



PESQUISA

A imagem do corpo feminino no puerpério: reflexões acerca da influência das mídias sociais

The image of the female body in the puerperium: reflections on the influence of social media

La imagen del cuerpo femenino en el puerperio: reflexiones sobre la influencia de las redes sociales

Laís Gomes Santuche Pontes¹, Cristiane Vanessa da Silva², Rozania Bicego Xavier³, Paulo Alexandre de Souza São Bento⁴

RESUMO

Objetivo: Refletir como as mídias sociais retratam a imagem do corpo feminino no puerpério. **Metodologia:** Estudo reflexivo, descritivo, de perspectiva qualitativa, construído com base nas publicações midiáticas, referentes a dois corpos femininos no puerpério. **Resultados:** No Instagram, o vídeo de Viih Tube, um mês após o parto, gerou 16 reels, 150 mil compartilhamentos e 59,6 mil comentários, muitos enaltecendo a maternidade real e suas marcas. A icônica foto da Thaila Ayala, esbelta, amamentando em pé, em posição invertida obteve 335.701 mil curtidas e 4.490 mil comentários que repercutiram críticas, sobre a amamentação irreal e o padrão de corpo inatingível para muitas mulheres. **Discussão:** A mídia vem se tornando, cada vez mais, uma influência para o corpo feminino, expondo padrões em busca da perfeição. o corpo da mulher é sempre visto como alvo de críticas, seja ele no puerpério ou não. A sociedade se sente no direito de impor padrões inalcançáveis e que prejudicam diversos segmentos da vida da mulher. **Conclusões:** As mídias sociais têm um papel importante nas reflexões e discussões que podem desmistificar o corpo perfeito e valorizar o processo vivido pelas mulheres no puerpério.

Palavras-chave: sexualidade; período pós-parto; saúde da mulher; imagem corporal; mídias sociais.

ABSTRACT

Objective: To reflect on how social media portrays the image of the female body in the postpartum period. **Methodology:** This is a reflective, descriptive study with a qualitative perspective, based on media publications referring to two female bodies in the puerperium. **Results:** On Instagram, Viih Tube's video, one month after giving birth, generated 16 reels, 150,000 shares and 59,600 comments, many praising real motherhood and its brands. The iconic photo of Thaila Ayala, slender, breastfeeding while standing, in an inverted position, got 335,701 likes and 4,490 comments that echoed criticism, about unrealistic breastfeeding and the unattainable body standard for many women. **Discussion:** The media has increasingly become an influence on the female body, exposing standards in the search for perfection. The woman's body is always seen as a target of criticism, whether it is in the postpartum period or not. Society feels entitled to impose unattainable standards that harm different segments of women's lives. **Conclusions:** Social media play an important role in reflections and discussions that can demystify the perfect body and value the process experienced by women in the postpartum period.

Keywords: sexuality; postpartum period; women's health; body image; social media.

RESUMEN

Objetivo: Reflexionar sobre cómo las redes sociales retratan la imagen del cuerpo femenino en el puerperio. **Metodología:** Se trata de un estudio reflexivo, descriptivo y con perspectiva cualitativa, basado en publicaciones mediáticas referidas a dos cuerpos femeninos en puerperio. **Resultados:** En Instagram, el video de Viih Tube, un mes después de dar a luz, generó 16 reels, 150.000 compartidos y 59.600 comentarios, muchos de los cuales elogiaron la maternidad real y sus marcas. La icónica foto de Thaila Ayala, esbelta, amamentando de pie, en posición invertida, obtuvo 335.701 me gusta y 4.490 comentarios que se hicieron eco de las críticas, sobre la lactancia materna poco

¹Enfermeira, Residente de Enfermagem Obstétrica. Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira - IFF/FIOCRUZ. Av. Rui Barbosa, 716 - Flamengo, Rio de Janeiro. enflaissantuche@gmail.com;

²Enfermeira e Mestre em Ciências. Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira - IFF/FIOCRUZ. Av. Rui Barbosa, 716 - Flamengo, Rio de Janeiro. cvsilva05@gmail.com;

³Enfermeira, Doutora em Ciências e Tecnologista em Saúde Pública. Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira - IFF/FIOCRUZ. Av. Rui Barbosa, 716 - Flamengo, Rio de Janeiro.

