



## **A Busca pelo Corpo Perfeito e a Objetificação das Mulheres: das Artes Visuais ao Instagram**

---

**Resumo** - A partir do referencial teórico da Psicologia Cultural, o artigo tem como objetivo 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. Busca-se compreender quais os impactos das mídias e das redes sociais, como o Instagram, nos processos identitários referentes à construção das identidades de gênero das mulheres. Discute-se acerca dos padrões estéticos hegemônicos, do sexismo, da objetificação de mulheres e da violência contra elas no campo das artes visuais e das mídias sociais. Realizou-se uma pesquisa empírica que utilizou uma metodologia qualitativa. Foram selecionadas três mulheres para realizar entrevistas individuais, semiestruturadas, virtuais e de forma integrada à apresentação de imagens previamente selecionadas. Os resultados indicaram que todas as participantes tiveram dificuldade em lidar com excesso de peso e com envelhecimento, seja em relação ao próprio corpo ou corpos de outras mulheres, como também ao tipo de corpo desejado e, também, todas as participantes escolheram o mesmo corpo como o que gostariam de ter. Além disso, o Instagram demonstrou grande influência para comparação de aparência corporal, principalmente, para a participante mais jovem. E, também, duas participantes mostraram mais resistência ao olhar padrão estético hegemônico enquanto uma demonstrou menos. Por fim, as participantes negra e amarela relataram mais dificuldades de serem apontadas como belas pelas outras pessoas.

**Palavras-chave:** mídia, beleza, padrões estéticos hegemônicos, feminilidade, gênero.

---

Historicamente, a maioria das sociedades se pautam na distinção entre homens e mulheres levando em consideração o sexo biológico e, nessa diferenciação, há relações de poder historicamente estabelecidas, sendo que as mulheres têm sido vistas como objetos de posse por homens, sejam eles pais, irmãos, maridos ou filhos (Almeida, 2014; Segato, 2014). Com o passar do tempo, o movimento feminista ganhou força e, apesar das conquistas em termos de liberdade e de independência que tem consequências políticas, econômicas e culturais, os corpos de mulheres ainda são objetificados.

Essa objetificação e a violência contra as mulheres é uma forma de controle para restabelecer ou manter a função da mulher tradicionalmente estabelecida. Além disso, são formas de sentir e de pensar pré-estabelecidas tanto em termos individuais como em

termos coletivos e, conseqüentemente, isso reforça uma desigualdade entre os gêneros (Almeida, 2014; Romero, 2014).

Entretanto, o corpo feminino é marcado não só pelos padrões hegemônicos relacionados aos papéis de gênero, mas também pelos padrões de beleza por meio da pressão estética e, atualmente, uma das formas de manutenção desses processos é feito por meio das redes sociais, como o Instagram. De acordo com Carbonari (2019), os resultados da pesquisa "*Social media and young people's mental health and wellbeing*", feita no Reino Unido, mostram que esse aplicativo permite o compartilhamento de fotos e imagens e isso tem conseqüências negativas para o sono, a autoimagem e o propícia medo de jovens ficarem por fora de acontecimentos e de tendências, sendo o principal público mais propício a ser afetado por esses aspectos são adolescentes e jovens entre 14 e 24 anos, já que 90% deles usam mais redes sociais que outras faixas etárias.

Além disso, sete em cada dez participantes desta pesquisa concordam que o Instagram fez com que se sentissem pior em relação à autoimagem entre as mulheres, pois nove em cada dez se sentem infelizes com seus corpos, pensam em mudar a própria aparência, considerando fazer procedimentos cirúrgicos (Carbonari, 2019). Assim, é notório os impactos das mídias na saúde mental e na autoestima, principalmente, das mulheres, uma vez que é uma forma de manutenção e de propagação acerca do que é considerado belo nas sociedades atuais (Flor, 2009; Ribeiro 2016).

Entretanto, há também o Movimento Corpo Livre no Instagram, o qual foi criado por Alexandra Gurgel (Ferreira & Meireles, 2021) e promove a autoaceitação, contrapondo-se aos padrões hegemônicos de beleza que também se apresentam neste aplicativo. Dessa forma, foi criado a hashtag #CorpoLivre com o intuito de compartilhar corpos reais e enaltecer a diversidade de beleza das mulheres. Gurgel também promove discussões na sua página do Instagram acerca dos padrões de beleza, da gordofobia, do machismo e do adoecimento psíquico por conta das discriminações associadas a esses temas citados, ressaltando a importância deles na conjuntura atual (Limeira & Farias, 2021). Portanto, é uma ferramenta virtual em que há, ao mesmo tempo, fotos de corpos conforme e fora dos padrões hegemônicos socialmente esperados.

Diante da discussão apresentada anteriormente, o problema de pesquisa delimitado é: quais os impactos das mídias e das redes sociais, como o Instagram, nos processos identitários referentes à construção das identidades de gênero das mulheres?

Há alguns fatores que permitem compreender a relevância desse tema. Um deles é o fato de haver poucas pesquisas acerca da influência das mídias sociais em relação à imagem corporal (Leles, 2019), embora na pesquisa realizada em dezembro de 2020

pelo Projeto Dove pela Autoestima, indica que 70% das jovens brasileiras dizem que não se sentiriam julgadas e ficariam menos preocupadas com a própria aparência, caso se sentissem representadas no meio digital, além de 75% gostariam que o mundo se concentrasse em quem são ao invés da aparência delas (Vilela, 2021). Outro fator é que, em janeiro de 2021, o Brasil ocupou o primeiro lugar no mundo em relação à quantidade de cirurgias plásticas realizadas, correspondendo a 13,1% do total dessas cirurgias feitas no mundo e ultrapassando os Estados Unidos, com 11,9% (Pereira, 2021).

Um dos resultados de outra pesquisa da Dove<sup>1</sup> "A Verdade sobre a Beleza - Um Relatório Global"<sup>1</sup> feita em 2007 é que menos de 2% escolhem se descrever como "belas", de forma geral; mais de 75% não se sentem à vontade para se descreverem como belas; e a imagem do belo criada e veiculada por meio da mídia não corresponde, de fato, àquele presente no cotidiano das pessoas. Nesse sentido, as imagens no meio digital podem interferir na autoimagem e na autoestima das mulheres em relação aos seus próprios corpos.

