

Estereótipos de gênero, padrões estéticos hegemônicos de beleza e sexismo: o sofrimento psíquico de mulheres brasileiras em questão.

Autor: Daniel de Moura Ribeiro

Prof^a. Orientadora: Dr^a. Ana Flávia Amaral Madureira

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo investigar como os estereótipos de gênero e os padrões estéticos hegemônicos relacionados à feminilidade construídos pela nossa sociedade e frequentemente disseminados pela mídia têm impactado a constituição identitária e a autoimagem e a autoestima das mulheres na atualidade. Utilizou-se uma metodologia qualitativa. Foram realizadas três entrevistas individuais virtuais semi-estruturadas com mulheres do Distrito Federal. As informações construídas durante as entrevistas foram submetidas à análise de conteúdo em sua vertente temática e os resultados/discussão foram apresentados por meio de três categorias analíticas distintas que nortearam o trabalho interpretativo das entrevistas realizadas. Os resultados indicaram que: a) os estereótipos de gênero construídos pela nossa sociedade e reproduzidos pela mídia têm contribuído para a manutenção do sistema binário de gênero, definindo masculinidade como sinônimo de fortaleza, atividade e virilidade e associando feminilidade com fragilidade, passividade, dependência e sentimentalismo; b) os padrões de beleza reproduzidos e disseminados pela mídia têm instaurado uma verdadeira “ditadura da beleza”, produzindo, entre outras coisas, uma objetificação dos corpos das mulheres; c) a inércia, passividade e o silêncio das pessoas não fazem nada por uma sociedade menos preconceituosa e mais igualitária.

Palavras-chave: gênero; preconceito; sexismo; corpolatria; sofrimento psíquico.

Introdução

Diversos autores contemporâneos (Hall, Woodward, Bauman) têm defendido que a Identidade se tornou uma questão na atualidade. Ao analisar essa questão, Hall (2006) defende a ideia de que as Identidades entraram em crise na contemporaneidade.

Tem-se observado certo descentramento nas formas tradicionais de ser, pensar, sentir e agir dos sujeitos. Modelos tradicionais de relacionamento, na família e no trabalho, por exemplo, estão passando por uma acelerada e significativa mudança (Bauman, 2005). De acordo com Hall, isto estaria acontecendo, entre outros fatores, graças ao fenômeno da Globalização. Giddens (1990, p. 6, citado por Hall, 2006, p. 15), afirma que “à medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra”.

Neste sentido, Woodward (2014, p. 25) afirma que “este é um período histórico caracterizado (...) pelo colapso das velhas certezas e pela produção de novas formas de posicionamento” e de identidades. Na contra mão de uma visão estática e essencialista de identidade, a autora defende que, na verdade, as identidades são históricas, ou seja, mudam ao longo do tempo. Para ela, a constituição das identidades é caracterizada por contradições, conflitos, contestações, negociações, ambivalência. Elas estão sempre perdendo e/ou ganhando contornos, significações (Woodward, 2014).

Neste sentido, Bauman (2005, p. 21) afirma que “o pertencimento e a identidade não têm a solidez de uma rocha (...) a identidade só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto (...)”. Sawaia (2014, p. 124), por sua vez, afirma que “a identidade é a síntese de múltiplas identificações em curso e, portanto, não um conjunto de atributos permanentes”. Sendo assim, poder-se-ia conjecturar que estamos vivendo em um tempo mais tranquilo, aberto à revisão das formas de ser, pensar, sentir e agir no mundo, à produção de novos sujeitos, à criação de novas identidades.

Entretanto, acontecimentos históricos como as guerras de religiosas na Europa entre católicos e protestantes, a escravização de milhões de cidadãos africanos negros e negras e o ódio nazista pelos judeus demonstram que as pessoas, na verdade, têm sido extremamente intolerantes com a pluralidade de identidades. Além disto, o percentual de mulheres agredidas subiu de 13% para 37% entre 2011 e 2019¹. Ocorreram 648 Femicídios somente no primeiro semestre de 2020². Como se não bastasse, a violência

¹ “Em oito anos, número de mulheres agredidas por ex-companheiro quase triplica”. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/04/em-oito-anos-numero-de-mulheres-agredidas-por-ex-companheiro-cresce-37>

² “O Brasil teve 648 casos de feminicídio no primeiro semestre de 2020”. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/tag/violencia-contra-a-mulher/>

contra as mulheres aumentou ainda mais com as restrições da atual Pandemia da COVID-19³.

A fim de compreendermos melhor os estereótipos de gênero, os padrões estéticos hegemônicos de beleza e o sexismo, focos deste trabalho e fontes de sofrimento para as mulheres, convém destacar que o preconceito “(...) envolve uma avaliação negativa de algum grupo. (...) esta é a sua essência: o julgamento negativo preconcebido de um grupo e seus membros individuais. (...) uma aversão baseada em uma generalização falha e inflexível” (Myers, 2014, p. 247). Já Madureira e Branco (2012, p. 125) definem os “preconceitos como fronteiras simbólicas rígidas, construídas historicamente e com forte enraizamento afetivo que acabam por se constituir em barreiras culturais entre grupos sociais e entre indivíduos”. Bartholo (2010, p. 45 e 46), por sua vez, sustenta que os preconceitos são “(...) por definição o já sabido por mim, por um saber prévio e independente a qualquer escuta interpessoal”.

Além disto, é importante ressaltar também que “(...) a categorização que fazemos é o estereótipo; o julgamento sobre o grupo é a atitude, e veja, apenas a atitude negativa é chamada de preconceito. Finalmente, o comportamento baseado nesse preconceito é a discriminação” (Pérez-Nebra e Jesus, 2011, p. 223). Assim, enquanto “o preconceito é uma atitude negativa, a discriminação é um comportamento negativo. (...) comportamentos discriminatórios muitas vezes têm sua fonte em atitudes preconceituosas” (Myers, 2014, p. 248).

