



FACES – Faculdade de Ciências da Saúde
Curso de Graduação em Psicologia
Disciplina: Produção de Artigo
Aluna: Giovanna Alves da Silva Campos
Orientadora: Profa. Dra. Ana Flávia do
Amaral Madureira

Feminilidade, Aparência Corporal e Mídia: Diálogos entre a Psicologia e as Artes

Visuais

Resumo

As exigências sociais relacionadas a cada gênero podem acarretar em diversos tipos de sofrimento em aspectos diferentes para homens e para mulheres. Em relação às mulheres, a regulação corporal é feita por várias instâncias sociais e, a mídia é uma instância que pode estar associada à insatisfação corporal, e conseqüentemente, à realização de diversos procedimentos estéticos. Tendo isso em vista, o objetivo desta pesquisa é 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. Em termos metodológicos, foram realizadas três entrevistas semiestruturadas, individuais e virtuais, de forma integrada à apresentação de imagens previamente selecionadas. As entrevistas foram analisadas com base na Análise de Conteúdo em sua vertente temática e, alguns resultados significativos foram a percepção das participantes sobre expectativas de gênero, discussão sobre estereótipos de gênero, padrão estético e aprisionamento feminino e, questões acerca da perda da juventude e o envelhecimento como algo individual. Tendo isso em vista, as principais contribuições da pesquisa realizada foram a colaboração desta para a produção acadêmica acerca de uma temática atual e de grande relevância social, devido ao sofrimento psicológico vivenciado por mulheres para se enquadrarem em padrões sociais.

Palavras-chave: Identidade de gênero, Feminilidade, Masculinidade, Mídia, Padrões Estéticos Hegemônicos.

Atualmente, o acesso à informação passou a ser cada vez mais facilitado e rápido. Segundo uma pesquisa realizada pelo IBGE, em 2018, 79,1% dos domicílios brasileiros faziam a utilização da internet e, entre esses, 99,2% da internet era utilizada em um telefone móvel.¹ Nesse mesmo estudo, é relatado que o principal objetivo de acesso à internet via celulares é o “envio e recebimento de mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos”, completando 95,7% dos usuários. Sendo assim, entende-se que grande parte da população brasileira tem acesso ao Whatsapp, FaceBook e Instagram que são as redes sociais mais utilizadas no país². Além disso, o Brasil é o segundo país que mais faz a utilização da internet

¹ Disponível em:

<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>

² Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

por dia, sendo que 40% do tempo em que os brasileiros estão “online” é gasto em mídias sociais (Abjaude, Pereira, Zanetti & Pereira, 2020).

O hábito de utilizar essas redes ainda é relativamente recente, como é mencionado por Abjaude et al (2020), até mesmo porque os meios de comunicação vão se tornando mais eficazes no decorrer da história; a internet, por exemplo, foi criada em 1969³ e só chegou no Brasil em 1988⁴, demorando para ser acessível à toda população. Estes autores ressaltam que o fato das pessoas ficarem muito tempo utilizando as redes sociais pode estar relacionado com o desenvolvimento de sofrimento mental, devido ao “sentimento de isolamento do mundo real”. Sendo assim, acredita-se que pesquisas sobre mídias sociais e suas articulações com a saúde mental são de extrema relevância.

Em relação à saúde mental, é possível considerar que os transtornos mentais mais preocupantes atualmente são a ansiedade e a depressão, até mesmo devido a tamanha repercussão destes nas mídias sociais e o excesso de diagnósticos e autodiagnósticos desses transtornos nos dias de hoje. A depressão, em muitos casos está associada ao suicídio e este, infelizmente, é muito recorrente. No ano de 2017, no Brasil, ocorreram 10.218 suicídios entre homens e 2.828 suicídios entre mulheres (Ferreira, 2019).⁵ Sendo assim, os homens são mais “eficazes” em tirar a própria vida, muito provavelmente pelos métodos que utilizam, sendo estes, principalmente, o enforcamento (13%) e armas de fogo (4,2%).

Por outro lado, segundo Ferreira (2019), as mulheres lideram casos de violência autoprovocada (ideação suicida, automutilações, tentativas de suicídio, e suicídio) e, utilizam métodos menos eficazes, como envenenamento para a tentativa de autoextermínio. Nesse sentido, existe a hipótese de que as mulheres não costumam usar métodos que podem afetar seu rosto no suicídio e esta pode ser confirmada pelo dado de que somente 0,7% das mulheres escolhem armas de fogo, por exemplo. Com base nisso, infere-se que as mulheres se preocupam com a aparência até mesmo no momento em que vão se matar.

Há controvérsias em relação aos dados de mulheres terem mais depressão por serem mais emotivas ou se elas só aparecem mais nas estatísticas porque esses casos são mais documentados, tendo em vista que, socialmente, os homens não são ensinados a demonstrarem emoções tradicionalmente associadas à feminilidade (tristeza, sensibilidade e até mesmo amor) por serem julgados “menos homem” ao expressar tais sentimentos (Holanda, 2020). Portanto, uma das únicas emoções que é permitida a expressão por parte

³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>

⁴ Disponível em: https://www.oficinadanet.com.br/artigo/904/o_comeco_da_internet_no_brasil

⁵ Disponível em: <http://www.generonumero.media/suicidio-violencia-autoprovocada-homens-mulheres/>

dos homens é a raiva e, muitas vezes, ela vem acompanhada da agressividade, dado exemplificado por Centurian (2019)⁶ quando afirma que 95% dos homicídios do mundo são cometidos por homens e que, muitas vezes os homens, desde pequenos são incentivados a serem agressivos, sendo esta atitude vista, muitas vezes, como “coisa de menino” (Holanda, 2020).

