



Centro Universitário de Brasília – CEUB
Faculdade de Ciências da Educação e Saúde – FACES

Curso de Psicologia

**Aparência Corporal, Feminilidade, Cultura e Mídia: Diálogos entre a Psicologia e
o Campo das Artes Visuais**

Autora: Ana Beatriz Padilha Fernandes

Orientadora: Profa. Dra. Ana Flávia do Amaral Madureira

Brasília

Junho, 2022

Resumo

O presente artigo busca 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. Esse artigo empírico focaliza uma pesquisa qualitativa realizada. A pesquisa contou com três mulheres de diferentes pertencimentos étnico-raciais, na faixa etária de 20 a 55 anos, sendo realizada uma entrevista semiestruturada virtual com cada uma delas. Para a análise dos resultados obtidos foi utilizado o método Análise de Conteúdo, sendo esses sistematizados e estruturados em três categorias analíticas temáticas, a saber: 1) Feminilidade, aparência corporal e mídias sociais: O Instagram em discussão, 2) Questões étnico-raciais e padrões estéticos hegemônicos, 3) Autoimagem, envelhecimento e procedimentos estéticos. A partir das falas das participantes e das reflexões teóricas, pode-se perceber como as representações dos padrões estéticos hegemônicos e dos papéis de gênero, construídos a partir do alicerce cultural e social, impactam significativamente na saúde mental e nos processos identitários de diferentes mulheres. Dessa maneira, constatou-se a necessidade da psicologia, enquanto ciência e profissão orientada por um compromisso social, realizar discussões e ações práticas que transformem esse cenário prejudicial.

Palavras-chave: Aparência corporal; Feminilidade; Cultura; Padrões estéticos hegemônicos; Mídias sociais.

Na contemporaneidade, as noções idealizadas acerca da feminilidade e da aparência corporal são amplamente reproduzidas em diferentes contextos sociais, aumentando significativamente a exigência para que as mulheres se enquadrem nesses padrões. De acordo com os dados divulgados pela ISAPS (Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética)¹, o Brasil foi o país que mais fez cirurgias plásticas no ano de 2018 e 2019, totalizando por volta de 1,5 milhão de procedimentos cirúrgicos em cada ano. Em relação aos procedimentos estéticos não cirúrgicos, os Estados Unidos tomam a frente na pesquisa com quase 2,9 milhões de procedimentos feitos em 2018. O Brasil e os Estados Unidos são os países que mais realizam cirurgias plásticas, ficando com mais de 25% em relação ao resto do mundo.

Além disso, é importante ressaltar que as mulheres são as maiores consumidoras de procedimentos estéticos, representando 87,4% dos procedimentos realizados em 2018, totalizando 20.330.465 procedimentos. Os dados levantados pela ISAPS demonstram o aumento significativo da procura e da realização de procedimentos estéticos e cirurgias plásticas, configurando um cenário alarmante.

¹ Pesquisas da ISAPS disponíveis em: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-2018-Press-Release-Portuguese.pdf> e <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-Portuguese.pdf>.

Esse crescente debate sobre essa temática demonstra o quão emergente e relevante ela é, pesquisas como esta podem contribuir positivamente dentro desse panorama. Dessa forma, é um importante papel da psicologia, enquanto ciência e campo de atuação profissional, promover ações que transformam esse cenário, ações práticas que podem interferir e contribuir no debate acerca do feminino, do corpo e seus possíveis desdobramentos nos processos de sofrimento psíquico.

Como muito bem destacado por Bock (1999), a dimensão psicológica deve ser compreendida a partir da noção de um sujeito inserido na sociedade e constituído a partir das relações sociais, ou seja, a psicologia não pode procurar entender o indivíduo como deslocado do seu espaço social e cultural. Dessa forma, Bock (1999) salienta a importância de construirmos uma psicologia que esteja engajada em termos de compromisso social, que tenha como finalidade promover transformações das questões que permeiam o cultural e o histórico. Para que, assim, a psicologia aponte para ações práticas que realmente visem melhorar as condições de vida do indivíduo em diversos sentidos.

De acordo com Ribeiro (2016), a compreensão do sujeito precisa levar em consideração o que tange à esfera sociocultural e histórica em que ele está inserido. Dessa maneira, se torna necessário compreender esse contexto perpassado por altas demandas estéticas e de “culto ao corpo” tão propagado na contemporaneidade, uma vez em que essas impactam na incidência das chamadas “doenças da beleza” - como os transtornos alimentares e as distorções da autoimagem (Ribeiro, 2016). Sendo assim, é necessário que a psicologia, em diálogo com outros campos do saber, investigue formas de ação capazes de influir positivamente nesse contexto prejudicial e preocupante.

Processos identitários, cultura e gênero

O presente artigo focaliza as questões referentes à feminilidade, gênero e aparência corporal à luz da abordagem da Psicologia Cultural, principalmente no que tange ao campo de investigação da identidade e da cultura. De acordo com Madureira (2010), os processos identitários presentes na construção das concepções do que seria a feminilidade, a masculinidade e a sexualidade são constituídos culturalmente, tendo os seus significados entrelaçados aos valores desenvolvidos dentro de uma cultura. Isso significa dizer que tudo aquilo que entendemos e internalizamos como padrões de gêneros são produções socialmente contextualizadas.

Na contemporaneidade, o corpo feminino assume diferentes significações, estando profundamente interligado com o contexto cultural no qual está inserido, sendo uma

importante questão na construção da identidade de gênero de diversas mulheres. De acordo com Madureira (2010), as identidades sociais são constituídas a partir do alicerce da cultura e da história. Segundo a autora, as identidades sociais estão associadas ao sentimento de pertencimento entre o sujeito e determinados grupos sociais, servindo de subsídio para orientar a ação desse sujeito em seu contexto cultural e nos seus processos de subjetivação (Madureira, 2010).

