

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Psicologia

Alessandra Barcelos Menezes

**A BUSCA PELO CORPO PERFEITO NA FEMINILIDADE: uma lógica fálica no
ideal de beleza contemporâneo**

Belo Horizonte
2025

Alessandra Barcelos Menezes

**A BUSCA PELO CORPO PERFEITO NA FEMINILIDADE: uma lógica fálica no ideal
de beleza contemporâneo**

Dissertação de Mestrado apresentada à Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia.

Linha de pesquisa: Intervenções Clínicas e Sociais

Orientador: Prof. Dr. Hélio Cardoso Miranda Júnior

Apoio: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

Belo Horizonte
2025

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

M543b Menezes, Alessandra Barcelos
A busca pelo corpo perfeito na feminilidade: uma lógica fálica no ideal de beleza contemporâneo / Alessandra Barcelos Menezes. Belo Horizonte, 2025.
88 f. : il.

Orientador: Hélio Cardoso Miranda Júnior
Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Psicologia

1. Freud, Sigmund, 1856-1939. 2. Lacan, Jacques, 1901-1981. 3. Feminilidade. 4. Beleza. 5. Beleza feminina (Estética) - Aspectos psicológicos. 6. Imagem corporal - Aspectos psicológicos. 7. Cuidados com a beleza. 8. Capitalismo. 9. Consumo (Economia). I. Miranda Júnior, Hélio Cardoso. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 159.964.2

Ficha catalográfica elaborada por Fabiana Marques de Souza e Silva - CRB 6/2086

Alessandra Barcelos Menezes

**A BUSCA PELO CORPO PERFEITO NA FEMINILIDADE: uma lógica fálica no ideal
de beleza contemporâneo**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia.

Dr. Hélio Cardoso Miranda Júnior – (Orientador)

Dra. Mônica Eulália da Silva Januzzi – PUC Minas

Dr. Charlisson M. Gonçalves – Centro Universitário Estácio do Ceará

Belo Horizonte, 25 de Abril de 2025

AGRADECIMENTOS

Fui uma menina curiosa e, ainda bem pequena, descobri nos livros um lugar de alento e de aventuras. Eles se tornaram as minhas janelas para o mundo. Além das histórias que conhecia através das leituras, pude desfrutar com atenção as narrativas de minha querida avó materna (Conceição), avozinha como carinhosamente gosto de chamá-la, uma contadora de histórias nata que me em muitas noites antes de dormir. Já, durante o dia, eu costumava ir à escola infantil acompanhar a minha Tia Maria em seu trabalho de docência em uma pequena comunidade na zona rural quando estava com as crianças, era possível sentir o quanto a educação pode ser transformadora. A minha mãe Lúcia também cultivava em mim o desejo pelos estudos, não se poupando até mesmo de empenho e sacrifícios valorizando sempre essa jornada. Foi através das palavras, do afeto de mulheres tão grandiosas que a busca em aprender se fortaleceu como meu caminho. Então, humildemente agradeço a todos que contribuíram para esse momento.

Ao meu esposo Bruno, pela sua generosidade, pela compreensão das ausências, por me amparar em todos os desafios. Foram incontáveis os seus esforços e palavras de incentivo. A minha família pela torcida e afetos que me fortaleceram diante dos obstáculos. As minhas amigas Juliana, Ana Carolina, Lígia, Karen e ao meu amigo psicólogo Sérgio que contribuíram não somente com o amparo e a leveza de uma grande amizade, mas também estimularam o meu desenvolvimento e amadurecimento profissional ao longo dos anos.

Ao meu orientador. Dr Hélio Miranda, pela dedicação, presença e atenção durante toda a construção deste trabalho, ao professor Dr. Charlisson pelos incontáveis ensinamentos e disponibilidade. Também agradeço profundamente a CAPES que me possibilitou ingressar na pós-graduação, através de uma bolsa de estudos. Aos queridos professores e colegas que foram fonte de aprendizado e inspiração em cada linha dessa pesquisa. A todos vocês o meu eterno agradecimento.

Quanto a conclusão deste percurso, não se trata de um fim, apenas do começo.

“Tudo o que não sei é a minha parte maior e melhor: é a minha largueza”.

Clarice Lispector

RESUMO

Essa dissertação aborda a busca pelo corpo perfeito na feminilidade a partir da lógica fálica dos ideais de beleza contemporâneos. Trata-se de um fenômeno cultural que atravessa o nosso cotidiano, através da intensa e constante oferta de produtos e procedimentos estéticos para o cuidado com a beleza, através dos anúncios de publicidade, das propagandas de televisão, nas mídias sociais. A pesquisa teve por objetivo articular a relação entre os ideais de beleza na contemporaneidade e a lógica fálica. Portanto, buscamos discorrer sobre possíveis símbolos da cultura relacionados ao corpo idealizado na contemporaneidade pelo mercado e pela lógica capitalista que podem ser representantes de símbolos fálicos na feminilidade. Utilizamos do método teórico conceitual, através de um levantamento bibliográfico, para a revisão dos conceitos e produção de informações. Para isso, a abordagem qualitativa foi escolhida, devido as complexidades e dimensões subjetivas da temática, para realizarmos sua descrição, compreensão e interpretação. O nosso estudo se utilizou de uma leitura psicanalítica acerca do conceito de feminilidade, conforme elucidado pelos autores Sigmund Freud e Jacques Lacan, bem como ao processo de constituição psíquica e a questão identitária feminina atravessada pelos imperativos da beleza. Também nos debruçamos em leituras de outras áreas de saber, como a filosofia e sociologia. A partir dessas reflexões sociológica e filosóficas, apreendemos sobre a relação com o corpo, enquanto uma construção social. Em nosso percurso, discorreremos sobre a vigilância corporal, os modos segregativos e estigmatizantes aos corpos considerados fora dos ideais de beleza, pelo racismo, corpos com deficiência, desigualdade de gênero, contrassexualidade. Através de um olhar crítico frente a lógica mercadológica e ao consumismo discutimos sobre o corpo idealizado enquanto símbolo de status e de valor na sociedade ocidental. Diante deste cenário voltado para a beleza de forma generalista, desconsiderando as particularidades de cada pessoa que se identifica na feminilidade, discutimos sobre o movimento do corpo positivo. Contudo, indagamos sobre quais possíveis saídas aos padrões de beleza impostos à feminilidade, tendo em vista a relevância de novas olhares à questão da beleza, conforme desejo individual e particularidades de cada pessoa.

Palavras-chave: Feminilidade. Beleza. Corpo perfeito. Falo. Capitalismo.

ABSTRACT

This dissertation addresses the search for the perfect body in femininity based on the phallic logic of contemporary beauty ideals. It is a cultural phenomenon that permeates our daily lives, through the intense and constant supply of products and aesthetic procedures for beauty care, through advertising, television advertisements, and social media. The research aimed to understand the search for the perfect body in femininity, as well as articulate the relationship between contemporary beauty ideals and phallic logic. Therefore, we seek to discuss possible symbols of culture related to the body idealized in contemporary times by the market and capitalist logic that may be representatives of phallic symbols in femininity. We use the theoretical method conceptual, through a bibliographical survey, to review concepts and produce information. For this, the qualitative approach was chosen, due to the complexities and subjective dimensions of the theme, to describe, understand and interpret it. Our study used a psychoanalytic reading regarding the concept of femininity, as elucidated by the authors Sigmund Freud and Jacques Lacan, as well as the process of psychic constitution and the question of female identity crossed by the imperatives of beauty. We also focus on readings from other areas of knowledge, such as philosophy and sociology. From these sociological and philosophical reflections, we learn about the relationship with the body, as a social construction. On our journey, we discussed body surveillance, the segregate and stigmatizing ways bodies are considered outside the ideals of beauty, due to racism, bodies with disabilities, gender inequality, contrasexuality. Through a critical look at marketing logic and consumerism, we discuss the idealized body as a symbol of status and value in Western society. Faced with this scenario focused on beauty in a generalist way, disregarding the particularities of each person who identifies as femininity, we discussed the body positive movement. However, we ask about possible solutions to the beauty standards imposed on femininity, considering the relevance of new perspectives on the issue of beauty, according to the individual desire and particularities of each person.

Keywords: Femininity. Beauty. Perfect body. Phallicism. Capitalism.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
1.1	Percurso da autora com a pesquisa	10
2	A FEMINILIDADE PARA A PSICANÁLISE	11
2.1	Os ideais de beleza e a lógica fálica.....	15
2.2	A mascarada.....	18
2.3	O gênero, a nomeação e os singulares modos de existência.....	20
3	O IDEAL DE BELEZA NA FEMINILIDADE.....	26
3.1	A Disney e a reprodução das histórias clássicas	28
3.2	Mattel, fábrica de boneca ou de padrões de beleza?	31
3.3	O corpo na cultura	38
3.4	Manipulação e vigilância dos corpos na feminilidade.....	41
4	OS CORPOS ESTRANHOS PARA A CULTURA.....	46
4.1	O racismo e os corpos dissidentes na feminilidade.....	48
4.2	A desigualdade de gênero e os padrões de beleza na feminilidade	53
4.3	O corpo positivo e outras iniciativas contra o discurso dominante	61
5	A CULTURA E OS MODOS DE SUBJETIVAÇÃO.....	66
5.1	Sociedade Moderna (Você é o único responsável pelo seu sucesso)	69
5.2	O discurso do capitalista.....	72
6	CONCLUSÕES - A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA BELEZA NA FEMINILIDADE	78
	REFERÊNCIAS	81

1 INTRODUÇÃO

A busca pelo corpo perfeito na feminilidade se trata de um fenômeno cultural – pois há aqui um corpo marcado pelo significante que marca a inscrição no feminino – e, portanto, um fenômeno que atravessa a subjetividade pela cultura. O bombardeio constante da publicidade e seus temas relacionados fortalece o discurso midiático que produz corpos belos, bronzeados, sarados. Corpos que, segundo a mídia, podem ser adquiridos em cirurgias plásticas, em procedimentos estéticos, intervenções medicamentosas e em fórmulas de exercícios físicos.

Nesse sentido, compreende-se que o corpo feminino não é apenas parte da esfera particular, privada, mas também parte da esfera coletiva, de um discurso social e historicamente determinado. O corpo se insere também nos espaços públicos deixando de pertencer somente aos espaços privados, como os hospitais. Na esfera pública, ganha visibilidade nas academias, centros de estéticas, sendo proliferado nesse espaço as propagandas de tratamentos cirúrgicos e estéticos (Fernandes, 2011, p. 15).

Em uma perspectiva coletiva, a narrativa midiática sobre esse corpo desejável é indissociável da lógica capitalista que lucra com cada nova tendência estética, na qual novos corpos se sujeitam às novas adequações de como se tornar belo, aos novos padrões de beleza. De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (2019), em 2018, foram registradas mais de 1.498.000 cirurgias plásticas estéticas em nosso país, além de mais de 969 mil procedimentos estéticos não-cirúrgicos.

Consequentemente, como os dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica permitem verificar, trata-se de um fenômeno que tende a se tornar mais comum, mais pulverizado entre diferentes classes sociais e cada vez mais intrusivos e transformadores. Utiliza-se da promessa de um rejuvenescimento e a conquista de uma aparência mais jovem. Ainda segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica:

Em primeiro lugar, despontaram as cirurgias realizadas para implantes de próteses mamárias e correção dos seios flácidos, pequenos. Já em segundo lugar, despontou no ranking o procedimento de lipoaspiração, utilizado para remover gordura localizada e modelar o corpo. Outros procedimentos para rejuvenescimento [incluem o] preenchimento labial e a redução de olheiras, [e que] também tornaram esse número crescente, conforme a pesquisa citada. (SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA, 2019)

Esse discurso, orientado pela medicina, retrata um corpo que nos é apresentado para além de suas funções fisiológicas e carregado de significados e representações próprias, que

sustentam um ideal de um corpo feminino a ser atingido. Trata-se, portanto, de um corpo produzido pela cultura. De acordo com Le Betron (2008), as caracterizações sociais deste corpo não são unanimidade nas sociedades humanas.

Portanto, há, no discurso da estética feminina, a sustentação de uma espécie de padrão, um ideal impossível que conserva a inadequação fundamental entre o sujeito e um corpo aspirado. Assim, a sociedade produz um imaginário sobre o que é um corpo desejável, definindo suas formas e características consideradas atraentes, mas transforma constantemente a possibilidade de seu apoderamento pela via do mercado e do consumo.

A partir da leitura deste fenômeno, surgiu o problema que originou essa pesquisa: Afinal, a busca pelo corpo perfeito na feminilidade se relaciona com a lógica fálica? Com base nessa indagação, o objetivo geral deste trabalho foi compreender a busca pelo corpo perfeito na feminilidade, bem como articular a relação entre os ideais de beleza na contemporaneidade a partir da lógica fálica.

Nosso objetivo foi, portanto, articular possíveis símbolos da cultura relacionados ao corpo idealizado na contemporaneidade pelo mercado de consumo que podem representar um símbolo fálico na feminilidade. Para que tal questão fosse abordada, mostrou-se necessário refletirmos sobre a feminilidade, o corpo em sua perspectiva social, os símbolos da cultura e a lógica capitalista.

Para isso, intentamos discorrer sobre a compreensão da psicanálise a respeito da feminilidade, através da constituição subjetiva dos sujeitos, bem como a experiência da castração e da lógica fálica. Além desse conceito, realizamos uma articulação com o campo da sociologia e filosofia sobre as construções da cultura que atravessam a percepção do corpo e da beleza ocidental, por meio de relevantes autores sobre essas temáticas, como Le Breton, Bauman, Michel Foucault, Guattari, dentre outros.

No segundo capítulo, abordamos a feminilidade a partir da psicanálise. Apresentamos o processo de constituição psíquica por meio do complexo de Édipo e do estágio do espelho em Lacan. Discutimos também sobre o conceito de gênero e a inscrição do feminino, que não se trata da identificação anatômica, mas da posição subjetiva de cada pessoa que se posiciona e se identifica como gênero feminino. Além disso, indagamos sobre a formação identitária na feminilidade atravessada pelos imperativos de beleza da cultura.

No terceiro capítulo, introduzimos a discussão sobre o corpo na cultura, apresentando os símbolos da beleza mundiais através dos produtos de duas grandes empresas, a Disney e a Mattel. Nesse sentido, brevemente discorreremos sobre as diferenças das percepções sobre os

aspectos da beleza em distintos períodos históricos, como as princesas clássicas da Disney e as narrativas atuais. Também refletimos sobre a criação da boneca Barbie e sua repercussão social ao longo das décadas. Por último, abordamos a vigilância dos corpos na feminilidade.

A partir da reflexão crítica acerca dos ideais de beleza na atualidade, discutimos no quarto capítulo sobre o estranhamento dos corpos e as práticas discriminatórias, segregativas. Para isso, apresentamos a questão do racismo, da deficiência, dos estigmas relativos à obesidade, bem como à desigualdade de gênero. Contudo, destacamos que, por se tratar de assuntos complexos, nos atentamos a uma breve discussão relativa à nossa temática em questão.

No quinto capítulo, discorremos sobre a cultura e os modos de subjetivação através de um olhar crítico às relações de mercado e consumo. Apresentamos o discurso do capitalista em Lacan enquanto aquele que não produz laços sociais e abordamos a busca pelo corpo perfeito como uma possibilidade de apelo ao olhar e reconhecimento do outro, conforme símbolos identitários da feminilidade na cultura.

Em nosso percurso metodológico, utilizamos de uma pesquisa teórico conceitual para a revisão de conceitos, para sua apreensão, discussão e interpretações. A pesquisa qualitativa se tornou a nossa escolha devido a sua característica de possibilitar ao pesquisador se ocupar do fenômeno para penetrar em sua estrutura íntima, latente (Turato, 2000, p.104).

A revisão dos conceitos, bem como sua apreensão e interpretação, nos possibilitou compreender a relação entre a constituição psíquica, a inscrição na feminilidade, atravessada pelos ideais de beleza contemporâneos. Sobretudo, nos trouxe um olhar crítico para com a lógica do mercado e do capitalismo. Tal discussão se mostrou essencial em nossas análises e interpretações na pesquisa, uma vez que a construção do corpo em sociedade apresenta uma lógica de valor ou desvalor.

Em relação à feminilidade, as constantes e intensas ofertas de produtos de beleza como promessas de garantir uma posição identitária na feminilidade, ou seja, satisfação consigo mesma, também com o outro, através do seu olhar, do seu desejo, do seu reconhecimento, mostram-se uma “cilada”, afinal, conforme elucida Lacan, o discurso do capitalista não produz laço social. Pode haver ilusoriamente a sensação de apreensão desse lugar na feminilidade, mas há um gozo a mais, aquele que não se pode esgotar ou preencher.

1.1 Percurso da autora com a pesquisa

O meu desejo pela realização deste trabalho foi amadurecido durante os sete anos de prática em um hospital geral e nos atendimentos clínicos. Enquanto analista exercendo a escuta, pude me deparar com inúmeros relatos de angústia apresentados por mulheres desejan-tes de corresponder a um corpo imaginariamente perfeito. Essa temática aparecia nos atendimentos de modo geral, e não somente nos acompanhamentos em pós-cirúrgicos de gastroplastia, lipoaspiração ou procedimentos direcionados a estética feminina.

Mesmo em conversas banais nos corredores do hospital, nas ruas e lugares mais diversos, pude presenciar muitas questões no que se refere ao feminino e a experiência subjetiva da construção do corpo. Esses momentos normalmente apontavam para a dificuldade em corresponder aos ideais estéticos, principalmente no que se refere ao peso, formas corporais dos padrões de beleza estabelecidos na cultura.

Além dessas vivências, meu interesse pelo tema foi fortalecido ao me deparar com o bombardeio midiático existente nas redes sociais, tv, clínicas de estéticas e outros, com propagandas cada vez, mais apelativas. Esse bombardeio de publicidade promete a conquista de uma boa autoestima por meio da transformação da imagem corporal. O que faz pensar na contemporaneidade das questões aqui apresentadas e da importância de novas reflexões e construções teóricas sobre elas.

Portanto, a temática do corpo feminino está inserida em nosso dia a dia. Na contemporaneidade, a questão da estética do corpo feminino passa pela sustentação de um ideal que é, muitas vezes, ofertado por procedimentos milagrosos que prometem a conquista de um corpo com determinados contornos – contornos, por sua vez, que seriam capazes de despertar tanto o desejo do outro quanto uma experiência mais harmoniosa e feliz consigo mesma (Fernandes, 2011, p. 15).

Os corpos malhados, bronzeados, sem gordura localizada ou celulites e que não detêm as marcas do envelhecimento, são os corpos ditos belos. Nas redes sociais, é possível acompanhar pessoas realizando diversos tipos de atividade física, dietas, procedimentos emagrecedores, dentre outros. Esses modelos apontam para um corpo que precisa ser construído, seja nas academias, nos centros estéticos, ou até mesmo através de procedimentos cirúrgicos que os modelam.

2 A FEMINILIDADE PARA A PSICANÁLISE

Nosso desejo, ao longo deste capítulo, é compreender melhor a relação com os símbolos da beleza na cultura a partir da questão identitária, da lógica não-toda feminina, do gozo suplementar e da mascarada. Para isso, iniciaremos nossa reflexão abordando o complexo de Édipo apresentado por Freud e o estádio do espelho por Lacan. Esses períodos são de grande relevância para a constituição subjetiva na experiência humana, bem como a inscrição na feminilidade.

O complexo de Édipo se refere à distinção anatômica dos sexos observada pelas crianças como processo de seu desenvolvimento psíquico. Sigmund Freud ([1932-1936]/1996), ao abordar a diferenciação no desenvolvimento da constituição subjetiva, explica sobre dificuldade enfrentada pela menina nesse processo, pois, em relação a experiência do menino, ela se mostra mais complexa, uma vez que as estruturas genitais são acompanhadas de outras diferenças corporais.

Em sua obra intitulada “O eu e o id”, o referido autor elucida a primazia do falo para descrever a evolução da sexualidade infantil, momento no qual a criança se depara com a importância do seu órgão genital. Essa experiência ocorre de modo distinto para os sexos. Ambos se deparam com a ausência do pênis no corpo da menina, percebendo que há diferença dos corpos. Tal descoberta faz pensar que nem todos os seres ou criaturas são semelhantes (Freud, [1923-1925]/2011, p.152).

Na tenra infância, a percepção da “falta de um pênis é vista como um resultado da castração, e agora a criança se defronta com a tarefa de chegar a um acordo com a castração em relação a si própria” (Freud, [1923-1925]/2011, p.152). A percepção da diferença sexual se apresenta como uma ameaça de perda do pênis para o menino e como privação para a menina.

Nesse sentido, o pênis pode ser compreendido não somente como uma parte biológica do corpo, mas pelo valor simbólico que ele possui (Mezan, 2013, p.183), ou seja, ele possui um valor fálico. A partir dessa premissa, o falo possui a função de organizar as pulsões, uma vez que a relação que é estabelecida do sujeito com os significantes da cultura é atravessada pelo complexo de Édipo, momento fundamental para a constituição psíquica. (Folberg; Maggi, 2002, p. 97).