Dito isto, pode-se afirmar que somos uma sociedade extremamente preconceituosa. Além de pobres, negros e homossexuais, muitas mulheres, em pleno século XXI, continuam sendo discriminadas. Por mais que se possa ter a impressão que o preconceito e a discriminação “como eram antes” não acontecem mais, eles ainda sobrevivem de forma sutil (Myers, 2014). Desta forma, delimitou-se o problema de pesquisa da seguinte forma: como os estereótipos de gênero e os padrões estéticos hegemônicos relacionados à feminilidade construídos pela nossa sociedade e disseminados pela mídia têm impactado a constituição identitária e a autoimagem e autoestima das mulheres na atualidade? Segundo Sibilía (2008), Novaes (2011) e Ribeiro (2016), por exemplo, a mídia e o conteúdo que veicula têm contribuído para a

³ “Aumento de violência contra a mulher é fenômeno mundial”. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/11/23/com-restricoes-da-pandemia-aumento-da-violencia-contra-a-mulher-e-phenomeno-mundial.ghtml>

manutenção de estereótipos de gênero e padrões de beleza que fazem as mulheres sofrerem.

Assim sendo, urge problematizar tais estereótipos de gênero e padrões de beleza relacionados à feminilidade construídos pela nossa sociedade e frequentemente disseminados pela mídia. É inadmissível que mulheres continuem sendo discriminadas e, em alguns casos, assassinadas apenas por serem mulheres. Além disto, não existem só mulheres altas, brancas, loiras, de olhos claros e magras. Por que estas e não outras características são tidas como sinônimo de beleza e felicidade na atual sociedade brasileira?

São apresentados, a seguir, os objetivos da pesquisa realizada.

Objetivo geral:

Analisar como a feminilidade e a aparência corporal têm sido representadas na mídia na perspectiva de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, a partir de diálogos interdisciplinares entre a psicologia e o campo das artes visuais.

Objetivos específicos:

- Analisar os impactos dos ideais de feminilidade, propagados pelas mídias digitais, sobre a constituição identitária das mulheres na atualidade;
- Investigar os impactos dos ideais de beleza femininos, propagados pelas mídias digitais, sobre a autoimagem e a autoestima das mulheres na atualidade.

Método

A presente pesquisa utilizou uma metodologia qualitativa. Tendo em vista que “a reflexão sobre questões de método é de fundamental importância para a produção de conhecimento” (Alonso & Miranda, 2016, p. 5), Minayo (2007, p. 21) destaca que “(...) a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se ocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade difícil de ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”. Neste sentido, Godoy (1995) assevera que esta metodologia busca investigar os diversos significados que são produzidos pelos sujeitos em um contexto específico.

Ao analisar as formas tradicionais de produção do conhecimento na área da psicologia, González Rey (2005) notou alguns problemas. Segundo o autor, os

princípios epistemológicos do positivismo de Auguste Comte não contemplam as especificidades da subjetividade humana. Além disto, a ênfase exacerbada conferida pelo positivismo aos instrumentos de pesquisa teria convertido sua metodologia em um “instrumentalismo metodológico”, em que “(...) os instrumentos e as técnicas de pesquisa se emanciparam das representações teóricas convertendo-se em princípios absolutos de legitimidade para a informação produzida por eles, as quais não passavam pela reflexão dos pesquisadores” (González Rey, 2005, p. 2).

Dessa forma, a Epistemologia Qualitativa desenvolvida por González Rey (2005) adota três princípios fundamentais para a produção do conhecimento científico na área da psicologia: 1) o caráter construtivo-interpretativo do conhecimento; 2) a legitimação do singular como instância de produção do conhecimento científico e 3) a compreensão da pesquisa, nas ciências humanas, como processo de comunicação, processo dialógico. Portanto, o diálogo como fonte legítima para a produção do conhecimento.

Dito isto, vale destacar que os referidos princípios fundamentais da Epistemologia Qualitativa de González Rey serviram de inspiração e auxiliaram a realização desta pesquisa. Além disto, convém ressaltar que este trabalho não utilizou o Método Construtivo-interpretativo proposto pelo referido autor, pois os objetivos deste estudo requerem a investigação e a análise de crenças e significados atribuídos por diferentes mulheres ao tema investigado e não um exame aprofundado da subjetividade de uma ou apenas duas pessoas.

Participantes

Tabela 1

Dados sociodemográficos das participantes

<i>Nome</i>	<i>Idade</i>	<i>Cor da pele</i>	<i>Local de nascimento</i>	<i>Escolaridade</i>	<i>Profissão</i>	<i>Religião</i>	<i>Cidade/Bairro</i>
<i>Minny</i>	29	<i>Negra</i>	<i>Brazlândia</i>	<i>Pós-graduada</i>	<i>Assistente Social</i>	<i>Cristã-Evangélica</i>	<i>Samambaia</i>

<i>Eugenia</i>	27	<i>Branca</i>	<i>Brasília</i>	<i>Pós- graduada</i>	<i>Assistente Social</i>	<i>Não tem religião</i>	<i>Taguatinga Sul</i>
<i>Eliene</i>	44	<i>Parda</i>	<i>Brasília</i>	<i>Superior Incompleto</i>	<i>Servidora pública</i>	<i>Cristã- católica</i>	<i>Cruzeiro Novo</i>

Materiais e Instrumentos

A realização desta pesquisa contou com os seguintes materiais: um notebook, um gravador de áudio e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE, enviado para cada participante via e-mail. O instrumento utilizado foi um Roteiro de Entrevista composto por uma seção com quinze perguntas e outra seção com quatro mosaicos de seis imagens referentes ao tema do presente estudo.

Procedimentos de construção de informações

Após receber o parecer de aprovação com a autorização para a realização da pesquisa de campo por parte do Comitê de Ética em Pesquisa – CEP UniCEUB, o pesquisador entrou em contato com algumas mulheres a fim de saber se aceitariam participar da pesquisa. Este contato se deu de modo virtual, via *whatsapp*. O pesquisador explicou a pesquisa, em linhas gerais, seus objetivos e as condições da entrevista, como o caráter sigiloso, o fato de que não eram esperadas respostas certas ou erradas e sim suas opiniões pessoais sobre a temática que seria abordada. Assim, agendou-se as entrevistas com as mulheres que aceitaram participar em horários convenientes tanto para o pesquisador quanto para as participantes. Vale destacar que todo o procedimento se deu de modo virtual em virtude da atual Pandemia da COVID-19. Portanto, as entrevistas ocorreram *online* via plataforma do *Google Meet*.

Trinta minutos antes de as entrevistas acontecerem, o pesquisador enviou o TCLE via e-mail para cada uma das participantes, contendo as explicações necessárias sobre a pesquisa. As entrevistas realizadas foram do tipo semiestruturadas.

