



ESTÉTICA MASCULINA CONTEMPORÂNEA, CONSUMO E SUBJETIVIDADE

Lethicia Maria Lisboa
Bruna Guimarães
Samantha Forti

Resumo

Na contemporaneidade, a estética masculina se insere fortemente na lógica da sociedade de consumo, sendo atravessada por discursos midiáticos e expectativas sociais que influenciam diretamente a forma como os homens percebem e constroem sua identidade. O problema se manifesta na intensificação dessas pressões estéticas, potencializadas pelas redes sociais, pelas indústrias de beleza e por ideais corporais inatingíveis. A justificativa desta pesquisa se apoia na lacuna existente na literatura psicológica sobre as experiências subjetivas masculinas nesse campo, já que a maior parte das discussões sobre corpo e estética ainda se concentra no público feminino. O objetivo geral consiste em analisar como as mídias influenciam as percepções, comportamentos e vivências subjetivas dos homens na contemporaneidade. Para isso, será necessário: compreender de que forma a estética masculina é moldada pela cultura e pela mídia; identificar as implicações subjetivas dessas pressões estéticas; compreender o aumento da procura de procedimentos estéticos pelo público masculino. O desenvolvimento do estudo aborda a crescente mercantilização do corpo masculino, convertido em vitrine de sucesso, saúde e disciplina. Práticas de autocuidado, antes consideradas femininas, tornaram-se parte do cotidiano masculino, legitimadas como estratégias de valorização profissional e pessoal. Contudo, essas práticas também geram tensões subjetivas: sentimentos de inadequação, comparações constantes, ansiedade e medo de julgamentos sociais, sobretudo por desafiar padrões tradicionais de masculinidade. Os resultados esperados indicam que a estética contemporânea, ao mesmo tempo em que amplia repertórios identitários, reforça novas formas de normatização e pertencimento, moldando comportamentos e expectativas. As mídias sociais exercem papel central nesse processo, promovendo ideais corporais que estimulam autocuidado, mas também intensificam pressões estéticas e inseguranças. É importante destacar que esta pesquisa ainda está em desenvolvimento e incluirá uma etapa de campo com homens entre 19 e 59 anos, visando ampliar a compreensão acerca das experiências subjetivas associadas à estética masculina. Essa fase empírica tem como propósito aprofundar e complementar as análises teóricas já realizadas. Conclui-se que a estética masculina contemporânea é um fenômeno coletivo, não restrito à esfera individual, exigindo um olhar crítico e interdisciplinar. Compreender seus efeitos subjetivos é fundamental para o desenvolvimento de estratégias de cuidado psicológico e políticas públicas que abordem as questões de gênero de forma inclusiva, crítica e humanizada, contribuindo para uma vivência mais livre e menos normativa da masculinidade.

Palavras-chave: Estética masculina; mídias sociais; masculinidade; subjetividade; contemporaneidade; consumo.