Ao discorrer sobre a construção da identidade, Woodward (2000) destaca que a identidade é relacional, mantendo relação entre a demarcação simbólica com algo que é externo a ela, ou seja, em relação a outras identidades distintas. Pode-se, então, perceber que a identidade é constituída a partir de uma diferenciação em relação ao outro, definida pelo que não é. Woodward (2000) aborda, então, um ponto muito importante, a diferença de marcação entre identidades pode acabar resultando na exclusão de uma em referência a outra - o que, por conseguinte, gera uma hierarquização de importância entre as identidades.

Segundo Madureira (2010), os conceitos entrelaçados às noções de gênero podem ser apreendidos tomando-o como uma categoria analítica e política, o que viabiliza a compreensão da sua dimensão cultural e o papel estruturante que ela possui na construção da feminilidade e masculinidade. Sendo o gênero uma identidade relacional, Louro (1998) analisa as diferenças de gênero como uma produção também interpelada pelas relações de poder – que não se estabelecem como fixas, há uma troca frequente de negociações, estratégias, imposições, revoltas e resistências entre os gêneros. Essas relações de poder também influenciam os processos de subjetivação de cada indivíduo, atuando na forma como ele age e se posiciona no mundo, além das normas sociais destinadas a cada gênero (Louro, 1998).

Nesse sentido, Woodward (2000) afirma que, ao descreverem a identidade feminina, essa foi muitas vezes referenciada a partir de uma ótica masculina, na qual as mulheres existiam como coadjuvantes da história de homens. Podemos perceber essa perspectiva na construção das identidades femininas e masculinas ao analisarmos, por exemplo, as representações da aparência corporal e da sexualidade ao longo de alguns períodos históricos.

Na Grécia antiga, o corpo era constituído como um referencial de beleza, exaltação e apreciação, valores reconhecidos nas esculturas gregas. De acordo com Barbosa, Matos e Costa (2011), o corpo era valorizado pela saúde, força muscular e fertilidade. Os cidadãos gregos eram livres para exibí-los, uma vez que o corpo era a

expressão da criatividade dos deuses. Entretanto, a liberdade e os prazeres quanto às expressões do corpo eram destinados apenas para os homens livres, para as mulheres era designada a reprodução e a fidelidade, seus corpos também precisavam estar necessariamente cobertos (Tuchermam, 2004, citado por Barbosa, Matos e Costa, 2011).

Essa concepção sobre o corpo muda drasticamente quando são analisados os significados atribuídos a ele no cristianismo durante o período da Idade Média. Segundo Barbosa, Matos e Costa (2011), o corpo se torna o local do pecado e do pudor, as vontades do corpo eram caracterizadas pela culpa e vergonha. O corpo era valorizado pela renúncia, uma vez que, para alcançar a salvação, o homem precisava se concentrar nas instâncias da alma e negar as vontades do corpo (Barbosa, Matos e Costa, 2011).

Já no mundo contemporâneo, podemos pensar nas representações do corpo feminino a partir da lógica cultural do consumo, conceito trabalhado por Baudrillard (1995) em sua obra “A Sociedade de Consumo”. Segundo Baudrillard (1995), a contemporaneidade é marcada pela cultura do consumo. Por meio da alienação social, o indivíduo passa por um processo de naturalização do consumo e os significados que o permeiam, dando dessa forma uma ilusória sensação de satisfação e felicidade ao consumir. Para Severiano, Rêgo e Montefusco (2010), a noção de objeto de consumo analisada por Baudrillard diz respeito não mais a sua função prática, mas sim ao código de signos que são trazidos junto com ele. Ou seja, todo o extrato de valor, como a marca do objeto consumido, e de prestígio social que esse objeto irá representar.

É nesse sentido que Baudrillard (1995) abordou o corpo como “o mais belo objeto de consumo” (p.136), sendo a ele atribuída uma necessidade de investimento contínuo a fim de alcançar os ideais corporais propagados na publicidade e na cultura das massas. Segundo Severano, Rêgo e Montefusco (2010), o corpo é representado, então, sob a lógica do mercado, expressando a ideia de que conceitos como inserção social, status e felicidade podem ser adquiridos quando o sujeito investe em seu corpo e se aproxima dos ideais de beleza divulgados pelas mídias.

Arte, mídia e aparência corporal

De acordo com Madureira (2016), a interação entre a psicologia e o campo das artes visuais pode fornecer subsídios para uma enriquecedora produção de novos conhecimentos. As artes visuais são produções humanas que acompanharam todo o desenrolar histórico de diversas sociedades e culturas no mundo, sendo também manifestações dos múltiplos significados, sentimentos, crenças e valores propagados

por cada uma delas. Sendo assim, as imagens no campo das artes visuais também podem ser utilizadas como ferramentas analíticas, pois possibilitam o entendimento dos significados construídos em diferentes culturas (Madureira, 2016).

Segundo Loponte (2002), as artes visuais também são práticas discursivas que nos permite analisar a forma como questões ligadas à feminilidade, sexualidade e gênero são construídas em determinada cultura e tempo histórico, bem como os valores e significados atribuídos a elas. Nesse sentido, a autora discorre sobre a pedagogia do feminino, na qual a estética relacionada à aparência corporal e a sexualidade feminina são representadas em uma posição que naturaliza o corpo da mulher como um objeto de admiração (principalmente masculina), essa pedagogia pode ser vista em diversas produções artísticas (Loponte, 2002).

Além do corpo feminino ser representado como um objeto de contemplação, esse corpo ainda é estereotipado a partir de padrões estéticos hegemônicos, nos quais apenas determinadas características corporais, muitas vezes ligadas à branquitude, magreza e juventude, são consideradas bonitas e aceitáveis. De acordo com Carvalho (2008), o racismo fenotípico trouxe marcas profundas na história humana. Segundo o autor, a pedagogia cultural que contribui para a perpetuação desse racismo transforma o corpo branco ocidental como o principal símbolo de desejo, caracterizando os traços ligados à branquitude como padrões de referência (Carvalho, 2008).