Além disso, o corpo também é referência para ser classificado e hierarquizado a partir das normas e dos padrões culturais, sendo que a divisão dos sexos de forma binária foi essencial ao longo do tempo para diversas sociedades (Louro, 2004). Historicamente, essa divisão constitui uma forma diferente de tratamento em relação às mulheres que repercute até hoje e contribui para a objetificação das mulheres. De acordo com o "Mapa da Violência" feito em 2015, o Brasil ocupou o quinto lugar no mundo do país que mais cometeu homicídio de mulheres no ano de 2013 (Waiselfisz, 2015).

Diante do exposto, a pesquisa realizada buscou contribuir com os estudos sobre questões de gênero e para as pesquisas acadêmicas em relação a como os padrões estéticos hegemônicos difundidos pelas mídias influenciam as mulheres e afeta o sentimento de pertencimento a determinados grupos. Entretanto, apesar dessa temática ter sido mais estudada nos últimos anos e possuir relevância social, ainda são necessárias mais pesquisas.

Também é de interesse da Psicologia, enquanto ciência e campo de atuação profissional, aprofundar e compreender melhor esse tema, pois é de responsabilidade ética dos/as psicólogos/as o zelo e o compromisso com a promoção da saúde e do bem-estar dos indivíduos e das coletividades, respeitando as pessoas e seus direitos fundamentais. De acordo com os Princípios Fundamentais do Código de Ética Profissional (CFP, 2005):

II. O psicólogo trabalhará visando promover a saúde e a qualidade de vida das pessoas e das coletividades e contribuirá para a eliminação de quaisquer formas de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

III. O psicólogo atuará com responsabilidade social, analisando crítica e historicamente a realidade política, econômica, social e cultural. (p.7)

Portanto, esse artigo pode contribuir para construção de análises aprofundadas sobre aspectos históricos e atuais sobre a manutenção da opressão em relação às mulheres e seus corpos. E, assim, contribuir para formas de desconstrução acerca disso.

### **Construção das Identidades, Fronteiras Simbólicas e Preconceitos a partir da Psicologia Cultural**

A Psicologia Cultural foi a base teórica utilizada na pesquisa realizada. Diante disso, é importante explicar brevemente os pressupostos e conceitos importantes da Psicologia Cultural em sua vertente semiótica. Assim, a cultura é concebida como uma função de suma importância na constituição do sujeito, pois os fenômenos psicológicos são compreendidos de forma culturalmente contextualizada e o próprio sujeito possui papel ativo no seu desenvolvimento psicológico, bem como diante do mundo social (Madureira & Fonseca, 2020).

Nesse sentido, cabe destacar que há diversos processos de canalização cultural em que o indivíduo é atravessado pela cultura e não determinado por ela, ou seja, tais processos orientam o pensar, o sentir e o agir. (Valsiner, 2007, citado por Madureira & Fonseca, 2020). Além disso, uma característica importante corresponde à compreensão de que os seres humanos são animais simbólicos, capazes de atribuir significado às experiências, à realidade vivida e a si próprio (Madureira & Fonseca, 2020).

Para Valsiner (2012) os processos de significação são construídos ao longo do tempo e por meio de signos. A mediação simbólica da cultura é feita através dos signos, ou seja, a capacidade de generalização e de abstração de um indivíduo por meio um sistema de funções psicológicas organizadas. Esse processo é importante para a construção de significados tanto intrapsicológicos, ou seja, pensar, agir, planejar quanto interpsicológicos, como uma conversa entre duas pessoas ou mais. Assim, ao longo da construção de significados, os preconceitos, por exemplo, representam uma forma de abstração e de generalização bastante significativa (Valsiner, 2012).

Diante disso, como o ser humano é um animal simbólico e entende o mundo a partir dos processos de significação, é por meio deles que se estruturam os processos identitários, fronteiras simbólicas e os preconceitos (Madureira & Branco, 2012; Madureira & Fonseca, 2020). E, a seguir, esses três processos serão aprofundados.

Nos processos identitários, a identidade é relacional e construída por meio de uma marcação simbólica da diferença, pois os seres humanos, para saber quem são, se diferenciam dos outros (Woodward, 2000). Os aspectos sociais e simbólicos são necessários para a constituição e a manutenção das identidades (Woodward, 2000). As identidades sociais estão vinculadas ao sentimento de pertencimento do sujeito em relação a determinados grupos existentes na sociedade e à construção da subjetividade guiada por aspectos culturais (Madureira 2000; Madureira 2007 citado por Madureira & Branco, 2012).

Além disso, na construção das identidades, ocorrem processos como a representação, uma forma de construir significados às experiências vividas e à realidade, podendo estar atrelada a relações de poder, favorecendo um grupo em relação a outro (Madureira & Branco, 2012). Quando há identificação com uma representação, são estabelecidos limites flexíveis ou rígidos, também conhecidos, respectivamente, como marcação simbólica ou fronteiras simbólicas (Madureira & Branco, 2012; Woodward, 2000).

Adentrando acerca das fronteiras simbólicas relativas aos processos identitários, elas delimitam o “nós” e o “eles”, o eu e o outro como uma espécie de sistema classificatório que fornece uma certa ordem para a vida social (Woodward, 2000). Com isso, há a inclusão de uns e exclusão de outros indivíduos de determinados grupos (Woodward, 2000).

Então, os processos identitários, fronteiras simbólicas rígidas e preconceitos são conceitos importantes para entender questões de gênero e sexismo. A identidade de gênero é vista a partir do essencialismo biológico, sendo muito clara a divisão entre quem faz ou não parte de determinado grupo identitário (Woodward, 2000). Essa divisão clara é compreendida como fronteiras simbólicas rígidas ligadas ao campo afetivo e constituídas historicamente, funcionando como barreiras culturais não permeáveis entre grupos sociais e indivíduos (Madureira & Branco, 2012).

De forma mais específica, o sexismo, então, contribui para estabelecer limites nítidos no que se refere aos papéis socialmente esperados em relação aos homens e às mulheres. Assim, há uma propagação de modos bem delimitados de ser, de se

comportar, de pensar, de agir e de se vestir para cada gênero, interferindo, então, na constituição da subjetividade (Madureira & Branco, 2012; Rossini, 2018).

