



Faculdade de Ciências da Educação e Saúde - FACES

Curso: Psicologia

Disciplina: Produção de Artigo

Aluna: Ana Vitória Cruz Lemes

Prof^ª: Dra. Ana Flávia do Amaral Madureira

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

Resumo: O objetivo do presente artigo é analisar como a feminilidade e a aparência corporal têm sido representadas na mídia, especialmente nas redes sociais, 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. Para esse propósito, foi realizada uma pesquisa empírica qualitativa, com quatro mulheres de diferentes pertencimentos étnico-raciais, na faixa etária de 20 a 55 anos. Foi realizada uma entrevista semiestruturada virtual com cada uma delas, de forma integrada à apresentação de imagens previamente selecionadas relacionadas ao tema da pesquisa. As entrevistas foram transcritas e analisadas a partir do método da Análise de Conteúdo em sua vertente temática, após a transcrição. Os resultados apontaram que os padrões estéticos hegemônicos e os papéis de gênero propagados historicamente, impactam significativamente na saúde mental e nos processos identitários das mulheres. Observou-se ainda, que os meios midiáticos podem favorecer o sofrimento psíquico, mas também ajudar na desconstrução dos padrões estéticos hegemônicos. Por fim, é essencial para a psicologia construir análises críticas e caminhos de bem-estar e a qualidade de vida.

Palavras-chave: Feminilidade; Padrões estéticos hegemônicos; Relacionamentos amorosos; Mídias sociais

Na contemporaneidade, identifica-se uma constante preocupação com a aparência corporal. Práticas voltadas para a busca do corpo “perfeito”, como frequentar academias, dietas alimentares e intervenções estéticas tornaram-se parte do cotidiano de um número relevante de pessoas. Mulheres, são particularmente mais afetadas negativamente pelos ideais de beleza. De acordo com os dados divulgados pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica (ISAPS)¹, o Brasil se encontra em segundo lugar no ranking internacional de realização de cirurgias plásticas, segundo a pesquisa realizada em 2021, atrás apenas dos Estados Unidos. A pesquisa mostra um aumento contínuo no número de cirurgias estéticas, com aumento de 33,3% nos últimos quatro

¹ Dados retirados de PR Newswire (2023). Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/a-mais-recente-pesquisa-global-da-isaps-demonstra-aumento-significativo-em-cirurgias-esteticas-em-todo-o-mundo-892357510.html>

anos. Além disso, a distribuição de gênero desse estudo mostra um número significativo, em panorama mundial, mais de 86% dessas cirurgias são realizadas em mulheres.

Como destacado por Novaes (2013), o corpo das pessoas apresenta sempre dimensão social e simbólica, e não apenas biológica. Dessa maneira, a psicologia cultural, enquanto perspectiva teórica, parte do pressuposto que para compreender o ser humano é necessário considerar os processos envolvidos na construção de significados sobre o mundo e sobre si mesmo, cruciais para compreender e analisar as experiências humanas. Uma vez que os processos de subjetivação de cada indivíduo são complexos, envolvendo diversos elementos como valores, crenças, hábitos, entre outros. Assim, a psicologia deve estabelecer diálogos com outras ciências humanas a partir do compromisso ético com a promoção da saúde e do bem-estar das pessoas (Madureira, Holanda, Paula & Fonseca, 2021).

À vista disso, os ideais de beleza inalcançáveis, muitas vezes, divulgados nas mídias sociais, são refletidos no crescente aumento de intervenções estéticas e de sofrimento psíquico nas mulheres. O que indica o quão relevante é para a produção acadêmica aprofundar na análise dessa temática. A psicologia enquanto ciência e campo de atuação profissional pautada em responsabilidade social, compromisso ético e crítico, deve atuar na direção da promoção de ações que transformem o cenário atual, com contribuição para o debate e ações práticas, no sentido de aumento da qualidade de vida e desconstrução de preconceitos (CFP, 2005).

A partir disso, surgem diversos questionamentos, como as mulheres, de diferentes classes sociais e pertencimentos étnico-raciais, tem sua saúde mental afetada, chegando a adoecer fisicamente e mentalmente devido a esses padrões estéticos hegemônicos. Ainda, cabe à psicologia investigar de que maneira a feminilidade e a aparência corporal afetam a saúde mental de mulheres em relacionamentos amorosos, visto que, o amor é visto como estruturante em termos identitários para as mulheres. Portanto, proponho o seguinte problema de pesquisa: como as representações de mulheres pela mídia podem afetar sua relação com sua aparência? De que maneira os ideais de beleza afetam os relacionamentos amorosos vivenciados pelas mulheres?

Processos identitários, gênero e preconceito

Ao refletir acerca dos processos de subjetivação que envolvem os indivíduos, pode-se perceber que inclui afirmação de identidade. Isto é, a forma que ele se percebe

no mundo, percebe os outros e acredita que os outros o percebam. A identidade é sempre relacional. O que significa que ela se desenvolve e adquire sentido através das relações que vão permitir a identificação - através de características partilhadas - ou pela diferenciação, na qual se caracteriza por aquilo que não é (Woodward, 2000).

Portanto, a marcação simbólica da diferença é crucial no processo de construção das identidades (Galinkin & Zauli, 2011). A diferença pode ser celebrada como em movimentos sociais ou ocasionar a exclusão do outro, o associando a estereótipos negativos. Nessa perspectiva, o corpo é um dos marcadores de fronteiras simbólicas para estabelecer diferenças em termos identitários e posicionar o sujeito (Woodward, 2000).

A partir dessa lógica, pode-se pensar em questões relacionadas às identidades de gênero. De forma mais específica, a identidade da mulher é constituída como sendo a alteridade em relação ao homem, identidade de gênero que ocupa posição simbólica privilegiada (Madureira, 2010).

O conceito de gênero, como categoria social, surge como uma resposta ao determinismo biológico presente no termo “sexo”, que naturaliza as desigualdades entre homens e mulheres, evidenciando o caráter cultural presente na construção de identidades de gênero (Scott, 1995). Dessa forma, a autora Louro (2004) argumenta que os corpos carregam marcas - marcas são características dos corpos que são significados a partir da cultura - como por exemplo, a presença pênis ou da vagina. As marcas de gênero não são fixas e invariáveis, mas sim transitórias².