Tendo isso em vista, comprova-se que alguns padrões sociais de comportamento e de aparência, por exemplo, são disseminados pelas pessoas e também pela mídia. Há alguns padrões incentivados socialmente que não se modificaram muito considerando o tempo de 60 anos, como o padrão de feminilidade e masculinidade em que mulheres precisam ser “belas, recatadas e do lar”, por exemplo; entretanto, esses padrões passaram a ser questionados, porém, ainda precisam passar por muitas mudanças para que um novo modelo de masculinidade e feminilidade possa ser reconhecido como vigente. E existem alguns padrões, como os estéticos, que se modificaram diversas vezes, porém, a partir do século XXI, eles tiveram poucas mudanças sendo que desde a década de 40 o corpo magro passou a ser o mais valorizado socialmente (Sousa, 2017)⁷.

Atualmente, o padrão estético feminino disseminado é o de corpos brancos, jovens e magros, com curvas e músculos definidos e, o fato de muitas mulheres não terem esses corpos naturalmente, pode levá-las à insatisfação corporal e, conseqüentemente, a recorrerem a diversas formas de modificações corporais. A partir disso, infere-se que a satisfação corporal é um elemento importante para a saúde mental, e até mesmo a física, e que a mídia tem um importante papel nesse aspecto. Tendo isso em vista, o problema de pesquisa delimitado é: qual é o papel da mídia nos processos identitários relacionados à feminilidade e à aparência corporal?

Identidade, gênero e aparência corporal: estereótipos associados à feminilidade

Construir uma identidade, tendo em vista o contexto social em que estamos inseridos, pode ser uma maneira de ajudar a responder a famosa questão filosófica de “quem sou eu?”, porque é a partir desse contexto que será construída a identidade social (Woodward, 2000). Em relação ao termo "identidade", Galinkin e Zauli (2011) argumentam que uma identidade refere-se ao que uma pessoa é, em oposição ao que ela não é. Para as autoras, é a partir da auto identificação que a pessoa irá ser igual a uns e diferente de outros, ou seja, é isso que faz

⁶ Disponível em:

<https://www.deviant.com.br/noticias/ciencia/comportamento-agressivo-genero-cultura-e-violencia-2/>

⁷ Disponível em: <https://www.institutoaci.com/single-post/2017/10/26/a-beleza-que-muda-ao-longo-dos-tempos>

com que a pessoa se sinta única e, ao mesmo tempo, se sinta parte integrante de alguns grupos sociais.

Nesta perspectiva, as autoras mencionadas destacam que a identidade é relacional, caracterizada pela diferença e constituída a partir de interações sociais (Galinkin & Zauli, 2011; Woodward, 2000). Segundo Galinkin e Zauli (2011), a auto identificação depende da comparação do indivíduo com seus semelhantes e também com seus díspares, sendo um processo de reconhecimento e de diferenciação.

Nesse sentido, Tajfel (1981, citado por Del Prette & Del Prette, 2003) afirma que as identidades sociais integram o autoconceito do indivíduo, o qual é construído a partir da filiação em grupos sociais, os quais são atribuídos de significados emocionais e valores ligados a esta filiação. Esse autor é conhecido por sua Teoria da Identidade Social, a qual argumenta que a autoestima das pessoas é influenciada pelo sucesso ou fracasso dos grupos que fazem parte. Assim como Tajfel, Woodward (2000) discute que a identidade é relacional e marcada pela diferença, estabelecida entre “nós” e “eles” para que assim, possamos, de certa forma, saber quem somos, ou pelo menos, saber quem não somos.

Tendo em vista que somos constituídos por múltiplas identidades sociais, as identidades de gênero serão o foco da análise em questão. Nesse sentido, Madureira (2010) discute que o conceito de gênero é uma ferramenta política e analítica tendo em vista as relações desiguais de poder e, é relevante para todas as ciências humanas, além de possibilitar a compreensão de diversos fenômenos. Além disso, Madureira e Branco (2004, citado por Madureira 2010), gênero é um conceito importante no processo cultural de tornar-se homem ou mulher.

Aprofundando essa discussão, Parker (1991) também destaca que se tornar homem ou mulher é um processo cultural e, no contexto brasileiro, esse desenvolvimento é delineado de forma evidente, sendo que o processo de diferenciação é de extrema importância. Para o autor, no contexto da sociedade brasileira, o homem é constituído como o sexo forte e nobre, socialmente caracterizado por sua virilidade, por sua (suposta) superioridade, poder e potencial para a violência, além de ter sua vida voltada à esfera pública. Já a mulher, é socialmente vista como o sexo fraco e belo, caracterizada por sua (suposta) inferioridade e submissão e, sua vida seria voltada à esfera privada, ou seja, deveriam ficar em casa para cuidar desta e dos filhos.

Nesta perspectiva, Zanello (2018) argumenta que a palavra “gênero” articula três instâncias básicas: a atribuição de gênero, a identidade de gênero e o papel de gênero. A autora discorre sobre três dispositivos para se pensar a constituição das identidades de

gênero: os dispositivos amoroso e materno relacionados às mulheres e o dispositivo de eficácia relacionado aos homens (Baére e Zanello, 2018). Segundo a autora, os dispositivos têm um importante papel na constituição das identidades do sujeito, pelo fato deles acarretarem em processos de subjetivação. E, de acordo com Foucault (1996, citado por Zanello, 2018, p. 55), “o dito e o não dito são os elementos do dispositivo”, o qual configura-se em “máquinas de fazer ver e de fazer falar”.

O dispositivo amoroso, analisado por Zanello (2018), é baseado no ideal de amor romântico e burguês, supervalorizando o matrimônio, e aceitando o amor como uma experiência vital para a constituição da identidade feminina. Para a autora, o amor é a maior forma de desempoderamento feminino na nossa cultura. Nesse sentido, Swain (2012, citado por Zanello, 2018) afirma que: “É a reprodução de antigas fórmulas que caracteriza as mulheres: doces, devotadas, amáveis e, sobretudo, amantes. O amor as atualiza na expressão identitária de `mulheres`: é sua razão de ser e viver. (...)” (p. 83-84). Dessa forma, é possível enxergarmos a reprodução cotidiana de um determinado padrão de feminilidade difundido socialmente.