Todas as entrevistas foram gravadas com o consentimento das participantes. As questões do roteiro de entrevista permitiram diálogos riquíssimos. Muitas das reflexões

das participantes ensejaram a construção de novas questões, que puderam ser feitas graças ao caráter das entrevistas semiestruturadas que, segundo Minayo (2016), combinam perguntas fechadas e abertas e permitem a introdução de novas questões. Assim, pôde-se ir além do roteiro de entrevista em busca das ideias, crenças, dos significados e valores das participantes em prol da melhor compreensão possível da temática deste estudo. Por fim, convém destacar que a realização desta pesquisa foi inteiramente custeada pelo pesquisador.

Procedimentos de Análise

Após a realização das entrevistas, passou-se para a etapa de suas transcrições. Feito isto, realizou-se uma análise das informações construídas por meio da Análise de Conteúdo Temática (Bardin, 1979, citado por Gomes, 2016). O pesquisador transcreveu as entrevistas, foi feita e refeita a leitura do material, houve o destaque de trechos importantes e a partir disto pôde-se criar categorias analíticas temáticas junto a professora orientadora.

Feito isto, a partir dos objetivos da pesquisa e de seu referencial teórico, o pesquisador buscou desvelar e interpretar o conteúdo subjacente às superfícies das entrevistas das participantes, como uma espécie de arqueólogo do conhecimento (Bardin, 1979, citada por Gomes, 2016).

Por fim, vale destacar que a construção das categorias analíticas temáticas junto com a professora orientadora partiu dos objetivos desta pesquisa e levou em consideração os temas mais significativos nas entrevistas. As três categorias analíticas temáticas construídas são: 1) As relações entre homens e mulheres na sociedade brasileira: “mulheres, dias de luta, dias de glória”; 2) Aparência corporal e padrões estéticos hegemônicos difundidos pelas mídias digitais: implicações na autoestima e na autoimagem das mulheres e 3) O enfrentamento das desigualdades nas relações entre homens e mulheres: sugestões das participantes para a desconstrução do sexismo.

Resultados e Discussão

A articulação realizada entre o levantamento bibliográfico, as informações construídas durante as entrevistas com as participantes e a utilização do método de análise de conteúdo em sua vertente temática produziu reflexões significativas sobre os

estereótipos de gênero e os padrões estéticos hegemônicos relacionados à feminilidade construídos pela nossa sociedade e disseminados pela mídia. A apresentação dos resultados se dará por meio das três categorias temáticas construídas, logo a seguir.

As relações entre homens e mulheres na sociedade brasileira: “mulheres, dias de luta, dias de glória”.

Ao serem questionadas sobre o que é ser homem na sociedade brasileira na atualidade, Minny e Eugenia, respectivamente, relataram o seguinte:

“Meu amigo, vou te dizer! Ser homem na [nossa] sociedade é um privilégio e um privilégio dado por homens. Um privilégio bem do tendencioso. Se você for homem, branco, classe média e heterossexual, ah, você está feito na vida! Não vai precisar se preocupar (...) porque não há grandes possibilidades de violações dos seus privilégios”. (Minny, 29 anos).

“(...) acredito que ser homem dentro dessa sociedade patriarcal e machista tem um lado bastante positivo (...) ser homem é bom demais para vocês”. (Eugenia, 27 anos).

Por outro lado, ao serem convidadas a refletir sobre o que é ser mulher na nossa sociedade, Minny afirmou que *“(...) para mim ser mulher é difícil, mas é prazeroso. (...) temos muitas lutas (...). Para mim ser mulher é isso: dias de luta, dias de glória (...)”.* Eugenia, por sua vez, relatou que *“(...) velho, sou mulher e não posso sair ali na rua dez horas [da noite] que fico “cagando” de medo (...) às vezes bate um desespero de viver num mundo que parece que não é pra você”.* Já Eliene afirmou que *“(...) cara, ser mulher é ser um ser diferenciado do todo: força, potencial, resiliência: acho que mulher é assim: se adapta. (...) as coisas não são fáceis, mas é um espetáculo (...)”.*

Depreende-se dos relatos das participantes que ser homem na atual sociedade brasileira parece ser mais fácil que ser mulher. Antes de aprofundarmos na análise desta questão, quero destacar que quando elas foram questionadas sobre o que é ser mulher na nossa sociedade, todas, sem exceção, afirmaram que esta era uma grande questão. Nenhuma delas respondeu impulsivamente. Pelo contrário: as três pararam por um

momento, refletiram e só depois responderam. Além disto, era visível como estavam emocionadas ao fazê-lo.

Estas atitudes das participantes apontam para “o momento da entrevista como espaço dialógico, perpassado pelos significados co-construídos pelo pesquisador(a) e entrevistado(a)” (Madureira e Branco, 2001, p. 63). O que isto quer dizer? Significa que o objeto de estudo da Psicologia – o ser humano – possui especificidades que devem ser levadas em consideração ao ser estudado. Trata-se de uma relação sujeito-sujeito e não sujeito-objeto. Portanto, ao refletirem e se emocionarem diante da indagação “o que é ser mulher para você”, as participantes demonstraram que suas respostas não estavam previamente “prontas em suas cabeças” (Madureira e Branco, 2001), sendo co-construídas na interação pesquisador-entrevistadas.

Quando as participantes afirmam que ser mulher em nossa sociedade é difícil, é viver com medo e é viver tendo que ser forte o tempo todo, elas não estão brincando. Afinal, de acordo com Parker (1991), o homem goza de mais privilégios apenas por ser homem desde o período colonial do Brasil: “as atividades do homem eram dirigidas para o mundo social mais amplo da economia, política e interações sociais, (...) os de sua mulher e filhas eram rigidamente restringidos e limitavam-se ao mundo doméstico da própria família” (Parker, 1991, p. 59).

Partindo dos relatos de Minny e Eugenia, cabe questionarmos: será que ser homem na atual sociedade brasileira é tão mais fácil assim que ser mulher? O que os homens que sustentam uma pretensa superioridade em relação às mulheres realmente têm ganhado? Se se associa masculinidade exclusivamente com fortaleza, atividade e virilidade, por exemplo, isto pode significar que demonstrar fraqueza, vulnerabilidade e expressar os sentimentos e as emoções não é “coisa de homem”. Isto é intolerável, pois ambas as condições são humanas e não uma questão de ser homem ou de mulher.