As distinções de gênero, quando tratadas como desigualdades, suscitam preconceitos, práticas discriminatórias e intolerância. De acordo com Madureira e Branco (2012), existem fronteiras simbólicas que delimitam as diferenças entre as pessoas e grupos sociais, de forma semipermeável. Entretanto, quando essas fronteiras se tornam rígidas, surge o preconceito, marcado pela desqualificação do outro e pela manutenção de hierarquias sociais. Logo, o problema não está nas diferenças em si, mas sim na forma como as diferenças são socialmente percebidas. Historicamente, em grande parte das sociedades, são as mulheres que ocupam esse lugar simbólico de menor prestígio e poder (Madureira, 2010; Madureira & Branco, 2012).

² Para exemplificar, na antiguidade comumente os meninos usavam rosa e as meninas azul, o que pode ser observado em diversas obras de arte até o início do século XX, no ocidente. Ao contrário dos dias atuais nos quais rosa é uma cor associada a feminilidade e o azul associado à masculinidade. Baliscei, J. P. (2020). Abordagem histórica e artística do uso das cores azul e rosa como Pedagogias de Gênero e Sexualidade. Revista Teias, 21, 223-244.

Salienta-se que na discussão sobre as distinções de gênero e preconceitos, estes se combinam, interagem e aumentam a vulnerabilidade do indivíduo, fenômeno denominado como “sinergia de vulnerabilidades” (Ricard Parker, 2000, como citado em Franco & Cicillini, 2015). Por exemplo, todas as mulheres estão vulneráveis a serem discriminadas devido ao sexismo, mas as mulheres negras, indígenas e transexuais se encontram em uma maior situação de vulnerabilidade. Assim, as discussões precisam passar por aspectos interseccionais, cabe pensar em etnia, sexualidade, etc. (Madureira et al, 2021).

Feminilidade, padrões estéticos hegemônicos e mídia

Segundo Myers (2014), estereótipos são crenças generalizadas direcionadas a grupos ou pessoas, que podem estar certas ou não. Os estereótipos hegemônicos associados ao feminino estabelecem como norma que as mulheres são cuidadoras, afetuosas, submissas e belas. Este último estereótipo está vinculado a um ideal estético regido pelo tripé da branquitude, magreza e juventude, noção marcada por preconceitos como racismo e gordofobia (Zanello, 2018).

Os padrões estéticos hegemônicos são evidenciados ainda mais nas mulheres da América Latina, uma vez que, tais padrões excluem mulheres que se distanciam do fenótipo branco e europeu, a partir de um conjunto de discursos, práticas e representações (Almeida, 2014). Logo, essa é uma lógica cultural perversa que desqualifica mulheres que fogem desse ideal e mesmo que um dia correspondam a ele, podem facilmente perder um lugar de privilégio conforme envelhecem, engordam ou até mesmo com o surgimento de novos padrões (Zanello, 2018).

É importante ressaltar que a indústria da beleza lucra com a insatisfação das mulheres e torna a beleza um bem de consumo, vendendo a ideia de que toda mulher consegue ser bela desde que se esforce para isso (Zanello, 2018). Ainda, conforme abordado por Novaes (2011), a beleza torna-se dever social e moral e é, em particular, mais forte para as mulheres, uma vez que há a associação entre feminilidade e beleza, muitas vezes a implicação disso é o sofrimento psíquico. Mulheres passam a crer que há dois caminhos para os seus supostos “defeitos”: conviver com eles ou mudá-los. Dessa maneira, muitas recorrem a cirurgias plásticas e procedimentos estéticos, a fim de alterar traços vistos como negativos ou menos valiosos.

Nesse contexto, o corpo também é político e traduz os valores de uma sociedade de consumo. Compreender a corporeidade humana como fenômeno social e cultural

implica em perceber que é a partir do corpo que as significações surgem e se propagam, pois é através do corpo que os sujeitos entram em contato com a realidade (Le Breton, 2007). Novaes (2011), apresenta uma importante reflexão sobre como o corpo hoje é exibido como uma obra de arte, pode-se observar esse fenômeno no discurso da medicina e sua busca pela imortalidade. Ainda, o corpo passa a servir como expressão da personalidade e status do indivíduo. Logo, o corpo e sua imagem ocupam lugar central na vida das sociedades ocidentais contemporâneas, os sujeitos servem ao corpo em vez de servir-se dele.

Nesse sentido, Vieira (2019) realizou entrevistas semiestruturadas e individuais com mulheres jovens e realizou uma análise do conteúdo temática. Segundo a autora, as redes sociais viabilizam as interações sociais, estabelecendo uma nova forma de comunicação, caracterizada por um grande número de conteúdos e informações compartilhadas rapidamente, em diferentes formatos.

As redes sociais têm grande impacto nas experiências das sociedades contemporâneas, uma vez que, essas têm papel fundamental em processos de socialização, operam na construção das identidades, de novas crenças e interesses. É possível perceber a existência de conteúdos que difundem e reafirmam os padrões de beleza hegemônicos, a partir da utilização de filtros, determinadas “poses” e edições em fotos e venda de produtos de beleza. Também, a existência de movimentos que buscam valorizar a diversidade de corpos existentes, desconstruir padrões de beleza rígidos e provocar reflexões (Castello, 2022).

Cabe ressaltar que o conteúdo disponibilizado nessas redes deve ser encarado de forma crítica, pois se não for refletido criticamente os conteúdos podem ser perigosos gerando comparações, e perda de autonomia (Vieira, 2019). Ainda, família, escola e a mídia, constantemente, difundem narrativas de como as pessoas, a fim de atender certas normas sociais devem se comportar. A última, em especial está inserida em diversos contextos, produzindo regulação social, uma vez que expressa no seu discurso - através de representações - modos de conduta hegemônicos como estratégia publicitária (Sabat, 2001).

Para ilustrar o que foi mencionado anteriormente, Sabat (2001) discute as representações de gênero e sexualidade na publicidade, a partir dos estudos culturais, a autora apresenta o exemplo de marcas voltadas para o público feminino em publicidades de sabão em pó e homens em marcas de cigarros. Os discursos dessas peças publicitárias reafirmam e naturalizam diversos estereótipos de gênero e segregações, ao

associar a mulher com o âmbito privado e os homens com a força e o espaço público. Cabe lembrar que a publicidade está inserida em instâncias culturais, seus discursos e suas representações, frequentemente, reproduzem comportamentos e valores da sociedade a qual está inserida.