Freud ([1932-1936]/1996) elucida que, durante o complexo de Édipo, para o menino, a mãe é seu primeiro objeto de amor e, para a menina, também. As primeiras catexias também

são semelhantes para ambos os sexos. Segundo o olhar freudiano, as flutuações que ocorrem nos universos feminino e masculino são muito complexas e amplas. Além disso, o que se constitui a feminilidade e a masculinidade escapa aos aspectos anatômicos do corpo. Contudo, a psicanálise não tem por objetivo descrever o que é uma mulher, mas sim, como se forma uma mulher.

Durante a “organização genital infantil”, a menina se situa em uma posição de objeto, de castração, pois passa pela descoberta aterrorizante da ausência de um órgão sexual que poderia comportar uma lógica de inferioridade, ou seja, castrada. Enquanto o menino é aquele que possuía o pênis, ou seja, possuía o falo (Kehl, 2019, p.161).

A percepção do órgão genital feminino para a menina corresponderia a uma mutilação e uma castração efetiva, enquanto para o menino a castração seria apenas uma ameaça desse lugar simbólico de significação. Nessa perspectiva, podemos dizer que o homem possui um significante fálico que o sustenta e a mulher não (Freud, [1923-1925] /2011, p. 266).

Para exemplificarmos tal questão, na leitura freudiana, ao se deparar com a ausência do pênis representante do falo, a menina o inveja, através do ciúme inconsciente de quem supostamente o detém, como por exemplo: o pai. A hostilidade contra a mãe, até então adorada, acontece devido à decepção experimentada, por ela também não possuir o falo (Freud apud Kehl, 2019, p. 164).

Ao contrário do menino, que teme pela sua castração real, a menina já se percebe “castrada”, ou seja, ela já enxerga sua privação fálica, pois não é supostamente quem o detém. Conforme mencionado acima, a menina busca o falo no Outro, inicialmente através da mãe e posteriormente no pai, ao perceber que a mãe também era castrada. O reconhecimento da ausência do falo, da castração simbólica, assim como a transferência de amor da mãe para o pai é crucial para a entrada na feminilidade.

No texto de 1931-1932, Freud aborda a importância do desligamento da relação entre menina e mãe, para que se desenvolva a independência em relação à pessoa que lhe deu a vida. Tal separação materna é importante, pois representa mais do que uma mudança de objeto amoroso, ou seja, uma identificação com o pai ao em vez da mãe. Esse desligamento, torna possível o amor dirigido ao pai, através da identificação com a mãe (Freud apud Kehl, 2019, p. 172).

Assim, a inscrição dos sujeitos a masculinidade ou feminilidade não é algo que pode ser rigidamente fixado. Contudo, ao longo da história a cultura lida com a feminilidade de modos distintos, conforme as modificações sociais com o passar dos anos (Vercese; Cordeiro, 2019, p.142).

Segundo a nossa discussão acima acerca do complexo de Édipo, refletiremos a respeito da releitura realizada por Lacan, através do conceito do estádio do espelho, enquanto uma fase da constituição psíquica do sujeito a partir do narcisismo. No seminário “os escritos técnicos de Freud”, Lacan destaca que o estádio do espelho não se trata apenas de um período do desenvolvimento, mas de sua função em relação ao sujeito à sua imagem, enquanto uma apresentação do eu (Lacan, [1975/2009] p. 103).

Dessa forma, o estádio do espelho se refere ao momento inaugural da constituição do Eu, no qual o *infans*, aquele que ainda não fala, vivencia uma totalidade corporal, através da percepção de sua própria imagem no espelho juntamente a percepção de assentimento que vem do outro a reconhecendo como verdadeira. Portanto, o eu apresentado por Lacan é descrito como essencialmente imaginário, embora sua constituição advenha também do reconhecimento simbólico do outro (Jorge, 2019, p.45).

O autor complementa dizendo que o estádio do espelho não se trata de uma experiência concreta de uma criança frente a um espelho, mas da relação desta com seu semelhante, através do qual ela constitui uma demarcação da totalidade do seu corpo. Tal experiência pode ocorrer em face de um espelho, como também em face de uma outra pessoa (Jorge, 2019, p.45).

Nesse sentido, podemos compreender o imaginário como aquilo que acreditamos perceber do outro, ou do que acreditamos ser percebido em nós. O imaginário se trata da relação que temos com os nossos ideais, sobretudo da ilusão de habitarmos uma realidade como ela é compreendida por nós (Dunker, 2021). O imaginário tem em sua essência uma espécie de engano (Lacan, [1959-1960]/1988, p.79), inerente à composição da ordem imaginária, e que se refere à impossibilidade de capturarmos o desejo do outro, mas se trata supor o que o outro deseja.

Diante da cultura e do sistema de trocas experimentadas em sociedade, que incluem os signos, os significantes – a imagem acústica da palavra e os significados, Lacan se utiliza da ideia do simbólico na criação de sua teoria. O fato de estarmos inseridos em uma sociedade e adquirirmos conhecimentos, aprendizados diversos advém deste funcionamento simbólico geral (Dunker, 2021).

Por essa razão, tal período que marca a infância, sobretudo na experiência subjetiva de cada pessoa na feminilidade, se mostra fundamental em nosso trabalho. Referimo-nos a uma passagem na infância marcada pela diferenciação sexual e constituição psíquica, conforme o complexo de Édipo, mas também a relação que se estabelece com o outro a partir de um corpo, através do estágio do espelho (Jorge, 2019, p.45).

Na relação com o outro, por meio do estágio do espelho, a criança percebe a mãe, ou pessoa que encarna esse lugar de cuidado, numa posição de onipotência e completude. Mas essa percepção imaginária é enganosa, pois há uma barra devido à falta, marca da constituição psíquica. Então, o falo, como objeto simbólico que representa ou indica o desejo materno e que se localiza no Outro, vem ocupar esse lugar do vazio, lugar para onde a mãe dirige o olhar. Logo, o falo se torna um modo de simbolização do objeto de amor, como se pudesse preenchê-lo e completá-lo (Folberg; Maggi, 2022, p. 97).

Como se refere a um lugar vazio, pois não há o objeto específico do desejo, o falo comporta também um gozo, pois ele sustenta um lugar de satisfação. Segundo a psicanálise “não há felicidade, sem ser do falo” (Lacan, [1969-1970]/1992, p. 69). Vale destacar que a satisfação buscada é visada por meio do falo, localizado, como citado acima, no campo do Outro. Tal satisfação pode ser relacionada, por exemplo, ao olhar e à aprovação do Outro, encarnado nas relações intersubjetivas pelo outro.

No seminário 5 intitulado “As formações do Inconsciente”, Lacan apresenta o seguinte questionamento: se o falo indica o desejo do Outro, o que acontece com o sujeito? Ele responde essa pergunta dizendo que o sujeito tem de encontrar seu lugar de objeto de desejo frente ao desejo do Outro (Lacan, [1957-1958]/1999, p.632).

Diante disso, a mulher e o homem se encontram em um dilema insolúvel, no que se refere encontrar a satisfação, seja pelo desejo do falo e de seus modos de substituição, como de um filho, através da maternidade (Lacan, [1957-1958]/1999, p.632). Em relação a este ponto, Freud associa o acesso à feminilidade ao fator reprodutivo e à possibilidade da maternidade, ou seja, para ele, é por meio do sentimento de inveja do pênis que a menina vivenciaria a triangulação edípica para, a partir dessa, adentrar no processo constitutivo da feminilidade e resolvê-lo pela maternidade (Freud, [1923-1925] /2011, p. 266).

A partir dessas formulações acerca da falta, da busca pelo olhar e reconhecimento do outro, pensamos no investimento no próprio corpo na feminilidade como uma saída para lidar com a castração e ausência do falo, ou seja, o investimento corporal pode ser um modo de

ressignificar, de lhe atribuir valor pela sua falta fálica (Pommier, apud Silva; Rey, 2011, p.564). Nessa lógica, na feminilidade poderia se assumir uma posição de “ser o falo” para o Outro e assim tentar capturar o seu amor.

O dilema de “ser o falo” está relacionado a um modo em lidar com a castração e se situar no campo do desejo. Para a relação com a beleza na feminilidade pode se tratar de uma posição fálica como uma tentativa de lidar com a castração. As mulheres são seduzidas pelas ofertadas do mercado e serviços de beleza por meio do discurso capitalista, apresentando a beleza como um valor fálico a ser incorporado pela feminilidade.

Contudo, os procedimentos estéticos, cirurgias plásticas, modificações corporais oferecidas como aqueles capazes de sustentar um lugar “fálico” possuem uma lógica impossível, falhando nas tentativas de encobrir um lugar que não pode ser encoberto, como sinalizou Lacan ao longo de nossa discussão sobre a falta estrutural. A partir dessa leitura, acreditamos que a pessoa na feminilidade ao buscar constantemente corresponder aos ideais de beleza apresentados pelo mercado na cultura, poderá se encontrar presa em um circuito de consumo que a levará ao gozo além do falo.

2.1 Os ideais de beleza e a lógica fálica

O fenômeno da busca pelo corpo perfeito na feminilidade se mostra atravessado pela dimensão da cultura, pelo culto da beleza como uma expressão atual da contemporaneidade. O consumismo marca esse atravessamento, através dos ideais apresentados de forma sedutora a fim de atrair o público que se identifica como feminino, para que a partir desses objetos se torne possível conquistar o olhar e o desejo do outro. Desde os acessórios, produtos, bolsas, roupas, sapatos, maquiagens, cirurgias plásticas, intervenções estéticas e tantas outras ofertas (Silva; Rey, 2011, p.566).

Contudo, não se trata apenas do consumo, mas da relação entre a feminilidade e a beleza, pois socialmente são oferecidas ou aludidas maneiras de garantir uma identidade considerada feminina. A questão que merece atenção se refere a um jogo sem limites oferecido como se fosse a única forma de alcançar a felicidade através do consumo de objetos e serviços para corresponder aos padrões estéticos estabelecidos (Silva; Rey, 2011, p.566).

Para pensarmos a questão da beleza não somente relacionada ao consumo, mas também na inscrição na feminilidade, nos debruçamos em uma leitura lacaniana que elucida sobre a questão da incompletude estrutural e o gozo feminino.

Para Lacan, existe na condição feminina o gozo suplementar, ele se distingue do gozo fálico pois a mulher é não-toda. Logo, para além do gozo fálico, há um gozo que não existe e que não possui significado, e que talvez a mulher não saiba, a não ser que ela o experimente (Lacan, [1972-1973]/1996, p.101). Nesse sentido, a sexualidade feminina não está completamente submetida ao falo, ela se encontra para além dele, o que caracteriza o seu gozo suplementar, ao tentar dar contorno a algo que lhe falta.

A respeito dessa questão, Lacan faz uma pergunta interessante, quando diz: “O que é que tem um corpo e não existe? Resposta – o grande Outro”. Se colocamos o nosso desejo de amor neste grande Outro, então podemos dizer que ele possui um corpo, ele existe, assim como um pai pode existir em sua posição de estabelecer a lei, mesmo sem um corpo físico, ou seja, é aquele que ocupa esse lugar, que opera sua função dando lugar ao gozo (Lacan, [1969-1970]/1992, p.62).

A partir do gozo fálico, compreendemos que há na feminilidade uma busca para se ancorar em significantes que a localizem na subjetividade, seja através de uma roupa, do uso de um batom, ou da sua forma de se embelezar e construir a sua imagem. Há nisso uma lógica do impossível, uma vez que o vazio não pode ser completamente representado. Para a mulher sempre faltará algo relativo à sua identidade, por essa razão ela se oferece como falo, uma vez que não o possui (Maia, 1999, p.31).

Tal questão relativa ao psiquismo, bem como à incompletude na construção da imagem feminina, se articula aos ideais e ritos de beleza colocados socialmente. Se por um lado há um vazio de representações significantes sobre a imagem feminina, por outro lado nos deparamos com códigos de belezas da cultura que são, geralmente, inalcançáveis. O que nos faz refletir acerca da feminilidade e a busca pelo corpo perfeito na contemporaneidade.

Para articular a ideia do gozo aos padrões de beleza feminino, podemos dizer que a mulher, ao aderir aos signos da feminilidade oferecidos pela cultura, realiza uma tentativa de sustentar uma posição que faça o outro gozar, que atraia o seu olhar e amor. Esse lugar se mostra perigoso, pois há uma impossibilidade simbólica de sustentá-lo. A cultura renova os seus códigos de beleza e estimula ideais sempre modificáveis, cada vez mais inconstantes advindos de uma lógica mercadológica do capitalismo.

No entanto, por ocupar essa posição no campo feminino existem desafios relacionados a ausência de identidade e de significante que lhe represente. Desse modo, o seu corpo se mostra permeado de antagonismos e oposições (Soller, 2013, p.10). Embora “A Mulher não exista” na lógica lacaniana, ou seja, não exista uma representação única do que é ser mulher, tal condição não impede que sua existência feminina aconteça.

Contudo, conforme elucidado anteriormente em nossa discussão, a menina, ao se constituir mulher, pode assumir a posição de ser o “falo”, como uma forma de lidar com a sua própria castração, também para se situar no campo do desejo. Para Lacan, a mulher se vê ligada a exigência na função do falo, ou seja, de ser, até certo ponto, que é variável, esse falo, uma vez que ele representa o que é desejado (Lacan, [1957-1958]/1999, p. 363).

Na lógica lacaniana, o fato de haver uma identificação da mulher com o falo, através de se propor como objeto do desejo em uma posição fálica, ou seja, ao se situar como falo desejado, significante do desejo do Outro, tal posição corresponde as manifestações do que é a feminilidade (Lacan, [1957-1958]/1999, p. 363).

Conforme abordado na constituição psíquica, através da passagem ao Édipo, tal experiência possibilita em sua resolução, a aceitação das leis simbólicas, a regulação dos desejos e relações sociais, bem como ao Nome-do-Pai. “O pai primordial é aquele anterior ao interdito do incesto, anterior ao surgimento das Leis, da ordem das estruturas da aliança e do parentesco, em suma anterior ao surgimento da cultura” (Lacan, 2005, p.73).

Destacamos, como ponto relevante de nosso trabalho, a compreensão sobre a experiência do complexo de Édipo enquanto aquela que possibilita, tanto para o menino quanto para a menina, a entrada na ordem simbólica e na qual acontecem as introjeções das leis e interdições. Assim, como internalizadas as normas relativas aos gêneros e as expectativas da sociedade a respeito da feminilidade, através da estrutura de linguagem, e da cultura.

Sendo assim, frente a falta estrutural na feminilidade, procura-se uma saída ao fazer uma borda e, se não é possível tamponá-la totalmente, ao menos é possível contorná-la. Na escolha pela feminilidade, diante da falta inerente à sua condição, se mostra necessário inventar novos sentidos, para não se fixar em semblantes, ou seja, não fazer deles amarras ilusórias de completude fálica (Maia, 1999, p. 101). As cirurgias plásticas, os procedimentos estéticos, os incontáveis produtos de beleza que surgem constantemente na cultura podem ser apresentados como aqueles capazes de fazer uma aparência que sustente a identidade na feminilidade. Seja através do corpo esculpido, da aparência rejuvenescida, do corpo dito perfeito.

No entanto, embora sejam semblantes ilusórios de uma completude total fálica, se mostra necessário na feminilidade invenções que possibilitem saídas e escolhas singulares para cada pessoa para que seja possível reconhecer novos caminhos de produções subjetivas, de acordo com o seu desejo e identificação singular.

2.2 A mascarada

A inscrição da feminilidade na cultura pode se dar através de vários símbolos identitários, seja através do uso do batom, dos adornos, do uso de saltos e perfumes, do embelezamento. Até mesmo, através de roupas ditas femininas ou de comportamentos esperados socialmente. Afinal, os ideais de beleza são moldados socialmente e dependem de cada época e contexto cultural.

Sobretudo, há um ponto que remete a questão simbólica da feminilidade em sua estrutura e que se relaciona com a beleza. Tratamos de uma posição na subjetividade que é performativa e que se utiliza de máscara como modo de representação. A ideia da mascarada foi apresentada por Joan Rivière, em 1929, ao discutir uma saída para a feminilidade ao se tentar ser o próprio falo, através do uso das máscaras possibilitando saídas nas relações sociais e como modo de lidar com a masculinidade. Para a referida autora, seria uma forma da feminilidade “assumir a masculinidade” ou falo, através da máscara (Rivière apud Grant, 1998).

A partir dessa formulação, a mulher usa máscaras e as transforma em semblantes, em aparências, essas são imagens e significantes que tentam possibilitar o contorno da falta estrutural feminina. Dessa forma, ser o falo significa ser para o desejo do Outro, logo a mulher busca dar sentido à sua existência na posição, não somente de despertar o desejo, mas de completar o Outro. (Maia, 1999, p.32). Em relação à beleza, a mascarada performaria através do uso da máscara nas relações sociais, também no campo do desejo do Outro, buscando completá-lo. “Vestir-se” da feminilidade corresponderia as expectativas dos ideais colocados pela cultura.

O semblante está relacionado à máscara feminina, pois se constrói como uma aparência direcionada ao amor, pois, ao ser o falo, a mulher deseja ocupar um lugar do desejo do Outro e receber o amor dele. Contudo, para Lacan nós não somos feitos de semblantes, mas o suportamos (no sentido de ser suporte para um semblante), e o criamos nas relações. A mulher

finge ser algo que ela não é (Lacan, [1972-1973]/1996, p. 130). No entanto, a performance da mascarada não seria algo necessariamente enganoso ou falso, mas um modo de se situar no campo do desejo e do Outro.

Em relação a falta estrutural “há uma eterna expectativa de reparar uma balança imaginária (...) que tenta remeter certo equilíbrio entre excesso e as faltas simbólicas para o real de um corpo” (Souza, apud Silva; Rey, 2011, p.565). Os autores complementam dizendo que há uma busca sem fim por um padrão de beleza impossível (Silva; Rey, 2011, p.563).

Dessa maneira, o semblante aparece como um lugar da verdade, através do discurso que pode produzir efeitos sobre o outro. Afinal, “o gozo só se interpela, só se evoca, só se saprema, só se elabora a partir de um semblante, de uma aparência” (Lacan, [1972-1973] /1996, p. 125). Em relação ao âmbito da beleza ideal, podemos pensar no discurso de validação ou invalidação dos corpos femininos enquanto uma verdade colocada do que é belo ou feio.

Embora os padrões de beleza ditem o que é belo ou feio, a relação com estes códigos depende da experiência singular de cada pessoa, de acordo com a sua posição perante a sua própria imagem, ou seja, conforme o seu posicionamento na feminilidade (Silva; Rey, 2011, p.563). Todavia, há um discurso sobre a feiura e tudo aquilo que foge dos ideais de beleza, atravessando a imagem da feminilidade, que afirma que uma pessoa feia é menos feminina (Novaes, apud Silva; Rey, 2011, p.563).

A performance da mascarada, contudo, está relacionada ao desejo do Outro, ou seja, ao desejo de obter o seu reconhecimento, a sua validação. A partir de sua falta estrutural, ao tentar ser o “falo”, a mulher pode usar a máscara para ser o falo do Outro. Desse modo, os cosméticos, os serviços estéticos se apresentam como possíveis soluções para garantir esse lugar da valorização da beleza na feminilidade, por meio de um corpo moldado, rejuvenescido, modificado pelas cirurgias plásticas.

Lacan se refere A Mulher, pois compreende que somente é possível dizer dela de uma forma barrada, caracterizando a sua ausência de significante. A mulher é não toda, pois existe a partir de sua incompletude simbólica. Mas, então onde está o gozo feminino? Nós podemos dizer que ele é imensurável, infinito, suplementar (Lacan, [1972-1973]/1996, p. 99). Nesse sentido, conforme a leitura psicanalítica do tema em questão, a posição feminina se encontra em um lugar que escapa as significações. Há um vazio estrutural, no qual não é possível uma total representação, justamente pela incompletude inerente a sua condição. Logo, não há completude, não existem significantes suficientes para representar o feminino.

Portanto, nos perguntamos sobre quais contornos são possíveis para esse furo na linguagem ao qual o feminino pertence? Quais são as construções subjetivas que façam sentido para cada sujeito, considerando uma a uma, assim como a sua identidade em meio a um cenário impositivo de padrões e códigos de beleza?

Para responder tal questão, retomamos a transposição do complexo de Édipo, onde o sujeito poderá buscar aquilo que lhe falta, através do ideal do eu, ou seja, da imagem idealizada de si mesmo que ele acredita que lhe trará o amor em suas relações cotidianas, cada sujeito lidará com o gozo e idealizações que lhe organizam no mundo. Nesse sentido, a relação que cada mulher estabelece com a sua falta estrutural e com os significantes de beleza na cultura são particulares (Folberg; Maggi, 2002, p.97)

Tal experiência está relacionada às figuras parentais e à construção do seu eu ideal e ao ideal de eu, conforme o período da passagem pela castração e a sua elaboração (Silva; Rey, 2011, p.563). Destacamos que os símbolos culturais se apresentam na cultura de modo coletivo, mas conforme citado acima, a relação com que cada pessoa estabelece com a beleza na feminilidade dependerá de qual ideal irá guiá-la.