Com isso, essas demarcações rígidas e hierárquicas cumprem a função de manutenção das fronteiras simbólicas rígidas entre a masculinidade e a feminilidade. E contribuem, lamentavelmente, para a reprodução de desigualdades de gênero e de violências contra as mulheres, já que são vistas, tradicionalmente, como objetos de posse dos homens. Inclusive, mulheres transsexuais também sofrem preconceito e deslegitimação, ou seja, transfobia. É importante destacar que mulheres trans não se enquadram no modelo de gênero binário, ou seja, não se identificam com o gênero atribuído no nascimento a partir do sexo biológico.

O sexismo é um tipo de preconceito e, para entendê-lo, é preciso se atentar para a cultura, o contexto patriarcal e a lógica capitalista historicamente construídos e que influenciam os processos de subjetivação das mulheres, mas não apenas delas, perante à sociedade e como isso se articula com as exigências sociais que, orientadas pelos ideais dos padrões de beleza, são feitas em relação aos corpos femininos atualmente. Dessa forma, ao analisar os aspectos citados anteriormente, pode-se compreender outros, como os impactos na constituição da subjetividade, na sensação de pertencimento social e na saúde mental das mulheres.

Portanto, as delimitações dos papéis de gênero e o machismo são fenômenos que envolvem a delimitação de fronteiras simbólicas rígidas, uma vez que foram construídas historicamente e se tornam barreiras culturais entre grupos sociais e indivíduos (Madureira & Branco, 2012). Isso significa dizer que são preconceitos e concepções bem definidas acerca dos papéis sociais de homens e de mulheres, constituídas ao longo do tempo, baseadas nas relações de poder, ou seja, de opressão e de resistência e por meio do universo simbólico da cultura coletiva (Foucault, 1996 citado por Madureira & Branco, 2012).

### **Feminilidade, objetificação das mulheres e a busca pelo corpo ideal**

A seguir, adentrando sobre os preconceitos, o sexismo será o aspecto central abordado desta subseção. E será levado em consideração o campo das imagens e das artes visuais para essa discussão, pois é um recurso que permite compreender questões atreladas à cultura de uma sociedade vivenciada em determinada época.

As imagens e as palavras são artefatos culturais, ou seja, signos a serem interpretados e são construídos significados tanto dentro de uma cultura e sociedade quanto dentro de experiências subjetivas individuais (Madureira, 2016). De forma

similar, ao corpo também são atribuídos significados, frequentemente, vinculados às relações de poder, considerando fatores biológicos, como sexo de nascimento e cor (Louro, 2004) em que homens e pessoas brancas, historicamente, tem maiores privilégios e são detentores de poder em relação às mulheres e em relação às pessoas com outros pertencimentos étnico-raciais.

De acordo com Madureira (2016), é possível compreender sobre corporeidade e sexualidade de mulheres a partir das pinturas da Época Medieval e constata-se a contraposição entre a figura de Maria e de Eva, sendo a primeira associada à pureza, à maternidade e à delicadeza e a segunda há forte associação com forças demoníacas. Assim, nessa época na Europa, as mulheres eram vistas como uma tentação para homens e como seres “perigosos” e, por isso, os corpos delas eram vistos como objetos a serem rigidamente controlados socialmente (Madureira, 2016).

Comparando-se, então, a forma como as mulheres eram vistas e representadas na Idade Média e atualmente no Brasil, podemos encontrar significados culturais com visões mais arcaicas e contestatórias a elas (Madureira, 2016). Isso ocorre devido à grande influência histórica do Catolicismo no Brasil, o que dificulta a superação dessa dualidade moral em relação às mulheres e promove a manutenção de violência de gênero (Madureira, 2016)

Loponte (2002) também evidencia um olhar voltado para as artes visuais, para as mulheres e para questões relativas à sexualidade. As imagens, por exemplo, sejam pinturas, revistas ou propagandas de cerveja acerca de corpos femininos demonstram formas de poder e de objetificação, no sentido de naturalizar corpos femininos sem voz, produção realizada para espectadores masculinos (Loponte, 2002). Na sociedade atual, a pornografia, majoritariamente produzidas e consumidas por homens, é um outro exemplo que contribui para a objetificação e desigualdade social de gênero, já que representa as mulheres em um lugar de submissão e os homens como seres ativos e com direito de prazer (Graton, 2019).

Além disso, Loponte (2002) discute como uma mesma situação depende de quem é o sujeito, se é um olhar masculino ou feminino, pois, por exemplo, na obra "Susana e os velhos" de Jacopo Tintoretto (1557) que é um pintor homem, a mulher na obra é representada de forma passiva, à espera de um estupro. Entretanto, em "Susana e os velhos" de Artemisia Gentileschi (1610) que é uma pintora mulher, a mulher representada na obra está aterrorizada e se esquivando diante da mesma situação de eminente violência sexual.

Diante disso, é notório que a diferença de perspectiva entre homens e mulheres acerca de violência sexual de mulheres são semelhantes ao relatado anteriormente. O caso de Mariana B. Ferrer (Bardella, 2020) é um exemplo disso, pois ela denunciou e lutou na justiça devido a um estupro e homens que estavam conduzindo o processo desse caso culpabilizaram e desrespeitaram a vítima mesmo diante de tantas evidências, como vídeos e testes. Assim, atualmente no Brasil, ainda se tem uma visão machista e objetificada em relação às mulheres, em que, muitas vezes, a vítima é colocada no lugar de culpada e são feitos comentários que justificariam tais atos violentos, como o uso e o ato de postar fotos no Instagram com roupa decotada seriam formas de “não se dar o respeito”, como foi a fala usada para deslegitimar a denúncia realizada por Mariana.

Acerca do Instagram, as imagens e fotos divulgadas em redes sociais, principalmente, contribuem para as pessoas serem vistas e verem outras, como uma espécie de vitrine, para o narcisismo contemporâneo e para o eu e o corpo serem vistos como um produto a depender do quanto é exposto para os outros nas mídias (Sibilia, 2016a; Sibilia, 2016b). Assim, tendo em vista esses aspectos que interferem na constituição da subjetividade dos seres humanos, há também outros fatores que servem como mantenedores de padrões hegemônicos, seja em termos de gênero ou de beleza.