Que consequências esta forma de pensar e viver pode gerar? Ora, homens “de verdade” não adoecem facilmente. Portanto, não precisam ir ao/à médico(a) com frequência. Assim, ao evitar realizar exames periódicos, podem fazer diagnósticos tardios de doenças graves. Pensando que homens “de verdade” não devem levar “desaforo para casa”, eles podem se envolver facilmente e impulsivamente em discussões e brigas. Já que chorar é “coisa de menina” ou de “marica”, eles não aprendem a expressar seus sentimentos, somatizam e acabam, frequentemente, sofrendo muito. Constatações como estas levam a concluir que “ser homem não é um mar de

rosas” (Myers, 2014, p. 253). “Homens morrem mais que as mulheres”⁴ na atual sociedade brasileira.

A rígida divisão sociocultural das pessoas entre homens e mulheres e o estabelecimento de identidades de gênero e papéis sociais de gênero para elas descreve o que Scott (1995) chama de Sistema Binário de Gênero. Um aspecto dos gêneros binários é o que dissemos a pouco sobre o que é ser homem na atual sociedade brasileira, ou seja, masculinidade como sinônimo de fortaleza, atividade e virilidade. No outro extremo, temos o que é considerado ser mulher, ou seja, feminilidade associada exclusivamente com fragilidade, passividade, dependência e sentimentalismo (Parker, 1991). Isto parece ficar evidente nos seguintes relatos de Minny e Eliene, quando questionadas se já sofreram algum preconceito somente pelo fato de serem mulheres:

“Já!!! Ishi!!! [muita ênfase] De várias formas. Na escola, em grupos de estudo, professor que seleciona. Uma vez participei de um grupo de quatro pessoas. O professor dividiu e caiu para mim apresentar, aí o professor: não, ela não vai apresentar! Ela é menina”. (Minny, mulher negra, 29 anos).

“Eu trabalhava numa central de atendimento, um gerente liga lá e eu atendo. Adivinha o que ele pediu? Para ser atendido por um homem! Ele tinha convicção de que [uma] mulher não saberia auxiliar ele tão bem como um homem e eu não podia desligar a ligação. Aquilo foi tão absurdo!”. (Eliene, servidora pública, 44 anos).

Os relatos de Minny e Eliene demonstram que a rígida hierarquia de gênero construída no Brasil desde os tempos coloniais persiste, infelizmente, até os dias de hoje. E a isto podemos chamar de Sexismo, que, segundo Madureira e Branco (2012, p. 138), “(...) corresponde a uma separação exclusiva (dualista) entre os gêneros masculino e feminino, o estabelecimento de relações de poder desiguais e a associação de significados pejorativos em relação a um dos gêneros”. Trata-se de um tipo específico de preconceito que, entre outros, precisa ser combatido.

Outra situação extremamente preocupante demonstra como é difícil ser mulher na atual sociedade brasileira, qual seja: a violência contra as mulheres. Pesquisas

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/homens-morrem-mais-que-as-mulheres-por-falta-de-prevencao-diz-coordenador-da-sespa.ghtml>

recentes⁵ demonstram que uma mulher é vítima de estupro a cada dez minutos; três mulheres são vítimas de feminicídio a cada um dia; um travesti ou mulher *trans* é assassinada no país a cada dois dias e trinta mulheres sofrem agressão física por hora no Brasil.

A pergunta que não quer calar: por que as mulheres sofrem tanta violência assim no Brasil? De acordo com Adriana Mello (2017)⁶, juíza de direito do Estado do Rio de Janeiro, pode-se afirmar que, entre outros fatores, a violência contra as mulheres ocorre quando elas desejam romper com os estereótipos associados à feminilidade. Em sociedades patriarcais, onde os homens estão no centro, isto é, muitas vezes, inaceitável para eles.

Apesar de não terem sido violentadas fisicamente, pode-se afirmar que Minny e Eliene sofreram discriminação sexista ao serem consideradas incapazes de realizar tarefas que, no imaginário de muitas pessoas ainda, “não são coisa de mulher”. Segundo Pérez-Nebra e Jesus (2011, p. 223), “(...) a categorização que fazemos é o estereótipo; o julgamento sobre o grupo é a atitude, e veja, apenas a atitude negativa é chamada de preconceito. Finalmente, o comportamento baseado nesse preconceito é a discriminação”. Portanto, ter impedido que Minny apresentasse o trabalho e ter menosprezado o auxílio de Eliene só pelo fato de serem mulheres configuram-se como comportamentos discriminatórios que – em hipótese alguma – devem ser tolerados.

Dito isto, urge que se reflita, fale, discuta e questione criticamente os estereótipos de gênero construídos pela nossa sociedade e frequentemente disseminados pela mídia. Levando em consideração que é “responsabilidade do saber psicológico o movimento de pensar sobre as condições históricas que influenciam e criam modos de subjetivação” (Moreira, 2010, p. 01) e que “(...) preconceitos e práticas discriminatórias (...) apresentam implicações subjetivas, como, por exemplo, o sofrimento psíquico (...)” (Madureira e Branco (2012, p. 149), a Psicologia – que deve basear o seu trabalho no respeito e na promoção da liberdade, da dignidade, da igualdade e da integridade do ser humano, visando promover sua saúde e qualidade de vida e contribuir para a eliminação

⁵ “Violência contra as mulheres em dados”. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/violencia-em-dados/>

⁶ “A violência contra a mulher no âmbito familiar”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KO8PyqQc5FQ&t=216s>

de quaisquer formas de discriminação, exploração, violência e opressão⁷ – não pode ficar indiferente.

Profissionais psicólogos e psicólogas, comprometidos com o desenvolvimento humano e a saúde dos indivíduos, devem buscar compreender os mecanismos que sustentam os preconceitos e as práticas discriminatórias e combatê-los. Ainda há muito a ser feito!

Aparência corporal e padrões estéticos hegemônicos difundidos pelas mídias digitais: implicações na autoestima e na autoimagem das mulheres.

Outro fator que pode contribuir para a explicação do porquê “(...) *ser mulher é difícil (...)*” (Minny) na atual sociedade brasileira é o sofrimento psíquico gerado pelos padrões estéticos hegemônicos socialmente construídos e frequentemente disseminados pela mídia. Segundo Sibilia (2008), Novaes (2011) e Ribeiro (2016), por exemplo, conteúdos veiculados pela mídia têm produzido uma verdadeira objetificação das mulheres.