O uso da máscara, ao se situar no campo do desejo e do Outro, diz da falta estrutural, que reflete a complexidade, e da não-totalidade na feminilidade, ou seja, da forma como situar a subjetividade e negociar as normas de gênero constitutivas do sujeito, assim como encontrar saídas e contornos para lidar com as exigências constantes e intensas dos ideais de beleza na feminilidade.

2.3 O gênero, a nomeação e os singulares modos de existência

Ao longo desta pesquisa, intentamos discorrer sobre as questões da beleza relativas à feminilidade, ou seja, a quem se identifica como gênero feminino. Por essa razão utilizamos teóricos que abordem as questões da constituição subjetiva dos sujeitos, como Freud e Lacan, mas estando atentos as discussões atuais na cultura sobre a feminilidade.

O termo *genus* é derivado do latim e é utilizado para se referir no senso comum, a qualquer categoria, classe, grupo ou família com sinais similares. Em 1964, Robert Stoller foi o primeiro teórico que empregou tal conceito para diferenciar o sexo anatômico da identidade,

ou seja, no sentido social ou psíquico. A partir dessa concepção, o gênero se refere a identidade sexual, enquanto o sexo se refere a distinção anatômica (Roudinesco; Plon, 1998, p.291)

Nos Estados Unidos, o tema em questão ganhou espaço nas universidades, conforme trabalhos que tinham por objetivo estudar e compreender melhor a distinção sexual existente em uma dada sociedade. A partir desse olhar, o gênero foi entendido como uma construção ideológica, por se tratar de um atravessamento político e cultural, enquanto o sexo é definido por designar a anatomia (Roudinesco; Plon, 1998, p.291).

Para Stoller, embora a teoria Freudiana já tivesse abordado a questão da sexualidade humana, ainda faltava uma definição que possibilitasse identificar a diferença entre sexo e gênero. Uma vez que a transexualidade apresentava uma assimetria na relação entre ambos na relação entre feminino e masculino (Stoller apud Roudinesco; Plon, 1998, p.291, 292).

Nos últimos anos, a concepção de gênero tem sido compreendida como uma relação construída em sociedade, com as suas características individuais, de personalidade, comportamentos, valores, também o poder relativo às influências que são percebidas de formas distintas socialmente, conforme definição apresentada pelo Comitê de raça, gênero e diversidade (Tribunal de Justiça, 2001, p.5).

Já a identidade de gênero se refere à experiência individual de cada pessoa que pode não corresponder ao sexo atribuído no nascimento. Portanto, pode envolver de livre escolha, a realização de procedimentos, modificações da aparência ou função do corpo, através de cirurgias ou outros. Além de se referir a outras expressões de gênero, como modo se vestir, maneirismo. Designa-se à transexualidade¹, à transgeneridade² em geral e à cisgeneridade³ por se referir ao gênero com o qual a pessoa se identifica (Tribunal de Justiça, 2001, p.6).

Abordar as questões relativas ao gênero, bem como discutir sobre a diversidade, se mostra algo necessário em nossa sociedade, a fim de possibilitar que as pessoas tenham o acesso à informação e estimulando uma cultura de equidade. Nesse sentido, não poderíamos deixar de discorrer neste trabalho sobre a temática, pois a identidade dos indivíduos não se refere necessariamente ao gênero concebido a ela no momento do nascimento, mas sim de sua identificação singular.

¹ A transexualidade se refere a condição do indivíduo cuja identidade de gênero difere daquela designada no nascimento podendo haver modificação corporal.

² Transgênero é a pessoa que não se identifica com o gênero que foi atribuído a ela no momento do nascimento.

³ Cisgênero se refere a pessoa que se identifica com o gênero que foi atribuído a ela quando ela nasceu.

Embora as questões de identificação com o gênero se trate de algo muito particular, conforme a história, sentimentos e construções de cada pessoa, não sendo possível generalizações ou banalizações do termo. A discussão sobre o assunto se mostra algo fundamental para o respeito e compreensão das individualidades no meio social.

De acordo com o Tribunal de Justiça (2001), preconceito é compreendido como uma opinião ou sentimento preconcebido sem juízo crítico, além de se tratar de um sentimento de hostilidade como efeito de generalizações devido a vivências pessoais ou impostas pelo meio como modo de intolerância. Já a discriminação funciona separando, segregando, tratando pior ou de maneira injusta devido a característica pessoais, de intolerância e preconceito. Desrespeita o princípio de igualdade pelo uso da distinção, exclusão ou restrição motivados por preferências em relação a raça, cor, sexo, idade, religião, política.

Conforme apresenta a literatura, a transexualidade, desde os anos 60, tem sido estudada, pois se trata de um fenômeno que ainda desperta curiosidade, principalmente quando a pessoa realiza um procedimento irreversível de modificação corporal. Tal alteração não é realizada em qualquer parte do corpo, mas nos órgãos genitais, pois na transsexualidade não há o processo de identificação corporal, pois eles são percebidos como corpos estranhos (Yoshida et al., 2001, p.93).

Portanto, o gênero não se trata de algo definido, através da identificação estabelecida no nascimento, mas de algo particular de cada pessoa, inclusive podendo haver ou não o desejo pela cirurgia de modificação corporal de modo irreversível, como exemplificado acima. Nesse sentido, quando falamos de feminilidade nos referimos às pessoas que se identificam com o gênero feminino e não à anatomia em questão.

O corpo transexual pode ser compreendido como um artefato tecnológico, uma construção corporal a partir de uma vontade e um sentimento pessoal, é ele quem decide o seu sexo, não a anatomia. Nesse sentido, na transexualidade há uma modificação a ser alcançada através das roupas, cosméticos, hormônios. A masculinidade e a feminilidade se referem aos signos produzidos e apropriados em uma redefinição de si. Trata-se de um jeito de se libertar e se colocar para o mundo (Le Breton, 2008, p.32, 33).

Quando pensamos em identificação, nos remetemos ao primeiro momento de vida, logo após o nascimento recebemos um nome e sobrenome que implicam em significados em nosso meio social. Nesse sentido, somos automaticamente inseridos e inscritos em uma esfera de identificações, anteriormente as produções singulares.

Soller, através de uma leitura psicanalítica, explica que a um nome transmitido através da genealogia, ou seja, a um nome recebido pelo Outro, se denomina a palavra patronímico. O seu significado advém de patronymicos, *pater* e *onoma*, para representar a língua enquanto um registro da genealogia paterna. Inclusive, é recente o uso de uma nomeação generalizada aos sujeitos, pois, no decorrer da história, desde a Grécia, o patronímico era utilizado somente nas famílias nobres. Em alguns casos a nomeação acontecia pelo corpo social, como uma forma de inscrição, controle, também de acolhimento coletivo (Soller, 2007, p. 172).

Diferentemente de um nome comum, o patronímico não funciona como um significante, pois ele é dado sem a intenção de uma qualidade, a não ser da descendência. Embora ele possa ter um sentido: senhora Montenegro, Costa, Coelho, e representar algo, ele normalmente permanece sendo uma referência uma classe das coisas. Já o pronome possui uma outra função, uma vez que sua transmissão não acontece de modo automático, mas de uma escolha. Portanto, se inscreve no desejo do outro quando acabou de chegar (Soller, 2007, p. 172).

Os pronomes, até mesmo plurais, exercem a função de evidenciar o poder de identificação do patronímico. Quando considerado ridículo, injurioso, perigoso, até mesmo colocado em uma posição de discriminação, poderá haver a prática de modificação do nome próprio. Contudo, ele não é suficiente na identificação singular do indivíduo. Diante da impotência dos patronímicos aparece as dificuldades de nomeação (Soller, 2007, p. 172).

Soller chama de “nomeado” aquele que recebe o nome, mas aponta para a dificuldade inerente da tarefa de nomear alguém e distingui-lo dos demais, ou identificá-lo em sua unicidade. Quando retomamos a história da gênese, Deus, após cada uma de suas criações, lhes deu um nome, o que traz o questionamento sobre a existência e se ela realmente existe (Soller, 2007, p. 172).

Tal reflexão aponta para um “nome” recebido no nascimento que não comporta a experiência singular da identificação, seja através de um corpo que não corresponde a identidade na feminilidade, ou seja através de uma posição subjetiva que escapa o nome recebido. Além deste exemplo, são vários modos que uma pessoa pode ter em sua experiência de identificação com o gênero feminino, escapando as generalizações.

A palavra faz parte da linguagem e é através dela que nos situamos no mundo. Lacan explica sobre a função da palavra dizendo que o seu significado é que lhe atribui valor. “Um grunhido de porco pode ter sua análise mecânica, do som, mas não se torna uma palavra a não

ser que alguém busque uma compreensão sobre seu sentido” (Lacan, [1953-1954]/1986), p.272).

Desse modo, compreendemos que na linguagem há uma ordem metafórica onde os sentidos se instalam numa lógica real ou irreal, afinal o que é a verdade, miragem ou ilusão? Sem um modo de reconhecimento não há comunicação. A mecânica do som de forma isolada não a torna palavra, pois é preciso reconhecê-la e metaforizá-la. Por essa razão não se considera a linguagem dos animais, sem a intenção de alguém em compreendê-la (Lacan, [1953-1954]/1986), p.271, 272, 273).

Lacan, em sua releitura freudiana, comenta que Freud nos apresentou a palavra enquanto transmissão do desejo, através do sistema simbólico podendo ser representado, através de qualquer coisa. Tal afirmação advém da compreensão dos sujeitos atravessados pelo inconsciente. Nesse sentido, a linguagem comporta uma dimensão do indizível e do inexplicável, uma vez que para os conteúdos inconscientes não há uma tradução direta ou uma expressão que comporte sua totalidade. (Lacan, [1953-1954]/1986, p.278).

O desejo inconsciente se mostra impossível de ser totalmente capturado em sua completude, pois sua estrutura comporta uma condição da linguagem que escapa ao discurso e representação, ou seja, sempre caberá mais significantes numa lógica infinita sem que ele possa ser capturado na cadeia signifiante. Logo, podemos dizer que faltam representações simbólicas para exprimir o inconsciente, mostrando que somos seres de linguagens, mas não possuímos o controle da apreensão do nosso desejo (Lacan, [1953-1954]/1986, p.279).

Acreditamos que os desejos inconscientes escapam a representação na linguagem, não podendo ser completamente apreendidos. Portanto, conforme citado acima, nós somos seres divididos em nossa falta estrutural que comporta o desejo e sua incompletude, condição inerente a nossa condição e humanidade.

A relação com o outro, o seu olhar como orientador e atravessador na linguagem, nos coloca em um estatuto de impossibilidade de uma completa desalienação. Desde o nosso nascimento recebemos um nome, ouvimos sobre nós daqueles que nos cuidam, e a nossa subjetividade vai se formando a partir dos significantes que vão nos atravessando.

Desse modo, pretendemos refletir sobre como nos tornamos sujeitos em nossas relações humanas, sobretudo a inscrição na feminilidade. Para isso, retomaremos a entrada em um mundo simbólico, através da linguagem inserida desde os cuidados dos bebês recebidos na

infância, estendendo-se durante toda a vida, por meio do universo de palavras e significados, no qual estamos inseridos.

3 O IDEAL DE BELEZA NA FEMINILIDADE

Abordar o tema da beleza feminina possivelmente não é algo novo, mas ainda assim, este assunto se mostra tão presente na sociedade que atravessa a nossa vida e cotidiano. Por essa razão, nos dispusemos a estudá-lo, buscando compreender os seus momentos históricos e adventos que marcaram e modificaram a cultura. A beleza da mulher se tornou não somente um atributo de valor, mas algo imprescindível. O que nos fez questionar: como aprendemos em uma sociedade sobre o que é ser bela?

A partir desse questionamento fundamental para o desenvolvimento deste trabalho, buscamos algumas referências culturais de relevância mundial que abordam a temática da beleza feminina, como a Disney e a Mattel. Tais marcas se popularizaram e, ao longo das décadas, se tornaram relevantes na cultura. Contudo, pretendemos abordar as influências sobre a beleza na infância e adolescência utilizando os materiais da Disney e da Mattel.

Se revisitarmos a nossa memória, provavelmente iremos nos deparar com algumas lembranças longevas donde aprendíamos sobre como ser ou não belo(a). Desde uma história em um livro, um filme, ou até mesmo através de um personagem famoso do cinema. Tal processo de internalização acontecia pela percepção da jornada do protagonista, das suas características físicas e virtudes. Afinal, compreendemos que o aprendizado não acontece somente nas escolas.

Dessa forma, podemos aprender e apreender o mundo a nossa volta através da arte, na literatura, no cinema, teatro e outros. Consideramos que os ideais da cultura podem ser transmitidos como meio de ensinamento, afinal os “filmes inspiram no mínimo tanta autoridade cultural e legitimidade para ensinar papéis específicos, valores e ideais quanto locais mais tradicionais de aprendizagem” (Silva *et al.*, 2001, p.51).

As referências à beleza feminina se mostram enraizadas na sociedade, de modo a serem aprendidas e transmitidas. Uma vez inseridos na cultura, apreendemos os seus símbolos. Como exemplo, ainda na infância, os contos de fadas podem se mostrar fonte de aprendizado para o mundo imaginário infantil através das versões históricas, do enredo das princesas, seus vestidos, cabelos e de sua beleza exaltada.

Um grande exemplo da vivacidade de um dos contos infantis clássicos mundiais mais importantes que não somente sobreviveram, mas se estabeleceram na cultura há séculos, se trata da história da “Bela Adormecida”. Esse conto possui versões diferentes publicadas, como a de

Perrault e dos Irmãos Grimm e a sua narrativa se tornou parte do imaginário popular (Estés, 2005, p.44). Inclusive, sendo retratado incontáveis vezes, através de animações gráficas, no cinema, teatro e outras formas de expressões artísticas.

A história da bela adormecida narra a vida de uma princesa que dormia profundamente há cem anos em seu castelo. Tal lenda corria em todo país, despertando o interesse de príncipes que tentavam penetrar em suas dependências para salvá-la. No entanto, havia uma enorme cerca de espinhos em volta impedindo o acesso de qualquer um. Portanto, quando os jovens tentavam ultrapassar a cerca ficavam presos e morriam (Estés, 2005, p.20).

Tudo mudou quando, depois de muitos anos, um jovem príncipe, mesmo sabendo dos riscos da cerca e das mortes ocorridas anteriormente, insistiu em ultrapassá-la conseguindo adentrar nos aposentos da princesa para despertá-la. Sua beleza era tão grande que, quando a encontrou, não conseguia tirar os olhos dela e a beijou. Então, a princesa acordou do sono profundo, eles festejaram suas bodas e foram felizes até o fim (Estés, 2005, p.20).

A ideia da beleza relacionada às protagonistas das histórias infantis se mostra um ponto interessante para nossa discussão. Notamos que há um enredo em torno dos personagens que valoriza os traços de personalidade e os aspectos físicos. No caso da bela adormecida e seu cognome “bela” enquanto predicativo. Nesse sentido, entendemos as construções das narrativas infantis enquanto um espelho da sociedade que reflete sua própria imagem, ou melhor, reflete seus pensamentos a respeito da beleza e do feminino.

Nesse sentido, há um marcador da divisão: belo x feio. Na história da Branca de Neve, é relatado que, ainda na sua infância, enquanto crescia, sua beleza aumentava a cada dia. Ela era tão linda quanto a luz do dia. Sua beleza e graça eram a causa da inveja da madrasta, que possuía o espelho da verdade, a quem fazia a famosa pergunta: espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu? (Estés, 2005, p.25).

O espelho respondia à madrasta que não existia alguém mais bela do que ela, até que a Branca de Neve, à medida que crescia, se destacava em beleza e modos amáveis de agir. Então, a inveja e a raiva começaram a tomar conta da madrasta, ao notar que começou a faltarem em si os atributos existentes na enteada (Estés, 2005, p.25). A madrasta deixou de ser a mais bela, portanto perdeu o seu atributo de valor e passou a se sobressair como vilã, reencarnando o símbolo da maldade e do indesejável.

Embora tenhamos escolhido essas histórias para refletirmos sobre a lógica do belo e do feio, não é incomum que as personagens “feias” nos contos de fadas fossem atribuídas às vilãs, enquanto a beleza é relacionada também à bondade e amabilidade das princesas. Observamos que o modo de se comportar também se mostrava associado a algo relevante para despertar ou não o amor e atenção daqueles que as cercavam.

Dessa maneira, nos contos da Bela Adormecida, Branca de Neve, Cinderela, Rapunzel e outras princesas, a beleza não somente as valorizava, mas também funcionava como a garantia de um bom futuro, o que nos leva ao seguinte questionamento: não seria a beleza atribuída ao feminino, enquanto o seu predicativo mais relevante? (Martins, 2016, p.13).

3.1 A Disney e a reprodução das histórias clássicas

As histórias clássicas da literatura foram reproduzidas de várias formas na cultura ao longo do tempo, inclusive sendo representadas por produções da Disney, enquanto indústria de entretenimento. Foi há pouco mais de 100 anos que surgiram as criações artísticas de Walt Disney, seu fundador, a sua paixão por desenhos e caricaturas culminaram em filmes de grande sucesso, como a bela adormecida, que ainda hoje é exibida, tornando-se parte da cultura mundial. (As quatro [...], 2023).

A primeira animação gráfica foi lançada pela Disney em 1937 com a “Branca de neve e os sete anões”. Posteriormente foram criados inúmeros filmes de princesas, que foram raptadas, ficaram adormecidas e aguardavam o beijo encantado do príncipe. Estes filmes não somente marcaram a história do cinema, mas possibilitaram a transmissão de ensinamentos para as crianças e famílias independentemente da idade (Quem foi [...], 2022).

Tais ensinamentos podem se referir à aparência, considerada bonita ou feia, a quais comportamentos são aceitos ou não. Até mesmo a ideia da bondade e maldade, conforme as atitudes e valores dos personagens, suas falas, modos de pensar e de agir.

Após o lançamento do primeiro longa metragem animado da “Branca de Neve e os sete anões”, criou-se em 1950 uma versão para o cinema da princesa Cinderela. A sua história se refere a uma jovem que perde o pai e começa a ser tratada como uma empregada pela sua madrasta e filhas. No entanto, através do auxílio de uma fada madrinha encontra o seu príncipe encantado (Quem foi [...], 2022).

Nas décadas seguintes, são lançadas as adaptações das histórias clássicas: A Bela Adormecida, A pequena Sereia, A Bela e a Fera. A versão da Bela Adormecida apresentada em 1959 referia-se a princesa Aurora, que vivia em sono profundo ao espetar o dedo em uma roca no dia do seu aniversário de dezesseis anos, sendo amaldiçoada pela vingativa malévola (Celebre a semana [...], 2023).

Em 1989, o filme “A Pequena Sereia” reproduz o conto da princesa Ariel, uma linda jovem que se apaixona por um rapaz humano, ela se envolve em um perigoso acordo com a bruxa do mar Úrsula. A aventura vivenciada pelo casal é repleta de desafios, descobertas e mudanças em relação aos mundos diferentes que viviam (Celebre a semana [...], 2023).

A próxima adaptação se refere a animação criada em 1991 “A Bela e a Fera” sendo considerada uma das histórias mais românticas da Disney. Ao retratar a jovem “Bela” que luta para salvar o seu pai de uma fera se tornando prisioneira em troca de sua liberdade (Celebre a semana [...], 2023).

A partir de uma leitura atenta a estas reproduções cinematográficas ao longo do estudo em relação aos contos de fadas citados acima, observamos, alguns pontos relevantes para a construção deste trabalho. Nessas histórias, a beleza e a juventude se apresentaram como algo fundamental para todas as protagonistas princesas. Além disso, o comportamento dócil e passivo se configuraram como traços de qualidades e valor.

Nesse sentido, em nossa ótica, notamos que todas essas princesas se encontravam em uma situação de vulnerabilidade, estavam à mercê de um aprisionamento, ameaças necessitando serem resgatas, como se não pudessem ou não conseguissem serem salvas por si mesmas. Portanto, as princesas necessitavam sobretudo de uma figura masculina que as resgatassem “se apaixonasse por elas” para culminar em um final feliz.

Ao tratarmos desta questão relativa a uma maior expectativa da beleza feminina e de comportamentos regulados e dóceis, indagamos sobre uma cultura que ainda reforça os papéis de cada gênero. Essas e tantas outras histórias infantis que foram consagradas na literatura há centenas de anos, nos apresentaram fragmentos de narrativas do feminino em sociedade. Mas, afinal aconteceram modificações nesses discursos? Como se mostraram as histórias seguintes?

Em 25 de novembro de 1992 estreou uma nova animação denominada “Aladdin” onde os personagens Aladdin e a princesa Jasmine tentavam salvar o reino do vilão Jafar, através da ajuda do gênio da lâmpada. Depois de três anos é produzido a “Pocahontas” inspirada em uma

história real, no qual se tratava de uma moça, nativa do povo Powhatan, mas ao chegar estrangeiros em sua terra, precisou exercer um papel importante na relação entre os ingleses e os nativos americanos (Os trinta [...], 2022).