Algumas mulheres se preocupam com a estética corporal de maneiras distintas para se encaixarem em um padrão de beleza pré-estabelecido. A cultura do emagrecimento, por exemplo, permite maior aceitação social da pessoa em relação à sociedade (Oliveira, 2020). Afinal, a magreza é socialmente associada à riqueza, sucesso, atração, aceitação, conquistas de amor e estabilidade psicológica (Souto & Ferro-Bucher, 2006). Enquanto o corpo gordo é associado a um corpo grotesco, monstruoso, horrível e disforme (Novaes, 2013).

No sistema capitalista, a mídia e a indústria de beleza servem como mantenedores para o que é considerado socialmente como “belo”, como ter corpo magro e formas bem definidas, sendo que, para atingi-lo pode ser feito procedimentos estéticos, dietas e uso de produtos cosméticos (Flor, 2009; Ribeiro 2016). Desse modo, o ideal de beleza propagado pela mídia está associado à magreza, à juventude e à branquitude e, conseqüentemente, há, o frequente desprezo e não aceitação em relação a quem está fora desses padrões estéticos hegemônicos e não tem condições financeiras para tais procedimentos.

Com isso, há uma sociedade cada vez mais consumista em busca desses padrões. Entretanto, constata-se que, os padrões de beleza ideais atualmente não são os mesmos de anos atrás. Por exemplo, em épocas que os alimentos eram escassos, era valorizado



formas corporais femininas mais robustas, enquanto, atualmente, há mais oferta de alimentos em abundância e o que é visto como um dos ideais é a magreza (Hercovici & Bay, 1997 citado por Hutz & Oliveira, 2010).

O objetivo geral da 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. E os objetivos específicos são: 1) identificar e analisar as relações que mulheres estabelecem com sua autoimagem e seu próprio corpo considerando as imagens difundidas nas mídias sociais, a partir da perspectiva das participantes; 2) compreender as influências do *Instagram* na percepção de mulheres sobre a aparência corporal de outras mulheres.

## **Método**

A presente pesquisa utilizou uma metodologia qualitativa de investigação. Dessa forma, a pesquisa qualitativa busca compreender a realidade que não pode ou não deve ser quantificada e trabalha com o universo de significados das ações humanas e das relações também (Minayo, 2005).

Algumas características epistemológicas são pressupostos da pesquisa qualitativa. Assim, a singularidade é vista como produção legítima de conhecimento, isto é, a experiência e a história de processo de subjetivação são relevantes (Madureira & Branco, 2001). E o conhecimento é uma produção construtivo-interpretativa (Rey, 2005 citado por Madureira & Branco, 2001) e possui caráter interativo na relação pesquisador-participante.

Dessa forma, a metodologia qualitativa e, de forma mais específica, a técnica de entrevista pode trazer contribuições importantes para a valorização do singular, para a co-construção de significados e, também, para o estabelecimento de um vínculo mais próximo entre participante e pesquisador. Assim, é possível construirmos análises mais aprofundadas sobre os fenômenos pesquisados (Madureira & Branco, 2000).

## **Participantes**

O perfil delimitado para esta pesquisa foi o seguinte: mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, na faixa etária entre 20 e 55 anos. A escolha das participantes ocorreu via rede interpessoal da pesquisadora. Dessa forma, três participantes do sexo feminino foram entrevistadas e, para fins de sigilo, será usado um nome fictício para se referir a elas. A Aline tem 40 anos, se identifica como parda, é

estudante de Psicologia e evangélica. Já a Bianca tem 25 anos, é amarela, advogada e não tem uma religião definida. E, por fim, a Carol, tem 36 anos, é uma mulher preta, professora e em termos de religião se identifica como universalista, mas com uma caminhada mais ligada a religiões africanas, especialmente candomblé e umbanda.

### **Materiais e instrumentos**

Os materiais utilizados para a entrevista foram: um computador com acesso à internet para ser feita uma chamada de vídeo por meio da plataforma Google Meet e viabilizar o encontro virtual com as participantes e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) digital. Além disso, para a gravação somente de áudio, foi utilizado o gravador do celular da pesquisadora.

Já acerca dos instrumentos, foi utilizado um roteiro de entrevista construído pela autora desta pesquisa e foi dividido em três blocos: um para conhecer a participante e os outros dois para adentrar nos aspectos específicos da pesquisa. Importante ressaltar que foram utilizadas imagens previamente selecionadas a serem mostradas às participantes.

### **Procedimentos de construção de informações**

Para realização da construção das informações, o projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética do Centro Universitário de Brasília (CEP CEUB) e aprovado. Em relação às considerações éticas envolvidas nesta pesquisa foram: o envio do TCLE às participantes, o consentimento de participação e de gravação somente do áudio das entrevistas e o sigilo em relação à identidade pessoal das participantes. Além disso, as entrevistas foram realizadas por meio de chamada de vídeo para preservar a saúde das participantes e da pesquisadora devido à situação de pandemia da COVID-19.

Desse modo, foi feito o convite de entrevista para mulheres dentro da delimitação de perfil desta pesquisa. Ao realizar as entrevistas, as participantes concordaram com o TCLE e expressaram, oralmente, aceitar participar das entrevistas virtuais e permitiram serem gravadas em áudio.

Acerca das estratégias metodológicas, foi utilizada a técnica de entrevista individual semiestruturada, a qual foi orientada por um roteiro de entrevista de forma integrada à apresentação de imagens previamente selecionadas. Essa técnica permite um diálogo entre pesquisador/a e entrevistado/a em que se pode encontrar reflexos da dimensão cultural e social a partir da visão individual (Minayo, 2015).

Tanto o roteiro foi feito e as imagens foram selecionadas com base no tema de pesquisa e nos objetivos geral e específicos. É importante ressaltar que as imagens

podem ser vistas como ferramentas metodológicas importantes para o campo das pesquisas sobre os preconceitos. Isso se deve porque, ao apresentar imagens e fazer perguntas acerca delas, permite-se uma análise de significados atribuídos a elas (Madureira, 2016), perpassando assuntos como questões de gênero, gordofobia e constituição da subjetividade.

### **Procedimentos de análise**

A vertente temática a ser utilizada é a análise de conteúdo que possui a função de descobrir o que está por trás dos conteúdos manifestos para ter uma compreensão mais profunda da entrevista. Assim, é elaborado categorias para relacionar o conteúdo por de trás do que foi manifesto com contexto sócio-histórico e com os fatos surgidos na investigação (Gomes, 2016).