Como é discutido por Viscardi, Sottani e Machado (2012), a reprodução de padrões de beleza hegemônicos na mídia pode trazer influências negativas na autoimagem da mulher, se tornando um potencial gerador de insatisfação corporal. Nesse sentido, Novaes (2011) comenta que o corpo assume uma característica de algo que é totalmente alterável a partir da tecnologia, sendo possível modificar com diversos procedimentos aqueles traços que, a partir do referencial de beleza dos padrões hegemônicos, foram considerados como indesejáveis.

Dessa forma, Souto (2020) aborda a invisibilidade e o silenciamento dos corpos das mulheres negras, em que é possível constatar, sobretudo, o racismo fenotípico que considera as características associadas à negritude como “feias” e indesejáveis. O cinema e as mídias sociais são produções sociais que refletem e produzem construções sociais e culturais, veiculando também, muitas vezes, os valores estéticos hegemônicos acerca do corpo feminino. Dessa forma, percebe-se uma recorrente falta de representatividade de mulheres negras em diversos filmes e séries, reproduzindo a invisibilidade dos traços associados à negritude (Souto, 2020).

De acordo com Vieira (2019), as redes sociais se estabelecem como uma nova forma de comunicação, pois viabilizam a interação online entre pessoas, sendo um espaço para a construção e compartilhamento de diversos conteúdos – como ideias, opiniões e experiências – em diferentes formatos, como fotos, vídeos e produções textuais. Essas redes sociais disponibilizaram a criação de perfis, nos quais as pessoas podem construir uma identidade visual própria para elas, utilizando esses perfis para compartilharem um pouco da sua vida, rotina, maneira de se vestir, lugares que frequentam e opiniões pessoais. Assim sendo, muitas pessoas começaram a ter os seus perfis popularizados, ganhando inúmeros seguidores e um lugar de protagonismo, tornando-se verdadeiros influenciadores/as digitais (Vieira, 2019).

Esses influenciadores/as conquistaram também um espaço na publicidade, realizando a divulgação de diversas marcas e produtos. Além disso, ainda há a aparência de pessoa comum e supostamente confiável, estabelecendo uma relação de (suposta) amizade com os seus seguidores (Sibilia, 2008). Dessa forma, eles se constituem também como um produto e um modelo a ser seguido, vendendo mais facilmente por essa noção de confiabilidade.

Nesse sentido, as formas hegemônicas em que os corpos dessas influenciadoras digitais se apresentam também se transformam em um protótipo almejado, muitas vezes, pelo público, em sua grande maioria pelo público feminino. Não é incomum ver influenciadoras fazendo publicidade de diferentes produtos (como remédios para emagrecer, cintas modeladoras, cosméticos para retardar o envelhecimento e até mesmo cirurgias plásticas estéticas) para alcançar o corpo desejado, um corpo tal qual elas têm. A comercialização desses produtos com a mediação dessas influenciadoras vende surpreendentemente bem, sendo um mercado bastante promissor.

Levando em consideração a discussão teórica apresentada anteriormente, a presente pesquisa procura responder o seguinte problema de pesquisa: Como a representação dos ideais de beleza nas mídias sociais afeta o sofrimento psíquico vivenciados por mulheres?

São apresentados, a seguir, os objetivos da pesquisa.

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:

1. Explorar os efeitos das interações com as mídias no que se refere à imagem corporal e à feminilidade, a partir da perspectiva das participantes.
2. Investigar se a diversidade étnico-racial existente na sociedade brasileira influencia a relação das participantes com o que elas compreendem como feminilidade.

Método

A elaboração da pesquisa que fundamentou esse artigo foi inspirada nos pressupostos epistemológicos da Epistemologia Qualitativa. Segundo Madureira e Branco (2001), a Epistemologia Qualitativa, desenvolvida por González Rey, busca estudar a realidade humana tendo em vista a complexidade intrínseca a ela, considerando-se a subjetividade em sua profundidade e variedade sociocultural.

Os fenômenos ligados às vivências humanas se desenvolvem em um âmbito de significados multifacetados, como os valores, atitudes e crenças alicerçadas em uma cultura e em um tempo histórico determinado. Nesse sentido, a metodologia qualitativa se aprofunda no estudo da experiência subjetiva, colocando como conceito central o universo simbólico e as produções realizadas a partir das relações do sujeito com a sua cultura, história e sociedade (Minayo, 2016).

Dessa forma, como destacado por Minayo (2016) a pesquisa qualitativa trabalha com um olhar atento ao universo de significados, buscando compreender questões que se inserem em um campo mais profundo das relações, fenômenos e processos, fatores esses que não podem ser quantificados e operacionalizados. Ao se aprofundar no mundo dos significados, a metodologia qualitativa possui uma postura atenta ao sistema de relações que constitui o sujeito, preocupando-se também com as representações e construções sociais que o permeiam (Minayo, 2016).

Participantes

Participaram da pesquisa três mulheres de diferentes pertencimentos étnico-raciais, dentro da faixa etária de 20 a 55 anos. A primeira participante, que recebeu o nome fictício de Juliana, identifica-se como branca, tem 44 anos, tem dois filhos e é neurocientista com formação em Biologia e possui mestrado, doutorado e pós-doutorado em Neurociência. A segunda participante, citada aqui com o nome fictício de Renata, se identifica como negra, tem 21 anos e é estudante de Pedagogia. A terceira participante, citada com o nome fictício de Bruna, identifica-se como branca, tem 23 anos, é professora de Inglês e realiza trabalho social em uma ONG.

Materiais e instrumentos

Para a realização da pesquisa, foi utilizado como instrumento um roteiro de perguntas e imagens para a produção das entrevistas semiestruturadas. Para o contato com as participantes e o agendamento das entrevistas, foi utilizado o aplicativo Whatsapp. As entrevistas foram realizadas através da plataforma Google Meets, e as gravações das entrevistas, com o consentimento das participantes, foram feitas a partir do gravador do celular, sendo esses os materiais utilizados na pesquisa. Como ferramentas gerais, foram utilizados um Smartphone e um Notebook.