Rozania.xavier@fiocruz.br;

⁴Enfermeiro e Doutor em Ciências. Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira - IFF/FIOCRUZ. Av. Rui Barbosa, 716 - Flamengo, Rio de Janeiro. paulo.saobento@fiocruz.br

realista y el estándar corporal inalcanzable para muchas mujeres. **Discussion:** Los medios de comunicación se han convertido cada vez más en una influencia sobre el cuerpo femenino, exponiendo estándares en la búsqueda de la perfección. El cuerpo de la mujer siempre es visto como blanco de críticas, ya sea en el posparto o no. La sociedad se siente con derecho a imponer estándares inalcanzables que dañan diferentes segmentos de la vida de las mujeres. **Conclusiones:** Las redes sociales juegan un papel importante en las reflexiones y discusiones que pueden desmitificar el cuerpo perfecto y valorar el proceso vivido por las mujeres en el puerperio.

Palabras clave: sexualidad; periodo posparto; salud de la mujer; imagen corporal; medios de comunicación sociales.

INTRODUÇÃO

A imagem corporal da mulher durante todos os ciclos de sua vida vem sendo, ao longo dos anos, emoldurada como um padrão de beleza que se impõe à sociedade. A pressão que o corpo feminino sofre para alcançar a perfeição, vem desde a infância e segue até a vida adulta, incluindo a imagem da mulher mãe e, mais atualmente, da mulher na “melhor idade”, que vem destruindo o estereótipo da “vovózinha do tricô” e exaltando a mulher ativa depois dos 60.

Para Lima e Silva (2021), ao adequar-se no padrão belo de mulher, as preocupações referentes ao corpo tendem aumentar, as mulheres passam a ter medo de engordar, realizam atividades físicas e dietas em excesso, no intuito de sempre reduzir o peso, a preocupação com medidas corporais, a imagem refletida no espelho e avaliação negativa sobre o próprio corpo. O corpo inimaginável passa a ser idealização de um sonho.

A exigência pelo padrão de beleza é condicionada cotidianamente pelas publicações nas mídias sociais, mostrando que o ideal é ser magra, ter um corpo malhado e com o mínimo de gordura. O problema pode estar no que as mulheres são capazes de fazer para alcançar esse corpo dito como ideal, sejam dietas restritas sem acompanhamento nutricional, exercícios sem orientação profissional ou cirurgias plásticas. As comparações entre os corpos, a visão de que é fácil ter um corpo magro, as dietas e medicações que prometem emagrecer em pouco tempo, tudo isso sendo visto na palma das mãos, pelo celular, tablet e computador.

Nessa seara, não podemos deixar de pensar na imagem do corpo feminino no puerpério. O puerpério tem início imediatamente após o parto
DOI 10.29327/2393773.17.1-3

Rev. Interd. v.17, n.º 1, 2024.

A imagem do corpo feminino no puerpério...

e dura em torno de 6 semanas, a FIOCRUZ (2021), o classifica de acordo com a sua duração: imediato, do 1º ao 10º dia pós-parto, tardio, do 11º ao 45º dia pós-parto, e remoto, a partir do 45º dia. Nesse período, o corpo passa por diversas alterações, sendo difícil alinhar a expectativa e a realidade em busca do corpo perfeito.