Assim, a cultura tem profundas implicações nos processos de subjetivação das pessoas e quando a avaliação da imagem corporal é negativa, ou seja, não compatível com certas idealizações, pode gerar ansiedade, estresse e influenciar comportamentos afetando a qualidade de vida das pessoas (Albuquerque, Griep, Aquino, Cardoso, Chor & Fonseca, 2021). Para ilustrar, a boneca mais famosa do mundo, Barbie, é um artefato cultural muito comum dado para entreter crianças, em especial, meninas. A boneca representa todos os ideais de beleza associados ao feminino, é branca, loira, de olhos azuis, jovem e magra, com medidas impossíveis.

As brincadeiras e os brinquedos têm importância fundamental nos processos de subjetivação das crianças, é a partir deles que as crianças podem se expressar, imaginar e compreender significados e normas que perpassam o contexto cultural em que estão inseridas. Com o passar do tempo e a partir do surgimento de movimentos questionadores que geraram mudanças culturais, foram produzidas Barbies multiculturais, com diferentes tons de pele e origens étnico-raciais (Cechin & Silva, 2012).

Faz-se mister destacar que as expectativas atribuídas às identidades de gênero variam de acordo com a cultura. Em religiões de matriz africana, por exemplo, mulheres têm suma importância, ocupando lugares de força e empoderamento. Isso acontece porque essas religiões mantêm suas tradições fugindo da lógica cultural ancorada na branquitude e no sistema patriarcal predominante (Zanello, 2018).

Na cultura Iorubá, por exemplo, mulheres são reverenciadas e o poder feminino é associado ao poder de gerar vida e também de interrompê-la, associando à fertilidade da terra. Também se celebra a sabedoria que vem com a idade nas mulheres anciãs, essas se tornam conselheiras, figuras políticas e sacerdotisas, fugindo da lógica cultural de desqualificação do envelhecimento das mulheres ocidentais (Simoni, 2019).

Arte, negritude e relacionamentos amorosos

Loponte (2002), associa gênero, sexualidade e poder para estudar imagens do campo das artes visuais. Diante de seus estudos, a autora analisa as diferenças das obras de mulheres e homens em diversos períodos históricos e afirma que as produções

artísticas e os discursos gerados a partir delas, participam da construção de crenças e valores acerca das identidades sexuais e de gênero. Para ilustrar, durante a renascença as mulheres eram representadas no geral de forma passiva e submissa, ao pintor e ao espectador. Essas mulheres em grande maioria apareciam nuas, mas como aponta Loponte (2002), sua sexualidade não estava em questão, apenas a sexualidade masculina.

Em suma, a autora discorre sobre a pedagogia do feminino na qual as mulheres são representadas como objetos de contemplação masculina, produzidas para e pelo olhar masculino, o que pode ser observado hoje, por exemplo, na publicidade (Berger, 1999; Loponte, 2002).

Essas representações construídas no decorrer da história nos ajudam a compreender como tudo associado ao feminino foi desqualificado, tornando o corpo das mulheres objeto de controle social, ainda que “desejado” e “belo” (Vilhena, Medeiros & Novaes, 2005; Madureira, 2016; Vieira, 2019). Outrossim, é importante lembrar que os significados associados às mulheres variam em uma mesma cultura de acordo, por exemplo, com o pertencimento étnico-racial delas. O termo branquitude, utilizado no campo da luta antirracista, busca apontar para os privilégios simbólicos e concretos das pessoas brancas, no sentido de manutenção de poder das pessoas brancas (Fiocruz, 2019).

Além disso, Zanello (2018) afirma que para as mulheres, o amor é uma experiência vital nos processos de subjetivação, corresponde a uma dimensão estruturante da sua identidade e se valida pelo olhar desejante do homem. Conforme Zanello (2018, p. 84) afirma: “Em nossa cultura os homens aprendem a amar muitas coisas e as mulheres aprendem a amar, sobretudo, e principalmente, os homens”.

Dessa maneira, em relacionamentos heterossexuais, mulheres buscam a beleza como uma moeda de troca, buscam legitimação como mulheres, procuram ser dignas de amor e de validação através do desejo do olhar do homem e possuem a carência de serem as escolhidas, tornando-se um objeto que pode ser consumido, o que naturalmente as desumaniza. Zanello (2018) desenvolve uma expressão metafórica denominada de “prateleira do amor”, espaço esse que representa o desejo de ser escolhida e exaltada pelo olhar masculino. Dessa forma, se são capazes de estabelecer e manter um relacionamento sexualmente amoroso com um homem, são socialmente consideradas bem-sucedidas. Nessa lógica cultural sexista, mulheres negras, muitas

vezes, são desvalorizadas na dimensão afetiva-sexual pelos homens, em relação às mulheres brancas (Souza, 2008).

Como abordado anteriormente, a mídia é um instrumento importante para a manutenção e propagação de valores hegemônicos. Monteiro e Zanello (2014) buscaram identificar os estereótipos e valores associados aos gêneros que perpassam os filmes de animação da Disney, esses que são voltados - principalmente - para o público infantil. O cinema, como manifestação artística, constitui nossa subjetividade e é, em parte, responsável pela reprodução de comportamentos e modelos de pensamentos, não seria diferente com as crianças.

A partir da análise dos filmes, elas perceberam a exaltação de determinados estereótipos de gênero femininos, no filme “Cinderela”, por exemplo, a personagem é sempre gentil, mesmo que a tratem de maneira perversa. Também há exaltação do amor romântico e submissão ao homem. No filme “A Pequena Sereia”, Ariel abre mão de sua voz para conquistar o príncipe, enquanto no filme “Mulan”, a protagonista recusa um alto cargo no governo para casar. Corroborando ainda mais com o dispositivo amoroso, que centra a subjetividade das mulheres para os homens, todos os quatro filmes analisados terminam com o casamento representando o final feliz.

Ainda, a beleza é um fator presente e exaltado em todas as princesas, todas são magras e jovens ao contrário das vilãs, que são velhas e gordas. Portanto, em síntese, ao representar as mulheres como fracas, submissas, belas e em busca de ser escolhida pelo homem, as animações reafirmam estereótipos de gênero, legitimando as relações de poder entre homens e mulheres para as crianças (Pires, 2009, como citado em Monteiro & Zanello, 2014).