Destacamos que essas novas adaptações, já na década de noventa, apresentavam protagonistas envolvidas na solução de suas tramas e não somente expectadoras. A personagem Mulan é um grande exemplo de força e coragem, ainda jovem surge como inspiração de uma antiga lenda chinesa apresentada nos cinemas em 1998. Ela descobre que seu pai idoso foi convocado para o exército, na tentativa de evitar que este fosse para a guerra, Mulan disfarçada de homem assume o seu lugar (Celebre a semana [...], 2023).

Nos anos 2000, o filme da princesa Tiana também apresentou uma protagonista que se dedicou na luta pelo seu sonho, ser dona do seu próprio restaurante. A ideia de ir em busca dos desejos próprios e não somente aguardar a felicidade na espera de um príncipe se fortaleceu também na narrativa de Valente: A princesa Merida, em 2012. A jovem buscou compreender o seu próprio caminho e desafiou as tradições do seu reino (Celebre a semana [...], 2023).

Outras produções também foram importantes para transmitir esse discurso que colocou a mulher numa posição mais ativa, sendo protagonista, como exemplo: a solitária guerreira Raya, apresentada no cinema em 2021, que em uma verdadeira aventura precisou salvar o seu reino. Tais modificações ao longo das tramas nos fazem refletir sobre a transformação das personagens e dos discursos que as cercam (Celebre a semana [...], 2023).

Embora, tenhamos notado diferentes posturas das personagens, enquanto pessoas menos passivas, nos perguntamos se a relação com a beleza também mudou ou se permanece como o centro da valoração feminina? As histórias produzidas pela Disney ganharam novos significados nesse quesito? Tal questão se mostra complexa, por isso tivemos grande zelo para tratá-la.

Os filmes da Disney possuem uma combinação entre inocência e encantamento em seu roteiro, o que possibilita a criança construir um mundo sobre si, sobre a sociedade em que vive. Logo, ensina-se por meio de simpáticas narrativas uma autoridade cultural. Porém, destacamos que ocorre um apelo a homogeneidade cultural, no qual as diferenças e lutas sociais são anuladas (Silva, *et al.*, 2001 p. 50, 51).

Além disso, há uma construção ideológica em torno da Disney enquanto o “lugar mais feliz da terra”, onde a magia e os desejos são realizados, tornando-se desejo de consumo para

peessoas de todas as idades. Nesse sentido, destacamos que o mundo mágico da Disney, trata-se de um império que arrecadou US\$ 667,7 milhões somente com os seus filmes (Silva *et al.*, 2001 p. 53).

A partir desse mercado que lucra milhões, podemos nos questionar como são articuladas as questões da beleza feminina, ou seja, como se dá a escolha pelas personagens? Nesse sentido, “A criação dessas personagens está ligada a uma representação do ideal de feminilidade da cultura contemporânea: brancas, ocidentais, heterossexuais, ostentando os ideais da nobreza e da burguesia” (Cechin, 2014, p.132).

A ideia de personagens femininas que atendam a esses critérios de beleza, de classe social e até mesmo de raça se mostram incongruentes quando articuladas a maior emancipação das protagonistas. Uma vez que mesmo que elas sejam mais autônomas, ainda assim são associadas ao critério do ideal de beleza. Nesse sentido, entendemos que:

“Os novos contos de fadas que começaram a surgir podem até apresentar uma mulher em um papel bem mais independente, mas a aparência física raramente se afasta daquela, heterossexual, da boneca Barbie salvo uma pequena variação da cor dos cabelos” (Baker-Sperry e Grauerrolzs apud Martins, 2016, p 352).

Portanto, acreditamos que é fundamental adotarmos uma postura crítica quanto aos padrões de beleza feminina na contemporaneidade para compreendermos os seus modos de transmissão e de perpetuação. Uma vez que são utilizados modos sutis de persuasão e de convencimento sobre o que é esperado da sociedade em relação a cada gênero. Sem um olhar crítico, apenas repetiremos a crença em valores de retrocesso e descrédito a pessoa que se identifica como gênero feminino, fortalecendo as relações de poder e dominação existentes.

3.2 Mattel, fábrica de boneca ou de padrões de beleza?

As construções teóricas realizadas ao longo desta pesquisa nos apontam para a relação dos ideais de beleza feminina contemporânea com a lógica do mercado e do consumo. Sobretudo, tais idealizações se fortalecem através dos valores enraizados na cultura. Portanto, pretendemos seguir examinando alguns novos símbolos de grande relevância e influência na sociedade para uma melhor compreensão sobre tal questão.

Iniciamos abordando os contos de fadas reproduzidos pela Disney no universo cinematográfico, mas, ao longo do estudo, percebemos que a dimensão dos efeitos de tais

narrativas sobre a beleza feminina era imensurável. Afinal, o quanto carregamos desses valores introjetados nas percepções de narrativas infantis?

As internalizações na infância tendem a ser marcadas não somente pelas histórias, mas também pelo brincar que faz parte do universo das crianças. A partir dessa ideia evocamos uma boneca que não somente marcou a história no mundo todo, mas se popularizou até os dias de hoje.

A boneca Barbie surgiu no ano de 1959, criada por Ruth Handler, e se tornou um símbolo de brinquedo feminino, representando para cada pessoa algo muito particular, podendo gerar muitas interpretações e significados. Contudo, a boneca se estabeleceu mundialmente, gerando familiaridade e polêmica (Weismam apud Ruaro, 2018, p. 11).

Anteriormente aos anos 60, as crianças brincavam com bonecas “bebês”, uma vez que existia apenas um modelo de boneca adulta chamada Bild Lilli. Devido à sua conotação sexual e seu apelo à sensualidade, ela não se destinava às crianças, mas ao público adulto, ainda assim serviu de inspiração para a Barbie (Ruaro, 2018, p.23).

Na época de sua criação, a Barbie foi pensada como um fenótipo generalizado, ou seja, sua aparência física foi adequada ao que se acreditava ser um padrão de beleza daquele momento, bem como a sua personalidade. A boneca branca, loira, magra, modelada e de olhos azuis transmitia a ideia pouco emancipada sobre a mulher na década de sessenta. Fomentava-se as ideais de adequação da beleza feminina (Araújo, 2021, p.9).

No entanto, a partir das transformações sociais ocasionadas pela contribuição da luta feminista contra os padrões dos ideais femininos, as versões da Barbie foram mudando. A sua imagem e personalidade foram transformadas para uma maior autonomia e empoderamento, através da ideia de poder “ser quem você quiser”. Somente nos últimos anos o slogan foi reescrito e se mantém até a atualidade (Araújo, 2021, p.9).

Ao longo dos próximos anos, houve atualizações no modo de apresentação da Barbie, mas, não temos como pretensão analisar todo o histórico e modificações da boneca no decorrer das décadas. Interessa-nos apontar somente alguns aspectos importantes de suas narrativas articuladas à manutenção da padronização da beleza e de seus significados na cultura e sociedade.

Durante o seu processo de reformulação, foi compreendido que a Barbie não deveria ser somente uma boneca, mas precisava representar uma pessoa real, seus desejos e sonhos. Assim,

as crianças poderiam se espelhar na boneca para aspirar o futuro que quisessem ter. Inicialmente não havia intenção de seus criadores que ela fosse revolucionária, inclusive nessa época havia muitas barreiras da inserção da mulher no mercado de trabalho (Ruaro, 2018, p.28).

Outra curiosidade refere-se ao fenótipo magro e a silhueta marcada da boneca Barbie, apesar de esta imagem ser atribuída a uma construção social do corpo perfeito, sua magreza e silhueta foram feitas desse modo, aparentemente por outra razão. A empresa Mattel prezava por cada detalhe na confecção das roupas da boneca, elas precisavam estar impecáveis, uma vez que as costureiras faziam os vestidos à mão, se a boneca não fosse muito magra, o pescoço alto e fino o resultado da confecção ficaria comprometido. (Ruaro apud The toys that made us, 2018, p. 28)

De modo intencional ou não, as bonecas reforçavam os padrões de beleza, sobretudo através das propagandas e comerciais realizados pela própria empresa Mattel. A Barbie loira dos olhos azuis era considerada o padrão mais aceito. Inclusive, mesmo que outros grupos étnicos ou com deficiência física fossem representados pela boneca e vendidos, como a Barbie cadeirante e a que falava em libras, as minorias étnicas e raciais não eram percebidas nas vitrines e estantes de vendas (Araújo, 2021, p.19).

Além da falta de representatividade, nessa época ainda era utilizado a estratégia de transmitir para as mães das crianças, através da publicidade, que a boneca representava “uma boa moça”, na intenção de que a boneca fosse entendida como uma boa influência para a criança/adolescente. Desse modo, mães eram os potenciais clientes e não as filhas, pois possivelmente elas só comprariam uma boneca que se adequasse as preocupações sociais/morais da época.

Foi somente no ano de 2015 que ocorreu uma reformulação das bonecas, incluindo novos tons de pele, tipos de cabelos e gostos pessoais diferentes, também direcionando a mensagem às meninas(o), não mais buscando a aprovação materna (Ruaro, 2018, p.53). Tal modificação aponta para um novo pensamento que impulsionaria mais autonomia de escolha para as meninas em suas próprias identificações com a boneca. Ainda assim, o padrão de beleza seria o mesmo, independente da escolha ser feita pela criança ou mãe.

O comercial dessa primeira campanha que se mostrou inovadora se chamava “Imagine as possibilidades”. Ele mostrava diversos modelos da boneca, uma delas tinha o cabelo raspado na lateral, roupa de couro, a outra ostentava os cabelos cacheados e pele negra, dentre outras. O vídeo da campanha alternava imagens das bonecas em diferentes espaços e profissões, como

treinadora de time de futebol, consultório veterinário, guia de museu. O *slogan* era: Você pode ser qualquer coisa! (Ruaro, 2018, p.51).

Até aqui percebemos uma ruptura importante em relação ao primeiro estereótipo da Barbie, também houve uma modificação na intenção da mensagem das campanhas, abrindo espaço para um maior empoderamento feminino. Tal mudança decorreu das novas perspectivas sociais, de uma maior participação das mulheres nos espaços laborais, sociais e de lazer (Araújo, 2021, p.72)

Contudo, em 2016 aconteceu pela primeira vez a inclusão de novos formatos de corpos das Barbies. No Brasil, tais modelos não ganharam nomes, apenas números de identificação, nos Estados Unidos foram chamados de *regular*, *tall*, *curvy*, *petite* (normal, alta, curvilínea, pequena). Apesar de serem apenas quatro novos modelos, ainda assim significou uma grande mudança para as últimas cinco décadas (Ruaro, 2018, p.37).

Quando falamos da Barbie, dizemos não somente de uma boneca de plástico, mas de uma imagem que se comunica intencionalmente, conforme as cenas cotidianas, de modo a traduzir significados para a sociedade. Inicialmente através de novas cores de cabelo, tons de peles distintos, até novos formatos de corpos femininos, tratando-se de um universo de imagens que possibilitam assimilações subjetivas (Araújo, 2018, p.72)

Portanto, ao representar os espaços que podiam ser ocupados por mulheres, se abriu um mundo de possibilidades. Desde a ocupação profissional, as maneiras distintas de se vestir, o lazer como algo necessário para o público feminino e atividades de interesse próprio, demonstrou desafiar crenças sociais e fortalecer a ideia do empoderamento feminino. Assim, contribuiria contra a desigualdade entre homens e mulheres.

No ano de 2023 foi lançado o filme intitulado “Barbie” sobre o desenvolvimento e amadurecimento da boneca infantil que busca pela sua identidade, autonomia e incentiva o seu amigo Ken a fortalecer a individualidade. No Brasil, o filme arrecadou 22 milhões em bilheterias reunindo 1,2 milhões de pessoas nos cinemas se tornando a maior estreia de 2023 (Barbie, [...], 2025).

O filme dividiu opiniões do público, entre elogios a comédia, críticas apontando as narrativas dos personagens, através de estereótipos de Barbie e Ken, sendo considerado “hilário” e “anti-homem” pelas críticas internacionais divulgados British Broadcasting Corporation (BBC) em seu canal de comunicação (Hilário, [...], 2025).

Atualmente, a empresa Mattel possui um site oficial de vendas das bonecas e produtos afins, além de outras mídias sociais. Na categoria bonecas é possível visualizarmos o número de 170 modelos de Barbies. A maior subcategoria se chama bonecas *fashions*, apresentando 111 modelos distintos de diferentes estilos, incluindo a moda praia. Já a segunda maior categoria se refere as bonecas categorizadas em quarenta e três profissões sendo elas: médica, fazendeira, atleta, bailarina, cientista, dentre outras (Tudo Barbie [...], [2024]).

As bonecas estão à venda no site oficial da marca e, de modo geral, possuem características físicas distintas, observamos que os 170 modelos mantêm a diversidade nos tipos de cabelo, nos tons de pele, até nos estilos de roupas, sejam eles mais despojados ou clássicos. No entanto, em relação ao formato dos corpos, não encontramos obesos, eles são magros. Além dos regulares, curvilíneos, conforme imagem abaixo (Tudo Barbie [...], [2024]).

Figura 1: Comparação entre os corpos das bonecas Barbies



Fonte: post do blog The Telegraph, 2016.

A partir do surgimento dos novos formatos de corpos das Barbies apresentados na figura acima, as críticas não ficaram de fora. Havia um grande burburinho que, ao produzir uma nova boneca com traços de obesidade, a empresa Mattel estaria estimulando comportamentos alimentares e um estilo de vida que não fosse saudável, sobretudo pelo público infantil, enquanto consumidor. Portanto, sob o pretexto da romantização da obesidade e de seu incentivo, as críticas repugnavam as bonecas que representassem corpos não considerados magros e saudáveis, pois incentivariam a ausência de cuidado com a saúde (Ruaro, 2018, p.39).

Observamos que a ausência de corpos obesos e a prevalência de corpos magros das Barbies nos fizeram refletir sobre o quanto ainda temos de lidar com padrões pouco tolerantes. Para além das questões de saúde, percebemos o quanto a obesidade pode ser estigmatizadora e

segregativa, não permitindo que as crianças obesas sejam enxergadas. Além disso, a falta de abertura para formatos de corpos distintos e a transmissão desses padrões podem impactar enquanto aprendizagem no processo da infância.

Ao se deparar com a boneca, a criança utiliza da imaginação para projetar os seus sonhos e expectativas de futuro. Já uma mulher percebe a boneca enquanto símbolo do olhar e desejo masculino. Nesse sentido, o quanto uma cultura que preza tanto pela imagem, perpetua o controle, através do seguinte lembrete: se você não possui o corpo ideal, não possui valor para a sociedade (Weismam apud Ruaro, 2018, p. 28).

Logo, no campo da feminilidade, ao ser advertida desde a infância quanto ao seu peso e aparência, em uma cobrança de adequação social, a pessoa pode ser colocada numa posição de desvalorização de suas características particulares que não correspondam ao ideal de beleza existente. Sobretudo, relacionado a um olhar masculino, conforme citado no parágrafo anterior, o que contribui para uma perpetuação do controle dos corpos femininos.

Para exemplificarmos este ponto relativo ao desejo masculino, a partir do padrão de beleza feminina, resgatamos uma telenovela colombiana lançada em 1999, “Betty a feia”. A novela foi considerada a mais bem sucedida da história, devido a sua transmissão em mais de cem países e dublagem em mais de quinze idiomas. Sua produção ocorreu entre 1991 e 2001 (Christ, 2024).

A protagonista Beatriz Pinzon, é uma brilhante economista com mestrado em finanças que começa a trabalhar em uma das maiores empresas do país e se apaixona por seu chefe Armando Mendonza, porém possui uma “falha”, ela é feia. No decorrer da trama Betty modifica sua aparência e busca provar que ela pode ser uma mulher desejada (Eu sou Betty [...], 2024).

Após vinte anos, a novela colombiana ganhou uma continuação, atualmente se encontra disponível na plataforma Prime Vídeo e possui 335 episódios. A narrativa sobre “Eu sou Betty, a feia” transita entre uma jovem e seus dilemas profissionais destacando sua capacidade e inteligência, contudo apontando suas dificuldades sociais, seus problemas relacionados a ter uma aparência “feia” (Eu sou Betty [...], 2024).

Nota-se que há um discurso social que invalida as qualificações da mulher em detrimento de suas características físicas quando são consideradas “fora dos padrões” principalmente para o desejo masculino, conforme retratado na telenovela. A intolerância aponta para uma exigência de transformação para que haja uma aceitação da mulher, como na

história de Betty que, mesmo com tantos predicativos, precisou modificar a sua aparência para ser “valorizada” e digna de desejo.

Embora a história citada se trate de uma obra ficcional, ela pode representar expectativas da cultura relativa à aparência feminina, principalmente em relação ao corpo. Conforme demonstrado também ao longo das nossas discussões, as princesas dos contos de fadas e as Barbies apontam para um padrão de beleza que prevalece, distanciar-se destes pode significar muitas críticas sociais.

O corpo feminino se mostra alvo de um ideal de beleza transmitido pela cultura e, quando a aparência padrão não existe, ela deve ser conquistada pela mulher através do emagrecimento, das cirurgias plásticas e intervenções estéticas. Logo, há um imperativo do emagrecimento que aponta para um “problema” que precisa ser solucionado. As fórmulas mágicas de emagrecimento, apresentam-se como possíveis “milagres” na transformação estética, mesmo que a venda destes produtos milagrosos possa ocasionar consequências graves à saúde.

O uso de substâncias perigosas em produtos ditos “milagrosos” não é incomum, inclusive podem até levar a morte, conforme ocorreu com a enfermeira Mara Abreu que faleceu em fevereiro de 2022, devido a uma hepatite fulminante. Os médicos suspeitaram da causa da morte pela ingestão do produto intitulado como “50 Ervas Emagrecedor” vendido sem a autorização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Figueiredo; Vieira, 2022).

As substâncias sintéticas, não naturais ou associadas a plantas medicinais são vendidas em produtos irregulares, não contendo no rótulo sua composição. Tais produtos não são regularizados pelo órgão competente podendo promover sérios riscos à saúde do consumidor. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária atua para impedir tal comercialização e já realizou ações em diversos produtos denunciados (Brasil, 2022).

Contudo, as “fórmulas emagrecedoras” não são as únicas utilizadas para quem deseja o emagrecimento. Segundo o jornal da Universidade de São Paulo (USP), a medicação Ozempic utilizada para a diabetes tipo 2, popularizou-se e não tem sido usada para controle da doença, mas para fins estéticos devido ao seu efeito emagrecedor, podendo causar problemas de saúde (Andrade & Stella, 2024).

A preocupação estética se mostra uma realidade brasileira, não só através da popularização de medicações emagrecedoras, na automedicação para fins estéticos, mas

também no grande consumo de cosméticos e produtos embelezadores. Inclusive, o Brasil foi considerado o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais no mundo, segundo o provedor de pesquisa Euromonitor Internacional (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, 2020).

De acordo com os dados citados acima, as empresas brasileiras que compõem este mercado são: Natura & Co, Boticário, Unilever, grupo L’Oreal e Colgate-Palmolive. Foram registradas 2794 empresas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, destacou-se a relevância do mercado brasileiro para este segmento e sua amplitude econômica (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, 2020).

O cenário do Brasil frente a venda de cosméticos, produtos emagrecedores, cirurgias plásticas e afins nos remetem a expressão popular “só é feia quem não tem dinheiro”. Desse modo, refletimos que através da lógica capitalista, para uma mulher se tornar bela e desejada, basta que esta invista em cuidados e adequações de sua aparência para transformá-la dentro dos ideais estéticos estabelecidos, conforme discutimos sobre possíveis símbolos da cultura de beleza ideal como a boneca Barbie.

3.3 O corpo na cultura

O trabalho aqui proposto tem por objetivo refletir sobre a temática do corpo, articulada aos símbolos da cultura ocidental relacionados aos ideais de beleza feminina na contemporaneidade. Neste momento, buscamos compreender quais são alguns dos imperativos sociais quanto as concepções do belo, as estratégias mercadológicas e publicitárias que fortalecem os apelos de uma ditadura da beleza que se mostra cada vez mais invasiva e transformadora dos corpos femininos.

Para uma maior compreensão acerca da temática a respeito da beleza feminina ao longo das décadas, buscamos através da sociologia e estudos afins refletir quanto a construção do corpo na cultura ocidental, para além da relação com a medicina, funções fisiológicas e doenças. O corpo aqui tratado pertence a um lugar simbólico, de beleza ou feiura, pertencimento ou exclusão, e que em alguma medida se mostra alienado aos significantes que lhe são atribuídos.

O corpo assume, nesse sentido um lugar não somente de sobrevivência, na fisiologia, através dos órgãos e funções para nos manter vivos, mas de um possibilitador de existências e

significações no mundo. As nossas emoções, a dor, o sofrimento, todos eles atravessam e transbordam o corpo. Além disso, ele se mostra como um palco para as interações sociais, no uso da comunicação, dos jogos de sedução, das experiências corporais (Le Breton, 2007, p.7).

Na civilidade, os comportamentos e manifestações corporais vão se adequando a estrutura social, desde as ações mais simples do cotidiano, como ao se alimentar, por exemplo, usando ou não os modos educados à mesa. Além do controle das necessidades naturais do ser humano e de seu organismo, nas flatulências, escarros, desejos sexuais, uso da violência, dentre outros (Le Breton, 2007, p.21)

Nesse sentido, “o corpo pode ser compreendido como uma construção cultural e social” (Le Breton, 2007, p.27). Afinal, é através da cultura que aprendemos como fazer o uso do corpo, numa perspectiva, não somente coletiva, mas individual, ou seja, particular. Portanto, é preciso destacar que a cultura ocidental se relacionada com a dimensão corporal em uma perspectiva de individualidade.