A mídia, em que, expõe o corpo de diversas mulheres e padrões pré-estabelecidos, pode apresentar desvantagens para a mulher durante o puerpério, por mostrar um corpo magro, sem cicatrizes, estrias, inchaço ou celulite logo após o parto. Tomaz *et al.*, (2020), expõem que a influência da mídia é muito presente em diversos tipos de comunicação. Hoje, é ela quem dá ênfase em muitas pessoas que querem ter o corpo belo, influenciando até na maternidade.

Tendo em mente que o puerpério é um período de mudanças no corpo feminino, vivido pela intensidade e exigências da maternidade, instiga-se perseguir o objeto de pesquisa: imagem do corpo feminino no puerpério, a fim de discorrer acerca das imagens que são impostas a esse corpo no mundo virtual.

No dia a dia, na residência em enfermagem obstétrica, presencia-se o quão vulneráveis ficam os corpos das mulheres, a luta diária que algumas travam para dividir seu tempo entre cuidar do recém-nascido e exercer o cuidado de si própria. Imagino que ver na mídia, outra mulher, passando pelo mesmo momento que elas, porém, com um corpo esbelto, uma maquiagem perfeita, um rosto sem olheiras, deva ser algo incômodo e há preocupação de como essas imagens podem afetar a saúde mental delas.

O universo virtual, suas redes, plataformas e publicidades produzem imagens que passam a ser desejadas pela sociedade, que estipula

padrões difíceis de serem seguidos, especialmente quando falamos de mulheres no puerpério. Para guiar o caminho científico destaca-se como questão norteadora: Como as mídias sociais retratam o corpo feminino no puerpério? O artigo tem por objetivo: refletir como as mídias sociais retratam a imagem do corpo feminino no puerpério.

MÉTODO

Estudo reflexivo, descritivo, de perspectiva qualitativa, construído com base nas publicações midiáticas referentes a dois corpos femininos no puerpério. O fenômeno “imagem do corpo feminino” será discutido a partir de um olhar atento sobre as repercussões que o padrão de beleza imposto no puerpério pode causar às mulheres.

A metodologia reflexiva reconhece que todas as referências à realidade empírica são o resultado de interpretações, assim como, a pesquisa e seus resultados são processos socialmente construídos por meio da negociação de seus significados. O processo de pesquisa reconhece diferentes atores: o pesquisador, a comunidade envolvida na pesquisa, a sociedade, as tradições culturais e intelectuais, além das diferentes narrativas (Vásquez *et al.*, 2022).

Seguindo esse pressuposto e para dar luz a essa discussão foram selecionadas duas personalidades públicas, famosas no círculo feminino, seguidas nas redes sociais por diferentes segmentos da sociedade: Vitória di Felice e Thaila Ayala. Essas personalidades foram escolhidas por causarem polêmicas com a divulgação de imagens dos seus corpos no puerpério.

Vitória di Felice Moraes, conhecida pelo codinome Viih Tube, nasceu em 18 de agosto de 2000, em Sorocaba, São Paulo. Tornou-se youtuber, atriz, influenciadora digital, empresária e escritora. Em 2014, começou a

A imagem do corpo feminino no puerpério... fazer sucesso na plataforma de vídeos YouTube, postando vídeos sobre assuntos comuns entre adolescentes: relacionamento, vocação profissional e estética estudantil; adquiriu sucesso comercial e tornou-se uma webcelebridade. Após sua participação no reality Big Brother Brasil, em 2021, alcançou outras faixas etárias e atualmente também compartilha rotinas da maternidade. Viih Tube se destacou no mundo virtual por compartilhar momentos reais do seu puerpério, da imagem do corpo feminino sem retoques. Possui 33,2 milhões de seguidores em seu Instagram.

Thaila Ayala Sales, nasceu em 14 de abril de 1986, em Presidente Prudente, São Paulo. Tornou-se modelo, atriz, influenciadora digital e empresária. Iniciou sua carreira como modelo aos dezesseis anos e, em 2016, começou como atriz na Rede Globo de Televisão, após estreiar na 14ª temporada de *Malhação*. Ficou famosa e conhecida por suas participações e atuações em novelas e filmes. Atualmente, compartilha sua vida nas mídias sociais, alcançando grande público com rotinas da maternidade. Possui 9,2 milhões de seguidores em seu Instagram.