São apresentados a seguir, os objetivos da presente pesquisa.

Objetivo geral: analisar como a feminilidade e a aparência corporal têm sido representadas na mídia, especialmente nas redes sociais, 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. Investigar em que medida as expectativas sobre a feminilidade difundidas na nossa sociedade afetam os relacionamentos amorosos.

2. Analisar como a representação da aparência corporal de mulheres nas mídias podem afetar as vivências de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais em relacionamentos amorosos.

Método

A pesquisa foi realizada a partir de uma metodologia qualitativa, inspirada na Epistemologia Qualitativa desenvolvida por González Rey (1999, como citado em Madureira & Branco, 2001), caracterizada pela compreensão das experiências humanas como fenômenos complexos e dinâmicos. Essa metodologia permite considerar os contextos histórico-culturais de forma aprofundada, além disso, valoriza a subjetividade como legítima na produção de conhecimentos. Nesse sentido, a pesquisa qualitativa favoreceu uma análise crítica acerca do universo dos significados, crenças, valores, atitudes e aspirações (Minayo, 2016).

Ainda, na pesquisa qualitativa a dimensão interativa ganha especial destaque, uma vez que, permite que o processo de produção de conhecimentos seja um espaço dialógico de construção de significados por parte do/a pesquisador/a e do/a participante (Madureira & Branco, 2001). Dessa maneira, no momento da realização de uma entrevista, o/a pesquisador/a e participante co-criam significados (Madureira & Branco, 2001). Portanto, a pesquisa qualitativa oportunizou uma análise crítica mais aprofundada sobre a problemática proposta, uma vez que tais fenômenos dificilmente podem ser traduzidos em números.

Participantes

Participaram desta pesquisa quatro mulheres seguindo os critérios estabelecidos previamente de pertencerem a diferentes grupos étnico-raciais e serem de diferentes idades entre 20 e 55 anos. Os nomes apresentados a seguir são fictícios a fim de preservar o sigilo em relação à identidade pessoal das participantes. Na tabela 1 são apresentadas informações sociodemográficas sobre as participantes:

Tabela 1. *Idade, religião, estado civil e pertencimento étnico-racial das entrevistadas*

Participante	Idade	Pertencimento étnico-racial	Status de relacionamento
--------------	-------	-----------------------------	--------------------------

Olívia	27	Negra	Solteira
Margarida	20	Amarela	Namoro
Helena	51	Branca	Namoro
Fernanda	39	Branca	Solteira

Materiais e Instrumentos

Os materiais utilizados na pesquisa de campo foram: um computador com internet para acesso às plataformas Google Meet e Google Apresentações, celular da pesquisadora para gravação de áudio, com consentimento das participantes. Foi disponibilizado previamente para as participantes o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Os instrumentos utilizados foram: roteiro de entrevista semiestruturada e as imagens pré-selecionadas sobre a temática investigada.

Procedimentos de construção de informações

O projeto foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília (CEP CEUB). A pesquisadora selecionou as participantes através da sua rede interpessoal, levando em consideração os critérios estabelecidos. As entrevistas ocorreram individualmente, em dias e horários combinados, de acordo com a disponibilidade da participante e da pesquisadora, no formato on-line, de maneira remota.

Para realização da pesquisa foi utilizada a técnica da entrevista semiestruturada, caracterizada por perguntas abertas e fechadas. Minayo (2016) afirma que a entrevista pode ser caracterizada como uma conversa com finalidade, sendo uma técnica de pesquisa privilegiada de comunicação. A entrevista semiestruturada possibilita, ao mesmo tempo, direcionamento e flexibilidade para analisar a fala das participantes atravessados por significados, valores e atitudes que vão além do que é explicitamente expresso e manifestado pelos indivíduos.

A realização da entrevista iniciou-se com a pesquisadora assegurando às participantes o sigilo em relação à identidade pessoal e com a explicação da necessidade da gravação, com o consentimento, para posterior análise. Após as participantes receberem e realizarem a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido -

TCLE (Anexo A), foi perguntado se elas estavam com dúvidas e solicitado a expressão da concordância verbal.

Foram apresentadas, ao final da entrevista, imagens previamente selecionadas pela pesquisadora, a fim de aprofundar o diálogo acerca da temática investigada. As imagens, enquanto ferramentas metodológicas, possibilitam a construção de significados que dificilmente seriam elaborados com perguntas diretas, quando abordamos temas socialmente considerados sensíveis ou polêmicos. Portanto, pode-se analisar sentimentos que foram mobilizados pelas imagens apresentadas (Madureira, 2016).

Procedimentos de análise

Foram realizadas as transcrições das entrevistas e selecionadas as informações mais relevantes, para, em seguida, serem construídas as categorias analíticas temáticas, em conjunto com a professora orientadora. Essas categorias agrupam ideias e significações, a fim de nortear o processo de análise e interpretação das informações (Gomes, 2016). Nesse sentido, foram construídas três categorias analíticas temáticas: (a) Feminilidade e aparência corporal nas redes sociais: o “olhar” das participantes; (b) Aparência corporal, questões étnico-raciais e processo de envelhecimento; e (c) O uso do Tinder na busca por relacionamentos amorosos.

Resultados e Discussão

A presente seção apresenta e discute os resultados mais significativos, tendo sido organizada a partir das categorias analíticas temáticas construídas, como mencionado na seção anterior. Os nomes apresentados são fictícios.

Feminilidade e aparência corporal nas redes sociais: o “olhar” das participantes

Houve um consenso entre as participantes, todas afirmaram que acreditam que a sociedade espera coisas diferentes dos homens e das mulheres. Como, por exemplo, na fala da participante Margarida: *“Então acho que tem muito isso de futuro, o homem tem que ser bem-sucedido e a mulher tem que ser dona de casa”*. Pode-se articular a fala da participante com a discussão desenvolvida por Pereira e Veríssimo (2008) acerca dos

estereótipos de gênero, nos quais as mulheres são associadas a papéis de cuidado e os homens ao papel profissional.