Procedimentos de construção de informações

Os instrumentos e o projeto de pesquisa foram juntamente submetidos ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP UniCEUB). Após a aprovação desses, foram realizadas três entrevistas individuais semiestruturadas virtuais, sendo apresentado as perguntas integradas com as imagens previamente escolhidas.

Antes de começar as entrevistas, foi verificado com as participantes a confirmação da concordância em relação ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e da gravação do áudio da entrevista, sendo requisitado a aprovação de forma verbal. As gravações de áudio foram posteriormente utilizadas para a realização da transcrição das entrevistas realizadas. Para que seja preservado as identidades pessoais das participantes, o presente artigo conta com um nome fictício para cada uma delas. A realização das entrevistas ocorreu de modo virtual, em razão do atual contexto de pandemia de COVID-19, assegurando a saúde de todas as pessoas envolvidas.

Procedimentos de análise

Para a realização da análise das informações construídas nas entrevistas, foi empregada o método Análise de Conteúdo em sua vertente temática. De acordo com Gomes (2016), esse método é estruturado a partir de alguns procedimentos. Em um primeiro momento, os conteúdos abordados no espaço dialógico das entrevistas são analisados, sistematizando os pontos importantes de significados em categorias analíticas, tendo em vista os objetivos da pesquisa previamente traçados. Após a elaboração das categorias analíticas, os conteúdos obtidos nas entrevistas são integrados com o referencial teórico levantando, realizando uma discussão desses resultados (Gomes, 2016).

Foram construídas três categorias analíticas temáticas. Essas categorias foram delimitadas durante o processo de transcrição das entrevistas: 1) Feminilidade, aparência corporal e mídias sociais: O Instagram em discussão. 2) Questões étnico-

raciais e padrões estéticos hegemônicos. 3) Autoimagem, envelhecimento e procedimentos estéticos.

Resultados e Discussão

Na presente seção, serão discutidos os resultados mais significativos construídos no espaço dialógico das entrevistas, tendo como base as três categorias analíticas mencionadas anteriormente. Os nomes apresentados são fictícios.

Feminilidade, aparência corporal e mídias sociais: O Instagram em discussão.

De acordo com Fernandes (2019), a internet e as redes sociais são fenômenos ascendentes na contemporaneidade, crescendo rapidamente e revolucionando a maneira de se comunicar com outras pessoas. De acordo com os dados da pesquisa feita pela Emarsys² (plataforma de marketing) em 2019, 42% da população mundial utiliza pelo menos uma rede social, o que contabiliza mais de 3,2 bilhões de usuários.

O Instagram tem se tornado uma das principais redes sociais, criada e lançada em 2010, a plataforma possui como o principal objetivo o compartilhamento de fotos e vídeos, possibilitando a utilização de diferentes filtros e efeitos. Segundo as pesquisas feitas pela agência de marketing *We are Social*³ em 2021, o Instagram cresce de maneira rápida, com 1,15 bilhão de usuários. Todas as participantes da pesquisa afirmam utilizar o Instagram como uma das principais redes sociais.

Segundo Vieira (2019), o Instagram faz parte das novas formas de mídia, possuindo o objetivo de conectar virtualmente pessoas, essa rede proporciona novas maneiras de se expressar, interagir e se relacionar. Tendo como foco essencial a publicação e a visualização de imagens e vídeos produzidos por seus/suas usuários/as, o Instagram também é uma vitrine dos valores e padrões sociais amplamente veiculados dentro da cultura, uma vez que é atravessado por representações da realidade através das imagens (Vieira, 2019).

Nesse sentido, Santaella (2012) evidencia a relevância da alfabetização visual, que consiste na prática de aprender a ler, de forma aprofundada, as imagens. Segundo a autora, as imagens constituem formas de representar a realidade, exprimindo em seu interior diversos significados, sendo esses entrelaçados com o contexto em que elas estão inseridas. As imagens também podem exercer uma função simbólica: “O

² Pesquisa disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/redes-sociais-estatisticas>.

³ Pesquisa disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

simbolismo adiciona camadas de significados que estão por trás das imagens” (Santaella, 2012, pp. 19).

A semiótica se configura como uma ciência que estuda os signos e as formas como eles são empregados, por sua vez, os signos são “instrumentos cultivados para nossas relações interiores, mediante a ligação com os objetos no ambiente externo” (Valsiner, 2012, p. 39). Nesse sentido, os signos são divididos em três tipos, que podem estar articulados entre si: ícone, índice e símbolo. As imagens, então, constituem-se como ícones, os ícones são signos que representam um objeto a partir de um grau de semelhança que eles possuem com o que buscam representar (Valsiner, 2012).

De acordo com Madureira (2016), as imagens são ícones impregnados de sentidos oriundos do mundo social, verdadeiros artefatos culturais que permitem às pessoas reconhecer e compreender o meio em que estão inseridas e a si mesmas. Pode-se dizer, assim, que as imagens possuem uma conexão tangível com os processos de subjetivação dos indivíduos.

Nesse sentido, as imagens que são produzidas nos espaços cibernéticos das redes sociais – em especial, no Instagram – estão entrelaçadas com a construção dos significados culturais, entrando também em contato com as diversas maneiras que seus/suas usuários/as irão recebê-las. Dessa maneira, o Instagram também reflete os valores e crenças de cada cultura. Essa rede contribui, frequentemente, para a perpetuação de padrões estéticos hegemônicos ligados à aparência corporal, reforçando ideais estéticos como magreza, branquitude e juventude (Vieira, 2019). De acordo com Zorzan e Chagas (2011), as pessoas que se enquadram nos modelos dominantes de cada sociedade possuem maior facilidade de alcançar sucesso midiático e visibilidade, tendo o seu corpo e o seu estilo_vida idealizados e almejados.

Nesse sentido, quando questionamos a participante Renata se ela sente que há uma pressão social para que mulheres atendam a determinados padrões, ela comentou: *“200%, sem sombras de dúvida, para que nós sejamos magras e naquele jeito do Instagram. (...) Mas assim, é o corpo magro e perfeito, existe uma pressão gigantesca e isso é ruim de mais, existe muito”*. Também podemos perceber essa questão na fala da terceira participante Bruna:

“A gente se baseia muito com o que nas redes sociais (...). Sempre se enfatizou muito os atributos femininos, aquilo que as mulheres tem que seriam características femininas, como os seios grandes, quadril largo, cintura fina, um cabelo liso, o olho claro, ou então a pele branca.”