Na primeira quinzena de maio de 2024, foi feito um levantamento no Instagram, perfil público, sobre o vídeo publicado por Viih Tube um mês após o parto, assim como, os reflexos da foto publicada por Thaila Ayala mostrando um corpo sem marcas, uma amamentação sem dificuldades e uma beleza vista como padrão pela sociedade. Foram contabilizados para vídeo: *reels*, compartilhamentos e comentários; para foto: curtidas e comentários

A análise reflexiva foi ancorada em autores que debatem a influência das mídias sobre os corpos femininos, a pressão estética imposta pela sociedade sobre os corpos das mulheres e como publicações sobre os corpos reais, vividos no puerpério, podem suavizar o cuidado de si feminino nesse período.

Este estudo seguiu as determinações éticas dispostas na Resolução 510/2016, do

RESULTADOS

Viih Tube deu à luz a sua primeira filha, Lua, no dia 9 de abril de 2023. Após o primeiro mês vivenciando a maternidade, passou a dividir, com seus seguidores, em suas redes sociais, vídeos que mostravam as modificações em seu corpo no puerpério, de maneira real, sem esconder suas marcas. A influenciadora digital foi reportada em diversos veículos digitais: revistas, portais de notícias, vídeos no Youtube, matérias no Instagram e vídeos no *tiktok*.

O vídeo divulgado por Viih Tube, no Instagram, um mês após o parto, obteve uma enorme repercussão, devido a “*tour*” realizada por ela em seu próprio corpo, no qual mostrava suas estrias, seu ganho de peso, as alterações em suas mamas, todas as modificações advindas da maternidade. Tal publicação gerou a criação de 16 *reels*, 150 mil compartilhamentos e 59,6 mil comentários, sobretudo, destacam-se: “Esse é o meu maior medo, acho que mais do que a dor do parto!”; “Parabéns por mostrar que você é normal como todas”; “Aquele seu corpinho magro de antes não volta mais! Mesmo que faça dietas, procedimentos estéticos e etc.”; “Ser mulher é difícil, viu?”.

Thaila Ayala deu à luz ao seu primeiro filho, Francisco, no dia 01 de dezembro de 2021, com 33 semanas de gestação, foi um parto cirúrgico de urgência devido a uma intercorrência materna, conhecida como Síndrome Hellp - complicação obstétrica que envolve um conjunto de sinais e sintomas, além da hemólise, enzimas hepáticas elevadas e contagem baixa de plaquetas. Já nos primeiros dias pós-parto, a atriz dividiu com seus seguidores as dificuldades na amamentação, fez

A imagem do corpo feminino no puerpério... desabafos sobre o parto e relatou os sentimentos referentes à maternidade.

Entre suas publicações, a imagem publicada no seu Instagram em 21 de dezembro de 2021, ganhou notoriedade por mostrar um rosto maquiado, sem olheiras, um corpo magro, sem marcas, uma habilidade para amamentar sem deixar o tom sensual, equilibrando o bebê em posição invertida, em pé, vestida apenas por uma camisa branca aberta na frente, e calcinha da mesma cor. A foto obteve 335.701 mil curtidas e 4.490 mil comentários, dentre eles, ressaltam-se: “Que legal você compartilhar esse momento.”; “É tão bonito ver essa naturalidade”; “Queria meu corpo assim depois da gestação.”; “Desconheço uma foto tão *fake*”. A publicação ainda resultou em críticas feitas por Luana Piovani, uma atriz, no programa de TV em Portugal, “Meu Deus do céu! Talvez ela não saiba o que ela está fazendo, mas só está aumentando essa imagem que o mundo passa que amamentar é tomar um *milkshake*[...]”. A partir da repercussão e dos comentários que os fatos geraram foi organizado o seguinte eixo reflexivo: “O corpo da mulher no puerpério retratado na mídia”.