De acordo com Vieira (2019), os estereótipos de gênero podem ser entendidos como crenças generalizadas, imprecisas acerca das características que são esperadas para os homens e para as mulheres. Sendo que tais estereótipos aparecem de acordo com o contexto social ao qual o indivíduo está inserido.

Entretanto, pode-se perceber que mesmo que questionem os papéis atribuídos aos homens e às mulheres, expressam uma visão de que há diferenças “naturais” entre masculinidade e feminilidade. *“Eu acredito que o homem é o provedor da casa, eu acredito que isso faz com que a masculinidade dele continue ativada”*, comenta Fernanda. Os estereótipos atribuídos à masculinidade e a feminilidade mantêm as relações de poder desiguais através de um conjunto de regras sociais, que são estabelecidas através de valores culturais existentes (Madureira, 2010; Zanello, 2018).

Ademais, Debord (1967) apresenta uma postura crítica em relação à sociedade capitalista, segundo ele, a imagem por si só corresponde a uma espécie de capital, assim, representa status social. Esse processo implica em diversas consequências como: as representações visuais passam a tomar o lugar do real, assim, a imagem se torna a principal ligação do indivíduo com o mundo, o que aparece é visto como positivo, o que é visto como positivo é aquilo que aparece. Nessa lógica cultural, as pessoas sentem a necessidade de romper com o anonimato e os veículos de comunicação adquirem o poder de resumo simplificado do mundo sensível (Debord, 1967). Nessa lógica, o termo “Sociedade do Espetáculo” foi cunhado pelo autor para se referir às relações sociais mediados por imagens.

Nessa perspectiva, há uma valorização da dimensão visual da comunicação, como instrumento de poder, as pessoas passam a ser dominadas pelas imagens e as mídias passam a apontar o que é “a realidade”, passamos a ser espectadores. Entretanto, cabe problematizar, Valsiner (2012), importante autor da psicologia cultural, destaca a importância da mediação semiótica enquanto ciência do signos, elementos representativos que são internalizados e operam baseados em valores. O autor compreende que os seres humanos são capazes de se distanciar psicologicamente em relação a seus contextos de vida imediatos e refletir criticamente sobre o contexto que estão imersos, tendo um nível de autonomia. Assim, acontece uma co-construção ativa das mensagens recebidas, na qual as pessoas podem interpretar de maneiras singulares.

Ainda assim, as ideias de Debord (1967) podem auxiliar na compreensão da cultura digital e do uso das redes sociais na atualidade, em que as próprias pessoas podem participar da produção das imagens.

Todas as participantes citaram o Instagram como uma das redes sociais que mais utilizam no dia a dia. O Instagram, na atualidade, aparece como um meio de subjetivação importante, é a partir dele que muitas pessoas se expressam e interagem em suas relações pessoais e profissionais (Vieira 2019). No entanto, muitas vezes, as imagens e vídeos postados na plataforma corroboram com os padrões estéticos hegemônicos, propagando ideais inatingíveis de beleza e estilo de vida, podendo levar à insatisfação corporal e pessoal, uma vez que o que é postado se trata de uma representação da realidade, e não a realidade em si (Castello, 2022).

Quando as entrevistadas foram questionadas se se sentem representadas pelas mulheres que veem na mídia, expressaram diferentes visões. A participante Margarida comentou que:

“Eu fico meio angustiada, eu sinto que não gera muita identificação, sabe? (...) tem uma menina que eu vejo no tiktok ela é super divertida, super engraçadinha, mas ela é o padrão do padrão, super magrinha, super loirinha, super riquinha, eu acho ela super engraçada, mas não acho que eu seja assim, alcançável, sabe? Eu acho inalcançável”.

Em contrapartida, há a visão das redes sociais influenciando positivamente, como podemos notar na fala da participante Olivia:

“Eu acho que nas mídias tem tudo para todo mundo, cada pessoa vai levantar bandeiras que ela apoia e essas pessoas às vezes tem bandeiras que eu concordo e outras que nem tanto. Mas eu me sinto representada, acho que as mulheres têm se colocado muito na carreira, na família. Acho que a gente se espelha em pessoas parecidas com a gente ou como a gente gostaria de ser, me vejo nas mulheres de cor, mulheres profissionais que eu admiro, mulheres que falam coisas interessantes e eu gostaria de falar igual”.

À vista disso, é importante pensarmos nas redes sociais enquanto espaços potenciais de difusão de informações acerca de saúde mental e desconstrução de padrões estéticos hegemônicos. Nessa direção, o espaço midiático pode auxiliar transformando a maneira como as mulheres são vistas e representadas no imaginário coletivo, seja em termos de representatividade, a fim de suscitar identificação, seja em

termos de exposição de preconceitos, a fim de provocar a crítica e reflexão, por exemplo (Castello, 2022).

Cabe esclarecer que mesmo que as mídias possam favorecer a desconstrução de padrões estéticos hegemônicos, ainda podem causar sofrimento psíquico nos sujeitos. Por fim, todas as participantes, ao serem questionadas se o que as pessoas postam nas redes sociais é realidade ou idealização, afirmaram ser uma idealização. Portanto, é possível inferir que, apesar de saberem que o que veem nas redes sociais não corresponde à realidade, as imagens que veem ainda causam impactos negativos em relação à sua imagem corporal.

Dessa maneira, cabe refletir que por mais que as mulheres tenham uma visão crítica ainda tem sua saúde mental afetada. Os fatores que podem explicar isso são diversos e vão ser mais aprofundados nas subseções seguintes. Entretanto, cabe ressaltar que, na contemporaneidade, a identidade de gênero das mulheres está atrelada à aparência corporal e à preocupação com o olhar do outro, principalmente o olhar masculino. Assim, pode-se inferir a partir das falas das participantes, que elas percebem as expectativas sociais em diversas práticas cotidianas, que são reforçadas nas redes sociais (Sousa, 2021).

Aparência corporal, questões étnico-raciais e processo de envelhecimento

Segundo Novas (2013), o corpo humano faz parte de uma cultura, de determinada época. Sendo assim, não pode ser compreendido levando em consideração apenas a sua dimensão biológica, é necessário pensarmos sobre sua dimensão social e cultural. Assim, o corpo é necessariamente da ordem do simbólico.