O que isto quer dizer? Significa reduzir as mulheres a objetos. Propagandas de alguns *Sexy Shops* e de algumas marcas de cerveja parecem estar a serviço desta lógica cultural. Desumanizadas, elas são apresentadas “prontinhas para consumo”. Nunca são um “ser-para-si”, mas sempre um “ser-para-outro”. Tornam-se mais um “item” do cardápio cuja finalidade é a satisfação sexual masculina. Deixam de ser consideradas como pessoa e se tornam instrumentos com a finalidade de satisfazer o desejo e a sede de prazer alheios. Assim, o que era para ser uma relação pessoa-pessoa, torna-se uma interação pessoa-objeto sendo que o verbo que está entre esses dois polos é o “usar”.

Após uma análise de algumas obras de arte ocidentais, a partir do Renascimento, Berger (1980) notou que muitas pinturas do corpo nu feminino não tinham a intenção de representar mulheres autônomas, donas de sua própria sexualidade. Na realidade, muitas dessas obras correspondiam a encomendas com o objetivo de satisfazer o desejo e a sede de prazer dos homens. Segundo o autor afirma de forma crítica: “as mulheres existiam para alimentar um apetite e não para terem apetites seus” (Berger, 1980, p. 59). Ao analisar a magnífica escultura intitulada de *O Beijo* (1880-1889), de Rodin, Loponte (2002) conclui o mesmo que Berger. Trata-se de uma escultura de um homem e de uma mulher se beijando. Observa-se que ele foi esculpido por cima dela, denotando poder e

⁷ Código de Ética do Psicólogo(a), disponível em: <https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2012/07/codigo-de-etica-psicologia.pdf>

atividade. A mulher, historicamente concebida como sinônimo de passividade (Parker, 1991), foi representada embaixo dele pelo artista, denotando docilidade e submissão.

Ao ser indagada sobre os padrões estéticos hegemônicos de beleza, Minny contou a seguinte história:

“(...) a gente foi para a Bahia (Minny e sua Mãe). Meu cabelo já tava todo natural. (...) Tirei uma foto nesse dia: tava tão feliz naquela foto! (...) E aí lembro que botei meu cabelo “black”, estilo anos oitenta, amo usar ele assim. Quando sai de casa, minha avó disse: vai procurar um pente e arrumar seu cabelo! Foi a forma de ela me dizer: minha filha, a sociedade não vai te aceitar desse jeito! As coleguinhas passavam na porta, começavam a rir, tinha treze para quinze anos, riam, começavam a zoar, diziam que [eu] não tinha pente. (...) No outro dia pedi à minha Mãe para trançar meu cabelo. Cheguei em Brasília e passei a alisar meu cabelo (...)”.

Depreende-se do relato de Minny que a nossa sociedade parece possuir um *script* em relação à aparência corporal. Beleza é sinônimo de ter a pele branca, ser alto(a), ter cabelo longo, liso e louro, possuir olhos claros e ter um corpo magro, esbelto e curvilíneo. Além disto, não basta ser belo(a), mas é preciso ter condições de manter esta beleza. Para isto, é preciso ter dinheiro para frequentar a academia de ginástica, os salões de beleza, realizar procedimentos estéticos no rosto, na barriga e até na genitália (ex.: vaginoplastia).

A Corpolatria ou “moda do culto ao corpo” parece ser uma característica da contemporaneidade. Segundo Novaes (2011, p. 479), “o corpo adquire na contemporaneidade um estatuto nunca antes experimentado”. Se na Idade Média cuidar da alma era mais importante que cuidar do corpo, atualmente as coisas parecem ter se invertido: tudo o que nós somos é o nosso corpo, um corpo plástico, transformável. A anatomia não é mais destino. Para Costa (2003, p. 154), citado por Novaes (2011, p. 485), “(...) hoje o sujeito serve ao corpo em vez de servir-se dele”. Trata-se da Autocracia do Corpo: “(...) um braço sarado, seco e definido; o corpo como objeto de consumo, objeto de prazer. (...) o bíceps, a panturrilha ou a rígida musculatura do abdome como ícone de perfeição, a escultura perfeita, a obra de arte a ser admirada” (Novaes, 2011, p. 484).

De acordo com Ribeiro (2016), a mídia, a serviço da Indústria da Beleza, divulga “corpos perfeitos”, caracterizados como magros, joviais e saudáveis e associa tais corpos à ideia de felicidade. Ou seja, ser feliz na contemporaneidade seria ter uma bela aparência física, bem adequada aos padrões estéticos hegemônicos.

Que chances uma garotinha negra, cabelo *black power* tem de viver satisfeita consigo mesma em uma sociedade como esta? Segundo Fanon (2008, p. 104), “no mundo branco, o homem de cor encontra dificuldades na elaboração de seu esquema corporal. O conhecimento do corpo é unicamente uma atividade de negação. É um conhecimento em terceira pessoa. Em torno do corpo reina uma atmosfera densa de incertezas”. Sentindo-se desconfortável e insatisfeita com seu cabelo e consigo mesma, Minny pediu à sua Mãe para alisar seu cabelo. Ao ser indagada sobre o que é beleza, a participante relatou: “(...) *não me via como bonita (...) Eu queria me ver (...) como qualquer coisa que não fosse negro (...) por causa dessa construção do que é [o] belo (...) não gostava do que via quando me olhava no espelho*”.

Este relato de Minny revela o quanto os padrões estéticos hegemônicos de beleza construídos pela nossa sociedade e frequentemente disseminados pela mídia podem ser destrutivos para uma pessoa, chegando até a fazer com que odeie a si mesma. Os danos provocados por esta ditadura da beleza sobre a autoimagem e autoestima das pessoas podem ser gravíssimos e irreversíveis.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Revista Feridas⁸, o Brasil é o país que mais realiza cirurgias plásticas no mundo. O silicone e a lipoaspiração são os procedimentos mais procurados. Este dado é muito interessante para a nossa análise, pois faz sentido que uma cultura que preconiza corpos esculturais tenha suas salas de cirurgia plástica/estética lotadas.

Ao refletir sobre a forma como a beleza aparece em redes sociais como o *whatsapp*, o *instagram* e o *facebook*, Eugenia relata o seguinte: “(...) *padrão que vemos há muito tempo na mídia, do homem e da mulher com corpo escultural, aquela perfeição (...) nessas redes (...) você tem vários filtros, a opção de esconder a estria, a espinha, o bigode que você não fez, faça isso direto*”. O relato de Eugenia nos remete a uma das principais características das sociedades ocidentais capitalistas contemporâneas, qual seja: o espetáculo.