DISCUSSÃO

O corpo da mulher no puerpério retratado na mídia

A mídia vem se tornando, cada vez mais, uma influência para o corpo feminino, expondo padrões em busca da perfeição. Apresenta uma grande culpa nessa distorção dos conceitos de “corpo belo” e “corpo não belo”, afinal está exposto em programas de televisão, concursos de beleza e desfiles de moda as mulheres com seus “corpos perfeitos” e tonificados a mostra” (Tomaz *et al.*, 2020).

As alterações estéticas do corpo gravídico aumentam o risco de formação de estrias, edemas, fibro edema ginoide (celulite), lipodistrofia localizada, melasma, acne, diástase e flacidez no

puerpério. Essas mudanças no corpo podem causar baixa estima, exacerbação da sensibilidade feminina, aumentando o risco de crise emocional por ter que dar conta de se adaptar e gerenciar a resolução desses conflitos (Gomes *et al.*, 2022).

Cobranças para voltar ou ter um “corpo magro” ou “sem marcas” são estimulados nas mídias sociais, por meio de influenciadoras que incentivam a realização de dietas restritivas, exercícios físicos incansáveis, cremes e gel redutores de medidas. O corpo que não condiz com a realidade, vira alvo de desejo para as mulheres, podendo gerar perturbações.

Na contemporaneidade, as redes sociais compõem um meio que dialoga com diferentes nichos e possibilita uma maior interação sobre as vivências puerperais, sobretudo sentimentos maternos, mudanças corporais, papéis sociais culturalmente estabelecidos, trazendo novas perspectivas a padrões primitivos (Oliveira *et al.*, 2021). Não obstante, a divulgação de conteúdos com viés de objetificação do feminino, como um produto belo, magro, capaz e resolutivo torna-se insensível a uma grande parcela de mulheres, que sem rede de apoio, sofre para se adaptar à maternidade.

O puerpério é a fase em que os sentimentos e sensações são extremos: culpa, medo, preocupação, cansaço, agitação, que fazem a mulher crer ter perdido a capacidade intelectual, racional e social de convivência. Seus trabalhos, projetos, interesses pessoais, amizades e casamentos ficam em segundo plano frente ao papel de ser mãe (Silva; Krebs, 2021). Lidar com as exigências de um corpo padrão pode trazer ainda mais estresse para mulher mãe, favorecendo ainda mais a perda da identidade feminina.

A exposição de corpos famosos, no puerpério, em redes sociais, pode gerar identificações, que suavizam a autocobrança estética, por outro lado, podem promover uma intensificação de sentimentos negativos por não conseguir atingir uma boa forma. Exemplificando essa antítese temos Viih Tube que exibiu o seu

A imagem do corpo feminino no puerpério... corpo, através de um vídeo, com estrias, aumento do peso, celulites, flacidez e modificações que marcaram o seu pós-parto. Em contrapartida, Thaila Ayala mostra um corpo magro, maquiada e amamentando com facilidade. Tais divulgações acarretaram debates na Internet, algumas mulheres se sentiam representadas por Viih Tube, enquanto outras opinavam sobre sua aparência. O mesmo aconteceu com Thaila Ayala, que foi apontada por não condizer com a realidade da sociedade.

A experiência da maternidade é permeada por sentimentos de medo, cansaço e ansiedade, a construção da identidade materna exige transformações físicas e psicológicas significativas na vida da mulher, transpondo-as para um universo paralelo, o “mundo do bebê”. As mães querem proteger, cuidar, estar próximas em tempo integral, negligenciando a si próprias, perdendo os espaços de identificação, as referências, como se tivessem presas a essa nova realidade, por vezes num vazio, acreditando que nunca mais voltarão a ser as mulheres ativas, inteligentes e elegantes que um dia foram (Silva *et al.*, 2023). Lidar com imagens opostas às suas vivências pode trazer frustração e mesmo um certo fracasso enquanto mulher, intensificando sentimentos negativos.