Desse modo, há uma associação entre o corpo feminino e os cuidados estéticos, pois as mulheres corresponderem aos padrões estéticos hegemônicos é socialmente percebido como um dever social e moral na contemporaneidade (Novaes, 2011). Acerca desta associação, durante as entrevistas as participantes fizeram comentários interessantes. A participante Helena comentou que não se sente satisfeita porque não tem tido tempo de se cuidar, afirma que precisa melhorar sua alimentação, fazer exercícios e cuidar de sua saúde mental. Margarida comenta que os dias que se sente bem são os dias que ela cuida de si mesma, se arrumando mais para sair ou indo para a academia.

Acerca da dimensão dos cuidados estéticos, mulheres, muitas vezes, se submetem a cirurgias plásticas estéticas a fim de modificar traços de sua aparência

corporal que não são vistos como desejáveis (Novaes, 2011). Cabe resgatar a discussão desenvolvida por Zanello (2018) de que há um interesse econômico da indústria da beleza que lucra com a insatisfação das mulheres, propagando a ideia de que beleza é um bem de consumo que pode ser adquirido.

O Brasil se encontra em segundo lugar no ranking mundial de realização de cirurgias plásticas e a mais buscada entre as mulheres é o implante de silicone³. Assim, as participantes Olivia e Margarida comentaram sobre a vontade de fazer cirurgia nos seios, enquanto a participante Fernanda já fez o procedimento de colocar silicone nos seios.

É essencial destacar as questões raciais que perpassam os padrões estéticos hegemônicos, uma vez que, um dos elementos do tripé que sustenta os padrões estéticos hegemônicos associados às mulheres é a branquitude. Segundo Carvalho (2008), o racismo estabeleceu como referência de beleza o padrão branco e ocidental em relação aos não-brancos. Dessa maneira, há uma valorização da pele clara e de características físicas como cabelo, formato do nariz, olhos e boca e desvalorização das características que não estão associadas à branquitude.

De acordo com Madureira e Branco (2012) se reconhecer em uma identidade significa estabelecer um sentido de pertencimento ao grupo social de referência. Assim, os diversos tipos de preconceitos, como o racismo, a homofobia, a xenofobia, entre outros, são entendidos como fenômenos de fronteira. Esses preconceitos se estabelecem como fronteiras simbólicas rígidas, que desqualificam e marginalizam determinados grupos. Acerca desse cenário de discriminações, Carvalho (2008) ressalta a importância da valorização das características não-brancas, como aquelas associadas à negritude que foram desqualificadas pelo racismo estrutural vigente em nosso país.

Ainda acerca do pertencimento étnico-racial, a participante Margarida falou sobre buscar se “encaixar” tanto em padrões orientais quanto ocidentais. Cabe refletir criticamente sobre os impactos da globalização sobre as identidades, uma vez que as culturas nacionais se tornam expostas, de forma mais marcante, às influências externas, as noções de identidade tendem a mudar. O que a participante relata sobre a busca de se “encaixar” em dois padrões estéticos culturais distintos, é um dos fenômenos do

³ Dados retirados de: Dino (2022). Brasil ocupa o segundo lugar no ranking de países que mais realiza cirurgias plásticas: Pesquisa da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica mostra que, em 2020, o Brasil realizou mais de 1,3 milhão de cirurgias, perdendo apenas para os EUA. Retirado de: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2022/08/05/brasil-ocupa-o-segundo-lugar-no-ranking-de-paises-que-mais-realiza-cirurgias-plastica.ghtml>

hibridismo cultural, caracterizado por uma mistura, fenômeno da modernidade tardia (Hall, 1998). A participante Margarida carrega traços das tradições orientais e vive em um país de cultura ocidental, o que pode gerar sofrimento psíquico.

Hatugai (2021) realizou uma pesquisa etnográfica com famílias nipo descendentes⁴ para compreender as tensões que atravessam as relações nipônicas no Brasil, em especial questões relativas à corporalidade das mulheres. Nos seus estudos, observou que o núcleo familiar exerce um importante papel na perpetuação dos traços culturais ao longo das gerações, ainda, manter os filhos educados dentro dos padrões morais e estéticos orientais é compreendido como dever para muitas famílias. Dessa maneira, os imigrantes japoneses desafiam os preconceitos existentes na cultura brasileira, uma vez que valorizam suas marcas simbólicas corporais muitas vezes marginalizadas e estigmatizadas.

A autora também observa que as concepções de beleza presentes no Brasil carregam uma concepção etnocêntrica e sexualizada das mulheres, com predição por mulheres brancas com corpos curvilíneos, porém magras. Dessa forma, o corpo das japonesas varia entre dois extremos no imaginário ocidental: um corpo “reto”, “não erótico” e no outro extremo, um corpo erotizado a partir de esteriótipos associados às gueixas submissas.

Outro tema explorado com as participantes foi o envelhecimento feminino, uma vez que a juventude é um dos aspectos mais valorizados para ser considerada “bela”, junto com a magreza e a branquitude (Zanello, 2018). Apesar do envelhecer ser um processo esperado, natural e universal, apresenta diversas implicações sociais como aposentadoria, mudanças físicas, muitas vezes viuvez, etc.

Cabe ressaltar que a vivência da velhice é única e singular para cada indivíduo. Entretanto, para muitas mulheres, é uma condição indesejada que afeta sua autoestima, por diversos motivos, como, por exemplo, não se sentirem mais desejadas, belas, desvalorizadas na “prateleira do amor” (Zanello, 2018). Muitas buscam diversos produtos e tratamentos a fim de adiar ou reverter as marcas do envelhecimento, expondo o quanto a valorização da juventude é presente na nossa sociedade. Ao mesmo tempo, para muitas mulheres, é um momento da vida de libertação das pressões sociais e maior autoconhecimento (Goldenberg 2012; Zanello, 2018)

⁴ Nipo descendente é uma terminologia para referir-se aos descendentes de imigrantes japoneses que vivem fora do Japão. A participante não é descendente de japoneses e buscou-se o máximo de cuidado para evitar reforçar a crença da população asiática ser toda "igual". Entretanto, há poucos estudos sobre mulheres brasileiras descendentes de asiáticos, assim para fins de aprofundar a compreensão sobre as vivências da participante vi possibilidade de apoio do artigo na construção dos significados.