Desse modo, foram construídas três categorias analíticas temáticas: 1) Aparência corporal, feminilidade e mídias sociais: o *Instagram* em foco; 2) Questões étnico-raciais, envelhecimento e padrões estéticos hegemônicos; e 3) Autoimagem e a percepção em relação aos corpos de outras mulheres: o "olhar" das participantes. É importante evidenciar que as categorias analíticas foram construídas no decorrer do processo de transcrição das entrevistas.

### **Resultados e Discussão**

Serão utilizadas as três categorias analíticas temáticas citadas anteriormente para apresentar e discutir os resultados mais significativos. Vale ressaltar que os nomes apresentados das participantes são fictícios.

#### **Aparência Corporal, Feminilidade e Mídias Sociais: o *Instagram* em Foco**

Acerca da feminilidade e o que se espera de uma mulher, as principais características e comportamentos que as participantes citaram foram: o cuidado com o outro e com o próprio corpo, a maternidade, a delicadeza e ser compreensível, bem como a sensualidade. Em contraposição, a masculinidade estava associada à praticidade e à figura de autoridade.

Dessa forma, esses estereótipos de gênero vão de encontro com a forma dual e estereotipada de enxergar as mulheres que foi discutido em Madureira (2016), sendo a figura de Maria associada à maternidade e à delicadeza enquanto Eva é associada à uma tentação para os homens, próximo, então, do termo sensualidade usado por uma das participantes. Assim, percebe-se, nas falas das entrevistadas, presentes os estereótipos

de gênero, ou seja, crenças passíveis de fomentar preconceitos, no caso, o sexismo. Portanto, isso demonstra que os estereótipos de gênero constituídos desde a época medieval estão presentes, de certa forma, até atualmente.

Além disso, a característica de cuidado com o próprio corpo foi associada à lógica cultural de estar bem arrumada e bem-produzida, ou seja, uso de roupas, de acessórios e de maquiagens, com cabelos e pele bem cuidados. E que isso, atualmente, tem sido exigido socialmente não só em relação às mulheres, mas também aos homens, como Aline expressa em sua fala: *"Mas assim hoje em dia não, você já vê os homens super arrumados, homens produzidos, homens com roupas super estilosas e são homens, gostam de se arrumar, né?"*

Essa cobrança quanto à aparência corporal, tornam, então, o corpo um objeto de que pode ser esculpido por meio de roupas, cosméticos e adereços (Novaes, 2011), sendo as principais instâncias, dentro do sistema capitalista, para o que é considerado socialmente como belo são a mídia e a indústria da beleza. (Flor, 2009; Ribeiro, 2016). Diante disso, as duas entrevistadas, Bianca e Carol, gostam de ver no Instagram sobre tendências em relação às roupas e às maquiagens, como forma de entretenimento e de consumo. Isso permite evidenciar o quanto a lógica do consumo está presente, no sentido de que os sujeitos devem desejar o mesmo padrão, os mesmos produtos (Novaes, 2013).

Dessa forma, a mídia e o *Instagram*, de forma mais específica, podem constituir um elemento essencial para a lógica consumista de produtos cosméticos e de roupas e, conseqüentemente, influenciar indivíduos a comprarem produtos que permitam às pessoas e seus corpos se aproximarem dos padrões estéticos hegemônicos. E das contas que as participantes seguem, além de família e amigos, a participante Carol segue contas relacionadas à maquiagem e cabelos crespos e a participante Bianca lojas de roupas, o que pode estar ligado à busca de pertencimento do que é definido socialmente ser mulher, como o padrão de beleza e de feminilidade difundidas nas mídias. Assim, é expresso por Carol: *"a lógica de feminilidade parece que demanda que a gente esteja sempre preocupada com nosso cabelo, com a nossa unha, com a nossa pele, com sapato que a gente tá usando, com as roupas que a gente tá usando."*

É evidente, então, que o *Instagram* é uma plataforma que, por fazer uso de imagens, principalmente, da própria pessoa, é suscetível a publicações e diferentes tipos de exposições e abordagens em relação ao corpo e estilo de vida. Assim, quando há esse contato, pode ser consumido esse conteúdo, mas também pode ser evitado, o que indica uma atitude reflexiva e postura de autonomia do usuário nas redes sociais. Entretanto,

quando há o contato com o conteúdo, pode proporcionar comparações de aparência corporal e trazer certo desconforto, como foi o caso de Bianca:

*"Então, é algo que eu gostaria de estar um pouco mais livre, mas não, ainda tô no primeiro grupo de se comparar no Instagram. Inclusive, posta uma menina com a foto de biquíni e você se sente um pouco mal, às vezes, se compara, enfim, essas questões, né."*

Por fim, Novaes (2011) discute sobre busca por um corpo ideal e pode-se perceber, diante das entrevistas, que o *Instagram* contribui para isso, pois, muitas vezes, tem-se a associação entre feminilidade e padrões estéticos hegemônicos. E quando esse corpo é diferente do/a usuário/a do *Instagram*, pode proporcionar um certo desconforto, em termos de sofrimento psíquico. Vale ressaltar que Bianca tem 25 anos e é a idade mais próxima do público que é mais afetado pelas redes sociais em questões de autoimagem, de acordo com Carbonari (2019).

### **Questões Étnico-raciais, Envelhecimento e Padrões Estéticos Hegemônicos**

É importante evidenciar que as três participantes demonstraram preocupações acerca do excesso de peso, do envelhecimento do corpo e a escolha do corpo que gostariam de ter, de acordo com as imagens apresentadas, foi o mesmo. Dessa forma, isso indica a noção de como a cultura do emagrecimento afeta as participantes. Por exemplo, a Aline não se acha bonita quando está acima do peso, a Bianca se sente insatisfeita e a Carol pensa que talvez ela chegue a ter mais gordura corporal e tem medo de ficar “noiada”, como ela mesma disse.

Tanto a gordura citada anteriormente quanto o envelhecimento estão associadas à feiura e são uma das maiores formas de exclusão socialmente aceitas (Novaes, 2011), pois a magreza é socialmente associada à riqueza, sucesso, atração, aceitação, conquistas de amor e estabilidade psicológica (Souto & Ferro-Bucher, 2006) e a juventude é associado à saúde e à beleza (Assunção, 1998). Assim, de acordo com Novaes (2013), ser magra é socialmente percebido como o mesmo que ser bela, permitindo uma maior inclusão social. Ao passo que, esse controle do peso e das medidas corporais impactam as mulheres psicológica e moralmente, pois a feiura, nesse caso, a gordura é o temor de muitas mulheres, sendo caracterizada pela perda da autoestima (Novaes, 2013).