O conhecimento biomédico, assim como a anatomofisiologia, tratam o homem pela sua esfera particular, no seu contexto privado, enquanto pessoa. Outros tipos de sociedade não compartilham a mesma lógica. A medicina popular, por exemplo, trata do corpo e da doença considerando seu campo energético e não orgânico. As diferentes formas de representações repousam sobre os significados do corpo no olhar de cada cultura e sociedade em seus modelos distintos e contraditórios de compreendê-lo (Le Breton, 2007, p.29).

Portanto, a leitura crítica do surgimento do processo de automatização, explicitando a produção em massa e o excesso mercadológico são fundamentais para a discussão aqui proposta. A mudança econômica vivenciada com a revolução industrial possibilitou a experiência para além da sobrevivência, diferenciando-se da produção artesanal que deixava os seus produtores numa função econômica precarizada (Debord, 2003, p.31).

No entanto, a liberdade deste lugar individual, muitas vezes marginalizado, se transformou numa relação de trabalho do homem, enquanto máquina e mercadoria. De certo modo, se criou uma percepção irrealista de uma vida que estivesse além da sobrevivência pelo consumismo, no entanto a realidade de sobrevivência continuou existindo para o trabalhador. O pagamento a ele deveria ser o mínimo possível para manter sua força de trabalho, com isso suas necessidades básicas de sustento e vida permaneciam não supridas (Debord, 2003, p.31).

Apesar dessa relação de trabalho que transformou o homem em maquinário, construía-se a percepção no qual a mercadoria se tornava não somente uma parte da vida social, pois o homem se ocupava totalmente dela. Dessa maneira, em uma espécie de ilusão, o trabalhador buscava preencher sua vida com a mercadoria, mas sendo tratado na relação laboral também enquanto produto mercadológico (Debord, 2003, p.33).

Nesse contexto, Guy Debord atribui ao conceito de espetáculo a ideia desta potência da mercadoria que adentra na sociedade transformando as formas de consumo e das relações sociais. Ela se introduz na cultura atribuindo o status de felicidade ao poder de compra e de consumo, em uma lógica de quanto mais se consome mais feliz a pessoa será. Há um mecanismo de produção massificador, logo o consumo também precisa ser de larga escala para que o sistema continue se mantendo (Debord, 2003, p.32).

Tal lógica de consumo e de felicidade se articula aos padrões de beleza estabelecidos atualmente. Para que o consumo de produtos cosméticos e cirurgias estéticas esteja sempre em ascensão, eles precisam representar padrões sempre inalcançáveis, além de compreendidos como sinônimo de felicidade. A mulher para ser bela de acordo com a ditadura da beleza precisa estar em constante modificação de sua imagem corporal. Deste modo, ela se torna, assim como todas as pessoas, não somente consumidora, mas produto de uma fábrica de ideais impossíveis.

Tal fabricação alienante da cultura capitalista, explica Guy Debord, produz objetos contemplados, a partir de imagens que são separadas de sua produção, ou seja, “quanto mais sua vida se transforma em mercadoria, mais se separa dela” (Debord, 2003, p.29). Nesse sentido, a fragilidade existente em um mundo repleto de imagens e idealizações que se distanciam da realidade é marcada pelo deslumbramento de algo a ser constantemente buscado socialmente.

De acordo, com o percurso de escrita realizado, destacamos que o corpo que nos interessa neste trabalho é aquele que está para além da biologia, que é marcado pelos seus significados e representações na cultura, pois está inserido em uma sociedade com suas expectativas e padrões pré-determinados.

A partir de uma leitura sociológica, podemos pensar o corpo enquanto lugar de construção social, ele pertence à civilização que o educa. Há regras que são colocadas sobre os seus modos de uso, desde os pequenos hábitos, como se portar à mesa, até o pudor em relação a sexualidade, e a relação com a violência. Há uma regulação que o domina e o coloca sob uma civilidade (Le Breton, 2007, p.21).

Contudo, conforme já mencionado neste trabalho, o corpo deixou uma perspectiva mais individual para uma perspectiva coletiva, inserida obsessivamente na rotina das pessoas. Para Le Breton (2007) o corpo surge como uma espécie de palco que está sob a luz dos holofotes. Ele é a marca dos indivíduos e o que os diferencia. A percepção de identidade e da própria imagem. Desse modo, existe uma atenção exacerbada pelo corpo na contemporaneidade em forma de culto a ele.

Le Breton, em sua obra intitulada “Adeus ao corpo”, explica que uma das características do discurso contemporâneo é pensar “o corpo como uma matéria indiferente, simples suporte da pessoa” (Le Breton, 2008, p.15). Há uma ausência de enraizamento no que tange a identidade do ser humano, pois ocorre uma supervalorização da identidade pessoal. Ele se torna um objeto a ser melhorado.

Dessa forma, o corpo no âmbito social é atravessado pelo discurso da melhoria constante, do seu valor a partir da aparência, da jovialidade. É preciso trabalhar o corpo para ter reconhecimento sobre ele. Esse ponto nos faz pensar nos incontáveis estímulos, nas exigências sociais cada vez maiores de um corpo para além de suas funções fisiológicas. Os ideais são colocados de forma inalcançável, demonstrando ser necessárias as reflexões sobre como cada pessoa em sua singularidade pode simbolizar na linguagem quais são os seus desejos e sua relação particular com o corpo e aparência. A busca da pelo corpo perfeito na feminilidade se apresenta articulada as questões discutidas acima, na relação com o mercado, interesses econômicos e maneiras de consumo no capitalismo.

3.4 Manipulação e vigilância dos corpos na feminilidade

A cirurgia de abdominoplastia, atualmente considerada como uma das cirurgias estéticas mais realizadas no mundo todo, teve o seu início no século XIX. Ela passou por inúmeras atualizações das técnicas e na maneira de sua abordagem. Naquela época, ainda era chamada de lipectomia abdominal. No entanto, com a realização cada vez maior desses procedimentos, vieram também as complicações pós-cirúrgicas, sendo elas de diferentes causas (Sociedade Brasileira de Medicina e Cirurgia Plástica estética, 2013, p.7)

O site da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (2017) disponibiliza em sua página informações acerca de quais procedimentos são realizados, bem como apresenta os seus

objetivos e indicações. A lipoaspiração, como atualmente é chamada, é indicada quando há o desejo pela modificação corporal. Apresenta-se o discurso sobre o incomodo com o excesso de acúmulo de gordura localizado em qualquer lugar do seu corpo, pela ausência de resultados positivos com dieta e prática de exercícios físicos, então a lipoaspiração é indicada nessas situações.

O procedimento denominado “lifting de coxa” oferece uma pele mais lisa, mais contornada e com aspecto mais jovial, através da remodelagem das coxas, redução das gorduras e do excesso de pele possibilitando um aspecto mais proporcional. Sua indicação é feita para quem realiza atividade física, mas ainda assim a perda de peso se mostra insuficiente para que o corpo se torne mais firme e definido. (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, 2017).

Seria um tanto complexo abordar todos os procedimentos e cirurgias estéticas existentes no ocidente, devido à grande variedade desses. Além disso, destacamos a velocidade com que novas técnicas surgem a todo momento. No entanto, há uma lógica do mercado da beleza comum a todos eles “A beleza para a vida”. A frase se refere ao título que antecede a descrição dos benefícios do lifting de coxa (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, 2017). Tal expressão estimula e convoca o culto ao corpo, a beleza e a vida enquanto entidades inseparáveis.

Um relevante questionamento feito por Wolf: por que motivo a ordem social sente necessidade de se defender evitando a realidade de mulheres, nossos rostos, nossos corpos, nossas vozes, e reduzindo o significado das mulheres a essas “belas” imagens formuladas e reproduzidas infinitamente? (Wolf, 1992, p. 22)

Não se materializaria, assim também, meios de contenção e controle dos corpos femininos? A dama de ferro, considerada um importante instrumento de tortura utilizado na idade média, tratava-se de um sarcófago, um tipo de urna repleto de pinos afiados internos que perfuravam o corpo dos indivíduos que eram presos para sangrar e agonizar até a morte (Wolf, 1992, p. 22). Tal lugar de cárcere, punição e tormento não seria também colocado de uma forma simbólica às mulheres?

A partir dessa discussão, que objetiva conter todas as marcas do envelhecimento, os sinais inerentes as mudanças do corpo e suas expressões, coloca as mulheres numa posição de controle, desvalor e manipulação? Como limitar as mulheres, aprisioná-las sem o uso das grades, ou como fazer com que se calem e se privem de sua própria liberdade, senão pelas

mortes nas fogueiras? Como domesticar seus corpos se não pelas atribuições domésticas, maternas e familiares?

O mito da beleza surgiu junto ao mercado pelos interesses econômicos e mercadológicos em um momento que a domesticidade virtuosa já não se sustentava tanto. Logo, “um comportamento que seja essencial por motivos econômicos é transformado em virtude social” (Wolf, 1992, p. 23). Portanto, compreendemos que os interesses do capitalismo se articulam ao controle social e manipulação dos corpos femininos.

Para pensar esta questão relativa aos modos de assujeitamento, Michel Foucault desenvolve o conceito de “corpo político” que se refere a elementos, técnicas e modos para o exercício do poder, através da comunicação, armas, meios de submissão. Inclusive, historiadores se debruçaram ao longo dos anos sobre a história do corpo, seus aspectos fisiológicos e biológicos, mas há uma outra esfera a qual ele pertence, o corpo está imerso em significados políticos (Foucault, [1975]/1999, p.31).

O corpo se apresenta como ferramenta do exercício de poder, seja através das prisões, torturas, castigos mais ou menos violentos, até mesmo quando as táticas são sutis e não se utilizam da força física. Independente da forma, o corpo é marcado enquanto meio de domesticidade e docilidade. Na força de trabalho, por exemplo, o corpo é uma força de produção um atributo econômico, mas também investido de dominação, ao mesmo tempo que é necessário, é submisso (Foucault, [1975]/1999, p.31).

É importante destacar que os tipos de dominação divergem em suas formas de uso, desde a aplicação da violência e ideologias. Elas podem ser calculadas, pensadas friamente, podem utilizar agressões físicas ou podem também ser sutis e indiretas. A sujeição do corpo pode ser obtida de muitos modos sem usar instrumentos de violência e ainda assim ser de uma ordem física (Foucault, [1975]/1999, p.31).

Nesse sentido, o corpo político articulado ao momento atual e presença do mercado capitalista nos faz pensar na ideologia do consumo. A criação padrões de corpos femininos como meios de dominação e sujeição. Logo, a exigência por uma aparência feminina bela, inclui um grande esforço para sua obtenção, desde a atenção ao detalhe de um esmalte descascado, uma raiz de cabelo branca, uma depilação por fazer, a ausência de uma maquiagem adequada traz a ideia de “desmazelo” (Vilhena; Medeiros, 2005, p.125).

A constante vigilância sobre o corpo feminino e o peso de seu julgamento pela sociedade coloca na mulher um imenso fardo a ser carregado. Ela se torna ré, é acusada e demandada em juízo pela crítica cultural. Desse modo, “o corpo ideal não diz somente ao controle do peso e das medidas, revela funções psicológicas e morais”. A feiura resulta em prejuízos sociais, pois é interpretado como má conduta pessoal (Vilhena & Medeiros, 2005, p.126).

A vigilância hierárquica se apresenta como um dos recursos utilizados no panoptismo. O projeto do panóptico se refere aos recursos que são usados para disciplinar, controlar e submeter os corpos nas relações de poder. Tais estratégias são arquitetadas para delimitar os espaços, condicionar os comportamentos através da ordem instituída na rotina e no olhar hierárquico vigilante (Foucault, [1975]/1999, p.196).

Uma prisão tem como característica os seus espaços delimitados por muros, pelas grades que impedem que os indivíduos saiam. Além desses mecanismos, há os olhares constantes de vigilância sob os encarcerados, se estes cumprem a rotina estabelecida, se eles comem, bebem, dormem o que fazem, quando fazem, na tentativa de impedi-los de qualquer tipo de rebelião ou comportamento indesejado.

Assim como as prisões, as escolas, os regimes militares, representam o poder disciplinar institucionalizado. As medidas que são tomadas para “adestrar” e submeter os corpos ao poder. Portanto, a vigilância hierarquizada faz parte dos observatórios que surgiram numa espécie de pequenas técnicas das vigilâncias múltiplas, enquanto olhares sutis, que nem sempre devem ser vistos, mas fazem parte dos processos disciplinadores (Foucault, [1975]/1999, p. 195).

O panoptismo nos possibilitou uma maior compreensão acerca das relações de dominação e técnicas disciplinares. O panóptico proposto por Michel Foucault possui estruturas físicas, vigilância profissional, sendo considerado como estratégias caras, pois possuem um alto investimento econômico. Bauman adverte sobre as atualizações da contemporaneidade e suas novas formas de exercício de poder. Ele avança, nesse sentido, para pontos relevantes da nossa discussão (Bauman, 2001, p. 14).

Ao articularmos a vigilância, os modos de controles sobre os corpos no panoptismo aos padrões de beleza da feminilidade, percebemos a relação de poder também existente na relação da feminilidade e as exigências do belo na cultura. O exercício do poder se dá através das normas e regras colocadas.

Na modernidade se apresenta uma lógica de poder que é extraterritorial. Uma vez que “o poder se tornou não mais limitado nem mesmo desacelerado pela resistência do espaço” (Bauman, 2001, p. 15). Os semáforos delimitam o tráfego nas ruas de quando ir e vir, na contagem de segundos, já a dependência dos celulares onde quer que estejamos também nos coloca numa posição de controle. Dessa maneira, o poder é exercido numa lógica ampliada de tempo, espaço.

Diferentemente das estruturas institucionais pensadas para a submissão, como as prisões, escolas, bases militares, onde esses espaços eram fechados, bem demarcados e contavam com uma vigilância treinada, adequada a esse observatório, a modernidade apresenta uma dissolução dessa sustentação, ampliando os modos de controle através da relação com o consumo, da dependência tecnológica e da alienação da imagem ideal.

4 OS CORPOS ESTRANHOS PARA A CULTURA

No capítulo anterior, discutimos os ideais de beleza e o corpo na feminilidade, através de símbolos da cultura por meio de materiais das empresas Disney e Mattel. A partir dessa leitura, observamos o corpo marcado pelas construções sociais. Além dessa questão, foram mencionados valores e crenças sociais de comportamentos considerados bons ou ruins ao longo da história na feminilidade, através dos exemplos das princesas da Disney e da boneca Barbie. Em diferentes épocas, percebemos as transformações sociais e a relação com a beleza de pessoas que se identificam como gênero feminino.

A partir dessa compreensão, prosseguimos em nossa narrativa com a reflexão sobre os códigos de beleza colocados como ideais na cultura, conseqüentemente sobre os modos de vigilância do corpo. Discutimos sobre as incontáveis propagandas, anúncios de cosméticos, procedimentos estéticos, cirurgias plásticas e imagens super produzidas de corpos femininos considerados “perfeitos” pela cultura.

Tais códigos, no entanto, não teriam relação com uma beleza única, pautada em discursos generalistas? Não se desconsidera, desse modo, as particularidades de cada povo, de cada cultura, de cada pessoa em sua singularidade? Conforme veremos a seguir essas perguntas nos fizeram buscar uma maior compreensão sobre os efeitos sociais dos corpos considerados fora dos ideais de beleza na feminilidade e seus estranhamentos na cultura.

O estranhamento do corpo acontece quando este não corresponde ao ideal de adequação existente na cultura. Os corpos que possuem algum tipo de deficiência, seja de ordem física, sensorial e mental são atravessados pelos estigmas da incapacidade e preconceito. Há incômodo e desconforto social frente aos corpos considerados não pertencentes aos ideais instituídos (Le Breton, 2007, p.51).

Não é incomum que pessoas que apresentem algum tipo de deficiência sofram com xingamentos e ofensas oriundas de outras pessoas ditas “normais”. Mesmo que tais competências e desempenho em nada remetam à capacidade, ainda assim, muitos indivíduos são alvos de depreciação e de estigma na sociedade (Fernandes; Denaris, 2017, p.84).

Inclusive, além dos estigmas existe a desigualdade no acesso as oportunidades. De acordo, com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, as pessoas com deficiência têm menor acesso à educação, trabalho, também à renda (IBGE, 2023).

Diante desse cenário desafiador, mostra-se necessário a manutenção e fortalecimento de recursos que promovam a acessibilidade e igualdade de direitos. Segundo a Lei Brasileira de Inclusão, 13.146 de julho de 2015, a tecnologia assistida é definida como produtos, estratégias, serviço, bem como práticas que visem promover a funcionalidade, autonomia, independência e inclusão na sociedade. O uso da tecnologia assistida tem por objetivo garantir à pessoa com deficiência maior qualidade de vida, inclusão, também oportunidades (Brasil, 2022).

Além disso, novas ferramentas estão sendo desenvolvidas para possibilitar uma maior acessibilidade, por exemplo: o aplicativo do Google Dolphin Easy Reader é um aplicativo de leitura gratuito que permite a pessoa cega, com deficiência visual e dislexia possa ler, através de áudios adaptados (Dolphin Easy, [2024]).

Já o aplicativo Telepatix também disponível no Google possibilita que pessoas com restrições severas de movimentos, possam se comunicar fazendo o uso da comunicação alternativa e aumentativa. Utilizando-se de sugestões de palavras, vocalizador, até mesmo do piscar dos olhos (Telepatix, [2024]).

Correa, ao mencionar Slorach (2022), afirma que novos recursos e tecnologias tem sido utilizados para auxiliar nos desafios enfrentamentos e acessibilidade no dia a dia de pessoas que possuam algum tipo de restrição ou deficiência. No entanto, é importante destacar que as leis buscam garantir os direitos “no papel”, mas existem procedimentos, burocracias, necessitando em muitos casos o uso da judicialização. Além disso, existem os custos financeiros e emocionais investidos neste processo enquanto uma tentativa de garantia de direitos.

Além do surgimento de leis que visam a promover a garantia de direitos, também existem discursos que ganharam o mercado publicitário relacionados à inclusão e diversidade. A partir dessas narrativas, novas empresas têm surgidos ofertando produtos que possibilitem adaptação, como por exemplo, no ramo da moda. As peças são pensadas para pessoas com a mobilidade reduzida, pessoas cegas ou com baixa visão, pessoas com sensibilidade sensorial, dentre outras (Godinho, 2023).

A produção de roupas adaptadas às necessidades particulares possibilita, por exemplo, o acesso a roupas sem etiquetas e com tecidos que não causem desconforto para os autistas, devido a sensibilidade sensorial. As roupas com estampas em braile surgiram para que pessoas cegas possam conhecer melhor uma roupa, podendo fazer uma escolha que a represente (Godinho, 2023).

Embora os discursos de inclusão façam parte da lógica desse mercado, é importante lembrar que tais setores têm como objetivo capturar segmentos para diferentes públicos. Uma estratégia utilizada por marcas inclusivas é “vender os modelos nas versões adaptada e convencional. Assim, consegue atrair público maior e gerar fluxo de caixa” (Godinho, 2023).

As narrativas publicitárias associadas a ideia de inclusão fazem parte da lógica de um mercado que busca alcançar novos públicos através de suas necessidades particulares, buscando transformar estes indivíduos em consumidores. Embora tais discursos possam transmitir ideias de igualdade e humanização, eles movimentam de forma significativa a economia.

Além disso, uma lógica normativa de beleza ainda se mantém sobre os corpos, uma vez que alguns ideais de beleza são valorizados, enquanto aqueles que se diferem são alvos de exclusão, discriminação e estigmas, conforme exemplificado anteriormente. Embora, as narrativas da inclusão estejam presentes no cotidiano, também apontam para modos de exploração dos corpos “inadequados” mantendo os ideais de normatividade.

4.1 O racismo e os corpos dissidentes na feminilidade

A discussão sobre o racismo articulada à beleza na feminilidade, bem como uma leitura crítica sobre os corpos dissidentes não poderia deixar de ser apresentada neste trabalho, uma vez que, através da história, se perpetuam práticas que discriminam e segregam devido as diferenças étnicas. Desse modo, não poderíamos estar alheios a essa realidade que nos cerca. Contudo, destacamos que se trata de uma temática ampla e complexa. Então, nos atentamos a apresentá-la de forma breve e sucinta, conforme articulações diretivas ao nosso tema em questão.

A desigualdade racial é perpetuada e legitimada, através da naturalização do discurso das diferenças biológicas, manifestadas pelo fenótipo e aparências dos indivíduos de diferentes grupos sociais. Nesse sentido, “trata-se de racismo qualquer fenômeno que justifique as diferenças, preferências, privilégios, dominação, hierarquias, desigualdades materiais e simbólicas entre seres humanos baseados no conceito de raça”, p. 85 (Guimarães apud Shucman, 2014, p.85).