Segundo a autora Souza *et al.* (2021), além dessa influência negativa causada pela mídia, é possível por meio de outros estudos encontrar um lado positivo, no qual as mulheres passam a se identificar com outras por esses meios de comunicação. Ou seja, mostrar o “corpo real” na internet pode contribuir na percepção das mulheres sobre si próprias, por não fazerem parte de um padrão construído e continuarem sendo belas.

A Viih Tube quando resolveu compartilhar com seus seguidores em suas redes sociais o seu corpo, um mês após o nascimento da sua primeira filha, foi cobrada por ter engordado, aparecer sem maquiagem e não realizar procedimentos estéticos. O corpo dela foi alvo de críticas. O que assusta são as pessoas se sentirem no direito de

julgar o corpo da outra pessoa, sem a menor sensibilidade. Isso evidencia como o corpo feminino é julgado a partir da sua aparência, principalmente no período puerperal, momento que a mulher passa por diversas modificações e seu corpo fica mais propenso a sair do “padrão pré-estabelecido” pela sociedade.

O corpo de antigamente, era um corpo em que a mulher poderia ser o que ela desejasse, sem possuir a intervenção de um padrão considerado perfeito. De modo que a sociedade não tinha o poder de intervir em seu empoderamento cultural e estético. Completamente ao contrário dos dias atuais, onde cada vez mais as mulheres se moldam conforme a mídia estabelece (Tomaz *et al.*, 2020). Existem diferentes formas de usar as mídias sociais para abordar o puerpério, observa-se que a influenciadora Viih Tube direciona suas vivências para a libertação do real, para expor suas fragilidades e se aproximar da realidade de muitas mulheres.

Em contraponto, a mídia também gosta de esconder o corpo no puerpério, retratando o irreal. A mídia é um dos principais meios capazes de iludir e modificar a imagem do corpo perfeito, e vem sempre inovando as maneiras de manipular, modular a padronizar a sociedade (Tomaz *et al.*, 2020). Pode-se refletir a respeito do ensaio fotográfico feito por Thaila Ayala no puerpério, mostrando o oposto da Viih Tube. Thaila Ayala aparece linda, deslumbrante, sensual e magra, expressando uma facilidade e simplicidade para se alcançar uma imagem apresentada como “perfeita” para o corpo feminino, inclusive deixou seus seguidores das redes sociais em “choque”, fomentando diversos comentários.

Publicações como essas podem gerar comparações, pois, mulheres apresentam corpos, realidades e vidas diferentes. Logo, a beleza vista na Internet não condiz, muitas vezes, com a realidade. Para Lima e Silva (2021) a comparação com corpos magros de outras mulheres dá andamento à perseguição por corpos esguios. Estes são vistos a todo tempo nas mídias e soam como

A imagem do corpo feminino no puerpério... cobrança para as mulheres, que, apesar de galgarem diversos espaços e conquistas, são consideradas fracassadas se não estiverem enquadradas nos padrões estéticos preponderantes.

A nova realidade materna, as alterações no corpo e na relação conjugal pode afetar a sexualidade feminina, pois pode haver incômodo e comparações com a imagem corporal antes da gestação. Nessa fase é fundamental a compreensão e o diálogo sobre o puerpério e a adaptação do casal (Elias *et al.*, 2022). Visualizar uma imagem sensual, de uma mulher no puerpério, pode gerar angústia por não se sentir da mesma forma que aquele padrão estipulado.