Em relação ao envelhecimento do corpo, as participantes fizeram comentários que apontam o envelhecimento como um "lugar" que elas teriam certa dificuldade de elas mesmas se enxergarem nele e que a sociedade também não almeja. Assim, de acordo com Estrêla & Machin (2021), percebe-se a ambiguidade em relação a este fator: como ciclo natural ou doença, ou seja, faz parte do ciclo de vida ou pode ser visto como algo indesejado.

Essa fase da vida pode remeter à decadência e à inutilidade, em que o indivíduo possui limitações e pouca utilidade, mas também pode ser vista como um momento de oportunidades e sabedoria, ou seja, em que o indivíduo pode vivenciar a vida de aposentadoria e passar conhecimentos e sabedoria a outras pessoas (Estrêla & Machin, 2021). Além disso, os participantes idosos da pesquisa de Estrêla & Machin (2021) enxergam ser jovem mais como uma atitude e estado de espírito contrapondo-se às falas das participantes Aline, Bianca e Carol, pois elas demonstraram medo de envelhecer baseado nas mudanças da aparência corporal, um olhar mais próximo do envelhecimento como decadência.

Com isso, reforça-se, então, essa perspectiva de que dois pilares dos padrões estéticos hegemônicos são a juventude e a magreza. E as participantes relatam que não gostariam ou teriam dificuldades de ter corpos que destoam desse padrão: "*(...) as duas senhorinhas porque não tenho pressa para ser uma senhora*" (Aline); "*(...) corpos idosos dificilmente alguém vai escolher algum*" (Bianca); "*(...) Então, tipo assim, eu sei que vou chegar no lugar das rugas, eu não sei muito bem como é que eu vou reagir, mas eu sei que vou chegar no lugar das rugas*" (Carol).

É muito comum na vida cotidiana, as pessoas comentarem sobre os corpos uma das outras e, pelo relato das participantes, nenhuma recebeu algum tipo de crítica pelas redes sociais. Entretanto, todas relataram ter um perfil mais reservado e, conseqüentemente, há menos chances e espaços para as pessoas comentarem sobre seus corpos. Dessa forma, acerca das cobranças sociais, percebe-se que as participantes são cobradas de diferentes formas: Aline, parda, em relação à barriga; Bianca, amarela, em relação ao seu peso; e Carol, negra, em relação à forma de se vestir.

Adentrando em aspectos étnico-raciais, é importante ressaltar que houve relato de dificuldades, principalmente, quando mais jovens, de se enxergarem como belas por parte de Bianca e de Carol que se identificam como, respectivamente, amarela e negra. De acordo com De Carvalho (2008), o corpo biológico é um corpo social e está inserido em algum grupo ou etnia e, quanto mais a pele for clara, menos chance de serem discriminados e excluídos.

Isso ocorre devido ao racismo fenotípico moderno, o qual o corpo hegemônico branco ocidental se tornou uma medida para nas sociedades ocidentais, massificando os parâmetros de anatomia do corpo hegemônico (De Carvalho, 2008). Assim, isso dificultou até mesmo para os próprios brancos possuírem as proporções hegemônicas, excluindo ainda mais os não-brancos (De Carvalho, 2008).

Além disso, Santos (2015) afirma que os padrões de beleza estão mais socialmente associados às pessoas brancas, enquanto as pessoas negras estão mais associadas à feiura, como é possível perceber nas falas de Carol e de Bianca. A participante Aline se identificou como parda, porém, não é relatado por ela nenhum aspecto de ser enxergada por outros como bela. Assim, fica evidente que os padrões estéticos hegemônicos estão associados à branquitude.

*"(...) atende a um padrão que, infelizmente, é um padrão de desejos, assim, né, que é a hipersexualização de mulheres negras. Mas, para um outro lado, não cabe no estereótipo da beleza com a branca, que é essa coisa de cabelo crespo"*  
(Carol)

*"(...) por ser asiática, eu nunca seria a menina mais bonita do colégio, por exemplo, entendeu? Porque esse não era o padrão e, tudo bem, também não era considerada a menina feia, entendeu? Era isso, era... tava ali."* (Bianca)

É importante ressaltar que, até mesmo dentre os diferentes pertencimentos étnicos-raciais, há diferenças na forma como as participantes se sentem vistas por outras pessoas. Enquanto a Carol aponta a hipersexualização de mulheres negras, Bianca, mulher amarela, não se via nem desejada nem desprezada.

### **Autoimagem e a percepção em relação aos corpos de outras mulheres: o "olhar" das participantes**

Em relação à autoimagem, todas as entrevistadas sentem insatisfação com o próprio corpo, Bianca devido ao excesso de peso, Aline devido a não conseguir perder gordura na região da barriga e Carol sente um certo incômodo com seus pés e, na sua adolescência, com os seios dela por serem pequenos. Assim, evidencia-se que, para as participantes, o padrão estético hegemônico é difícil de ser alcançado no que tange à magreza, como é citado pelas duas primeiras participantes.

Além disso, Carol e Bianca trazem a questão de comparação de si mesmas com outras mulheres e que isso mexe com a autoestima delas, mas demonstram certa

resistência a fazer isso, pois entendem que há corpos diversos e que destoam dos padrões estéticos hegemônicos, tanto seus próprios como de outras pessoas. Assim, ao apresentar a primeira imagem apresentada na entrevista são várias mulheres com corpos de tamanhos e de cores diferentes, as participantes descrevem que sentem conforto devido à representatividade e à empatia. Uma outra imagem apresentada continha partes do corpo como gordura, estria e pelos na axila e ela demonstraram sentir aceitação e conforto enquanto Aline sente agonia e incômodo.

É importante esclarecer que a primeira imagem mostra corpos diversos e a última imagem são partes de corpos vistos pela sociedade como feios, já que estão mais distantes dos padrões estéticos hegemônicos. Assim, nota-se essa contraposição de aceitação e de repulsa ao olhar para outros corpos de mulheres.