O dispositivo amoroso proposto por Zanello (2018), assim como a metáfora da “prateleira do amor” teorizada pela mesma autora, destacam que a “validade identitária” só é conquistada quando a mulher é escolhida afetivamente por um homem. Segundo a autora, a prateleira do amor é extremamente desigual e supõe que as mulheres estão dispostas para os homens assim como “mercadorias” em uma prateleira, sendo que as mulheres que estão em um lugar privilegiado, ou seja, na frente, são as brancas, jovens, loiras e magras.

Representações femininas midiáticas, artes visuais e padrões estéticos hegemônicos

O modo como as mulheres são representadas atualmente tem relação com as artes visuais do Ocidente e, segundo Berger (1999), essa representação parte de uma premissa, ancorada nos estereótipos de gênero, de que as mulheres são seres passivos, submissos, feitas para agradar o espectador, que nesse caso, seria o homem. Na contemporaneidade, os corpos femininos são vistos como objetos de contemplação masculina, e como algo ao qual a perfeição é possível de ser atingida, sendo que é ensinado a forma como buscar esse “corpo perfeito” em revistas e na mídia em geral (Loponte, 2002).

Segundo Loponte (2002), os corpos femininos apresentados na mídia são idealizados e, de certa forma, estabelecem como as mulheres devem ser, os produtos que devem usar e os lugares que devem frequentar e, além disso, são vistos e propagados como objetos visuais

voltados à contemplação masculina. Essa afirmação pode ser ilustrada com a análise de que as mulheres são o motivo do nu como gênero de pintura nas artes visuais e o fato de que em revistas e propagandas com o público principal sendo o masculino, as mulheres normalmente aparecem com pouca ou nenhuma roupa (Loponte, 2002).

As mulheres que são representadas na mídia, geralmente, possuem o corpo que é enaltecido socialmente e, em consequência disso, muitas vezes são associadas à dinheiro, poder e admiração masculina (Oliveira & Hutz, 2010). Sendo assim, esses autores argumentam que as representações de mulheres magras são associadas ao sucesso, perfeição, competência, autocontrole e atratividade sexual.

Com objetivo de buscarem essas gratificações sociais, muitas mulheres se esforçam para estarem dentro dos padrões estéticos hegemônicos que são disseminados em diversas instâncias sociais, incluindo a mídia. Nesse sentido, Amaral, Medeiros, Araújo, Silva, Hudson e Ferreira (2019) destacam que um dos motivos do aumento da insatisfação corporal é a falta de similaridade entre o corpo percebido e o que é propagado pela mídia e, segundo Wolf (1991), as brasileiras estão entre as mulheres que mais estão insatisfeitas com seus corpos.

Infelizmente, muitas vezes, o corpo que é divulgado na mídia não é alcançável “naturalmente”, no sentido de que para conquistá-lo serão necessárias intervenções, mas, a busca por esse corpo é tão grande que as brasileiras são as mulheres que mais recorrem a cirurgias plásticas, botox, remédios para emagrecer e tantos outros procedimentos estéticos. Esses dados, infelizmente, ficam mais alarmantes a cada ano, e isso pode ser visto quando Coltro (2020)⁸ afirma que o Brasil ultrapassou os Estados Unidos e, atualmente, é o país que mais realiza cirurgias plásticas (1.498.000 em 2018) e procedimentos estéticos (969.000 em 2018) no mundo.

As consequências vivenciadas pelas mulheres pela falta de associação entre o corpo real e o ideal podem ser angústia, tristeza e, conseqüentemente, diversos prejuízos emocionais, comportamentais, cognitivos e produtivos (Ferraz & Serralta, 2007). Em consonância com esses achados, Wolf (1991) discute que, quando as brasileiras se sentem gordas, velhas e feias, estão entre as mulheres que mais deixam de sair de casa, até mesmo para trabalhar. Esses resultados mostram, mais uma vez, o quanto a aparência corporal, atrelada à autoestima, pode afetar a vida social das mulheres e, conseqüentemente, afetar a saúde mental destas.

⁸ Disponível em <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/blog/2020/02/13/lider-mundial/>

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:

- Compreender como a aparência corporal é influenciada pela mídia, incluindo as redes sociais.
- Analisar os processos identitários relacionados à feminilidade e à aparência corporal na contemporaneidade.

Método

Na pesquisa realizada, foi utilizada uma metodologia qualitativa. Tal metodologia, segundo Minayo (2016), se interessa pela análise do universo de significados, motivos, crenças, valores, aspirações e atitudes. A abordagem qualitativa tem como foco a análise do universo de significados e, esta pode ser entendida como a análise de códigos sociais, a partir de observações (Minayo, 2016). Essa abordagem não é a favor do pesquisador estabelecer um papel passivo no processo de investigação, principalmente quando esses são feitos na área das Ciências Sociais porque o objeto de estudo compartilha da mesma natureza do pesquisador.

A análise qualitativa também não considera que o cientista vai a campo coletar dados, e sim, ajudar na construção desses. Nesse sentido, González Rey (2002) afirma que o conhecimento é um processo permanente de produção de inteligibilidade, pois se legitima na medida em que são produzidos diferentes sentidos sobre o problema investigado. Esse autor fundamenta sua proposta epistemológica em três princípios gerais (González Rey, 2002), a saber: *1) O conhecimento é uma produção construtivo-interpretativa; 2) Caráter interativo do processo de produção do conhecimento; 3) Significação da singularidade como nível legítimo de produção do conhecimento.*

Tendo isso em vista, entende-se que a pesquisa qualitativa focaliza a intensidade/profundidade da análise, a construção de conhecimento se dá início no momento em que o sujeito pensa sobre algo e, dessa forma, manifesta sua subjetividade; ao contrário da pesquisa quantitativa, a qual focaliza a coleta de dados e a utilização de variáveis, médias e outras medidas.

Participantes

Essa pesquisa contou com a participação de três pessoas, os critérios de seleção para fazerem parte da pesquisa foram os seguintes: (a) serem mulheres; (b) apresentarem diferentes pertencimentos étnicos raciais; e (c) estarem na faixa etária de 20 a 55 anos. A primeira participante, que recebeu o nome fictício de Eloá, tem 20 anos e é uma mulher negra; a segunda participante tem 29 anos, é uma mulher parda e foi chamada de Vênus; e, a última participante tem 49 anos, recebeu o nome fictício de Amanda, é uma mulher negra.