Podemos pensar diferentes formas de racismo, que são fundamentadas por argumentos que dão sustentação a esse fenômeno sendo eles de cunho biológico e cultural. O racismo

biológico busca justificar as hierarquias sociais relacionadas a raça, através de um conjunto de características físicas herdadas como: cor do cabelo, pele, nariz, etc. Já o racismo cultural se utiliza da justificativa relacionada as práticas simbólicas e diferenças culturais consideradas inferiores por não fazerem parte da norma (Wieviorka apud Shucman, 2014, p.85).

Além dos tipos distintos de racismo, ele pode acontecer de modo individual, quando a discriminação ocorre nas relações interpessoais e individualizadas, também de modo institucionalizado, ou seja, quando os modos de discriminação se estabelecem nas instituições, não sendo percebido socialmente, mas funcionando como mecanismos de discriminação absorvidos e replicados em uma estrutura social (Wieviorka apud Shucman, 2014, p.86).

O racismo também se apresenta como um modo de segregação, discriminação, inclusive sendo relacionado a percepção sobre a beleza. Para enriquecer a nossa discussão sobre o racismo refletimos sobre o “teste da boneca”. Trata-se de um experimento psicológico que foi utilizado nos Estados Unidos na década de 40 para testar o grau de marginalização experimentado pelas crianças afro-americanas frente a discriminação e segregação racial. Passaram-se décadas e o teste foi replicado com crianças italianas e postado na plataforma Youtube no ano de 2016 (Doll test, 2016).

O experimento foi realizado de maneira individual. Foi apresentado a cada uma das crianças duas bonecas, uma branca e a outra negra. Posteriormente, foram realizadas as seguintes perguntas a cada uma das crianças: qual é a boneca branca, qual é boneca negra, qual boneca é bonita, qual boneca é feia, qual é a boneca boa, qual é a boneca má, por que ela é boa, por que ela é má, qual é a boneca que se parece com você. Desse modo, as seis crianças responderam as mesmas perguntas, atribuindo as respostas a boneca branca ou negra. No entanto, ao longo do teste se observou que a boneca branca foi sempre apontada como a bela, e boa, enquanto a boneca negra como a feia e má (Doll test, 2016).

Durante esta entrevista do experimento psicológico, quando uma criança justificou sua escolha pela boneca negra, dizendo que ela é má, devido a cor da sua pele, tal constatação evidenciou as questões do racismo na sociedade. Nesse sentido, compreendemos que o experimento abordou as concepções de beleza e feiura, assim como de bondade e maldade, internalizadas pelas crianças que participaram desta experiência, demonstrando que tais construções na cultura são atravessadas pelo racismo, preconceito e discriminação (Doll Test, 2016).

Nos propusemos a refletir sobre as múltiplas discriminações e suas sobreposições advindas dos discursos hegemônicos de padronização centralizadas na branquitude. Uma vez que as crenças e costumes enraizadas na sociedade demonstram as limitações impostas as outras etnias, inclusive estética (Xavier apud Silva, 2020, p.17).

Podemos pensar as limitações estéticas como aquelas que se referem à aparência da mulher negra, pois há um discurso normativo nos anúncios de beleza que associavam as características da mulher negra a uma aparência que deveria ser “domada”, “relaxada”. (Silva, 2020, p. 11). Tais discursos de adequação, apontavam para a desvalorização das características naturais e até mesmo a associação da sexualidade das mulheres negras, a essa temática, mesmo que este assunto não estivesse relacionado ao tema em questão (Silva, 2020, p. 11). Através de sua experiência pessoal, enquanto mulher negra conclui:

“Muitas de nós crescemos sem nem percebermos esse processo estimulado pelo meio social e corroborado pela publicidade e outras mídias, onde a ausência de referenciais positivos e a existência de representações estereotipadas perpetuavam padrões de beleza hegemônica em detrimento da estética negra” (Silva, 2020, p.11)

O relato pessoal da autora em questão que expressa as construções pejorativas sobre a aparência da mulher negra, sobre o seu cabelo, a cor da sua pele, seus traços característicos nos levam de volta ao experimento psicológico descrito no início desta discussão. No qual, durante o teste as crianças apresentavam percepções negativas de feiura e de maldade sobre a boneca negra, atribuindo sempre a boneca branca, as qualidades e beleza.

Reconhecer a beleza da pessoa negra que se identifica como gênero feminino, a partir de seus próprios traços e características que não estejam relacionadas a uma estrutura de colorismo ainda se mostra um grande desafio. A representação das mulheres negras através da publicidade de beleza ainda sofre pela valorização de aspectos da aparência que se aproximem de uma pele mais “clara”, “traços mais finos”, “corpo esculturais” e “cabelos mais definidos”. Essas definições excluem mulheres de pele negra retinta e que possuam características que se distanciem do padrão branco normativo. Sobretudo, contribuindo para a manutenção desta padronização (Brown apud Silva, 2020, p.45).

O mercado da beleza se encontra em constante evolução, embora as marcas do eurocentrismo ainda atravessem o segmento da estética e dos padrões estabelecidos na contemporaneidade. Além do Brasil, outros países como a Colômbia, os Estados Unidos no Reino Unido, a África do Sul e em outras regiões que carregam em sua história a escravização de pessoas negras tem buscado uma nova apresentação da estética enaltecendo os traços

naturais e características particulares de seu povo, ou seja, indo na contramão do padrão imposto (Silva, 2020, p.48).

Desse modo, compreendemos que há um longo caminho a ser percorrido na luta contra as discriminações, bem como das crenças enraizadas na sociedade que implicam em comportamentos e condutas de segregação. Acreditamos que a compreensão desses processos estruturais e a responsabilização da sociedade é fundamental para os direitos e dignidade dos diferentes grupos étnicos.

Acreditamos ser fundamental a compreensão dos modos de discriminação e segregação, bem como o entendimento dos padrões normativos advindos da branquitude para refletirmos sobre os modos de exclusão racial. Aqui, trataremos das questões relacionadas às pessoas negras que se identificam na feminilidade, mas destacamos que o preconceito racial também é direcionado aos indígenas.

O conceito de interseccionalidade nos ajudará a entender mais amplamente o funcionamento de vários tipos de discriminação que se relacionam entre si. Kimberle Crenshaw é responsável pelo desenvolvimento teórico do conceito de interseção das desigualdades de raça e gênero, conforme veremos a seguir.

Quando pensamos em uma interseção, podemos visualizar mentalmente algumas linhas distintas que se cruzam em direções opostas (norte-sul, leste-oeste), porém possuem um mesmo ponto em comum a todas elas. Essa analogia se aplica aos vários modos de exclusão e discriminação que podem acontecer com uma mesma pessoa. A cor da pele, a aparência física, a realidade socioeconômica e de gênero, dentre outras, quando sobrepostas aumentam e potencializam a segregação sofrida (Crenshaw, 2018, p.11).

Por essa razão, é importante não pensarmos o racismo de um modo isolado, ou excludente, mas considerando todo seu contexto. As discriminações devem ser identificadas uma a uma e somadas, não excluídas pela existência de uma discriminação anterior. Contudo, todas as pessoas precisam de proteção e segurança, independentemente de quais discriminações sejam expostas, porém necessitam que tais discriminações sejam identificadas e compreendidas em suas especificidades (Crenshaw, 2018, p.8).

Portanto, os estranhamentos dos corpos acontecem não somente frente ao racismo, as deficiências e restrições físicas ou cognitivas, conforme elucidado anteriormente, mas também a todos os corpos que são compreendidos como aqueles fora dos ideais impostos, conforme

explicaremos a seguir. Há uma lógica heteronormativa, como por exemplo: aos corpos considerados abjetos, fracassados, dissidentes, não tão bem-sucedidos como se espera a atualidade capitalista (Moreira *et al.*, 2024, p.3).

Os corpos LGBTI+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais, Travestis, Transgêneros, Intersexuais, Assexuais e outros mais), assim como os corpos queers, ou com algum tipo de deficiência, os loucos, negros, mulheres, gordos, pobres, crianças, idosos, indígenas marcados pelas incidências macropolíticas das padronizações, através modos disciplinares de extermínios das singularidades. (Moreira *et al.*, 2024, p.3, 4).

Há uma naturalização da morte de determinados corpos, como da população citada acima, assim como a intolerância do envelhecimento dos corpos, causando a invisibilidade justificada pela sua inutilidade. Discorrer sobre as dissidências, ou seja, dos corpos divergentes se mostra uma necessidade para a produção de novos discursos, de compreensões que possibilitem o reconhecimento de novos modos de existências (Moreira *et al.*, 2024, p.3).

Assim como, o conceito da contrassexualidade⁴ não se refere a criação de uma nova natureza, mas ao contrário se trata da não sujeição dos corpos através de uma ordem imposta, ou seja, de um controle de determinados corpos sobre outros. Tal termo, portanto pode ser compreendido como uma análise crítica entre a diferença entre sexo e gênero, enquanto uma produção heterocentrada, cujas normas se apresentam como verdades biológicas (Butler apud Preciado, 2014, p. 21).

A partir de uma leitura indireta de Michel Foucault e de sua teoria sobre a produção disciplinar da sexualidade, criou-se a ideia de contrassexualidade. Tal termo se trata de uma crítica e um modo de resistência a teoria do corpo, pois o compreende fora das oposições entre homem / mulher / masculino / feminino / heterossexualidade / homossexualidade (Preciado, 2014, p.22).

O autor em questão complementa elucidando sobre a sexualidade sendo compreendida enquanto uma tecnologia e como diferentes elementos de sexo/gênero: “mulher”, “homossexual”, “heterossexual”, “transsexual”, assim como suas práticas e modos de sexualidade. Compreendemos, desse modo, que os corpos na cultura são compreendidos a partir

⁴ A expressão “sistema gênero” foi utilizada pela primeira vez por Gayle Rubin em seu artigo “The traffic in women” in *Towards an Anthropology of Women* Reiter, R. (Org). Nova York: Montly Review Press, 1975.

de uma lógica regulatória e classificatória. A contrasexualidade se mostra uma oposição ao assujeitamento dos corpos (Preciado, 2014, p.22).

A transfeminista Júlia Serano, em sua participação ao jornal da Universidade de São Paulo (USP), explica que o sexismo oposicional ocorre através da crença que o feminino e o masculino são categorias rígidas e exclusivas. Além disso, juntamente as ideias do masculino tradicional constituem hierarquias de opressão dos corpos, assim a existência de mulheres travestis e trans, ou de outros causam estranhamento as crenças hegemônicas e de uma política masculina na cultura (Weber, 2024).

Conforme discutimos anteriormente, o estranhamento dos corpos acontecem a partir de uma lógica normativa hegemônica e as discriminações ocorrerem de modo sobreposto. Dessa forma, quando elucidamos sobre a feminilidade, não o fazemos sem reconhecer as violências sofridas pelas que pessoas que se inscrevem na feminilidade, mas não se identificam com o gênero de seu nascimento, diferentemente das pessoas cis que se reconhecem com o seu gênero de nascimento e se inscrevem na feminilidade.

Afinal, uma mesma pessoa pode vivenciar, então várias formas de discriminação, desde a sua inscrição na feminilidade ao não se identificar com o gênero de seu nascimento, pela cor de sua pele, pela sua classe social, por ser mulher, dentre outras formas de segregação e preconceito, devendo todas ser somadas uma a uma.

A partir de uma lógica de equidade e respeito aos diferentes modos de existência, buscamos refletir sobre os ideais de beleza na feminilidade sem desconhecer ou omitir os estranhamentos dos corpos na cultura, enquanto algo importante em nosso trabalho. Esta leitura também nos possibilita uma percepção mais ampla dos modos de preconceito, discriminação nos permitindo participar de narrativas que caminhem na contramão dos discursos hegemônicos e segregativos.

4.2 A desigualdade de gênero e os padrões de beleza na feminilidade

A busca pela beleza ideal não se trata de uma temática somente da atualidade, mas de um assunto retratado em diferentes épocas e culturas, principalmente para a feminilidade. Inclusive, a beleza no século XX já era vinculada principalmente ao público feminino. O

embelezamento era incentivado através dos cosméticos, das escolhas das vestimentas, dos tons de vestidos e cabelos, todos em harmonia.

Além disso, se embelezar nesse período histórico se limitava ao uso dos produtos de cuidados da pele e dos cabelos. Para se tornar “bela” era necessário ter atenção ao guarda-roupa e aos acessórios. A preocupação com o volume corporal existia, mas não se tratava dos corpos atléticos, como na atualidade, pois era desejado uma silhueta ereta, uma boa postura e flexibilidade (Sant’Anna, 2014, p.14)

Embora a beleza feminina estivesse mais relacionada aos cuidados com a pele, com o cabelo, através da preocupação das roupas e suas combinações, não havendo uma exigência de um corpo atlético, conforme citado acima, compreendemos que ainda assim eram grandes as expectativas sociais sobre a beleza.

Além dos cuidados com a aparência, havia atitudes que eram esperadas do público feminino, ou seja, ainda existiam os comportamentos considerados adequados ou não para homem e mulher. No universo masculino, por exemplo, a prática de esporte era estimulada, a natação, a corrida e os saltos pertenciam aos homens. Já no campo feminino, o esporte era considerado um risco à saúde uterina das mais jovens e indecências para as mais velhas, após os 30 anos de idade (Sant’Anna, 2014, p.41).

A autora Sant’Anna (2014) complementa dizendo que não foi rápido, não foi fácil a inserção feminina no esporte, uma vez que a corrida, a natação, os saltos pertenciam aos homens, ou seja, era facilmente atribuído a figura masculina ao esforço corporal, ao suor. Enquanto havia a crença que era necessário ao público feminino evitar grandes esforços.

Para Beauvoir (2012), a diferença entre homens e mulheres se trata de uma posição primária na sociedade. Um dos pensamentos que sustentam tal ideia está relacionada à força masculina. Em contrapartida, se considera que a mulher é mais fraca do que o homem, pois ela não possui a mesma força muscular, a mesma capacidade respiratória ou de luta.

A filósofa Simone de Beauvoir (2012) também elucida a respeito da crença do homem ser o mais forte, aquele biologicamente mais capaz de sobreviver na natureza, enquanto a mulher devido a sua “fraqueza” se encontra mais propensa a não ter as habilidades necessárias para subsistência. Logo, surge uma divisão: o macho parte para a luta, caçando para prover o seu sustento e de sua unidade familiar, enquanto a fêmea exerce uma função secundária para a manutenção do cuidado destes.

A partir de tal compreensão acerca de uma posição secundária feminina, assim como de sua falta de força e fragilidade, atribuiu-se à mulher os cuidados domésticos e que exigissem menos força, deixando uma demarcação clara dos papéis de gênero.

A beleza, portanto, foi relacionada à maternidade, sendo valorizada a gestação, o repouso no período pós-parto, além de ser indicado evitar a luminosidade, correntes de ar e grandes esforços. Além disso, eram valorizadas as atitudes de recato, ou seja, uma mãe devia ser boa, fiel, obediente à autoridade masculina (Sant'Anna, 2014, p.41).

A maioria das hipóteses relativas ao modo como a beleza foi pensada para a feminilidade remonta aos anos de 1830 ao máximo, momento histórico que consolidou a domesticidade surgindo o código da beleza. A partir das mudanças que ocorreram pela industrialização e urbanização, quando ocorreu a expansão da classe média, houve também o progresso no estilo de vida, a redução do analfabetismo e do número de membros da família. A partir desse momento, muitas mulheres de classe média se encontravam alfabetizadas e ociosas no âmbito doméstico (Wolf, 1992, p.18)

Segundo Wolf (1992), na década de 40 surgiram as primeiras fotografias de prostitutas nuas, também apareceram os primeiros anúncios com mulheres belas em meados do século. Porém, a beleza já era tratada como um bem, como por exemplo, nos casamentos burgueses do século anterior. O mercado do casamento já utilizava dos atributos de uma aparência considerada bela nas negociações como parte de vantagens financeiras, como nos casamentos arranjados para ascendência econômica.

Na época em que os movimentos sociais possibilitaram que as mulheres ingressassem no mercado de trabalho, já se compreendia a beleza como um bem, conforme citado acima. Mas, à medida que as mulheres iam exigindo acesso ao poder, essa estrutura se utilizou dos códigos de beleza para impedir seu progresso, através da evitação da mudança em seu sistema desigual de gêneros (Wolf, 1992, p.25).

Compreendemos a partir da lógica de disparidade que há entre o masculino e feminino, nas relações de poder, conforme citado ao longo de nossas narrativas, que tal estrutura se utiliza de artifícios para não se modificar, ou seja, para não permitir que haja equidade entre todos.

Embora, as mudanças sociais tenham acontecido inevitavelmente, possibilitando a inserção das mulheres no mercado de trabalho, não se dedicando somente ao trabalho doméstico

e de cuidados com a família, a beleza ainda é utilizada como um freio para esse progresso (Wolf, 1992, p.26).

A autora Naomi Wolf (1992) complementa dizendo que a beleza deixou de ser apenas uma espécie de símbolo monetário para se tornar o próprio dinheiro. Em que mulheres poderiam escapar do mercado de casamentos, por estarem fadadas a venda de sua sexualidade, ao confinamento pela dependência econômica ocorre uma troca similar, ou seja, ao ficar maior a inserção feminina nas esferas de poder, através da independência econômica, mais os códigos e exigências sociais da beleza se fortaleceram enquanto formas de controle da feminilidade.

Embora as mudanças relativas ao campo da beleza não se atenham somente a feminilidade, uma vez que o capitalismo oferece produtos e soluções a todos, ainda assim há uma enorme expectativa sobre a aparência feminina, sendo que lhe é atribuindo valor ou desvalor conforme apresentado em nossa discussão anterior sobre o corpo. Santt' Anna (2014) explica que a beleza se tornou um gênero de primeira necessidade, esta é uma marca profunda do século XX.

Além disso, na atualidade, a beleza se tornou uma temática abrangente que exige cuidados físicos, conforme a exposição do olhar alheio. Desde as sobrancelhas até a genitália, tudo se tornou alvo de embelezamento e cuidado diário. Hoje, a beleza não se refere mais somente a aquisição do uso de cosméticos, mas ao consumo medicamentoso, a disciplina da alimentação e atividades físicas. Além disso, a beleza é igual a submissão de cirurgias, a aquisição do prazer juntamente aos investimentos financeiros e de tempo (Santt'Anna, 2014, p.15).

Na atualidade, não se trata mais somente do cuidado com o corpo, mas de sua permanente transformação. Os lábios que ganhavam cor com o uso de batom, hoje podem ser coloridos, aumentados, diminuídos, contornados. Os rostos deixaram suas características particulares para serem simétricos, medidos milimetricamente e preenchidos através da harmonização facial. As lipoaspirações consideradas de sucesso são aquelas que imitam o famoso “tanquinho” deixando o aspecto de um corpo trabalhado arduamente na prática de exercícios físicos.

Nas redes sociais, pessoas do mundo todo mostram a busca pelo corpo perfeito. Além disso, a presença virtual das *influencers* do setor *fitness* na rotina de cuidado com o corpo, ensinando sobre alimentação saudável, rotina de exercícios e o modo como conciliam carreira, casamento, filhos e momentos de lazer. Os melhores ângulos são mostrados, as fotos corporais

editadas, os filtros utilizados, hoje temos disponível um universo imensurável de estímulos e apelos ao ideal do belo nas redes sociais.

A modelo Marike em uma entrevista a British Broadcasting Corporation (2023), afirma que ela precisa estar igual as suas fotos do portfólio, uma vez que seu trabalho está diretamente ligado a aparência. Além disso, para ela é fundamental cuidar da sua imagem, estar se sentindo bem consigo mesma, manter uma dieta, um estilo de vida saudável e ativo, pois sem isso sua carreira estaria arruinada.

Ainda segundo a reportagem, a vida pode ser menos difícil e até mais lucrativa para as pessoas atraentes. Para apresentar tal realidade, o economista Daniel Hamermesh especializado em mercado de trabalho acrescenta que as promoções no trabalho, os melhores empréstimos, os parceiros mais qualificados e bonitos são atraídos pelas pessoas que são atraentes (O que os estudos [...], 2023).

Algumas declarações coletadas pela Business Daily demonstraram que as mulheres têm conseguido mais vantagens ao postar fotos nas redes sociais. Uma delas diz “é incrível como as pessoas podem ser legais quando te acham atraente”, “percebi que fui contratada para todos os empregos que me candidatei na época que era estudante, mesmo sem ter as habilidades necessárias”, outra declaração diz “também não me cobram por bebidas ou sobremesas em restaurantes” (O que os estudos [...], 2023).

Tais exemplos mostram claramente a beleza enquanto um “bem”, conforme elucidado anteriormente por Naomi Wolf. Em todos os relatos, percebemos a lógica das possíveis vantagens em ser bela, não somente no campo profissional, das relações interpessoais e para ganhos na vida de uma forma geral.

Tal realidade pode ser compreendida para além do contexto das redes sociais, dos comerciais, das influências de Hollywood, até mesmo em outras áreas que demandam a atenção ao público. Na concepção do especialista Daniel Hamermesh, mesmo em locais como nas universidades que não dependem de pessoas atraentes, a aparência também importa, tendo efeitos vantajosos na vida profissional. Além disso, as questões de gênero marcam claramente uma distinção, pois homens considerados bonitos, ainda ganham mais do que mulheres bonitas (O que os estudos [...], 2023).