Nesse contexto, Vieira (2019) comenta que, na medida em que determinados indivíduos alcançam popularidade dentro dessas redes sociais, mais eles conquistam certo poder de influência na vida de pessoas que consomem o seu conteúdo (chamados de “seguidores”). Esses indivíduos são denominados influenciadores digitais. Um efeito deletério deste poder que eles exercem pode ser observado quando mulheres começam a comparar o seu estilo de vida com a das Influenciadoras Digitais, o que pode se tornar um fator desencadeador de sofrimento psíquico para elas. Segundo Fernandes (2019), ao perceberem que os modelos de vida e dos padrões de beleza divulgados nessas redes não condizem com a sua própria realidade, muitas pessoas podem ter uma insatisfação pessoal aumentada.

Dessa forma, a participante Bruna demonstrou a questão da comparação na seguinte fala:

“ Nas redes sociais não fico seguindo muita gente que fica exibindo muito o corpo escultural, para não ficar me comparando. Porque realmente eu já fiz isso (..), eu ficava olhando para aquela barriga chapada da pessoa e para a minha barriga que estava só aquele pão, assim, daí eu me sentia mal. ”

A participante também comentou que tais padrões ideias de beleza e de aparência corporal fazem com que, em sua visão, muitas mulheres se sintam pressionadas para alcançarem esse ideal. Segundo Sousa (2021), essa pressão para atender os ideais de beleza gera, em muitos casos, uma desqualificação do sujeito em relação ao seu próprio corpo, o que propicia um espaço de autojulgamento e críticas frequentes. Essa questão pode ser intensificada quando o sujeito entra em contato com o olhar do outro, sentindo-se inferior e construindo uma visão depreciativa acerca da sua própria imagem corporal. Além disso, como a magreza é estabelecida no imaginário social com um ideal de beleza, se sentir fora desse padrão pode ocasionar uma crescente preocupação com as medidas corporais e um medo constante de engordar (Sousa, 2021).

Questões étnico-raciais e padrões estéticos hegemônicos.

De acordo com Carvalho (2008), o racismo fenotípico colocou o padrão branco ocidental como referência em relação aos não-brancos. Entretanto, não apenas a pele clara foi privilegiada, mas também as outras características físicas secundárias, como a aparência corporal, a textura dos cabelos, o formato do nariz, dos olhos e da boca. Segundo o autor, o racismo impacta em práticas discriminatórias que supervalorizam os traços brancos e desqualificam as características não-brancas. Dessa forma, cria-se um pensamento de que, para se aproximar de um padrão de corpo ideal amplamente

difundido na cultura, as pessoas necessitam ajustar os seus corpos e mudar os seus traços que acreditam serem imperfeitos (Carvalho, 2008).

Segundo Novaes (2013), o corpo humano não pode ser compreendido apenas levando em consideração os aspectos biológicos, ele é caracterizado também pela dimensão social e cultural no qual é pertencente, sendo um espaço de construção de sentidos e diálogos com o meio em que as pessoas vivem. Ele está inserido em uma comunidade, grupo ou etnia, sendo perpassado pelos valores e produções culturais fomentadas por esses. Dessa forma, essas marcações traduzem no corpo a singularidade do grupo social em que ele pertence, sendo também dispositivos de subjetivação, ou seja, fazer parte de um determinado grupo étnico-racial traz diversas implicações para a vivência subjetiva de cada indivíduo (Carvalho, 2008).

Madureira & Branco (2012) concebem os diferentes tipos de preconceitos (como o racismo, a xenofobia e a homofobia) como fenômenos de fronteira. De acordo com as autoras, esses preconceitos se estabelecem como fronteiras simbólicas rígidas, estruturando barreiras culturais hierárquicas entre os indivíduos e os grupos sociais. A constituição dessas fronteiras rígidas é construída a partir de um contexto histórico e sociológico amplo, mantendo-se também firmes pelo forte enraizamento afetivo que elas possuem. Essa separação entre os indivíduos e seus grupos sociais reforçam uma noção de “nós e eles”, marcando simbolicamente de forma rígida as diferenças e qualificando determinados grupos a partir da desqualificação e marginalização de outros (Madureira & Branco, 2012).

Nesse sentido, o racismo se configura como uma fronteira simbólica rígida que impacta em discriminações também referentes ao corpo negro, estabelecendo uma relação que subjuga e mantém estereótipos negativos ligados às características corporais (Madureira, Barreto, Silva & Batianello, 2021). Dentro desse cenário de constante discriminação, Carvalho (2008) aborda a importância da valorização das características não-brancas que foram inferiorizadas pelo racismo estrutural, ressaltando a valorização dos traços corporais ligadas a negritude.

Dessa forma, quando apresentamos duas imagens com quadros de mulheres de diferentes pertencimentos étnico-raciais e questionamos a participante Renata com quais delas ela se identifica, ela escolheu aquelas que eram mais semelhantes com a sua aparência e com o seu grupo étnico-racial. *“Acho que por conta da correspondência da cor, da minha cor. Eu gostei de todas, mas acho que a segunda foi a que mais me*

agradou, acho que por isso, essa representatividade é importante, então acho que vai mais para esse lado.” (Renata).

A fala da participante Renata destaca a importância da representatividade e da valorização da identidade negra. Como citado por Madureira, Barreto, Silva e Batianello (2021), a colonização exerceu um violento papel no apagamento das características da cultura negra, reproduzindo concepções negativas e preconceituosas acerca dela. Diante desse contexto histórico, a construção da identidade étnico-racial das pessoas negras passa por percalços significativos, sendo profundamente impactada pela deslegitimação da sua cultura. Em muitos momentos, isso suscitou que a constituição dessa identidade fosse influenciada por esse referencial de evidente desigualdade, fazendo com que fosse desejável se aproximar das características da população branca para validar a sua identidade e seus direitos (Madureira, Barreto, Silva e Batianello, 2021).

