

OS RISCOS DOS DESAFIOS DE BELEZA DISSEMINADOS VIA REDES SOCIAIS

¹Paula Prodocimo, ²Larissa Xavier da Cunha, ³Daniela Antunes da Costa, ⁴Otávio Rosso

Os “desafios de beleza” são testes, que surgem na internet para supostamente verificar padrões estéticos, como magreza ou simetria facial. Tais desafios levam a comportamentos que podem prejudicar a saúde física e psicológica dos participantes. Atualmente, muitos casos são divulgados na mídia, envolvendo situações extremas, nas quais as pessoas acabam afetando seriamente a sua qualidade de vida, em detrimento da beleza. Sendo assim, é de extrema importância discutir e alertar a população e os indivíduos que realizam esse tipo de desafio sobre os malefícios causados por eles. O objetivo geral do presente foi analisar os riscos que os desafios de beleza disseminados via redes sociais apresentam, assim como explicitar os desafios de beleza que se disseminam nas redes sociais nos últimos anos, investigar o entendimento dos alunos de ensino médio sobre os desafios de beleza nas redes sociais, destacar as consequências que essa prática pode trazer psicologicamente e fisicamente e alertar a população e os indivíduos que realizam esse tipo de atividade sobre os riscos. A metodologia utilizada envolveu pesquisas bibliográficas por meio de sites e livros e a realização de um questionário com os alunos do Colégio Raymundo Carvalho. Além disso, buscou-se entrevistar profissionais qualificados nas áreas psicológica e de nutrição. Mesmo que geralmente sejam noticiados na seção de bizarrices dos sites de notícias, os desafios de beleza mobilizam muita gente na internet — basta procurar pela hashtag correspondente nas redes sociais. São testes de beleza, como podemos classificar os desafios que volta e meia surgem na internet para supostamente verificar padrões estéticos, como magreza ou simetria facial. Funcionam basicamente da mesma forma: alguém cria o teste em algum lugar do mundo — com algum embasamento ou não —, posta a foto em uma rede social e logo se multiplicam as fotos de pessoas em situação parecida. Muitos testes tratam de um ideal de magreza muito exacerbado. A magreza é hoje um padrão estético, comumente confundida com saúde. Estar acima do peso é sinônimo de preguiça, desleixo e doenças. O fitness nunca esteve tão na moda, e com ele toda uma indústria de equipamentos, vestimenta, detox, dietas, shakes, remédios, chás, academias. Magreza tem a ver com mercado. Seja magra e será feliz! A mídia funciona assim: promessa de felicidade + status = consumo. E a insatisfação corporal é sinal de consumo de imagem. O corpo é hiper-valorizado enquanto “vitrine”, não importando seu “estoque”. É um corpo-mercadoria, corpo-aparência, corpo-consumidor. O presente trabalho encontra-se em fase de finalização, uma vez que os questionários e entrevistas estão em análise final.

^{1,2,4}Aluna Ensino Médio Urcamp Alegrete.

³Professora Colégio Raymundo Carvalho (Urcamp) Alegrete.