Conforme, a apresentação realizada pela Agência do Governo e Empresa Brasil de Comunicação (2024) do segundo de transparência salarial e critérios remuneratórios, os dados

mostraram que as mulheres ainda recebem 20,7% menos do que os homens nas 50.692 empresas com 100 ou mais pessoas empregadas. A média salarial das mulheres é de \$3.565,48, já os homens ganham mais com um salário de \$4.495,39.

A disparidade observada na realidade de mulheres negras, que ganham em média \$2745,26, apenas 50,2% do salário de homens não negros. Embora, 27,9% das empresas tenham políticas de incentivo à contratação de mulheres negras, enquanto 47,2% possuem mulheres pretas ou pardas como integrantes do quadro de funcionários (Brasil, 2024).

Tais dados apontam para a desigualdade de gênero, uma vez que observamos uma disparidade econômica das mulheres em relação aos homens, essa desigualdade se revela ainda mais agravada pela discriminação das mulheres negras, que passam pela discriminação de gênero e raça. Ao retomarmos nossa reflexão sobre o racismo e interseccionalidade compreendemos as sobreposições das violências, uma a uma.

Outra questão sobre o trabalho feminino que nos chama a atenção, se tratando da desigualdade de gênero se refere as atividades domésticas. O Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) divulgou o tema de sua redação ganhando visibilidade em todo o território nacional sobre os “Desafios para o enfrentamento da invisibilidade do trabalho de cuidado realizado pela mulher no Brasil”. A discussão se tratava do trabalho não remunerado exercido pelas mulheres diariamente no cuidado com a casa, família, além da responsabilidade que lhes são atribuídas em satisfazer a necessidade física e psicológicas de terceiros” (O exame [...], 2023).

Conforme dados publicados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023) no ano de 2022 as mulheres realizaram 9,6 horas por semana a mais do que os homens nos afazeres domésticos ou cuidado de pessoas. Em 2019 essa diferença era ainda maior correspondendo 10,9 de trabalho feminino em relação ao masculino. Essa temática se mostrou fundamental para refletir sobre a desigualdade de gênero, na construção do corpo feminino enquanto lugar de sujeição e dominância.

Na relação do trabalho doméstico realizado majoritariamente por mulheres, não se produz remuneração e conseqüentemente não se produz valor. Já em relação a sua estética, o corpo feminino deve se manter magro e rejuvenescido para ser reconhecido. Tais questões apontam para uma sobrecarga vivenciada por muitas mulheres e uma cultura que tenta apagar inclusive o seu cansaço e envelhecimento.

Nesse sentido, no mercado de trabalho, as mulheres vivenciam a desigualdade salarial, conforme dados citados, além disso são as principais responsáveis pelo trabalho doméstico e cuidado com a família, também são cobradas para corresponderem ideais de perfeição do corpo, de rejuvenescimento em um lugar de desfavorecimento social.

A cobrança pela beleza ideal na feminilidade, assim como o rejuvenescimento do corpo marca também outro tipo de desigualdade, a desigualdade socioeconômica. Afinal, para arcar com tratamentos de beleza, procedimentos estéticos, cuidados com o corpo é preciso realizar investimentos financeiros. O valor de uma lipoaspiração⁵, por exemplo, pode variar entre \$12.000,00 e \$24.000,00, conforme orçamento de cada médico cirurgião e particularidades de cada caso (Sá, 2025).

Já o lifting frontal é um procedimento utilizado para reduzir rugas, linhas de expressão da testa e elevar as sobrancelhas como forma de rejuvenescimento. O objetivo deste procedimento é minimizar a aparência cansada, envelhecimento e até de tristeza. É considerada uma das cirurgias mais procuradas pelas pacientes, principalmente acima dos 50 anos, o seu custo varia entre \$11.000,00 e \$23.000,00 (Sá, 2025).

Além das exigências de corresponder os ideais de beleza na feminilidade, ou seja, ter uma pele viçosa, jovem, sem sinais de cansaço, também é ofertado as pessoas que são mães um tratamento denominado *mommy makeover*, trata-se de um tratamento composto por três cirurgias plásticas, cujo objetivo é minimizar as transformações sofridas no corpo, devido a gestação para devolver a sua autoestima, confiança e satisfação consigo mesma (Sá, 2025).

No tratamento *mommy makeover* são realizadas a lipoaspiração, a abdominoplastia⁶ e a mamoplastia⁷ em único ato cirúrgico, após 06 meses do parto e passados de 03 a 06 meses da amamentação, conforme o tipo de cirurgia das mamas, além disso alguns cuidados são indicados pós-cirurgia, como: usar cinta compressora, evitar exposição solar, não carregar peso durante um mês, durante 60 dias dormir de barriga para cima para não prejudicar a cirurgia, utilizar os medicamentos prescritos pelos médicos, não dirigir durante 21 dias, ter uma higiene e cuidado adequado aos curativos para o processo de cicatrização das cirurgias.

⁵ Procedimento que reduz depósito de gordura localizadas em: abdômen, braços, coxas, costas, culote, papadas.

⁶ Cirurgia plástica que remove a gordura, excesso de pele e estrias do abdômen.

⁷ Cirurgia plástica utilizada para aumentar ou diminuir o tamanho das mamas, corrigir imperfeições, flacidez e seios caídos.

Conforme apresentado acima, as cirurgias plásticas de forma geral apresentam não somente um alto investimento financeiro, mas também demandam uma sequência de restrições durante um determinado período. É preciso ter disponibilidade para não pegar peso, não dirigir, cuidar sistematicamente dos curativos. A pessoa que realiza tais procedimentos precisa investir também seu tempo.

Acreditamos não se tratar de uma realidade possível a todas as pessoas que se identifiquem como gênero feminino, uma vez que existem as diferentes realidades socioeconômicas. Além disso, existe a desigualdade salarial entre feminino e masculino, os cuidados domésticos ainda são colocados como responsabilidade da feminilidade, ou seja, as mulheres recebem menos, trabalham mais, são mais cobradas em relação beleza.

A frase “só é feio quem quer” pode apresentar uma grande incongruência se olharmos para as desigualdades que tal discurso tenta ocultar. Notamos um discurso que coloca toda a responsabilidade na pessoa por ser ou não atraente, conforme a lógica do mercado. Mas que invisibiliza as realidades sociais, econômicas distintas, as discriminações de gênero, de raça, os estigmas, as interseccionalidades, os estranhamentos dos corpos.

Embora o setor da beleza também ofereça produtos de cosméticos com valores mais elevados, também são oferecidos produtos mais baratos para toda a população. Destes produtos essenciais para cuidado com a pele são apresentados de até \$50,00 e \$100,00. O anúncio do site de vendas online diz não ser necessário desembolsar rios de dinheiro para manter os cuidados faciais em dia, está enganada! Estamos aqui para provar que skincare barato não é um mito” (Leite, 2024).

Ainda segundo o anúncio, uma rotina acessível de *skincare* de até \$50,00 pode parecer simples, mas é eficaz, através do uso dos produtos é possível cuidar da pele e manter a pele saudável sem comprometer o orçamento (Leite, 2024). Notamos, que o mercado busca alcançar todas as pessoas, independentemente de sua realidade financeira. Inclusive visa oferecer modos de facilitar o acesso a beleza, como a cirurgia plástica.

Atualmente, algumas empresas oferecem o consórcio para cirurgia plástica, assim como para a aquisição de um bem material, ou seja, uma casa, um carro. Através do site da Magazine Luísa você pode realizar um simulado com o valor desejado, o número de parcelas e condições para o pagamento. A ideia de oferecer esta possibilidade seria possibilitar o cuidado com a saúde sem endividamento, ou a falta de dinheiro. O anúncio diz “Você pode agilizar esse processo e ficar mais feliz com o seu corpo e sua saúde”. (Consórcio, 2022)

O banco Bradesco também realiza empréstimos com a finalidade de cirurgias plásticas, segundo o site institucional, a partir de \$20,00 é possível realizar prestações para cirurgia estética ou reparadora. O financiamento pode ser feito com até 70% do valor de cirurgias de até \$20.000,00 com o prazo de 15 a 59 dias para o pagamento da primeira parcela. A idade mínima para realizar o empréstimo é de 18 anos (CDC, [2025]).

Compreendemos que o mercado tem buscado possibilitar o acesso das pessoas as cirurgias plásticas, assim como ao cuidado com a pele, com o corpo, conforme citado exemplo de cosméticos mais baratos do mercado. No entanto, as desigualdades se sobrepõem através do gênero, das realidades socioeconômicas, de raça, dos corpos que sofrem o estranhamento por não se adequarem aos ideais normativos.

Sobretudo, a manutenção do exercício de poder para que tais disparidades não se modifiquem na realidade social. Conforme, elucidado por Naomi Wolf ao longo de nossa discussão, as formas de assujeitamento na feminilidade ocorrem quando a beleza é atribuída a um bem, mesmo com a liberdade financeira das mulheres, ainda há o aprisionamento de seus corpos.

4.3 O corpo positivo e outras iniciativas contra o discurso dominante

Durante nossa trajetória neste capítulo, abordaremos questões de grande relevância temática, conforme a reflexão apresentada sobre os estranhamentos dos corpos e as práticas segregativas e discriminatórias daqueles que são colocados à margem por não corresponderem aos ideais de beleza na contemporaneidade. No entanto, na contramão desses discursos hegemônicos, existem movimentos que questionam tais construções na cultura e buscam novos olhares sobre o corpo, conforme veremos a seguir.

A organização *Body Positive* foi fundada por Connie Sobczak e Elizabeth Scott na década de 90 para representar uma comunidade que busca oferecer uma nova perspectiva de liberdade do corpo. Tal iniciativa foi pensada a partir das mensagens na cultura de pressão e cobranças estéticas que aprisionam as pessoas em uma luta com o seu corpo. Trata-se de um espaço que possibilita que cada história possa ser contada, escutada, sem julgamentos ou críticas, através de um momento seguro onde cada uma possa expressar a sua verdade, contar a sua trajetória (Sobczak & Scott, 2025).

A ideia de um novo olhar para o corpo, de um ângulo que acolha e respeite cada pessoa em sua história pode possibilitar também as produções singulares, não somente a reprodução de ideais de beleza na feminilidade, conforme exigências da cultura.

Para isso, em seu site institucional a organização *Body Positive* apresenta o objetivo de promover habilidades e ensinar práticas sustentadas pela autocompaixão, através de comportamentos que sejam sustentáveis, de autocuidado, possibilitando uma conexão consigo e com os outros. Além disso, visa possibilitar às pessoas o surgimento de estratégias para o enfrentamento às adversidades no cotidiano, fortalecendo atitudes que não sejam auto aversivas com o corpo (Sobczak & Scott, 2025).

Acreditamos que pensar formas de enfrentamento às críticas sociais e exigências de uma aparência “perfeita” se mostra algo fundamental na atualidade, uma vez que tantos apelos publicitários apresentam imagens de corpos idealizados separando e desvalorizando as pessoas que não possuem o corpo ideal.

Nesse sentido, a ideia desse movimento *Body Positive* foi pensada há quase três décadas com a proposta de construir juntamente à comunidade uma rede de apoio, para uma nova relação com o corpo denominada “positiva”. Tal positividade poderia possibilitar novas percepções mais empáticas sobre o próprio corpo e dos outros, incluindo práticas contrárias a discriminação pela aparência (Sobczak & Scott, 2025).

Inclusive, as influências coletivas dos discursos generalistas que desconsideram a diversidade corporal se mostram negativas, tornando-se necessário a conscientização das diferenças e particularidades de cada um. As pressões pelo corpo perfeito ocorrem do modo mais variado, para que sejamos de um determinado jeito, ou seja, para que tenhamos uma determinada aparência (Vicentini, 2024).

Como consequência a essa intensa cobrança estética surgem problemas advindos da pressão sobre o corpo, bem como das críticas à aparência têm causado prejuízos ao bem-estar físico e mental das pessoas, devido à discriminação sofrida por muitos pela sua aparência física, peso, cor da pele, textura e estilo do cabelo, deficiência, dentre outros. Estas discriminações fomentam atitudes severas e de aversão na relação com o corpo (Sobczak & Scott, 2025).

Conforme disponível no site institucional da Câmara dos Deputados (2024), para lidar com a discriminação, atualmente, o projeto de lei 1786/22 inclui o preconceito ou discriminação relacionados ao peso corporal e obesidade à gordofobia juntamente a lei que define os crimes

relativos aos preconceitos de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional (7. 716/89). A gordofobia pode ser vivenciada de formas diferentes, através de ofensas, ridicularizações, falta de acessibilidade, no meio hospitalar, instituições de ensino, nos meios de transportes, nas relações interpessoais, também na mídia.

Para refletirmos sobre as pressões estéticas da atualidade, tomamos por exemplo a situação vivenciada pela atriz Paola Oliveira. A artista vem sofrendo ataques na internet, devido as críticas ao seu corpo e cobranças estéticas para sua apresentação no carnaval. No entanto, não se trata de algo incomum, pois há uma extensa lista de vítimas recebendo comentários agressivos on-line sobre o corpo e aparência, como a youtuber Viih Tube, também a sua filha, uma bebê (Casemiro, 2023).

Em entrevista apresentada ao programa Fantástico na rede Globo, os ataques à criança começaram quando ela ainda tinha somente 03 meses. Os comentários vinham disfarçados de dicas, mas a situação tomou uma proporção assustadora e fora de controle trazendo sofrimento à família. Os pais influenciadores e ex-BBBs Viih Tube e Elieser realizaram denúncias das violências sofridas à filha de 07 meses de idade, alguns comentários diziam: “Do que adiante nascer rica, mas obesa?”. “Tinha tudo para ser linda, mas é obesa”. Tadinha”. “Ela vai explodir, rs” (Ataques, 2023).

Para além do sofrimento vivenciado sobre os ataques a sua bebê, a influencer Viih Tube também tem passado por violências no meio digital, ao compartilhar vídeos mostrando seu corpo real após o seu período pós-parto. As cobranças tinham relação com seu corpo e aparência, após o nascimento de sua filha (Casemiro, 2023).

Além das críticas quanto ao sobrepeso, ela recebeu vários questionamentos acerca de não realizar intervenções cirúrgicas para a retirada de gordura, facilitando o emagrecimento, através da cirurgia plástica denominada lipoaspiração, uma vez que possuía condições financeiras para tal (Casemiro, 2023). Tais comportamentos no meio digital, apontam para uma exacerbada preocupação acerca do corpo e da estética.

Para Maria Rita Kehl (2002), o corpo se torna um escravo que deve estar sendo sempre submetido a incontáveis sacrifícios, através de uma lógica de disciplina apresentada pelo mercado, ou seja, de modo enganoso é apresentada como cuidado com a saúde. No entanto, tal indústria se mostra tal qual um senhor e um escravo que precisa sacrificar seu tempo, seus prazeres, e o que sobra das suas economias.

Nesse sentido, as exigências em relação a aparência física na feminilidade colocam uma culpabilização para a pessoa que não corresponde ao ideal de perfeição do corpo. É apontado para o indivíduo que “este não se cuida ou não sai de sua zona de conforto”, ou seja, conforme tal discurso “não faz o suficiente”.

Portanto, o corpo ao qual nos referimos acima, não tem a ver com um corpo pulsante, um corpo de vida, de órgãos que o regem em um trabalho silencioso, nas superfícies vastas dos toques, os modos impulsivos, intensos de excitações que afetam o mundo. A autora complementa “o corpo é ao mesmo tempo o principal objeto de amor narcísico e a imagem oferecida aos outros-promovida na última década ao mais fiel indicador da verdade do sujeito, da qual depende a aceitação e inclusão social (Kehl, 2002, p.1).

A cultura do corpo não é a cultura da saúde, embora tente parecer. É uma produção em um sistema fechado, tóxico, claustrofóbico. Nesta cultura insalubre se desenvolvem sintomas sociais da drogadição, como por exemplo o uso de hormônios e anabolizantes. Essa lógica aponta também para o adoecimento, como a depressão, além da angústia pela busca em produzir um corpo ideal. Nesse sentido, a autora complementa que “a vida fechada diante do espelho fica vazia de sentido” (Kehl, 2002, p.2).

Compreendemos ser necessário o surgimento de novas saídas para os discursos hegemônicos que possibilitem outras reinvenções na relação com o corpo. Sobretudo o entendimento do que é particular de cada pessoa na feminilidade, do respeito as suas marcas, suas características, de sua história, de seu corpo como algo único e particular.

Contudo, a relação com o corpo é atravessada pelo olhar da cultura, nas relações sociais, na valorização e desvalorização de si mesmo. Por essa razão, problematizarmos essa questão da atualidade se mostra tão necessário. Afinal, as ciências biomédicas, em defesa do cuidado com a saúde, têm ocupado um vazio deixado pelos discursos religiosos, filosóficos e morais no mundo contemporâneo. O cuidar de si voltado para uma aparência produzida, uma “propriedade”, que revela o seu sucesso (Kehl, 2002, p.1)

A ideia do corpo livre está sendo construída na sociedade, sobretudo sendo apoiada por instituições comerciais, através da ideia de aceitação dos diferentes tipos de corpos. Como exemplo, a empresa Dove, aderindo ao movimento do corpo real, apresenta em suas propagandas diferentes tipos de corpos, pessoas de diferentes idades e aparência física (Compromisso, 2025).

Trata-se de um seguimento que vem ganhando cada vez mais espaço. Conforme apresentado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o mercado *plus size* movimentou cerca de 7 bilhões entre o ano de 2018 e 2019. Neste nicho comercial se tem investido na diversidade e sofisticação das vestimentas para homens, mulheres, crianças, adolescentes, idosos sendo possível o acesso de produtos para todas as ocasiões. Ainda há a expectativa de crescimento pelo menos de 10% ao ano (ABRAVEST apud SEBRAE, 2023).

Nesse sentido, destacamos que apesar do discurso inclusivo dos movimentos comerciais do *Body Positive* existem os interesses econômicos, ou seja, o capitalismo também se apropria dos corpos colocados à margem dos ideais na cultura para serem fontes de lucro e rentabilidade. Acreditamos, que ainda temos um longo caminho pela frente para uma cultura mais inclusiva e respeitosa com as diferenças.

5 A CULTURA E OS MODOS DE SUBJETIVAÇÃO

Apresentaremos abaixo uma interlocução possível entre o conceito de cultura em sua dimensão política e seu atravessamento pelo capitalismo através de uma leitura de Félix Guattari. Posteriormente, discutiremos o discurso do capitalista e os modos de gozo na modernidade proposto por Jacques Lacan. Tais articulações se mostraram fundamentais a nossa discussão a respeito da construção dos ideais de beleza na feminilidade em sua transmissão na cultura.

Para pensar a cultura, Felix Guattari elucida sobre as relações políticas e de poder, uma vez que sem estes mecanismos não existiria cultura. O exercício do poder, o mercado econômico e a criação dos modos de consumo tornam a cultura uma esfera autônoma, funcionando como modos de controle da subjetivação (Guattari, 1996, p.15, 16).

Segundo o referido autor, a produção de subjetividade capitalística não se trata apenas de um sistema de trocas, ou valores monetários. O capital tem a função de complementar a cultura através do modo de sujeição e subjetivação, tornando-se a “cultura da equivalência”, ou “sistema de equivalência na esfera da cultura” (Guattari, 1996, p.16).

A cultura se trata de uma esfera permeada por questões políticas, econômicas, sobretudo marcada pelo uso do poder, da alienação aos interesses do mercado e do sistema capitalista. Essa reflexão crítica nos possibilita compreender um pouco melhor os ideais de beleza na feminilidade apresentados pela cultura ocidental, através das normatizações e padrões impostos.

Portanto, a cultura não se trata apenas de sujeição subjetiva relativa aos mecanismos de publicidade e produção de mercadorias ou bens para consumo, mas da própria essência do capitalismo, que é tomar a subjetividade como fonte de poder. Também não se trata de um sistema visível de submissão como nas sociedades arcaicas e pré-capitalistas, ou da internalização ou interiorização para preencher um vazio de subjetividade, mas de produzi-la (Guattari, 1996, p.16).

Além da concepção da beleza, a ideia de feiura também é apreendida culturalmente e faz parte do imaginário social, impactando não somente da percepção do outro ser considerado feio, mas também a si próprio. A essa transformação profunda difundida na sociedade causa implicações na maneira de lidar com o próprio corpo, além dos efeitos nos vínculos sociais (Vilhena *et al*, 2005, p. 112).

Dessa forma, o capitalismo necessita de sujeitos vazios de si mesmos para que, ao serem convocados a responderem aos objetos e imagem, eles estejam disponíveis. Através de um funcionamento veloz e do aqui e agora, os sujeitos devem ser incapazes de imaginar um devir que não seja apenas a reprodução da temporalidade reduzida (Kehl, 2009, p.96).