Diante desse cenário, Djamila Ribeiro, em sua obra “Pequeno Manual Antirracista” (2019), retrata a relevância do fortalecimento de movimentos que busquem superar essas desigualdades, produzindo mudanças na construção de identidade das pessoas negras. Um dos exemplos citados por Ribeiro (2019), é o movimento Panteras Negras, que lutava pela emancipação do povo negro e reivindicavam os seus direitos civis. Um dos seus fundamentos também é a valorização da estética negra, que buscava ressaltar a beleza em seus traços fenotípicos e nos artefatos culturais ligados à estética e à resistência – como as tranças e os turbantes-, proporcionando a construção de uma nova consciência e identidade.

Além disso, a participante Renata também ressaltou a importância da questão da representatividade negra em artefatos culturais, como, por exemplo, bonecas e personagens de desenhos. Uma vez que, ao estarem muitas vezes presentes na infância de inúmeras crianças, esses artefatos podem auxiliar positivamente nos processos de identificação, sendo um exemplo de representatividade.

“Mas eu acho que ainda falta sim representatividade, ainda sim falta um pouco, mas não como quando eu era menor e eu ia, por exemplo, comprar uma boneca e não tinha bonecas parecidas comigo. Eu fico imaginando, se no nosso tempo era raro e a gente já é nova, imagina no tempo deles? Era mais raro, meu Deus! Tanto que isso demorou, né? E é uma coisa que é muito importante”

A boneca, citada pela participante Renata, é um brinquedo amplamente presente na infância de inúmeras crianças, sendo também um exemplo de artefato cultural. Nesse sentido, a produção de bonecas com características das pessoas negras – cor de pele,

cabelo e traços típicos -, assume um importante papel em termos de representatividade e de identificação por parte de crianças negras. Uma vez que, durante o processo de desenvolvimento e sociabilidade das crianças, poder construir uma relação positiva de identificação com as suas próprias características possui um potencial transformador, sendo uma poderosa forma de valorizar os seus próprios traços e construir uma autoestima positiva (Malafaia, 2018).

Nesse sentido, a participante Bruna também comentou sobre a representatividade da diversidade étnico-racial existente no cinema: “*Se você olhar, a maioria dos filmes com pessoas brancas e negras, quem vão ser as protagonistas, quem vão ser os principais? Sempre as pessoas brancas, ou de pele mais clara.*”. Segundo Souto (2020), existem diversos obstáculos, fundamentados no preconceito e na discriminação, que dificultam a inserção de pessoas negras dentro do cenário cinematográfico, sobretudo de mulheres negras, as quais pode-se observar um apagamento de sua narrativa e protagonismo. Até mesmo quando são representadas, as mulheres negras são, muitas vezes, assimiladas a estereótipos negativos, ocupando papéis subservientes aos personagens brancos, detendo menor poder aquisitivo dentro da sociedade representada.

De acordo com Madureira (2016), as imagens configuram-se como uma ferramenta significativa na construção de novos conhecimentos, proporcionando um rico espaço para a aprendizagem. Dessa forma, o cinema, enquanto uma produção imagética, pode contribuir com a promoção de transformações sociais significativas. A representatividade de uma diversidade de culturas e de grupos étnico-raciais na tela do cinema abre caminho para uma educação não-formal, trazendo múltiplos benefícios para o rompimento de um paradigma que marginaliza e inferioriza diversas características e demarcações culturais de determinados grupos sociais

Autoimagem, envelhecimento e procedimentos estéticos.

De acordo com Novaes (2011), na contemporaneidade, os padrões estéticos ligados à noção de beleza possuem três características principais: magreza, branquitude e juventude. Dessa forma, o envelhecimento se torna uma questão problemática, pois ele é comumente associado à feiura e à perda do anterior referencial de juventude e beleza. Sendo assim, muitas vezes o envelhecimento é marcado por diversas tentativas de retardá-lo, nas quais são necessários diferentes procedimentos para evitar os sinais de flacidez na pele, as rugas, as marcas de expressão e qualquer outra manifestação que evidencie a passagem do tempo (Novaes, 2011).

Nesse sentido, Novaes (2013) discute que, com o avanço da civilização, instaurou-se a necessidade de se constituir um corpo perfeito, um corpo que nunca padece ou envelhece, mantendo-se sempre dentro dos padrões estimados de “saúde perfeita, juventude eterna e beleza ideal” (Novaes, 2013, pp. 46). Entretanto, nenhuma juventude dura para sempre e a passagem do tempo é inevitável, o que torna esse combate contra as ações do tempo uma luta perdida. O curso natural do envelhecimento vai contra as representações culturais de um corpo perfeito, o que reforça uma noção de que envelhecer é um processo que coloca a pessoa fora dos ideais de beleza (Novaes, 2013).

Nesse sentido, a participante Renata trouxe em sua fala uma visível preocupação com o processo do envelhecimento:

“Tudo bem envelhecer, mas não pode parecer velha. Eu imagino como isso deve ser ruim para as pessoas mais velhas, porque acaba que cria uma pressão, sabe? Tipo, “não, espera aí, não quero ficar velha”, sabe? E esse processo de envelhecimento é uma coisa natural. Então acho que essa foi a questão mais difícil”.

Conforme descrito por Yokomizo e Lopes (2019), as exigências sociais relacionadas aos padrões estéticos hegemônicos estão diretamente ligadas à valorização da jovialidade, sendo então um importante aspecto para a percepção e manutenção da autoestima. Em contrapartida, o envelhecimento é então percebido com um valor negativo, sendo muitas vezes compreendido como uma degradação da aparência estética e falta de cuidado, ocasionando uma sensação de perda de beleza, sexualidade e visibilidade. Sendo, então, alvo de diversas intervenções e reparações, cria-se a necessidade de se ter um controle do tempo no processo de envelhecimento, a fim de cristalizar a sua ação e eternizar a juventude na aparência física (Yokomizo & Lopes, 2019).