Materiais e Instrumentos

Para a realização das entrevistas de forma online, os materiais utilizados para a videoconferência foram um computador para acessar a plataforma do Google Meet e um celular para gravar as entrevistas para posterior transcrição. Além disso, também foi utilizada uma folha impressa com as perguntas que seriam feitas para as entrevistadas, um slide confeccionado pela pesquisadora com as imagens selecionadas e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Procedimentos de construção de informações

Devido ao atual contexto de pandemia e isolamento social por causa da séria crise sanitária de Covid-19, todo o contato que a pesquisadora teve com as participantes foi de forma online, sendo utilizados recursos como o Whatsapp, e-mail e a plataforma do Google Meet. Para a realização das entrevistas, o projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa do UniCeub e, quando este aprovou o projeto, foram marcadas as entrevistas com as participantes.

Cerca de 30 minutos antes de todas as entrevistas, as participantes receberam o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para lerem. No horário marcado com as entrevistadas, deu-se início a uma chamada na plataforma do Google Meet, e a pesquisadora explicou que a participação seria voluntária e anônima e que a entrevista seria gravada, mas somente a pesquisadora e a orientadora teriam acesso às informações. A pesquisadora esclareceu eventuais dúvidas sobre o termo e, posteriormente, quando a gravação já havia sido iniciada, foi solicitado para que as participantes manifestassem seu consentimento em participar da pesquisa via áudio, para validar o TCLE.

Depois desse momento, a pesquisadora começou a fazer as perguntas referentes ao roteiro das entrevistas semi-estruturadas, as quais a utilização se justifica porque, segundo Minayo (2016), é uma forma de entender a visão das participantes sobre o tema de pesquisa

delimitado e, visa uma compreensão mais aprofundada sobre os significados atribuídos pelos/as participantes à temática investigada.

Posteriormente, a pesquisadora mostrou as imagens selecionadas, as quais foram utilizadas porque, segundo Madureira (2016), as imagens podem ser utilizadas como ferramentas metodológicas, especialmente quando são abordados temas polêmicos como questões de gênero, preconceito e outros; portanto, elas visam estimular reflexões e, a partir disso, analisar os sentimentos mobilizados pelas imagens, e os motivos pelos quais as participantes se identificam, ou não, com determinada imagem. Após todas as perguntas e imagens terem sido contempladas, a pesquisadora agradeceu a colaboração das participantes e se despediu.

Procedimentos de análise

Quando todas as entrevistas foram transcritas, elaboraram-se as categorias analíticas temáticas, juntamente com a orientadora, para direcionar o trabalho interpretativo. As categorias construídas foram: (a) feminilidades e masculinidades na sociedade brasileira em discussão; (b) aparência corporal e padrões estéticos hegemônicos nas mídias e, especialmente nas redes sociais; e (c) representações acerca das feminilidades nas mídias e o processo de envelhecimento. A elaboração de categorias analíticas é importante para nortear as informações que são mais relevantes para a utilização da análise de conteúdo.

Resultados e Discussão

Nesta seção, foi realizada uma análise aprofundada das categorias analíticas, trazendo falas das participantes e embasamento teórico sobre as temáticas abordadas. Cabe ressaltar que os nomes das participantes apresentados são fictícios.

Feminilidades e masculinidades na sociedade brasileira em discussão

No que se refere às expectativas de gênero, todas as participantes entraram em consonância no sentido da sociedade brasileira atual esperar comportamentos diferentes de homens e mulheres. Porém, quando foram questionadas sobre o que é masculinidade e o que é feminilidade, todas as entrevistadas demonstraram surpresa com a pergunta e uma certa dificuldade em formular a resposta na hora. Contudo, após algum tempo dado para pensarem e algumas explicações da pesquisadora, elas conseguiram desenvolver um raciocínio sobre o assunto.

Para exemplificar como compreendem a feminilidade e a masculinidade, a maioria das participantes afirmaram que esses termos são opostos, nesse sentido, as participantes estão em sintonia com as análises desenvolvidas por Woodward (2000), quando ela discute que a identidade, nesse caso a de gênero, é relacional e marcada pela diferença, estabelecida entre “nós” X “eles”.

De forma mais precisa, em relação a esse assunto, Berté e Goellner (2020) afirmam que existe uma lógica dicotômica de gênero em que a masculinidade e a feminilidade além de opostos, são divergentes porque cada polo acarreta em hábitos, formas de ser e atitudes pouco flexíveis, permitindo poucas interações entre si. Entretanto, é importante ressaltar que todas as participantes concordam que esse padrão de feminilidade e masculinidade está mudando devido ao fato desse assunto estar em pauta mais frequentemente na atualidade.

Já em relação às expectativas de gênero, as participantes discorreram sobre o que a sociedade espera da mulher para ela ser considerada feminina, e o que espera-se que o homem faça para ser considerado másculo. Diante de vários exemplos, como o relatado por Amanda: “*ser feminina é aquela menina que nasceu bonitinha e tal e que a mãe ensinou ela a ser educadinha sabe? Se comportar direitinho, cruzar as perninhas, sabe ?*”, foi possível perceber uma concordância entre as participantes nesse aspecto de que ser mulher e, mais do que isso, ser feminina, está atrelado à vaidade, à delicadeza, à sensibilidade e, em alguns casos, até mesmo a fraqueza/fragilidade.

Em contraponto, segundo as participantes, o homem, para ser másculo, tem que ser prático e não pode ser vaidoso, precisa ter um certo apreço pelo “desleixo”, como se essa característica fosse um dos “charmes” masculinos. Associado a esses posicionamentos, Amanda também fala que “*o masculino não pode ter muito mimimi*” e, entende-se que “mimimi”, nesse sentido refere-se à demonstração de emoções socialmente associadas ao feminino como fragilidade, tristeza ou sensibilidade, as quais, no contexto das expectativas sociais associadas à masculinidade hegemônica, devem ser negadas e rejeitadas para que o homem possa ser visto como másculo (Holanda, 2020).