⁸ Disponível em: <http://www.revistaferidas.com.br/brasil-e-o-pais-que-mais-realiza-cirurgias-plasticas-no-mundo/>

Segundo Debord (1997), nossa sociedade pode ser pensada como uma Sociedade do Espetáculo, em que “aparecer” é muito mais importante que “ser”. Se a modernidade foi caracterizada pelo “penso, logo existo”, ao que parece a pós-modernidade pode ser caracterizada pelo “apareço, logo existo”. Neste sentido, Bauman (2008) afirma que “na era da informação, a invisibilidade equivale à morte”.

Ao refletir sobre a pós-modernidade, Sibilia (2008) defende que a subjetividade interiorizada moderna, cujos valores são a introspecção, discrição e intimidade está se transformando no que se poderia chamar de subjetividade exteriorizada pós-moderna, cujo valor máximo é a visibilidade, culminando no que a autora chamou de “hipertrofia do eu”. Desta forma, urge que os sujeitos contemporâneos exponham seus *selves* nas vitrines virtuais, aparecendo sempre belos(as), sarados(as), ricos(as), alegres e felizes. Não tem importância se, na verdade, a pessoa estiver em um dia ruim, triste com alguma coisa, passando por alguma dor ou sofrimento. Isto foi solucionado, como disse Eugenia, pelos filtros.

Ao refletir sobre a complexidade das sociedades contemporâneas, Serres (2013, p. 83) postula – ironicamente – a existência de um quarto poder – além do legislativo, judiciário e executivo –, qual seja: o midiático. Se pararmos para prestar atenção, notaremos que realmente a mídia exerce muito poder e muita influência sobre as nossas vidas: “(...) opera como constituidora de identidades. (...) produz valores e saberes. Regula modos de ser e condutas. Reproduz identidades. Ensina modos de ser homem e mulher, de masculinidades e feminilidades” (Sabat, 2001, p. 9).

Trata-se do “(...) poder da imagem ideal, que sugestiona o sujeito (...). A perspectiva de identificação com uma imagem totalizante, idealizada e controlada está (...) na origem do tratamento que alguns de nossos contemporâneos (...) impõe a seus corpos” (Novaes, 2011, p. 483). Entretanto, segundo Eliene, esta perfeição é ilusão: “*A ilusão da perfeição, de que tudo é perfeito, de que as pessoas são sempre felizes. As pessoas são sempre “hienas” e isso não é verdade, não é real. Todo mundo tem problema (...)*”. Este relato de Eliene nos instiga a refletir criticamente sobre os padrões estéticos hegemônicos de beleza. Ao ser indagada sobre o que é o que não é ser belo(a), Eugenia destacou que “*(...) [beleza do corpo] não é tudo! Até porque não existe perfeição. (...) E quanto antes você descobre isso, melhor, porque você não vai se importar com a ruga, a flacidez, o cabelo branco. (...) ser bonito(a) não é só ser padrão! (...)*”.

Portanto, precisamos ser mais críticos(as) quanto aos padrões de beleza criados pela nossa sociedade e frequentemente disseminados pela mídia. Tendo em vista que bilhões de pessoas em todo o mundo tornaram-se usuárias das redes sociais⁹, urge problematizarmos os conteúdos produzidos e disseminados por elas. O mundo não é feito só de pessoas brancas, dos olhos claros, dos cabelos louros e do corpo magro, esbelto e curvilíneo. Existe uma diversidade de belezas e é inadmissível que esta diversidade continue sendo inferiorizada e desprezada.

Inspirado no relato de Minny, questiono: por que ficar recusando quem você é por causa de ideais estéticos de perfeição, que chegam a ser irreais? Talvez este relato de Eugenia ajude quem está sofrendo por estar insatisfeito(a) consigo mesmo(a) por causa destas exigências estéticas cruéis: “(...) *beleza (...) é você conseguir ser, se aceitar como é, gostar de você do jeito que você é (...)*”.

O enfrentamento das desigualdades nas relações entre homens e mulheres: sugestões das participantes para a desconstrução do sexismo.

Vivemos, infelizmente, em uma sociedade extremamente preconceituosa. Inúmeros(as) cidadãos e cidadãs sofrem, por exemplo, porque têm uma cor de pele que destoa da cor de pele “padrão”. Segundo Bento (2009, p. 25), “(...) o(a) branco(a) aparece como modelo universal de humanidade, alvo da inveja e do desejo dos grupos não-brancos, encarados, portanto, como não tão humanos. (...) grupo padrão de referência de toda uma espécie (...)”. Ao tratar deste assunto, Fanon (2008, p. 125) afirma que a sociedade vê o negro e a negra como “(...) um animal; o preto é ruim, o preto é malvado, o preto é feio; (...) a roupa do preto cheira a preto, os pés do preto são grandes (...) a emoção é negra como a razão é grega (...) o pecado é preto como a virtude é branca (...) sentimento de inexistência (...)”.

Como esquecer o caso de Alan Turing, considerado o pai da computação, que sofreu castração química e foi proibido de entrar nos EUA por ser homossexual?¹⁰. Como “digerir” a notícia de que os casos de Femicídio não param de aumentar em 2021?¹¹. Qual a origem da intolerância, aversão, do ódio e da violência contra aquele ou

⁹ Disponível em: <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n173586/4-bilhoes-pessoas-conectadas-internet-rede-social.html>

¹⁰ Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2017/02/alan-turing-pai-da-computacao-sofreu-castracao-quimica-e-foi-proibido-de-entrar-nos-eua-por-ser-homossexual/>

¹¹ Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/05/24/femicidios-aumentam-em-2021-e-pesquisadora-alerta-sobre-perigo-para-mulheres-do-rs>

aquela que é diferente de mim? Um país em que 81% de sua população é cristã (50% católicos[as] e 31% evangélicos[as])¹², religião cujo ensinamento supremo é “amar ao próximo como a si mesmo(a)” (Mt 22: 37-39), não deveria estar apresentando índices de violência contra negros(as), homossexuais e mulheres tão altos como os que temos visto.