Olivia e Fernanda comentaram que sua relação com a aparência melhorou com o passar do tempo e citam a maturidade e o autoconhecimento como essenciais para esse processo. As participantes chegam a falar que gostariam de envelhecer bem com sua aparência, mas demonstram maior interesse em um envelhecimento pautado para questões além da aparência física, como o bem-estar financeiro, tempo dedicado à família, ao trabalho e ao lazer.

O uso do Tinder na busca por relacionamentos amorosos

Com o advento das redes sociais, as formas de se relacionar amorosamente também foram alteradas. Através de fotos, textos e vídeos, as pessoas expõem sua vida privada nas redes sociais, muitas vezes, mostrando uma vida “perfeita”, a fim de ser aceito pelos outros, uma verdadeira "espetacularização do eu" (Sibilia, 2016). Assim, durante as entrevistas o tema dos relacionamentos amorosos e das redes sociais foi abordado, em especial o Tinder. Trata-se de um aplicativo de namoro online, no qual os usuários conseguem ver a distância geográfica dos outros usuários, e “deslizar para direita” para curtir ou “deslizar para a esquerda” para não curtir o perfil. As participantes demonstraram experiências e perspectivas diversas.

Fernanda afirmou que sua experiência foi positiva para suas relações e conseguiu formar vínculos e se relacionar com pessoas que conheceu no aplicativo. Margarida comentou que usava o Tinder de uma maneira “tóxica, para me afirmar”, no sentido de não ter vivenciado uma boa experiência. Olívia e Helena comentaram que nunca usaram e acreditam que nesses aplicativos sempre há uma grande valorização da aparência física.

Nessa direção, cabe resgatar o que foi explorado no terceiro tópico da Introdução. Zanello (2018) desenvolveu a metáfora da "prateleira do amor”, como espaço simbólico que representa o desejo de ser escolhida por um homem. Assim, tal metáfora diz respeito à forma que as mulheres aprendem a amar na nossa cultura é desempoderadora, uma vez que as mulheres são ensinadas a dedicar grande parte da sua vida para os homens, e esses se tornam os julgadores e avaliadores das mulheres. Assim, estar em um relacionamento amoroso significa, para muitas mulheres, “sucesso”, pois foi escolhida por um homem. Cabe ressaltar que a “prateleira do amor” é marcada por um ideal estético, construído historicamente.

Podemos observar a prateleira do amor operando em diversas práticas do cotidiano, quando, por exemplo, comentam para mulheres: “nossa tão bonita, como tá

solteira?”, em enfeites de bolos de casamento nos quais as mulheres parecem forçar o homem a se casar ou no sentimento que muitas mulheres sentem de ter algum problema quando não estão em um relacionamento amoroso.

Quando foram apresentadas as imagens que representavam casais e mulheres sozinhas em diferentes atividades cotidianas, foi perguntado com qual das imagens as participantes se identificaram, todas as participantes apontaram para imagens de relacionamentos amorosos, mesmo que estivessem solteiras. Nesse sentido, o dispositivo amoroso atua nos processos de subjetivação das mulheres, a partir de um conjunto de práticas, discursos e representações que constroem a feminilidade como “pronta para amar a outrem”.

O amor, portanto, é associado ao feminino, torna-se “natural” e estruturante em termos identitários para as mulheres (Oliveira, 2017). O comentário a seguir da participante Margarida, expressa esse dispositivo se manifestando no cotidiano: *“Esses dias eu tava conversando com a minha mãe e ela disse que com 30 anos queria que eu tivesse com pelo menos com um filho e ela não fala isso pro meu irmão”*.

Ao decorrer da análise, foram levantadas questões associadas às mídias e a aparência corporal, cabe refletir sobre a lógica capitalista vigente que atua nessas questões. Cabe lembrar que, para a psicologia cultural, os seres humanos são seres ativos diante das mensagens culturais recebidas, portanto, com potencial de crítica e transformação da realidade (Valsiner, 2012).

Considerações Finais

A partir da pesquisa bibliográfica realizada e das informações construídas nas entrevistas realizadas, verificou-se que as mulheres são historicamente mais cobradas para se adequarem aos padrões de beleza hegemônicos, em uma sociedade marcada por desigualdades entre os gêneros. Foi possível observar, também, que a mídia e mais especificamente, as redes sociais, fazem parte do dia a dia das mulheres e exercem, de diferentes formas, influências na sua subjetividade. Assim sendo, as participantes comentaram sobre insatisfações que têm em relação a sua aparência corporal e, ao mesmo tempo, sobre o processo de construir uma relação mais saudável com o próprio corpo. À vista disso, é importante refletirmos sobre como as mídias podem, por um lado, colaborar para o sofrimento psíquico a partir de comparações, bem como, por outro lado, possibilitar a desconstrução desses padrões.

Diante desse cenário, também foi alvo das análises desenvolvidas os significados que as participantes atribuem aos relacionamentos amorosos. Tal como a beleza, mulheres são mais cobradas a estarem em relacionamentos amorosos do que homens, e ainda de forma passiva sexualmente. A partir dos relatos das participantes, foi possível notar que essas mulheres buscam e valorizam essa área em suas vidas, porém também valorizam o trabalho e o desenvolvimento pessoal.

Com o avanço de diversos movimentos sociais e políticos, os meios midiáticos têm apresentado cada vez mais representatividade e diversidade, e se mostram como uma forma de desconstrução de padrões estéticos hegemônicos e empoderamento feminino. Entretanto, ainda se percebe a reprodução do que seria o corpo “belo” e “saudável”, bem como práticas discriminatórias ocorrendo nas mídias e no cotidiano.

Em suma, percebe-se que essa pesquisa suscitou diversas reflexões interessantes e relevantes sobre o tema focalizado. Espera-se que esse estudo contribua para se pensar em estratégias de promoção da saúde das mulheres. Para a realização de pesquisas futuras neste campo, sugere-se pesquisas voltadas à compreensão mais aprofundada, acerca de como os pertencimentos étnicos-raciais afetam os relacionamentos amorosos. Penso que também seria interessante pesquisas com mulheres de orientações sexuais diversas, para além dos relacionamentos heterossexuais.