A participante Juliana trouxe uma diferente perspectiva acerca do envelhecimento, para ela esse processo é marcado como uma fase linda de maior aceitação pessoal e maturidade:

“Eu enxergo isso que eu te falei, maturidade e o quão bom é a fase em que a gente sabe o que quer e o que quer, está feliz consigo mesma do jeito que é e está assumida do jeito que quer. (...) “eu sei o que quero, sei o que não quero, eu já passei e já experimentei, e eu estou na melhor fase da minha vida”, é isso que me passa.”

De acordo com essa visão acerca do envelhecimento, Goldenberg (2012, citado por Yokomizo e Lopes (2019) realizou um estudo no qual o antropólogo investigou a interpretação que mulheres de diferentes culturas tinham sobre essa questão. Nessa pesquisa, as participantes alemãs percebiam o envelhecimento como um processo de maior amadurecimento, valorizando as características físicas que apareciam durante o curso do tempo, sem se sentirem pressionadas a disfarçar-las. Esse estudo também evidencia como os aspectos culturais e históricos canalizam a forma como os indivíduos significam diferentes processos da vida. Como destacado por Madureira (2016), é importante empregarmos o conceito da canalização cultural nessa discussão, uma vez que esse termo ressalta a participação ativa do sujeito nos processos de significação em relação a si mesmo e relação ao mundo social em que está inserido.

Em relação à realização de procedimentos estéticos, em especial das cirurgias plásticas, as participantes apresentaram diferentes opiniões. Para Juliana, as cirurgias plásticas são válidas quando elas possuem uma função restauradora, que ajude a pessoa a aumentar a sua autoestima e se sinta melhor consigo mesma. De acordo com ela: *“Eu tive que fazer uma mastectomia radical, então eu tirei as duas mamas, e eu coloquei um silicone do mesmo jeito. Eu falei para a médica: “Não mude nada, eu quero exatamente igual”*”.

Entretanto, a participante salienta a importância da cautela e da auto aceitação antes da realização de cirurgias: *“Se você não dá essa oportunidade e já fica mudando, nunca vai ficar bom, nunca vai estar bom, porque você se olha no espelho e na realidade não se identifica com você mesmo”*. Nesse sentido, Novaes (2013) também destaca a importância da cautela e de uma consciência crítica ao enfrentarmos as questões relativas à aparência corporal e aos padrões estéticos hegemônicos. De acordo com a autora, nesse movimento de tentar se ajustar para caber dentro desses padrões, muitas mulheres encaram uma luta contra elas mesmas, perdendo o contato com a sua própria identidade ao tentar encontrar a “melhor” versão de si (Novaes, 2013).

Já a participante Bruna comenta que procura se aceitar como ela é, entretanto, determinadas partes do seu corpo ainda trazem muitas inseguranças para ela:

“É um sonho meio louco, que na verdade eu não teria coragem de fazer, sabe? Que seria uma cirurgia. (...) eu faria talvez aquela de remover uma das costelas, sabe? Só para afinar a cintura, porque na minha cabeça se eu afinar a cintura, se eu tiver a barriga mais chapada, os outros atributos vão se sobressair”.

Embora a participante tenha destacado durante a entrevista a necessidade de cuidado e consciência na realização de cirurgias plásticas, podemos perceber no trecho acima que ela possui a vontade de realizar uma cirurgia plástica invasiva. Esse trecho exemplifica o quão complexo é lidar com os padrões estéticos hegemônicos, não sendo uma relação de tudo ou nada. Mesmo a participante compreendendo a necessidade de cautela, a reprodução desses padrões impacta em sua imagem corporal e saúde mental, tendo em vista que estar distante do que é entendido como beleza estética pode trazer sofrimento psíquico e perda da autoestima (Vieira, 2019).

De acordo com Vieira (2019), a realização de cirurgias plásticas e procedimentos estéticos podem desempenhar uma função de adequação as exigências ligadas aos padrões estéticos hegemônicos. É importante também compreender a lógica cultural consumista que envolve a relação dos procedimentos estéticos, o crescimento da insatisfação corporal e o aumento da realização desses procedimentos fomentam significativamente esse mercado.

Considerações Finais

O presente artigo buscou 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. Dessa forma, a partir das reflexões teóricas e da pesquisa de campo realizada, pode-se observar como as noções idealizadas acerca da feminilidade e da aparência corporal amplamente reproduzidas dentro das mídias sociais, tendo em vista a construção cultural e social dos papéis de gênero e dos padrões estéticos hegemônicos, influenciam significativamente na saúde mental e nos processos identitários de diferentes mulheres.

Como abordado por Madureira (2010), as concepções acerca dos padrões de gênero e da aparência corporal são produções culturalmente construídas, tendo os seus significados interligados com os valores de determinada cultura e sociedade. Dentro dessa perspectiva, as noções relativas aos padrões hegemônicos constituídos sobre o corpo feminino e a feminilidade estão inseridas no contexto social dos indivíduos, sendo reproduzidas constantemente no cotidiano e nas mídias sociais.

Nesse sentido, os valores ligados aos padrões estéticos – como a juventude, a branquitude e a magreza -, e às definições socialmente construídas de beleza e de feminilidade se difundem, tornando-se reguladores sociais hegemônicos e desejáveis, moldando a forma como a aparência feminina deveria ser (Novaes, 2011). Contudo,

essa ampla idealização dos padrões estéticos de beleza e a sua frequente reprodução nas mídias sociais podem impactar na saúde mental de inúmeras mulheres, podendo ser um potencial gerador de insatisfação corporal e sofrimento psíquico (Vieira, 2019)

Como abordado no decorrer deste artigo, a psicologia, enquanto ciência socialmente engajada, possui um papel fundamental na construção de discussões e ações práticas que transformem esse cenário prejudicial. De acordo com Bock (1999), a psicologia, enquanto ciência e profissão, deve estar atenta as demandas e necessidades que permeiam o meio cultural e social dos indivíduos, estabelecendo um compromisso social para com a transformação positiva desse contexto.