As falas das entrevistadas ilustram a argumentação de Parker (1991) quando este afirma que a mulher é socialmente caracterizada como o sexo fraco e belo, além de estar atrelada à passividade, e seu domínio ser voltado, tradicionalmente, ao espaço privado/doméstico. Enquanto o homem, ao contrário, é simbolizado como o sexo forte e viril, tendo domínio sobre o espaço público do trabalho, da economia e da política, provavelmente por serem estimulados a exercer um papel ativo na sociedade “externa” (Parker, 1991).

Tais estereótipos de gênero também são discutidos por Berté e Goellner (2020) quando mencionam, de maneira crítica, que o músculo inflado, a força e a potência são associados aos homens e não às mulheres. Em relação aos estereótipos, esses são a base cognitiva do preconceito, e podem ser entendidos como crenças sobre grupos ou pessoas, as quais geralmente são generalizações imprecisas e apressadas (Myers, 2014; Pérez Nebra & Jesus, 2011).

Os estereótipos são imprescindíveis para a sobrevivência humana pelo fato de ser uma forma de economia cognitiva, porém é importante que estes não se tornem algo rígido, até mesmo, porque o estereótipo pode influenciar na formação da auto imagem das pessoas pelo fato delas acreditarem nestes, passarem a agir de forma consonante e reforçá-los (Pérez Nebra & Jesus, 2011).

Nesse sentido, Novaes (2013) argumenta que a preocupação em produzir um físico atlético e erotizado é crescente no universo masculino, porém não é maior do que a preocupação em expressar prestígio social, sendo este relacionado com poder e sucesso financeiro. De acordo com as análises desenvolvidas pela autora, os homens não têm a mesma necessidade de serem belos quanto as mulheres porque o seu valor está associado ao poder, na maioria das vezes econômico, então, desde que este esteja focado em sua vida profissional, não há maiores preocupações em ser feio ou desleixado. Já para as mulheres, a realidade é outra, estas precisam estar constantemente preocupadas com sua aparência, mas também precisam trabalhar, serem mães, cuidarem da casa, e ainda estarem dispostas a “satisfazerem seus maridos”.

Nesta perspectiva, é possível notarmos que a manutenção do sistema binário de gênero, e as cobranças advindas desse, tem implicações na saúde mental das pessoas, sendo que cada gênero lida com exigências sociais específicas. As mulheres precisam dar conta de tudo (trabalho, filhos e casa) e ainda ter um “corpo perfeito”, e os homens precisam ser fortes (tanto fisicamente quanto psicologicamente) e ainda ser o mais “poderoso” financeiramente em seu meio.

Sendo assim, entende-se que ninguém sai ileso das cobranças sociais e que, essas demandas atreladas ao gênero, podem ser geradoras de diversos sofrimentos, como o fato, por exemplo, dos homens cometerem mais suicídio (Ferreira, 2019) e das mulheres serem mais propensas a terem transtornos alimentares, os quais, muitas vezes estão acompanhados de outros transtornos clínicos como a ansiedade e a depressão (Oliveira & Hutz, 2010).

Aparência corporal e padrões estéticos hegemônicos nas mídias e, especialmente, nas redes sociais

Em relação à aparência corporal, quando foi questionado se as participantes se importavam com esse aspecto, todas responderam que sim e justificaram suas respostas no sentido de que é importante cuidar de si para se sentirem bem e que, quando a pessoa não se cuida, não liga para sua aparência física, é como se a pessoa tivesse desistido de si mesma e, muito possivelmente estaria depressiva, como relata Amanda:

“(...) quando você não se importa com você, aí você começa a não se importar com seu corpo, com a sua aparência, entendeu? E isso atrai até uma depressão (...) e enquanto eu estiver me importando é porque eu realmente estou bem, estou com saúde”.

A fala de Amanda nos remete ao que é discutido por Novaes (2011), quando a autora afirma que o sofrimento psíquico decorrente das regulações sociais que incidem sobre o corpo é de extrema relevância, ou seja, questões como a autoestima e satisfação corporal, por exemplo, são importantes para a saúde e, portanto, para o bem estar psíquico, físico e social. A fala dessa participante também está em sintonia com a discussão desenvolvida por Wolf (1991), quando reconhece que as mulheres brasileiras estão entre as que mais deixam de sair de casa quando não se sentem bem com seus corpos, ou quando não se encaixam nos padrões estéticos hegemônicos, sendo assim, afetando suas vidas sociais e, conseqüentemente, a sua saúde mental.

Assim sendo, é possível enxergar o quanto a adequação aos padrões estéticos é relevante na vida das mulheres, contudo, observa-se que isso foi algo ensinado a elas. Levando em consideração o padrão de magreza, segundo Oliveira e Hutz (2010), este está ligado à imagem feminina de sucesso, perfeição, competência, autocontrole e atratividade sexual e, as mulheres que não se encaixam neste são criticadas, desprezadas e se tornam, frequentemente, alvo de deboche, enquanto as que se enquadram recebem gratificações.

O fato das mulheres aprenderem que sua aparência é importante nos remete à discussão desenvolvida por Loponte (2002), quando a autora discute que os corpos femininos são vistos como objetos de contemplação e como algo ao qual a perfeição é possível de ser atingida, além de terem o objetivo de provocar satisfação visual para os homens aos quais esses corpos são expostos. Demonstrando assim uma lógica social em que assume-se e espera-se que todas as pessoas sejam héterossexuais e, portanto, no caso das mulheres, haveria até mesmo uma competição entre elas para ver quem chama mais atenção, quem é considerada mais bonita e outras categorias.

Sobre os padrões estéticos hegemônicos, todas as participantes acreditam que existe um padrão de beleza difundido na sociedade brasileira atual. E, quando questionadas sobre qual seria este, as respostas foram associadas a corpos magros, cabelos brilhosos e hidratados, pele clara e traços finos. As entrevistadas também foram instigadas a pensar se elas se encaixam no que falaram que seria o padrão estético e, como resposta, nenhuma delas se considerava inteiramente dentro deste, por mais que nenhuma delas aparentasse estar acima do peso ou com os cabelos mal cuidados.