A sexualidade feminina no puerpério ainda é negligenciada, geralmente o retorno à vida sexual é marcado pelo medo do ato, pela dor, pela falta de libido, muito em função das alterações hormonais, depressão, pouco conhecimento sobre sexualidade, fato que leva a insatisfação (Elias *et al.*, 2022). Se as mídias sociais trabalhassem a sexualidade feminina, não pelo estereótipo da mulher fatal de calcinha, mas sim, pela puérpera que precisa se ajustar a outras formas de prazer, ou utilizar recursos que a faça sentir mais adaptada ao retorno à vida sexual, seria mais construtivo, informativo e útil.

Observa-se que os comentários em torno ao corpo de Viih Tube e da Thaila Ayala deixam evidente o quanto a sociedade enxerga o belo em “corpos magros” e julga “corpos gordos”. Importante expor que ainda hoje vivenciamos uma cultura patriarcal, onde mulheres são vistas a partir de seus corpos. Souza *et al.* (2021) relatam que os indivíduos do sexo feminino apresentam mais preocupação com o peso quando comparado aos do sexo oposto.

A mídia influencia esse processo, exibindo diversos discursos e imagens que definem quais são conceitos de beleza, além de cultivar os corpos a se enquadrarem de acordo com os padrões estéticos. Esses padrões corporais acarretam em pessoas adoecidas e cerceadas por limites que

ditam o que é belo, dessa maneira, problemas são gerados, dito como sensações de ansiedade, frustração, perda de controle, impotência, vergonha e autodesprezo, no qual, são capazes de apresentar riscos para o desenvolvimento de transtornos (Lima; Silva, 2021).

A autopercepção corporal feminina, está diretamente relacionada a perda de peso, fator influenciado pelo desejo de ser aceita socialmente (Lima; Silva, 2021). O corpo no puerpério não deve ser “escondido” ou sequer julgado, uma imagem perfeita pode falsear uma realidade, até mesmo de pessoas famosas. Só é exposto na mídia o desejado, por isso comparações não devem ser realizadas. Dito isso, nos leva a uma reflexão que o corpo da mulher é sempre visto como alvo de críticas, seja ele no puerpério ou não. A sociedade se sente no direito de impor padrões inalcançáveis e que prejudicam diversos segmentos da vida da mulher.

CONCLUSÃO

As publicações nas mídias sociais podem acarretar aspectos positivos e negativos para as mulheres. Contudo, mostra-se relevante considerar essas publicações como fórum de discussões travadas pela sociedade, compartilhando a realidade da vida materna após o parto e as modificações corporais que também acontecem com mulheres famosas. Tais reflexões podem levar a aceitação do seu corpo, de modo natural, evitando comparações, se respeitando e deixando evidente que as cicatrizes em seu corpo contam a sua história.

Ao compreender, mostrar e valorizar o corpo feminino no puerpério, contribui-se para uma sociedade que acolhe, apoia e evita julgamentos sobre o corpo da mulher. Observa-se a importância dessa temática e sua exploração como fundamental ao combate da perfeição ao corpo feminino nas mídias, onde mulheres sintam-se livres para expor seu corpo e serem reconhecidas por toda a sua diversidade.

REFERÊNCIAS

DA SILVA SOUZA, Karla *et al.* Influência da mídia sobre o corpo feminino: uma revisão sistemática. **Interfaces Científicas-Humanas e Sociais**, v. 9, n. 2, p. 385-400, 2021. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/humanas/article/view/10068>. Acesso em: 19 mai. 2024.

DE LIMA, Gabriella Campos Jannini; DA SILVA, Luciana Maria. Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiaticizados no Instagram. **Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social**, v. 2, p. 786-797, 2021. Acesso em: Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4979/497971651010/movil/>. Acesso em: 19 mai. 2024.

ELIAS, Elayne Arantes *et al.* O parto vaginal e o corpo feminino no puerpério: Contribuições para a enfermagem obstétrica. **Nursing Edição Brasileira**, [S. l.], v. 25, n. 294, p. 8904-8915, 2022. DOI: 10.36489/nursing.2022v25i294p8904-8915. Disponível em: <https://www.revistanursing.com.br/index.php/revistanursing/article/view/2859>. Acesso em: 6 jun. 2024.