Para todas as entrevistadas, há uma maior dificuldade para aceitação de corpos gordos, o que, de acordo com Souto e Ferro-Bucher (2006), pelo padrão esperado ser a magreza, é mais difícil de ser aceito socialmente. Assim, há uma fronteira simbólica rígida entre grupos de mulheres com corpos magros e não magros, sendo estes últimos vistos como feios e mais propícios a serem excluídos socialmente (Madureira & Branco, 2012). Essa exclusão pode ser denominada de gordofobia, ou seja, o desejo de eliminar e de inferiorizar pessoas gordas e fora do padrão estético hegemônico e, quanto mais rígidas essas fronteiras, maiores as chances de preconceitos e de práticas discriminatórias (Madureira, 2018). Seria importante flexibilizar essas fronteiras simbólicas para caminhar em direção à delimitação das diferenças entre os grupos e não aos preconceitos e às práticas discriminatórias.

Em relação ao olhar das participantes sobre os corpos de outras mulheres, de acordo com a discussão desenvolvida por Bourdieu (1998), a experiência do corpo feminino é de um corpo-para-o-outro, ou seja, um corpo que é, a todo momento, objetivado pelo olhar e pelo discurso dos outros. Dessa forma, esse olhar favorece o exercício de um poder simbólico, o qual é efetivo dependendo da posição daquele que percebe e de quem é percebido. Assim, é como se "elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis" (Bourdieu, 1998, p. 82).

Tendo isso em vista, é importante notar que nem sempre os corpos ou partes de corpos vão ser atraentes e podem, inclusive, promover desconforto, incômodo ou surpresa, como é o caso de corpos gordos, partes do corpo vistas com imperfeições, como: rugas, celulite, pelos, estrias. Assim, foram mostradas, às participantes, essas partes dos corpos citadas anteriormente por meio de uma imagem e a Aline foi a



participante que mais expressou esse incômodo, como é possível perceber no trecho a seguir:

*"(...) me dá uma agonia. Não gosto de ver. Me incomoda assim de.. ah, não quero mais ver isso, sabe? (...) essa da axila eu vejo sujeira, tá? (...) E a que tá com a perna cruzada, cara essa mulher não tá nem aí pra nada, né? Porque... sei lá, não sei.. confiança, talvez? (...) E eu acho que as gordinhas, sei lá, eu não acho bonito, entendeu? Por isso que me incomoda."*

Em contraposição, nas falas de Carol e de Bianca percebe-se maior flexibilidade e movimento de aceitar corpos fora dos padrões estéticos hegemônicos, como "*eu tento, eu tento fazer o exercício de não julgar a aparência das pessoas*", conforme expresso por Carol. E, na última imagem apresentada nas entrevistas, as falas das demais participantes foram divergentes das falas de Aline, como: "*eu sinto tranquilidade, mas eu também me sinto incomodada. Então, talvez, eu acho que eu vou falar que eu me sinto incomodada porque eu sei que eu vou chegar nesse lugar.*" (Carol)

*"No caso, não são imagens que chocam, não são imagens que me trazem um desgosto ou alguma questão nesse sentido. Acho que são... e não acho que tem imagens polêmicas também. Acho que é só mostrar as coisas que são do jeito que são."* (Bianca)

Para Novaes (2011), na sociedade de consumo, as pessoas devem desejar o mesmo e, como os padrões estéticos hegemônicos bem estabelecidos, a pressão estética se faz presente e é cobrada socialmente não só vindo de homens em relação aos corpos de mulheres, mas entre as mulheres também. Dessa forma, os principais comentários foram a respeito do excesso de peso, como: "*Será que as pessoas têm sobrepeso tem noção do que elas estão fazendo?*" (Carol).

*"Porque eu não acho bonito e porque eu não acho saudável, eu acho que não tem equilíbrio nisso, sabe? Eu tenho uma amiga que é bem gordinha e eu falo com ela, né? Eu acho tudo bem se você quer ser gordinha, mas seus níveis de taxa tá bom?"* (Aline).

É importante ressaltar que essa fala de Aline remete a pessoa a querer ser gorda e, se quisesse, poderia mudar e emagrecer, sendo assim, remete a um certo desleixo e descuido da pessoa com o próprio corpo, tornando, então, mais próximo do grotesco e da feiura. Assim, há também uma conexão de magreza com saúde e é reforçada, inclusive, por alguns cenários midiáticos, contribuindo para a mercantilização da saúde (Mendes, 2009). Dessa forma, a indústria cultural contribui para que mulheres, principalmente, busquem encaixar seus corpos dentro do padrão estético hegemônico e vejam essa escolha como um caminho indispensável, legítimo e seguro para a felicidade individual e estilo de bem viver (Novaes, 2013).

Por fim, um outro aspecto acerca dessa categoria é em relação ao uso de roupas fora de moda e isso também pode ser visto como descuido, desleixo e, portanto, passível de críticas (Novaes, 2011). Assim, Carol relata alguns comentários que já recebeu: *"tá na hora de trocar essa roupa, não tá não?"*, *"amiga, mas você não tem outra roupa?"*.

Com isso, um aspecto importante de ser pontuado é que Carol é uma mulher negra e em toda a sua entrevista falou bastante sobre o olhar de outras pessoas em relação à forma como se veste, como se para ser vista e ser respeitada até mesmo como profissional, deveria estar bem arrumada ou com roupas que representem autoridade. Entretanto, as demais participantes não enfatizaram tanto esse aspecto, o que pode trazer indícios de que, como ela está mais longe do padrão estético associado à branquitude, ela precisa “compensar” de outras formas, como a forma de vestimenta.

### **Considerações Finais**

Ao longo da pesquisa, foi possível evidenciar aspectos culturais na construção da forma de subjetivação entre homens e mulheres, evidenciando a diferença por meio de fronteiras simbólicas rígidas do que a sociedade espera das mulheres, especialmente. Além disso, discutiu-se como as redes sociais e o capitalismo favorecem a manutenção dos padrões hegemônicos estéticos.

Para pesquisas futuras, o perfil das participantes poderia incluir jovens e adolescentes, tendo em vista que são os mais afetados pelas mídias sociais (colocar referência). Além disso, poderia explorar a ideia dos filtros do *Instagram*, já que muitos deles modificam o rosto e, também, adentrar de forma mais aprofundada acerca dos tipos de corpos de mulheres que mais são vistos dentro dessa rede social e como se sentem ao ter acesso a essas imagens.