Assim sendo, as respostas ilustram a discussão de Oliveira e Hutz (2010), quando relatam que mais de 98% das mulheres não se veem bonitas e, infelizmente, a beleza é socialmente atrelada à magreza, um dos aspectos associados ao padrão estético vigente. Nesse sentido, segundo Hercovici e Bay (1997, citado por Oliveira e Hutz, 2010), 70% das mulheres americanas e europeias se sentem com sobrepeso, embora estejam em um peso adequado, ou sejam magras.

Acredita-se que um dos problemas das mulheres se considerarem acima do peso, mesmo quando não estão, é porque pode ser um fator de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares, os quais são caracterizados por “(...) medo mórbido de engordar, preocupação exagerada com o peso e a forma corporal, redução voluntária do consumo nutricional com progressiva perda de peso, ingestão maciça de alimentos seguida de vômitos e uso abusivo de laxantes e/ou diuréticos” (Melin & Araújo, 2002, citado por Oliveira & Hutz, 2010, p. 576).

A falta de adequação a esse padrão estético é uma das hipóteses para o aumento de transtornos alimentares e de cirurgias plásticas estéticas no Brasil. Nesse sentido, quando questionadas sobre a vontade de se fazer algum procedimento estético ou cirurgia plástica, Eloá relatou não ter interesse atualmente, mas acredita que anteriormente pode já ter pensado nessa possibilidade; e as outras duas participantes relataram grande interesse atualmente, o que pode ser constatado no trecho, a seguir, da entrevista realizada com Amanda:

“Em breve quero fazer, estou sonhando com essa cirurgia e ano que vem eu vou fazer tudo para isso, para dar certo porque é meu sonho, é meu sonho (...) acho que é o sonho de 90% das mulheres eu acho, que é fazer barriga e fazer o peito então eu quero fazer isso e tenho muita vontade e depois dessa se eu tivesse, se eu tiver condição quero fazer outras também”.

Acredita-se que a disseminação desse padrão estético tem relação com as mídias sociais, tendo em vista que atualmente o acesso à informação é extremamente mais rápido. Portanto, a produção e divulgação de comerciais, desfiles, revistas, cinema, postagens em

redes sociais e programas televisivos acabam tendo um papel importante na disseminação dos corpos que são admirados e esperados socialmente. Assim, segundo Amaral et al (2019), um dos motivos do aumento da insatisfação corporal é a falta de similaridade entre o corpo percebido e o que é, frequentemente, propagado pela mídia.

Desse modo, segundo Cury (2005, citado por Oliveira & Hutz, 2010): “esse padrão inatingível de magreza, amplamente difundido na mídia (...) já penetrou no inconsciente coletivo e aprisionou as pessoas dentro de si mesmas.” (p. 577). Questão também discutida por Wolf (1991), quando alega que, atualmente, o padrão estético é a nova forma de aprisionamento feminino. A autora relata que antigamente as mulheres eram controladas pelos homens (seus pais ou maridos, principalmente) e, a partir do movimento feminista, essa forma de controle social foi diminuindo porém ainda existe e, atualmente existem outras formas de controle que são mais veladas, a principal delas seria o padrão estético.

Nesse sentido, Wolf (1991) menciona que “a cada geração em que houvesse um forte avanço por parte das mulheres, algum ideal surgia para sugar as energias e assim garantir que elas não progredissem demais” (p. 10). Assim, para diversos setores da nossa sociedade, as mulheres além de terem o dever de serem boas mães, funcionárias exemplares e donas de casa, também precisavam estar em uma boa posição na metáfora da prateleira do amor proposta por Zanello (2018), ou seja, brancas, jovens, loiras e magras.

Esse aprisionamento feminino deve-se ao fato das mulheres serem levadas a acreditar, por meio da mídia, que sempre podem melhorar algum aspecto físico de seu corpo, assim como aponta Vênus: “*a gente nunca está 100% bem*”. Nessa perspectiva, acredita-se que muitas pessoas nunca estão satisfeitas porque, segundo Oliveira & Hutz (2010), o corpo é visto como objeto que deve ser “perfeito”. Assim sendo, Sobrinho e Fortuna (2015) afirmam que o fenômeno de culto ao corpo tem relação com a imagem que a mídia transmite de um corpo feminino “perfeito”, uma imagem idealizada de uma mulher magra, bela e jovem; e quem não se enquadrar nisso, está mais propensa a sofrer processos de exclusão geradores de sofrimento psíquico por causa do sentimento de inadequação social.

Representações acerca das feminilidades nas mídias e o processo de envelhecimento

O processo de envelhecimento é inevitável para todos os seres vivos. Segundo Moreira e Nogueira (2008), o envelhecimento é um fenômeno que, no Brasil, ocorre devido ao aumento da expectativa de vida e da redução da natalidade, portanto, o país está passando por um processo de envelhecimento populacional. Quando as participantes foram

questionadas sobre o envelhecimento em relação ao gênero, Amanda acredita que, atualmente, os homens estão se cuidando mais nesse aspecto e, citou como exemplo homens que pintam o cabelo.

Discordando dessa participante, as outras entrevistadas, acreditam que o processo de envelhecimento ocorre de forma diferente para homens e mulheres porque estas são mais cobradas em relação a isso, como diz Eloá: *“na minha visão a gente tem uma aceitação melhor da velhice estética do homem do que da mulher, a mulher sempre tem que demorar um pouco mais para envelhecer”*. Nessa direção, Vênus argumenta que: *“cabelo branco fica bonito para homem porque dá um ar mais maduro, para mulher fica feio porque parece que ela é mais velha mesmo (...) a mulher tem que aparentar mais jovem, no padrão”*.

