mulheres jovens de classe popular. Orientador: Prof. Dr. Luis Felipe Rios. 2009. 89 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/8338>. Acesso em: 3 abr. 2022.
- BBC. **BBC News | Brasil**. As vantagens e desvantagens do jejum intermitente. s.l: BBC, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-44605289>. Acesso em: 12 mai. 2022.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 15 mai. 2022.
- BRASIL. Decreto nº 7.962, Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. **Diário Oficial da União**. Brasília, 15 mar. 2013. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm). Acesso em: 14 mai. 2022.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 2.848, Código Penal. **Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940**. Brasília, 7 dez. 1940. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del2848compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm). Acesso em: 16 mai. 2022.
- BRASIL. Resolução CFM nº 1.931/09, **Código de Ética Médica**. Brasília, 17 set. 2009. Disponível em: <https://portal.cfm.org.br/images/stories/biblioteca/codigo%20de%20etica%20medica.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2022.
- BRASIL. RESOLUÇÃO CFN nº 599, Aprova o Código de Ética e de Conduta do Nutricionista e dá outras providências. **Código de Ética e de Conduta do Nutricionista**. Brasília, 25 fev. 2018. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2022.
- BUENO, Cassio Scarpinella. **Curso sistematizado de direito processual civil**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010
- CAMPANA, Angela Nogueira Neves Betanho; FERREIRA, Lucilene; TAVARES, Maria da Consolação Gomes Cunha Fernandes. Associações e diferenças entre homens e mulheres na aceitação de cirurgia plástica estética no Brasil. **SciELO**, s.l: SciELO, ano 2012, mar. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcp/a/t99CskvbCK5kmTtGqtWf7rD/?lang=pt#:~:text=A%20aceita%C3%A7%C3%A3o%20de%20cirurgia%20pl%C3%A1stica%20est%C3%A9tica%20correlaciona%2Dse%20com%20a,cirurgia%20ap%C3%B3s%20an%C3%A1lise%20dos%20riscos..> Acesso em: 10 mai. 2022.
- COCOLO, Ana Cristina. O lado obscuro da beleza: Mais de 90% das certidões de óbito de pessoas que faleceram após passarem por lipoaspiração não trazem informações precisas. O preenchimento incorreto dificulta estabelecer a real causa da morte. *In*: UNIFESP. **UNIFESP**. [S.l.]. s.d. Disponível em: <https://www.unifesp.br/edicao-atual-entreteses/item/3527-o-lado-obsкуро-da-beleza#startOfPageId3527>. Acesso em: 12 mai. 2022.
- FACEBOOK. **Instagram**. Termos de Uso | Central de Ajuda Instagram. s.l: Facebook, s.d. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/instagram/581066165581870>. Acesso em: 13 mai. 2022.
- FERNANDES, Anna Cláudia. Corpo espartilhado e corpo libertado: os debates sobre a abolição do espartilho no New York Times durante a década de 1980. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO 10, 2013, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: Fazendo Gênero 10, 2013. Disponível em: [http://www.fg2013.wvc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1388074315\\_ARQUIVO\\_AnnaClaudiaFernandes.pdf](http://www.fg2013.wvc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1388074315_ARQUIVO_AnnaClaudiaFernandes.pdf). Acesso em: 2 mai. 2022.
- GRASSI, Cassiana Ferri; MOSER, Ivone Isabel; FILIPPIN, Lidiane Isabel. A influência da mídia sobre as mulheres em busca de um corpo perfeito. *In*: SEFIC 2018 UNILASALLE - CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA

REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES, 2018, Canoas. **Anais [...]**. Canoas: Universidade LaSalle, 2018. Disponível em: <https://anais.unilasalle.edu.br/index.php/sefic2018/article/view/917>. Acesso em: 20 abr. 2022.

KRETZMANN, Renata Pozzi. Nexo de causalidade na responsabilidade civil: conceito e teorias explicativas. *In: JusPODIVM. MSJ - Meu Site Jurídico*. s.l, s.d. Disponível em: <https://s3.meusitejuridico.com.br/2018/08/900ca64d-nexo-de-causalidade-na-rc-renata-k.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2022.

MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Código de processo civil comentado**. 3. ed. São Paulo: RT, 2011.

MOTA, Thiago; PÔRTO, Rôner. A criminalização na internet: liberdade e privacidade no direito da informática. **Revista Diálogos Acadêmicos**, Fortaleza: Fametro, ed. v. 3, n. 1, ano 2014, p. 68-76, 8 ago. 2014. Disponível em: <http://revista.fametro.com.br/index.php/RDA/article/view/54/59>. Acesso em: 20 abr. 2022.

PASSOS, Jasilaine Andrade; VASCONCELLOS-SILVA, Paulo Roberto; SANTOS, Ligia Amparo da Silva. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends. **SciELO**, s.l: SciELO, ano 2020, jul. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/nqtgQMff3CFhkdRVKscqfSK/?lang=pt#>. Acesso em: 10 mai. 2022.

PITTELLI, Paulo. Jejum Intermitente: vantagens e riscos. *In: Paulo Pittelli. Dr. Paulo Pittelli - Cirurgia do Aparelho Digestivo*. s.l, s.d. Disponível em: <https://drpaulopittelli.com.br/jejum-intermitente/>. Acesso em: 12 mai. 2022.

MEDEIROS, Adriana Clementino de. O ideal de beleza na escultura grega: reflexões sobre as acepções formais construídas pela sociedade grega. **Principia**, Rio de Janeiro: Principia, ed. 23, ano 2011, s.d. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/principia/article/view/6283>. Acesso em: 5 abr. 2022.

RIBEIRO, Ana Paula; CAMARGO, Thaís Francini; RAVAZZANI, Edilceia. Dietas da moda e riscos nutricionais. *In: EVINCI, XI.*, 2016, s.l. **Anais [...]**. s.l: UniBrasil, 2016. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisevinci/article/view/1649>. Acesso em: 15 mai. 2022.

SANTOS, Silvana Mara de Moraes dos; OLIVEIRA, Leidiane. Igualdade nas relações de gênero na sociedade do capital: limites, contradições e avanços. **Revista Katál**, Florianópolis: Revista Katál, ed. v. 13, ano 2010, p. 11-19, 5 fev. 2010. Semestral. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rk/a/HqLvNHVzXPJkDYSCHsb94hP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 4 mai. 2022.

VEIGA, Ana Paula. A institucionalização da beleza no universo feminino. **IGT na Rede**, Rio de Janeiro: IGT na Rede, ed. V 3, N 5, ano 2006, ago. 2006. Disponível em: <http://igt.psc.br/ojs3/index.php/IGTnaRede/article/view/4/8>. Acesso em: 2 mai. 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução: Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. Título original: *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. Disponível em: [https://bibliopreta.com.br/wp-content/uploads/2018/01/O-mito-da-beleza\\_-como-as-imagens-de-beleza-s%C3%A3o-usadas-contra-as-mulheres-1.pdf](https://bibliopreta.com.br/wp-content/uploads/2018/01/O-mito-da-beleza_-como-as-imagens-de-beleza-s%C3%A3o-usadas-contra-as-mulheres-1.pdf). Acesso em: 10 mai. 2022.