FIALHO, Patrícia *et al.* Promoção da capacidade da mulher para gerir o corpo no puerpério: uma scoping review. **Revista da UI_IPSantarém**, v. 8, n. 1, p. 223-237, 2020. Acesso em: Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/uiips/article/view/19894>. Acesso em: 19 mai. 2024.

FIOCRUZ, Instituto Fernandes Figueira. **Principais Questões sobre a Consulta de Puerpério na Atenção Primária à Saúde**. Portal de boas práticas em saúde da mulher, da criança e do adolescente, 2021. Disponível em: <https://portaldeboaspraticas.iff.fiocruz.br/atencao-mulher/principais-questoes-sobre-a-consulta-de-puerperio-na-atencao-primaria-a-saude/#:~:text=O%20puerp%C3%A9rio%20tem%20in%C3%ADcio%20imediatamente,dia%2C%20com%20t%C3%A9rmino%20imprevisto>). Acesso em: 19 mai. 2024.

GOMES, Aline Sena *et al.* Autoestima no puerpério: atuação do esteticista. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 11, n. 8, pág. e5011830647, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/30647>. Acesso em: 18 jun. 2024.

NERY, Nathália Gianini *et al.* Avaliação da autoestima em mulheres no período puerperal. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 4, n. 1, p. 729-743, 2021. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/22871>. Acesso em: 19 mai. 2024.

ISSN 2317-5079

Pontes *et al.* (2024)

DE OLIVEIRA, Júlia Carina Ornelas Pontes *et al.* A relação entre as representações da função materna em uma rede social virtual e a experiência de mulheres no processo gravídico- puerperal. **Cadernos de Gênero e Tecnologia**, v. 14, n. 43, p. 492-511, 2021. Disponível em: <https://revistas.utfpr.edu.br/cgt/article/view/12127>. Acesso em: 18 jun. 2024.

SILVA, Marcela Rosa da; KREBS, Vanine Arieta. Uma análise sobre a saúde da mulher no período puerperal. **Brazilian journal of health review**. Curitiba. Vol. 4, no. 1 (Jan./Feb. 2021), p. 611-620, 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/225140>. Acesso em: 18 jun. 2024.

SILVA, Marcela Rosa da *et al.* Desafios do puerpério: visão de mulheres nas mídias sociais. **Enferm Foco**, v. 14, 2023. Disponível em: <https://enfermfoco.org/article/desafios-do- puerperio-visao-de-mulheres-nas-midias-sociais/>. Acesso em: 18 jun. 2024.

TOMAZ, Rafael Cândido *et al.* Corpo padrão: um estudo sobre as concepções do corpo feminino exposto pela mídia. **Revista latino-americana de psicologia corporal**, v. 7, n. 10, p. 120-145, 2020. Disponível em: <https://psicorporal.emnuvens.com.br/rlapc/article/view/98>. Acesso em: 19 mai. 2024.

VASCONCELLOS, Bruna Obeica *et al.* Sexualidade no puerpério: principais fatores envolvidos. Sexuality in the puerperium: main factors involved. **Studies in Health Sciences**, v. 3, n. 2, p. 1112-1127, 2022. Disponível: <https://ojs.studiespublicacoes.com.br/ojs/index.php/shs/article/view/553/560>. Acesso em: 19 mai. 2024.

VÁSQUEZ, Consuelo *et al.* Uma metodologia reflexiva para desocidentalizar o subcampo da Comunicação Organizacional LatinoAmericana. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 45, p. e2022110, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/XHFvVXz7BF7jr6rQm8sc6Zy/?lang=pt>. Acesso em: 18 jun. 2024.

A imagem do corpo feminino no puerpério...