Sendo assim, a fala de Vênus nos remete à argumentação de que o corpo passa a ter cada vez mais valor no atual momento histórico (Oliveira e Hutz, 2010) e à consideração de que os corpos femininos são historicamente percebidos como objetos de contemplação masculina (Berger, 1980; Loponte, 2002). Nesse sentido, entende-se que as mulheres, para serem consideradas belas e “femininas” precisam estar sempre cuidando da sua aparência e fazendo o possível (e, às vezes, o impossível) para permanecerem jovens, magras e delicadas, ou seja, bonitas e comportadas, aos olhos da sociedade.

Nessa perspectiva, para Sobrinho e Fortuna (2015), a juventude se tornou um estilo de vida, uma meta. Levando isso em consideração, acredita-se que permanecer jovem, ou pelo menos aparentar não envelhecer, tem relação com o que Oliveira e Hutz (2010) argumentam a respeito do culto ao corpo quando discutem que a busca por um corpo perfeito se tornou um estilo de vida. Assim sendo, entende-se que o fato de “cuidar” do corpo e fazer procedimentos estéticos, atualmente, faz parte da rotina das pessoas e, principalmente, das mulheres.

Para Sobrinho e Fortuna (2015), essa busca incansável do que é caracterizado como “perfeição”, podendo ser traduzida em magreza, juventude e beleza, tem relação com o aumento do consumo de cremes faciais e procedimentos estéticos mais agressivos como o botox, os quais têm como objetivo a manutenção de uma pele jovem, rígida, sem rugas nem manchas. A preocupação com a pele, o medo de ficar flácida e com rugas afeta até mesmo Eloá, que só tem 20 anos e comentou já ter começado a usar cremes faciais como forma de prevenção às rugas.

Já Vênus, que quando foi entrevistada estava com 29 anos, mencionou que, provavelmente, aplicaria botox, também com o argumento de ser uma prática preventiva contra as rugas, já que os 30 anos estão chegando. Já a participante mais velha, de 49 anos,

afirmou que não gosta muito de pensar sobre a velhice porque isso a deixa triste e a assusta, pelo fato do tempo estar passando muito rápido.

Nas falas das participantes, percebe-se um certo medo de perder a juventude e, pior ainda, disso ser algo visível para os outros, ou seja, o que realmente importa é não aparentar estar velha. Esse medo de envelhecer nos remete ao ditado de “uma imagem vale mais do que mil palavras” e, nesse sentido, o que a imagem diz é que a pessoa não foi capaz de retardar seu processo de envelhecimento, como se isso pudesse ser feito e fosse responsabilidade das pessoas, mais especificamente, das mulheres. Essa concepção de imagem que expressa certa característica da pessoa nos remete à discussão desenvolvida por Santaella (2012), quando esta cita Platão, falando que a imagem reproduz características reconhecíveis de algo visível.

Assim sendo, as falas das entrevistadas ilustram a discussão proposta por Sobrinho e Fortuna (2015) quando afirmam que os indivíduos negam seu próprio processo de envelhecimento e se sentem incomodados com essa deterioração corporal. Uma hipótese para essa negação da velhice pode ser porque, segundo Moreira e Nogueira (2008), há um certo preconceito de idade, o *ageism*, nas sociedades atuais, o qual é caracterizado por ser um processo de marginalização dos idosos. Assim, a velhice é associada a algo negativo, pejorativo, evidenciando uma percepção discriminatória dessa etapa da vida humana, especialmente no caso das mulheres (Moreira e Nogueira, 2008).

Atualmente, com tantos procedimentos estéticos e produtos supostamente rejuvenescedores que vendem a “juventude”, parece que só envelhece quem quer, ou seja, o envelhecimento passa a ser entendido como uma questão individual. Isso ocorre porque, muitas vezes, é considerado vergonhoso ser velho na nossa cultura, visto que estamos “em uma sociedade que não se rende ao ‘inevitável’ e se alimenta de vender o ‘desejável’” (Moreira & Nogueira, 2008, p.64) que, nesse sentido, seria a juventude e, junto com ela, a beleza feminina.

Sendo assim, de acordo com Novaes (2013), o corpo sempre apresenta uma dimensão social e cultural, ou seja, a forma como agimos, pensamos, nos comportamos e o que valorizamos como belo, são derivados de alguns fatores, como a educação social. Levando em consideração Sobrinho & Fortuna (2015), Moreira & Nogueira (2008), entende-se que a beleza é associada à juventude, ou seja, como já foi discutido, para uma mulher ser considerada bonita socialmente, ela precisa ser magra, branca, loira e jovem (Zanello, 2018).

Assim, o fato de estarmos inseridos em uma cultura imagética e que preza o culto ao corpo, faz com que o corpo e a beleza sejam um “bem” a ser buscado, comprado e exibido socialmente e, esse corpo, como muitas vezes é propagado como exemplo de saúde e beleza,

por esse motivo, provavelmente será um corpo jovem e magro já que, na sociedade atual, jovialidade e um corpo atlético são considerados como padrão de saúde.

Considerações Finais

A identidade é uma questão muito importante para as pessoas perceberem quem são e qual é o seu lugar no mundo e, dessa forma, está muito atrelada aos grupos aos quais os indivíduos fazem parte. A identidade é relacional, ou seja, sua constituição se dá a partir da comparação de si com outros indivíduos e a percepção de diferenças e similaridades, portanto, o gênero, por exemplo, faz parte da constituição identitária dos sujeitos.

Entende-se que alguns comportamentos, pensamentos e sentimentos são esperados de homens e mulheres, e é assim que são estabelecidos os estereótipos de gênero e, essas expectativas relativas a cada gênero podem causar sofrimento nos indivíduos. Em relação aos homens, acredita-se que uma das piores pressões sociais seria sobre tentarem sempre atingirem um padrão de masculinidade hegemônica, ou seja, serem héteros, não demonstrarem emoções socialmente associadas à feminilidade, não poderem falhar sexualmente e precisarem ser bem sucedidos financeiramente.