Dessa forma, a prática da psicologia deve estar orientada para uma intervenção ampla e culturalmente contextualizada, promovendo a saúde, a autonomia do sujeito e a transformação social (Bock,1999). Nesse sentido, artigos como este podem contribuir positivamente para o estudo e a prática da psicologia dentro desse panorama, ressaltando também a importância de pesquisas e diálogos interdisciplinares para alcançar esses objetivos.

Os fenômenos culturais ligados às pressões sociais para atingir os padrões hegemônicos de beleza e de feminilidade são formados por fatores diversos, e para analisá-los de forma a respeitar seu caráter complexo e amplo, devem ser realizados novos estudos dentro desse cenário. Nesse sentido, uma das demandas observadas durante as entrevistas com as participantes esteve profundamente ligada ao contexto da adolescência, em especial, a maneira como os padrões estéticos hegemônicos impactaram na construção das suas identidades e na sua imagem corporal durante a adolescência. Dessa forma, os processos de identificação e autoimagem durante a adolescência se mostram um campo rico para futuras pesquisas.

Referências Bibliográficas

- Baudrillard, J. (1995). *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos.
- Barbosa, M. R., Matos, P. M., & Costa, M. E. (2011). Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Psicologia & Sociedade*, 23(1), 24-34.
- Bock, A. M. B. (1999). *A Psicologia a caminho do novo século: identidade profissional e compromisso social*. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 4(2), 315-329.
- Carvalho, J. J. (2008). Racismo fenotípico e estéticas da segunda pele. In: *Revista Cinética - Programa Cultura e pensamento*.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 102, 85-102.

- Fernandes, K. (2019). Impacto das mídias sociais sobre a insatisfação corporal e risco de transtornos alimentares e depressão em estudantes da Universidade Federal de Ouro Preto.
- 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.
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). Pesquisa global da ISAPS revela tendências nos procedimentos e predominância geográfica (Internet). Hanover, New Hampshire, 19 de setembro de 2021. Retirado de: <<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-2018-Press-Release-Portuguese.pdf>>.
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). Pesquisa global mais recente da ISAPS informa aumento contínuo de cirurgias estéticas em todo o mundo (Internet). Hanover, New Hampshire, 19 de setembro de 2021. Retirado de: <<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-Portuguese.pdf>>.
- Madureira, A. F. A. (2010). 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: Tecnopólik.
- 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.), *Artes e Psicologia: Fundamentos e Práticas* (pp. 57-82). Curitiba: Juruá.
- Madureira, A. F. A.; Barreto, A. L. C. S.; Silva, M. R. G. & Bastianello, M. A. (2021). Pertencimento Étnico-Racial e Racismo no Brasil: Processos Identitários, Diversidade e Preconceito na Perspectiva da Psicologia Cultural. Em A. F. A. Madureira & J. Bizerril (Orgs.), *Psicologia & Cultura: Teoria, Pesquisa e Prática Profissional* (pp. 238-270). São Paulo: Cortez.
- 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.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2012b). 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.
- Malafaia, E. D. S. (2018). A importância da representatividade negra na construção de identificação em crianças negras a partir de literatura infanto-juvenil negra. In *X COPENE: Congresso Brasileiro de Pesquisadores Negros*. Uberlândia-MG.
- Maroun, K., & Vieira, V. (2008). Corpo: uma mercadoria na pós-modernidade/The body: a commodity in post-modernity/Cuerpo: una mercancía en la postmodernidad. *Psicologia em Revista*, 14(2), 171-186.
- Mendes, N., & de Vilhena, J. (2016). Corpo de consumo, corpo consumido: uma experiência ambulatorial no atendimento a pacientes de cirurgia bariátrica. *Polêm!ca*, 16(3), 009-030.
- 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.
- Mohsin, M. (2020). Orbelo: 10 estatísticas das redes sociais usadas mais usadas em 2021 [Infográfico]. Retirado de: <<https://www.oberlo.com.br/blog/redes-sociais-estatisticas>>.
- 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.
- Loponte, L. G. (2002). Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. *Estudos Feministas*, 10(2), 283-300.
- Louro, G. L. (1998). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis: Vozes.
- Ribeiro, D. (2019). *Pequeno manual antirracista*. Companhia das letras.
- Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos. [Introdução, pp. 9-24]
- Severiano, M. D. F. V., do Rêgo, M. O., & Montefusco, É. V. R. (2010). O corpo idealizado de consumo: paradoxos da hipermodernidade. *Revista mal-estar e subjetividade*, 10(1), 137-165.
- Sibilia, P. (2008). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Contraponto Editora.

- Souto, L. T. D. O. (2020). *Feminilidades e Negritudes nas Telas: Diálogos entre a Psicologia e o Cinema*.
- Valsiner, J. (2012a). *Fundamentos da Psicologia Cultural: mundos da mente, mundos da vida*. Tradução de Ana Cecília de Sousa Bastos. Porto Alegre: Artmed.
- Vieira, A. G. A. (2019). Instagram: possíveis influências na construção dos padrões hegemônicos de beleza entre mulheres jovens.
- Viscardi, A. W., Sottani, S. M., & Machado, F. C. V. (2012). Narcisismo na sociedade do espetáculo: consumo e beleza feminina nas capas da revista Claudia. *Revista Estação Científica*, (07), 01-20.
- Volpato, B. (2021). Ranking das redes sociais 2020: as mais usadas no Brasil e no mundo, insights e materiais gratuitos. Retirado de: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>.
- 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.
- Yokomizo, P., & Lopes, A. (2019). Aspectos socioculturais da construção da aparência no envelhecimento feminino: uma revisão narrativa. *Revista Kairós-Gerontologia*, 22, 285-317.
- Zorzan, F. S., & Chagas, A. T. S. D. (2011). Espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu?: uma reflexão sobre o valor do corpo na atualidade e a construção da subjetividade feminina. *Barbarói*, 161-187.