Desse modo, enquanto futura psicóloga comprometida com a ética e com os direitos humanos, ressalto a importância de dialogar e refletir sobre o culto ao corpo de forma multidisciplinar com diversos outros profissionais. Do mesmo modo, é de suma importância problematizar as representações e manifestações do dispositivo amoroso. Ambos diálogos são essenciais para compreender os sofrimentos psíquicos das mulheres e, a partir disso, promover o pensamento crítico, o bem-estar e a qualidade de vida, melhorando a autoestima e a confiança das mulheres.

Referências Bibliográficas

- Albuquerque, L. D. S., Griep, R. H., Aquino, E. M., Cardoso, L. D. O., Chor, D., & Fonseca, M. D. J. M. D. (2021). Fatores associados à insatisfação com a Imagem Corporal em adultos: análise seccional do ELSA-Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26 (5), 1941-1954.
- Almeida, T. M. C. (2014). Corpo feminino e violência de gênero: Fenômeno persistente e atualizado em escala mundial. *Sociedade e Estado*, 29 (2), 329-340.
- Berger, J. (1999). *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Carvalho, J. J (2008). Racismo Fenotípico e Estéticas da Segunda Pele. In: Revisa Cinética - *Programa de Cultura e Pensamento*, 1, 1-14.
- Castello, C. C. S. (2022). *Redes Sociais: Possível Recurso Educativo na Prevenção do Sofrimento Psíquico Associado aos Padrões Estéticos Hegemônicos Femininos?* (Trabalho de Conclusão de Curso não publicado). Centro de Ensino Unificado de Brasília, Brasília, DF.
- Cechin, M. B. C., & Silva, T. D. (2012). Assim falava Barbie: Uma boneca para todos e para ninguém. *Fractal: Revista de Psicologia*, 24 (3), 623-638.
- Conselho Federal de Psicologia. (2005). Resolução CFP nº 010/2005. Código de Ética Profissional do Psicólogo, XIII Plenário. Brasília, DF: CFP.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Farias, E. (2019). Pesquisadora explica conceito de branquitude como privilégio estrutural. Retirado de <https://agencia.fiocruz.br/pesquisadora-explica-conceito-de-branquitude-como-pri-vilegio-estrutural>
- Franco, N., & Cicillini, G. A. (2015). Professoras trans brasileiras em seu processo de escolarização. *Revista Estudos Feministas*, 23(2), 325-346.
- Galinkin, A. L. & Zauli, A. (2011). Identidade social e alteridade. In C. V. Torres & E. R Neiva (Orgs.), *Psicologia Social: Principais temas e vertentes* (pp. 253-261). Artmed Editora.
- Goldenberg, M. (2012). *Corpo, envelhecimento e felicidade*. São Paulo: José Olympio.
- Hall, S. (1998). *A identidade cultural na pós-modernidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hatugai, É. R. (2021). Ler, no corpo da “mestiça”, beleza, corporalidades e fronteiras no parentesco nikkey: As experiências de mulheres nipodescendentes no Brasil. *Cadernos Pagu*, (63), 1-16.

- Loponte, L. G. (2002). Sexualidades, artes visuais e poder: Pedagogias visuais do feminino. *Estudos Feministas*, 10 (2), 283-300.
- Louro, G. L. (2004). *Um corpo estranho: Ensaio sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica.
- 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: Tecnopolik.
- 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*.
- Madureira, A. F. A., Holanda, J. M. G. B., Paula, L. D. & Fonseca, J. V. C. (2021). Gênero e Sexualidade na Escola: Processos Identitários, Diversidade e Preconceito na Perspectiva da Psicologia Cultural. In A. F. A. Madureira & J. Bizerril (Orgs.), *Psicologia & Cultura: Teoria, Pesquisa e Prática Profissional* (pp. 202-237). Cortez Editora.
- Minayo, M. C. S. (2016). *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade*. Petrópolis - RJ: Vozes
- Myers, D. G. (2014). *Psicologia Social*. Artmed: Porto Alegre
- Monteiro, C., & Zanello, V. (2014). Tecnologias de gênero e dispositivo amoroso nos filmes de animação da Disney. *Feminismos*, 3 (1), 36-44.
- Novaes, J. V. (2011). Beleza e feiúra: Corpo feminino e regulação social. In 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: PUC-Rio e Garamond.
- Oliveira, S. R. D. (2017). O dispositivo amoroso e o assujeitamento das mulheres nas histórias que os livros didáticos ensinam. In: C. Stevens, S. R. D. Oliveira, V. Zanello, E. Silva, C. Portela (Orgs.). *Mulheres e violências: interseccionalidades* (pp. 205-225). Brasília: Technopolitik.
- Pereira, F. J. C., & Veríssimo, J. D. C. (2008). A mulher na publicidade e os estereótipos de gênero. Em 5º Congresso SOPCOM: Comunicação e Cidadania (pp. 893-904). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

- Sabat, R. (2001). Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Estudos Feministas*, 9 (1), 04-21.
- Scott, J. W. (2017). Gênero: Uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 20 (2), 1-99
- Sibilia, P. (2016). O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Simoni, R. C. D. S. (2019). Ancestralidade feminina: Da essência do sagrado aos movimentos feministas, mulheres negras e representatividade. *Fragmentos de Cultura - Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas*, 29 (2), 293-300.
- Sousa (2021). Padrões Estéticos Hegemônicos, Mídia, Doenças da Beleza e Psicologia Clínica na Sociedade Brasileira Contemporânea. (Trabalho de conclusão de curso). Uniceub, Brasília, DF.
- Souza, C. A. D. S. (2008). A solidão da mulher negra: sua subjetividade e seu preterimento pelo homem negro na cidade de São Paulo. (Dissertação de mestrado). PUC, São Paulo.
- Valsiner, J. (2012). Aproximações à cultura: Bases semióticas da psicologia cultural. (Ana Cecília de Sousa Bastos, Trad.), *Fundamentos da Psicologia Cultural: Mundos da mente, mundos da vida* (pp. 21-66). Porto Alegre: Artmed.
- Vieira, A. G. A. (2019). Instagram: possíveis influências na construção dos padrões hegemônicos de beleza entre mulheres jovens. (Trabalho de conclusão de curso). Uniceub, Brasília, DF.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução conceitual. In T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis: Vozes.
- Zanello, V. (2018). *Saúde mental, gênero e dispositivos: Cultura e processos de subjetivação*. Curitiba: Appris.