Quando questionada sobre o que pode ser feito para combater essa cultura do ódio e do preconceito, Minny asseverou o seguinte:

“Faço palestras quando as escolas [me] convidam. (...) Educar as crianças, os adolescentes, promover debates (...) [para que] as pessoas possam refletir um pouco sobre suas atitudes, seus preconceitos e decidir que caminhos vão seguir. Através de (...) embates também, pois é uma luta. (...) [É preciso] se perceber, identificar seus [próprios] preconceitos (...) e procurar mudança”. (Minnie, mulher negra, 29 anos).

Minnie abordou um ponto muito importante: a educação. Como vimos nas seções anteriores, estamos em uma sociedade que nos ensina desde criança a sermos preconceituosos(as)¹³. Neste sentido, Madureira e Branco (2012, p. 142) afirmam que “as pessoas não nascem (...) preconceituosas, elas aprendem as “lições” do preconceito e da discriminação com seus pais (...), professores, com a mídia (...)”.

Desta forma, pais, mães, responsáveis, professores e professoras, a mídia e cada sujeito individualmente precisam conscientizar-se sobre a importância da luta contra os preconceitos. Ao refletirem sobre o que poderia ser feito em ambientes escolares, Madureira e Branco (2012, p. 154) sugerem o seguinte: “(...) abertura de discussão e problematização sobre o enraizamento afetivo e histórico-cultural dos preconceitos. (...) a integração de objetos de estudo como sexualidade, gênero, classe social, identidade étnica, religiosa e cultural (...) discussão mais ampla sobre a promoção da cidadania e dos direitos humanos (...)”.

Segundo a participante Eugenia, é preciso “(...) *levar reflexão para a galera. (...) Se a gente plantar a semente, nem que seja dez anos depois, ela vai refletir*”. Produzir

¹² Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>

¹³ Afirmando isto com propriedade, pois aconteceu comigo. Lembro-me de possuir alguns privilégios por ser homem e ser mais velho em relação a minha irmã. Por ser homem, tinha direito a uma mesada maior e, por ser mais velho, tinha que ser respeitado a qualquer custo.

reflexão sobre a cultura do ódio e do preconceito significa muito mais que apenas pensar sobre este assunto: é preciso falar sobre os preconceitos! É preciso desconstruir o mito da Democracia Racial de Gilberto Freyre!¹⁴ É mentira que o Brasil é um dos países mais “tolerantes” a diversidade! Neste sentido, Angela Davis, filósofa estadunidense, afirma que “não basta não ser racista, mas é preciso ser antirracista”¹⁵.

Alguém poderia se perguntar: como ser antirracista? Ou anti-homofóbico, ou anti-sexista? Talvez nos sintamos como formiguinhas diante desta enorme missão. Na realidade, ao contrário do que se possa pensar, não se combate esta cultura do ódio e do preconceito apenas com ações extraordinárias, como o fizeram Nelson Mandela e Martin Luther King, por exemplo. Como verdadeiras “formiguinhas”, determinadas e persistentes que são, podemos começar pelas pequenas coisas, como, por exemplo, não rir de uma piada racista. Parece irrelevante, como o serviço de uma formiga, mas, na realidade, faz muita diferença: “(...) *a luta é no dia a dia, fazendo um pouquinho aqui e ali. (...) o que posso fazer na minha família, no meu trabalho?*”. (Eliene, 44 anos, assistente social).

Ao refletir sobre identidade e alteridade, Woodward (2000) afirma que a identidade depende de algo fora dela para existir, distingue-se pelo o que não é; faz-se pelo reconhecimento da diferença, ou seja, para se reconhecer uma identidade há necessidade da existência de outra. Não há eu que se constitua sem um não-eu. Portanto, não existe “identidade” sem os outros!

Desse modo, questiono: o que será de nós se continuarmos achando que “o inferno são os outros”?¹⁶. Ao chegarem nestas terras por volta de 1492, os portugueses depararam-se com nativos e nativas, com o que se convencionou chamar de índios(as). Foi mais ou menos assim que alguns desses portugueses descreveram esses(as) nativos(as): seres desprovidos(as) de alma, infernais, diabólicos(as)¹⁷. Muitos séculos se passaram e em pleno século XXI negros, homossexuais, mulheres ou o que destoa da “superioridade” branca europeia ainda continua sendo visto e tratado como seres estranhos, suspeitos e “do mal”. Isto não pode continuar!

¹⁴ Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historia/democracia-racial.htm>

¹⁵ Disponível em: <http://www.justificando.com/2019/05/24/em-politicas-publicas-nao-basta-nao-ser-racista-e-necessario-ser-antirracista/>

¹⁶ Famosa citação do filósofo existencialista Jean-Paul Sartre, disponível em: <https://super.abril.com.br/ideias/o-inferno-sao-os-outros-sartre/>

¹⁷ Disponível em: <https://www.franca.unesp.br/Home/Pos-graduacao/tese-versao-final-fabio-eduardo-cressoni.pdf>

Considerações Finais

O presente estudo objetivou investigar estereótipos de gênero e padrões estéticos hegemônicos relacionados à feminilidade construídos pela nossa sociedade e disseminados pela mídia e seus possíveis impactos sobre a constituição identitária e a autoimagem e a autoestima de mulheres na atualidade. Para isto, realizou-se amplo levantamento bibliográfico e três entrevistas semiestruturadas individuais virtuais com mulheres de diferentes idades e pertencimentos étnico-raciais do Distrito Federal.

Os resultados e a discussão, momento de articulação entre o teórico e o empírico, demonstraram que a sociedade brasileira ainda é extremamente preconceituosa, em pleno século XXI. Todas as participantes da pesquisa relataram terem sido discriminadas pelo menos alguma vez na vida apenas por serem mulheres. Ao ser indagada sobre os altíssimos índices de violência contra as mulheres em nosso país, Minny confessa que tem receio de virar uma dessas capas de jornal, de virar mais uma dessas estatísticas. Neste sentido, Eugenia conta que quando vê essas notícias, fica perplexa, angustiada. Enquanto é com uma, diz estar sendo com ela também.

Além disto, constatou-se que os padrões hegemônicos de beleza construídos pela nossa sociedade e disseminados pela mídia têm produzido muito sofrimento psíquico entre os(as) usuários(as) das redes sociais. A sociedade capitalista ocidental sustenta que para ser feliz é preciso cuidar, sobretudo, da aparência física. Trata-se da sociedade da “Corpolatria”. Ademais, felicidade também é concebida como sinônimo de bem-estar e prazer imediatos e ininterruptos, excluindo, assim, a dor e o sofrimento.