Já em relação às mulheres, é esperado que elas sejam hétero e, preferencialmente, estejam sempre em um relacionamento afetivo para posteriormente terem filhos, sejam delicadas e sensíveis, saibam fazer “tarefas de casa” e ainda precisam ser bonitas para serem valorizadas pelas amigas e pelo o homem que está acompanhada e, ser bonita atualmente é sinônimo de ser magra, jovem e branca. No tocante a esse assunto, acredita-se que a mídia tem um papel importante na disseminação de padrões em termos comportamentais, bem como em termos de sentimentos, pensamentos e à aparência corporal.

Diversos estudos já foram realizados sobre a temática do sofrimento associado às expectativas de gênero como a masculinidade hegemônica e a pressão para estar dentro de um padrão estético. Há também vários estudos sobre a crescente insatisfação corporal e baixa autoestima relacionadas à saúde mental, ao aumento de procedimentos estéticos, como cirurgias plásticas em pessoas cada vez mais jovens, especialmente no caso das mulheres, e ao crescimento do índice de pessoas com transtornos alimentares.

Sendo assim, entende-se que são temas que despertam o interesse de diversos indivíduos, os quais tentam compreender o porquê de tamanha insatisfação corporal e os malefícios que essa busca incansável por um corpo “perfeito” podem trazer; como, por exemplo, o fato das mulheres geralmente escolherem métodos suicidas que não as deixarão

deformadas fisicamente, demonstrando que precisam ser bonitas até mesmo na hora de serem enterradas.

A maioria dos estudos encontrados foram feitos com pessoas do gênero feminino, provavelmente por se ter a clareza de que os padrões estéticos são mais incisivos para as mulheres, porém, é importante ressaltar que as mulheres não são as únicas que sofrem com essas pressões sociais. Portanto, sugere-se pesquisas que focalizem o gênero masculino tanto em relação à vivência de suas masculinidades, quanto em relação aos padrões estéticos prescritos a eles, assim como o sofrimento psíquico advindo dessa pressão para se encaixar nessas exigências sociais como ter uma boa posição financeira, não demonstrar sentimentos culturalmente considerados femininos, precisar sempre ser potente, sexualmente falando, e forte esteticamente.

Em relação a ter um físico musculoso, vale ressaltar o provável aumento de casos de vigorexia que não são diagnosticados e tratados. Nesse sentido, acredita-se que é extremamente importante a produção acadêmica sobre questões sociais que causam sofrimento psíquico nos indivíduos. Além disso, sugere-se pesquisas focalizadas no preconceito em relação à gordura nos corpos, principalmente nos femininos, com objetivo de provocar reflexões a respeito da linha tênue entre promoção de saúde ou adoecimento relacionados aos cuidados corporais e a busca pela magreza ou pela “vida fitness”.

Tendo em vista tudo o que foi relatado até o momento, vale ressaltar que esse artigo surgiu de uma motivação pessoal da autora advinda de sua experiência de vida com relação ao padrão estético e de feminilidade disseminado na sociedade, o que a levou a passar por sofrimento psíquico na adolescência. Portanto, esse artigo contribuiu muito para a formação desta tanto em termos pessoais, quanto em termos acadêmicos, levando em consideração também que, com os estudos feitos para a realização deste artigo, pôde-se compreender um pouco mais sobre gênero e os padrões sociais no geral, trazendo embasamento teórico para as discussões que cativam a autora e, espera-se que isso também possa acontecer com futuros leitores.

Referências

Abjaude S. A. R., Pereira L. B., Zanetti M. O. B., e Pereira L. R. L. (2020). Como as mídias sociais influenciam na saúde mental ?. *SMAD Revista eletrônica saúde mental álcool e drogas* 16(1), 1-3.

- Amaral, A. C. S., Medeiros, A. D. S. F., Araújo, A. C. D. M. R., Ana, A. A. D. S., Hudson, T. A., & Ferreira, M. E. C. (2019). Apreciação corporal e aspectos associados entre adolescentes e mulheres jovens. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 68(1), 16-22.
- Baére, F., & Zanello, V. (2018). O gênero no comportamento suicida: Uma leitura epidemiológica dos dados do Distrito Federal. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 23(2), 168-178.
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes.
- Berté, I. L., & Goellner, S. V. (2020). Produzindo feminilidades: a percepção de boxeadoras sobre suas transformações corporais. *Journal of Physical Education*, 31, e3154.
- Del Prette, A., Del Prette Z. A. P. (2003). Assertividade, sistema de crenças e identidade social. *Psicologia em Revista* 9(13), 125-136.
- Deslandes, S. F. (2016). O projeto de pesquisa como exercício científico e artesanato intelectual. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 29-55). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Ferraz, S. B., & Serralta, F. B. (2007). O impacto da cirurgia plástica na auto-estima. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 7(3).
- 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.
- Holanda, J. M. G. B. (2020). A construção das identidades masculinas: o olhar de alunos do ensino médio.
- Loponte, L. G. (2002). Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. *Estudos Feministas*, 10(2), 283-300.
- 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. (2016). Diálogos entre a Psicologia e as Artes Visuais: as Imagens enquanto Artefatos Culturais. Em J. L. Freitas & E. P. Flores (Orgs.), *Arte e Psicologia: Fundamentos e Práticas* (pp. 57- 82). Curitiba: Juruá.
- 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, V., & Nogueira, F. N. N. (2008). Do indesejável ao inevitável: a experiência vivida do estigma de envelhecer na contemporaneidade. *Psicologia USP*, 19(1), 59-79.

- 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.
- Novaes, J. V. (2013). O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio e Garamond.
- Oliveira, L. L. & Hutz, C. S. (2010). Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. *Psicologia em estudo*, 15(3), 575-582.
- 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.
- Rey, F. L. G. (2002). *Pesquisa Qualitativa em Psicologia: caminhos e desafios*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos.
- Sobrinho, P. J. & Fortuna, D. R. (2015). Em busca da beleza jovem: análise de uma campanha publicitária de creme corporal. *Congresso Internacional Interdisciplinar em Sociais e Humanidades*. 4, 81-91.
- Wolf, N. (1991). *O mito da beleza*. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos.
- 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: Vozes.
- Zanello, V. (2018). *Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação*. Curitiba: Appris.