Um dos resultados significativos foi a evidente presença das dificuldades em lidar com dois aspectos que fogem aos padrões estéticos hegemônicos: envelhecimento

e gordura e as formas de subjetivação e de compreensão de beleza das entrevistadas dependendo do pertencimento étnico-racial que se identificam, sendo que o corpo que as três participantes apontaram como o que gostariam de ter era magro e jovem. Além disso, foi possível perceber dois movimentos em relação aos padrões hegemônicos: a contestação e a reprodução desses padrões, a busca por aceitação ou recusa de determinados corpos.

Outro resultado significativo foi que o *Instagram* contribui para a propagação de padrões estéticos hegemônicos e a manutenção da lógica de consumo, bem como a comparação de seus próprios corpos com outros, principalmente, a mais jovem. Além disso, Bianca, amarela, e Carol, preta, tiveram mais dificuldade de se enxergarem como belas enquanto mais novas.

O estudo acerca do tema deste artigo pode favorecer a Psicologia Organizacional no que tange a compreender as relações de poder e a hierarquia de gênero presentes na sociedade que transpassam ao ambiente de trabalho, por exemplo, o lugar público ser mais associado ao homem e o lugar privado à mulher. Além disso, a aparência corporal delas é, muitas vezes, mais vista que a própria competência profissional, além de poder ser solicitado encaixar-se a certos padrões estéticos hegemônicos durante o trabalho.

Portanto, após a discussão apresentada no presente artigo, como enfrentar e superar esses padrões estéticos difundidos sobre os corpos de mulheres de maneira que haja menos cobrança em busca do corpo ideal e insatisfações em relação a seus próprios corpos?

### **Referências Bibliográficas**

- Almeida, T. M. C. (2014). *Corpo feminino e violência de gênero: fenômeno persistente e atualizado em escala mundial*. *Revista Sociedade e Estado*, 29(2), 329-340.
- Assunção, T. (1998). *Juventude e Velhice: Mimnermo*. *Kléos*, 158-171.
- Bardella, A. (2020). *Mari Ferrer: entenda a cronologia do caso, a denúncia e a sentença*. *Universa Uol*.
- Bourdieu, P. (1998). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: *Bertrand Brasil*.
- Carbonari, P. (2019). *Instagram é a rede social mais nociva à saúde mental, diz estudo*. *Superinteressante*.
- De Carvalho, J. (2008). *Racismo Fenotípico e Estéticas da Segunda Pele*. *Cinética*, v. 1, p. 1.
- Estrêla, A. T. D. C., & Machin, R. (2021). O corpo na velhice e suas relações com as quedas a partir da narrativa de idosos. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26, 5681-

5690.

- Flor, G. (2009). Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. *Revista de estudos da comunicação*, 10(23).
- Ferreira, M. & Meireles, C. (2021). *Alexandra Gurgel fala sobre aceitação do corpo, projetos e vida em Brasília. Metrôpoles*.
- 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.
- Graton, I. (2019). *O DNA da dominação masculina: pornografia e violência contra as mulheres*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília.
- Limeira, M. de C. . . , & Farias, A. C. (2021). Ciberativismo Feminista no Brasil: A Transformação da Aceitação dos Corpos Femininos Diversos no *Instagram*. *Revista Ibero-Americana De Humanidades, Ciências E Educação*, 7(5), 621–634.
- Loponte, L. G. (2002). *Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino*. *Estudos Feministas*, 10(2), 283-300.
- Louro, G. (2004) Marcas do corpo, marcas do poder. *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte, autêntica, p. 75-90.
- 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. & Branco, A. U. (2012). As raízes histórico-culturais e afetivas do preconceito e a construção de uma cultura democrática na escola. Em A. U. Branco & M. C. S. L. Oliveira (Orgs.), *Diversidade e cultura da paz na escola: contribuições da perspectiva sociocultural* (pp. 125-155). Porto Alegre: Mediação.
- Madureira, A. F. A. (2018). Social Identities, Gender, and Self: Cultural Canalization in Imagery Societies. In A. Rosa & J. Valsiner (Eds.), *The Cambridge Handbook of Sociocultural Psychology* (pp. 597-614). Cambridge – UK: Cambridge University Press.
- Mendes, M. I. B. (2009). Do ideal de robustez ao ideal de magreza: educação física, saúde e estética. *Movimento*, 15(4), 175-191.
- Minayo, M. C. de S. (2015). O desafio da pesquisa social. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis – RJ: Vozes, (pp 09-29)

- 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. (2020). *Imposição de padrões de beleza pode estar associada com transtornos alimentares*. Agência AT.
- Oliveira, L. & Hutz, C. (2010). Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. *Psicologia em estudo*, 15, 575-582.
- Pereira, J. (2021). *Procura por cirurgias plásticas tem aumento de 50% no início de 2021*.
- Ribeiro, V. D. M. M. (2016). *A psicologia clínica e a prevenção das doenças da beleza na sociedade brasileira contemporânea*.
- Romero, T. (2016). Sociología y política del feminicidio; algunas claves interpretativas a partir de caso mexicano. *Sociedade e Estado*, 29(2), 373-400.
- Rossini, T. (2018). *Binaridade, historicidade e feminismo*.
- Santos, E. V. (2015). *A influência da cor da pele nas representações sociais sobre beleza e feiura*.
- Segato, R. L. (2014). Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres. *Sociedade e Estado*, 29, 341-371.
- Sibilia, Paula. (2016a). Eu, eu, eu... você e todos nós. Em: *O Show do eu: a intimidade como espetáculo*. 2a Edição. Rio de Janeiro. pp 13-55.
- Sibilia, P. (2016b). Eu espetacular e a gestão de si como uma marca. Em: *O Show do eu: a intimidade como espetáculo*. 2a Edição. Rio de Janeiro. pp 345- 356
- Souto, S., & Ferro-Bucher, J. S. N. (2006). Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. *Revista de Nutrição*, 19(6), 693-704.
- Valsiner, J. (2012). *Fundamentos da Psicologia Cultural: mundos da mente, mundos da vida*. Tradução de Ana Cecília de Sousa Bastos. Porto Alegre: Artmed.
- Waiselfisz, J. J. (2015). *Mapa da violência 2015: homicídio de mulheres no Brasil*. Flacso 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.