Apesar disto tudo, os diversos autores citados nesta pesquisa e todas as entrevistadas afirmam que não podemos nos acomodar. É preciso continuar lutando para que preconceitos e discriminações diminuam e acabem na nossa sociedade. Estamos em um Estado Democrático de Direito. Tanto homens como mulheres, brancos(as) e negros(as), heterossexuais e homossexuais, magros e gordos, jovens e idosos devem ser tratados como seres humanos e não como objetos.

Dito isto, defendo que precisamos recuperar uma visão de mundo e de homem que conceba o ser humano como fim, e não como meio; como valor absoluto. É inaceitável que o ser acolhido(a) e amado(a) esteja condicionado a um determinado tom de pele, a uma orientação sexual específica ou a uma adequação a cruéis padrões estéticos hegemônicos de beleza. Imaginemo-nos diante de duas opções: “a diferença pode ser construída negativamente – com a exclusão ou a marginalização das pessoas

definidas como “outros”, como forasteiros (...) [ou] pode ser considerada fonte de diversidade, heterogeneidade (...) enriquecedora” (Woodward, 2000, p. 50). Cultura do ódio ou da paz e do amor? Morte ou vida? De que lado vamos nos posicionar? Em vez de maltratarmos o não-eu, do qual dependemos para a formação de nosso próprio eu, passemos a acolhê-lo, incluí-lo e amá-lo!

Referências

- Alonso, A., Lima, M., & Almeida, R. (2016). *Métodos de pesquisa em ciências sociais: Bloco Qualitativo*. São Paulo: CEBRAP.
- Bauman, Z. (2005) *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed.
- Bartholo, R. e Tunes, E. (Org.) (2010). *Nos limites da ação: preconceito, inclusão e deficiência*. São Carlos/SP: EDUFSCAR, pp. 41 a 55.
- Bento, M. A. S. (2009). *Branqueamento e branquitude no Brasil*. In: Carone, I.; Bento, M. A. S. (org.) *Psicologia Social do Racismo: Estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Demo, P. (2001). *Pesquisa e informação qualitativa: aportes metodológicos*. Campinas – SP: Papyrus. [Capítulo: Acertos categoriais].
- Fanon, F. (2008). *Pele negra, máscaras brancas*. Tradução de Renato da Silveira, Salvador: EDUFBA.
- Galinkin, A. L. & Zauli, A. (2011). *Identidade social e alteridade*. Em C. V. Torres & E. R. Neiva (Orgs.), *Psicologia Social: principais temas e vertentes* (pp. 253-261). Porto Alegre: Artmed.
- Godoy, A. S. (1995). *Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades; Uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais*. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, volume 35, número 2, páginas 57-63, mar./abr.
- Gomes, R. (2016). *Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa*. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 72-95). Petrópolis – RJ: Vozes.
- González Rey, F. (2005). *Pesquisa qualitativa e subjetividade: os processos de construção da informação*. São Paulo: Thomson.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A editora.

- Loponte, L. G. (2002). *Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino*. Estudos Feministas, 10(2), 283-300. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v10n2/14958.pdf>
- Madureira, A. F. A. (2010a). *Gênero, sexualidade e processos identitários na sociedade brasileira: tradição e modernidade em conflito*. Em A. L. Galinkin & C. Santos (Orgs.), *Gênero e Psicologia Social: interfaces* (pp. 31-63). Brasília: Tecnopolik.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2001). *A pesquisa qualitativa em psicologia do desenvolvimento: questões epistemológicas e implicações metodológicas*. Temas em Psicologia, 9(1), 63-75. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v9n1/v9n1a07.pdf>.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2012). *As raízes histórico-culturais e afetivas do preconceito e a construção de uma cultura democrática na escola*. Em A. U. Branco & M. C. S. L. Oliveira (Orgs.), *Diversidade e cultura da paz na escola: contribuições da perspectiva sociocultural* (pp. 125-155). Porto Alegre: Mediação.
- Minayo, M. C. S. (2016). *O desafio da pesquisa social*. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-28). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Moreira, J. O. (2010). *Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na Subjetividade*. Psicol. Am. La., n. 20, pp. 1-6.
- Mundim, J. F. (2017). *A crise da educação contemporânea e a escola: o que paira sobre o chão que pisamos?*. (Tese de Doutorado em Educação) – Universidade de Brasília.
- Myers, D. G. (2014). *Preconceito: desgostar dos outros*. Em D. G. Myers, *Psicologia Social* (pp. 246-278). 10a ed. Porto Alegre: AMGH.
- Novaes, J. V. (2011). *Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social*. Em M. Del Priore & M. Amantino (Orgs.), *História do Corpo no Brasil* (pp. 477-506). São Paulo: Unesp.
- Parker, R. (1991). *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Editora Best Seller.
- Pérez-Nebra, A. R. & Jesus, J. G. (2011). *Preconceito, estereótipo e discriminação*. Em C. V. Torres & E. R. Neiva (Orgs.), *Psicologia social: principais temas e vertentes* (pp. 219-237). Porto Alegre: ArtMed.
- Ribeiro, V. M. M. (2016). *A psicologia clínica e a prevenção das doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea*. Brasília: FCES, UniCEUB (Monografia, graduação).
- Sabat, R. (2001). *Pedagogia cultural, gênero e sexualidade*. Estudos Feministas, 9(1), 9-21.
- Sawaia, B. B. (2014). *Identidade – Uma ideologia separatista?* Em B. B. Sawaia (Org.), *As artimanhas da exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social* (pp. 121-129). Petrópolis – Rio de Janeiro: Editora Vozes.

- Scott, J. W. (1990). *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. Educação e Realidade, vol. 16, n. 2, Porto Alegre.
- Serres, M. (2013). *Polegarzinha: uma nova forma de viver em harmonia, de pensar as instituições, de ser e de saber*. 5ª Edição. Editora Bertrand Brasil.
- Sibilia, P. (2008). *Eu, eu, eu... você e todos nós. Em: O Show do Eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, p. 7-27.
- Silveira, M. D. P. (2004). *Efeitos da Globalização e da Sociedade em Rede via internet na formação de identidades contemporâneas*. Psicol. cienc. prof., vol. 24, n. 4, pp. 42-51.
- Woodward, K. (2000). *Identidade e diferença: uma introdução conceitual*. Em T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis - RJ: Vozes.