O processo de produção de subjetividade não ocorre apenas de modo individuado, ou seja, relacionada apenas ao próprio indivíduo, mas produz a subjetividade social. Guattari destaca que se trata de uma produção de subjetividade inconsciente funcionando como uma máquina do sistema capitalista que produz aquilo que nos rodeia, seja nos sonhos, nas fantasias e desejos. A partir da oferta de soluções hegemônicas há uma oposição das subjetividades singulares que levaria em conta a existência do indivíduo e sua relação consigo e com o mundo (Guattari, 1996, p.16).

Na ausência da produção da subjetividade individual e social, os indivíduos podem ser tomados pelas imagens e apelos estéticos ao corpo idealizado podendo ser incapazes de construir subjetivações do que lhes é particular, como o próprio corpo e a beleza. Uma imagem de si mesmo, que comporte um olhar singular e não de homogeneidade.

A palavra cultura já teve vários significados ao longo da história, no entanto o sentido de “cultivar o espírito” é o mais antigo. A concepção desta palavra comporta um julgamento de valor sobre quem tem ou não cultura, enquanto colocada numa lógica de valor. A partir da ascensão da burguesia, as noções de valor deixaram de estar centradas na pessoa e suas qualidades, para se tornar centrada nos resultados que ela produz para se tornar a busca pela qualidade.

A cultura “alma” coloca cada alma coletiva em grupos, etnias, povos em suas produções próprias e das relações sociais (Guattari, 1996, p.17). Já a cultura-mercadoria é quando se pretende produzir e reproduzir mercadorias sem considerar os valores de cada cultura, ou de alma individual, seja pelos livros, músicas, artes. Nesse contexto a mercadoria é o centro, os objetivos se referem a difundir mercadorias na cultura independentemente das particularidades (Guattari, 1996, p.16).

No universo tecnológico, as imagens expostas são de corpos super trabalhados, sensualizados sempre parecendo responder a convocação do desejo do outro, também são apresentados os corpos atravessados pelo cansaço, lutando contra o envelhecimento. Há uma dinâmica exposta que implicitamente possui uma dinâmica de perfeição/imperfeição visando

corresponder os desejos antigos do ser humano, conforme nas fontes de juventudes, nos mitos e seus elixires (Vilhena et al, 2005, p. 113).

Desse modo, “A cultura não é apenas uma transmissão de informação cultural, uma transmissão de sistemas de modelização, mas também é uma maneira de elites capitalistas exporem o que eu chamaria de um mercado geral de poder” (Bourdieu apud Guattari, 1996, p. 20). Não se pode dizer de oportunidades iguais na sociedade, sobretudo ao colocar as tradições aristocráticas de almas consideradas bem-nascidas, ao lidar com as palavras, atitudes e etiquetas, como salienta o autor.

Frente aos modelos dominantes, as produções de subjetividades de cada comunidade, povos, grupos étnicos são esmagadas pela máquina e suas produções em massa. A culpabilização aparece como uma função do capitalismo. As comparações e sentimentos de fracasso por não corresponder ao imperativo do sucesso coloca os indivíduos em uma posição de culpa (Guattari, 1996, p.41).

Se anteriormente as imagens de corpos magros, idealizados pela cultura, apareciam nas revistas femininas, ou, de modo pontual, nas publicidades, atualmente somos expostos constantemente as imagens “perfeitas” nas redes sociais. Além das imagens, estamos expostos aos discursos de culpabilização por não se alcançar uma beleza dita ideal, ou seja, a “só é feio quem quer”, “falta esforço”, “é preciso sair da sua zona de conforto”.

Nesse sentido, a lógica capitalista está para além do mercado, do consumo, do lucro e da economia, pois produz até os modos de funcionamento das relações humanas. Seja relacionado aos modos de trabalho, de como estabelecemos as nossas relações interpessoais, de como falamos, nos portamos, ou até mesmo, no modo que amamos. Em nome da vida social organizada partimos da crença que esta é a ordem do mundo (Guattari, 1996, p.42).

O modo como nos relacionamos em sociedade, como apreendemos os símbolos de beleza na cultura são atravessados pelos discursos do capitalismo, conforme, discutido anteriormente no capítulo três, as leituras do que é belo ou feio, do que deve ser aceito ou não. Inclusive, os comportamentos na feminilidade dizem também de questões profundas e complexas na sociedade que apontam para corpos discriminados e segregados.

Nesse sentido, não nos referimos somente as características da contemporaneidade, mas das novas formas de compreensão da beleza e dos laços sociais. Conforme discutiremos a seguir, a atualidade comporta uma relação com o tempo, com os espaços e com o mundo,

mediada através do sistema, dos ritmos impostos, pelos modelos de espaços urbanos, domésticos, pela tríade carro-televisão-equipamento coletivo, por exemplo. Contudo, “o que faz a força da subjetividade capitalística é que ela se produz tanto ao nível dos opressores, quanto dos oprimidos” (Guattari, 1996, p.44).

A sofisticação da tecnologia possibilita que os fluxos de imagens e os acessos a elas sejam cada vez mais intensas e imediatas, uma vez que a evolução do online vai colocando um status de verdade as narrativas expostas nas mídias. O lugar que ficou vago, mas anteriormente era ocupado pelo Mito, pela Ciência e pela Religião vai sendo ocupado pela mídia em uma posição de verdade, embora esse lugar não se sustente (Vilhena et al, 2005, p. 114).

Compreendemos que as constantes modificações culturais, assim como as inovações mercadológicas e os efeitos da sofisticação da tecnologia estão articulados aos ideais de beleza na feminilidade. Portanto, a ideia de verdade transmitida pelo mundo online das imagens e a compreensão da experiência a partir destas apontam para a relação de poder e dominação que são produzidos pela própria cultura.

5.1 Sociedade Moderna (Você é o único responsável pelo seu sucesso)

O período pós-industrial trouxe importantes modificações estruturais na sociedade, desde os aspectos econômicos, de classes e, até mesmo, políticos. Inclusive, podemos dizer que a sociedade contemporânea tem com uma das principais características o ritmo acelerado e a mudança em grande escala. Através do crescimento exponencial, as possibilidades do mercado geraram não somente uma luta pela sobrevivência, mas a necessidade de adaptação, uma vez que determinados produtos são produzidos em grandes escalas, por muitas instituições ao mesmo tempo, por exemplo.

O sociólogo Daniel Bell (1973) considerado um dos mais importantes estudiosos da modernidade, atribui a este período a lógica “do novo” como sua principal característica. A partir de um rompimento da cultura com o passado, esta deixou de lado o princípio da tradição, dos rituais e crenças para adotar os valores relativos ao presente, ao moderno, sobretudo estimulando a quantidade de produção e variedade.

O advento da tecnologia teve sua relevância para a referida mudança na sociedade, porque possibilitou o progresso tornando mais eficiente e organizada a confecção. Isso ocorre

desde as mais simples técnicas na produção de um produto que se torna ainda mais mecanizado, até modificações nas estruturas econômicas e sociais ao produzir novas relações com o consumo (Bell, 1973, p. 217).

A alienação permanece um mecanismo utilizado para o controle social, porém ganha uma nova faceta. É através da imagem, da conquista, da felicidade pelo consumo, nunca possível de ser plenamente realizado, que todo desejo é modelado pelo mercado. Falsifica-se a vida social (Debord, 1997, p.50). As imagens ganham espaço junto às promessas e as demandas criadas para o desejo.

Outro ponto importante a ser discutido para além destas características relativas as formas de consumo, imperativos do desejo e de alienação, se refere a lógica da individualidade. A modernidade apresenta a ideia “individualização” onde cada um é responsável por si e suas realizações, bem como pelas consequências de suas tarefas (Bauman, 2001, p.35).

Nesse sentido, se alguém perde o emprego, esse não realizou seu trabalho de forma suficiente, se a mulher possui um corpo não adequado aos padrões é porque lhe faltou força de vontade e esforço para moldá-lo. A modernidade privatiza os sucessos e fracassos atribuindo unicamente aos indivíduos a responsabilidade por estes e deixando de lado as mazelas econômicas, sociais e os dilemas da vida coletiva (Bauman, 2001, p.13).

Logo, podemos pensar sobre a perspectiva da individualidade articulada as questões da beleza feminina. O corpo assume um lugar de grandes expectativas sociais, como já citado anteriormente e a mulher é a responsável por mantê-lo belo para ser desejada. A conquista do corpo “perfeito” atribui a mulher o status da sua dedicação e merecimento, caso contrário representa a sua fraqueza e incapacidade de se cuidar. Normalmente, ela é culpabilizada pelos seus hábitos não saudáveis e pela ausência de dedicação a si mesma e ao trabalho com a sua aparência.

Além dos aspectos individuais, a modernidade é marcada por uma relevante característica: a velocidade, assim como a aceleração. Elas são estruturais e contribuem para a incansável busca pelo progresso. A rapidez faz parte dos processos tecnológicos e industriais, modificando a percepção de tempo, espaço das experiências humanas, através dos movimentos dos transportes, do rompimento de possíveis limitações geográficas e temporais (Bauman, 2001, p.14).

Há uma busca constante e incansável para o avanço, compreendido também como meio de controle e poder da vida social. Dessa maneira, refletimos sobre a variedade da produção de novos produtos de beleza, novos procedimentos e cirurgias estéticas com promessas de serem cada vez mais atualizadas. Além da rapidez e acesso constante as informações aos discursos mercadológicos, as imagens relacionadas ao sucesso feminino remetem a um corpo jovem e trabalhado na academia, torneado através da atividade física ou procedimentos estéticos.

Contudo, percebemos que estudar a respeito dos ideais de beleza feminino na contemporaneidade não se trata de uma tarefa fácil, mas de um grande desafio. Os artefatos tecnológicos se mostram cada vez mais velozes e se inserem em grande medida na vida das pessoas, assim como a rapidez de novas técnicas e procedimentos que vão surgindo e se atualizando constantemente, produzindo novas imagens e fortalecendo os discursos da modernidade.

A mercadoria e o consumo relativo ao mundo da beleza vem sendo apresentado às mulheres enquanto marcadores de um lugar de sucesso na cultura, remetendo a um novo modo de se estabelecer o poder. Podemos dizer que a coerção social feminina não se sustentava apenas pela ideia da vida doméstica, da pureza e castidade, bem como da função do matrimônio e maternidade, mas era preciso ser produzida de outro modo (Wolf, 1992, p.13).

Nesse sentido, a produção em grande escala, a velocidade e aceleração características fundamentais da modernidade, bem como os avanços tecnológicos contribuem para massificação da beleza. Além disso, há o estímulo constante ao consumo como promessa de felicidade e liberdade do indivíduo. Há uma impossibilidade colocada na configuração de um sistema que necessita da insuficiência para continuar existindo.

As imagens são usadas para seduzir o consumidor pelos produtos, de uma forma bem próxima ao desejo deste, ou seja, o mais idealizada possível. Além disso, são apresentadas de forma variada e acelerada. A intenção é que o consumidor seja atraído por inúmeras mercadorias e tente sempre encontrar satisfação nas inúmeras possibilidades com as se deparar. Enquanto isso, determinadas mercadorias vão desaparecendo outras vão surgindo e assim sucessivamente, numa lógica sem fim.

Contudo, as discussões sobre as características da sociedade pós-industrial são muito relevantes para as questões aqui trazidas sobre a beleza, o que inclui, como já citamos, a individualidade e responsabilização atribuídas unicamente dos indivíduos pelo seu sucesso ou fracasso, assim como a oferta exacerbada do consumo enquanto promessa de prazeres, que

funcionarão de modo passageiro. Além disso, os avanços tecnológicos que modificam a nossa percepção de tempo, espaço, e as imagens que inundam a experiência cotidiana.

A partir dessas considerações acerca da modernidade articuladas ao avanço das tecnologias nos procedimentos cirúrgicos estéticos, podemos observar como tais pontos são aplicados na oferta não somente de cosméticos e demais produtos em produções massificadas para o cuidado com o corpo, mas também através das mudanças da cirurgia plástica ao longo do tempo e de sua expansão.

5.2 O discurso do capitalista

Em seu seminário intitulado “O avesso da Psicanálise”, Lacan apresenta a teoria dos quatro discursos. Ao introduzir as suas formulações, o referido autor menciona diferenciar o que se mostra no discurso como uma estrutura fundamental, ultrapassando até mesmo a palavra, ou seja, um discurso que não se utiliza de palavras. (Lacan, [1970/1992] p.10).

Quando iniciou sua discussão sobre o tema, Lacan experimentava um contexto marcado por uma grande confusão que tomava a sociedade francesa. A partir da elaboração do discurso do mestre, do discurso universitário, do discurso da histórica, do discurso analítico, ele prossegue com o discurso capitalista. Para o referido autor a palavra discurso pode ser representada pelos laços sociais. A partir da linguagem é que as relações humanas em sociedade são ordenadas. Nesse sentido, “a realidade dos laços sociais é estruturada na linguagem e como uma linguagem” (Soller, 2011, p.55).

Na ótica lacaniana, o discurso pode subsistir sem palavras, em determinadas relações fundamentais, mas sem a linguagem elas não se manteriam. Desse modo, através da linguagem em um certo número de relações estáveis, mostra-se possível a inscrição de algo bem mais amplo em seu interior, muito além das enunciações efetivas (Lacan, [1970/1992] p.11).

Para pensar o discurso capitalista, Lacan buscou em Karl Marx a ideia de mais valia, que ocorre pelos meios de produção, advindos da propriedade privada. Portanto, o capital nasce de uma parte do trabalho que não é pago, a parte dos trabalhadores. A economia que repousava sobre o material humano foi transformada pela maquinaria, deixando um resto de tempo de trabalho não pago, que Marx nomeia de mais-valia, pois foi apropriada pelo capitalismo. Os

proletários são aqueles que não possuem os meios de produção e que através da sua força de trabalho são explorados pelo capital (Soller, 2011, p.57).

Há uma distinção entre o discurso do senhor antigo e do senhor moderno, uma vez que ocorre uma mudança no lugar do saber. O proletário é despossuído, pois se algo lhe é restituído, não seria a sua própria parte? Se anteriormente na relação senhor e escravo havia uma relação marcada pela hierarquia, então no capitalismo ocorre apenas uma troca de senhor, pois embora seja em novo contexto, a exploração permanece na lógica capitalista (Lacan, [1970/1992] p.30).

Nesse sentido, na lógica do capitalismo há uma relação, no qual a mais-valia é a causa do desejo. Contudo, os objetos de consumo são apropriados pelos proletários, como se estes pudessem aproveitá-los um pouco mais. Lacan nomeia o falso objeto a, como gadgets, aquele que exerceria uma função enganosa de satisfação (Soller, 2011, p.58).

Além dessa semelhança na relação entre senhor antigo e senhor moderno há outro aspecto importante apresentado por Lacan, ele menciona que na função de escravo é necessário saber o que quer e o que necessita o seu senhor, ainda que este não saiba. A função do escravo possui essa lógica, de deter um saber sobre seu senhor, pois sem isso não existira um senhor (Lacan, [1970/1992] p.30).

O escravo é aquele que tenta discernir qual é o desejo de seu mestre, também pensamos a ética estoica, ou seja, aquela que se refere a regência absoluta do Outro. A frase “seja feita a sua vontade” no cristianismo pode ser compreendida como um modo de relação entre senhor e escravo (Lacan [1973/1985], p. 240).

Nesse sentido, tomar para si o que deve ser o ideal do outro se mostra um ponto da impossibilidade na relação humana. Afinal, o que quer o mestre? Trata-se do seu querer a minha idealização de seu desejo? Como ser bela para o outro, quais adereços usar, quais medidas corporais devo ter? O discurso do capitalista usa o saber da ciência para produzir objetos (gadgets) que são oferecidos ou impostos ao sujeito como promessa de satisfação, ou seja, enquanto aquele que carrega um suposto saber sobre a feminilidade por meio da beleza como mascarada.

Embora essa relação com o saber tenha funcionado muito tempo, colocando o escravo nessa posição de saber em relação ao seu senhor, na atualidade esse mecanismo não é o mesmo. A verdade não se encontra mais com o escravo, mas com o senhor moderno, o capitalismo. Esta troca de posição, marca uma tirania do saber.

A impossibilidade de garantir o desejo desse Outro aparece em ideais que aparentam poder ser alcançados através de cirurgias plásticas, intervenções estéticas, da vigilância da autoimagem, do cuidado exacerbado com a aparência. É preciso sempre mais modificações, afinal novas tendências surgem o tempo todo no mercado capitalista.

Para Brousse (2007), na atualidade não dispomos mais de relações como do mestre e escravo, de capitalistas ou proletários, de cidadãos ou cidadãs. Trata-se de um mundo onde o consumo circula, através de consumidores reais e virtuais. Todos estão envolvidos nessa lógica independentemente da posição, pois os beneficiários fazem parte dessa universalização tanto quanto os devedores. Nesse sentido, se instala um novo mal-estar contemporâneo advindo deste cenário global.

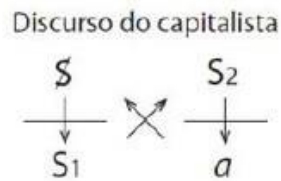
Na modalidade de troca, todo elemento inserido nesta realidade torna-se objeto, ou seja, tudo que pode ser consumido, pode ser considerado útil. A utilidade é o que define as relações de troca (Lacan apud Brousse 2007, p. 2).

Tal posição da atualidade aparentemente menos demarcada hierarquicamente pode dar uma sensação de liberdade ou autonomia que o antigo escravo não detinha, mas o colocava em uma posição do saber. Na contemporaneidade não há essa verdade, pois é o capitalismo que apresenta os bens de consumo. São os discursos do mercado que apresentam as cirurgias plásticas, as intervenções estéticas, os cosméticos, os ideais de beleza sem modificáveis, conforme as tendências de cada momento.

Desta forma, Brousse (2007) cita os elementos que constituem o discurso do mestre atual: “o mercado comum”, “o saber” e “o sujeito”. O mercado comum se refere a um imperativo universal de troca funcionando como novo significante-mestre. Já a modalidade do saber está vinculada às formas de gozo, conforme o estatuto de dejetivo tal como ele define a relação com o objeto contemporâneo. A partir dessas coordenadas que a psicanálise consente em acompanhar o movimento do real de acordo com cada época.

Para apresentar o conceito Lacaniano acerca do discurso do capitalista foram utilizados quatro termos relativos aos discursos, sendo eles: S1-S2 representando a cadeia e ordem da linguagem, o \$ retrata o sujeito, e por último a letra *a*, que corresponde ao objeto mais-de-gozar, derivado da noção de mais-valia. Para exemplificar tal questão, o \$ se encontra no alto à esquerda da figura abaixo representando o sujeito que comanda a cadeia do suposto saber. Em contrapartida embaixo à direita, a letra *a*, mostra-se a produção do mais-de-gozar. No circuito

sem quebras, ou rupturas pode ser compreendido que o sujeito é comandado pelos objetos, enquanto produtos (Soller, 2011, p.58, 59).



Lacan em suas contribuições teóricas se refere ao discurso do capitalista como aquele que não produz laços sociais. Embora os demais discursos contemplem as relações humanas que podem ser produzidas, como no discurso do mestre, na relação entre mestre e escravo. Até mesmo através do discurso da histórica que tudo pode encarnar como o significante-mestre, também o discurso da universidade que discorre sobre a relação daqueles que detém o saber e aqueles que se encontram na posição de receberem a formação para o saber. Já o discurso do analista apresenta o laço entre um analista e o seu analisante. O discurso do capitalista, conforme elucidado acima, é o único que não possibilita laços nas relações humanas (Soller, 2011, p.59).

Embora o capitalismo propague, em relação à feminilidade, sobre quais passos tomar para ser atraente, qual melhor aparência para se sentir bem consigo mesma, como construir um corpo para ser admirado socialmente, ainda assim, o discurso do capitalista, conforme mencionado acima, não produz laços sociais.

Como uma característica da atualidade, aparece um modo de individualismo enlouquecido, colocando em cada sujeito a responsabilidade por seus laços sociais, apresentados como uma tarefa a ser cumprida. “Eu preciso conseguir um relacionamento, uma família, ter algo que não se desfaça”, tal colocação extrapola o desejo, a singularidade para um impositivo social de sucesso (Soller, 2011, p.61).

As novas dinâmicas das relações se apresentam através do individualismo exacerbado, ou seja, de um modo narcisista. Uma posição autocentrada, portanto, representa a busca individual pelo sucesso, promoção ou fracasso, permeando os discursos cotidianos fazendo parte de uma realidade social (Soller, 2011, p.61,62)

Para exemplificarmos tal formulação, podemos pensar a respeito de um serviço ou produto de beleza que é oferecido como a solução que falta para o sucesso da vida de alguém.

No discurso da atualidade buscar a beleza padronizada é sinônimo de alcançar não só uma determinada aparência, mas de ter uma boa autoestima, satisfação e felicidade consigo mesmo.

Desse modo, as mulheres são seduzidas pelo discurso mercadológico que oferece produtos relacionados a beleza como promessas de garantir ou sustentar a inscrição identitária na feminilidade. Esses serviços e produtos supostamente produziriam um valor fálico ao ser acrescentados ao seu corpo, lhes proporcionariam ser o falo para o Outro, ou seja, possibilitando situar-se no campo do desejo e do Outro.

Contudo, após a aquisição de determinado produto, ele é desconsiderado, pois novas aquisições serão necessárias para um modelo que sempre será impossível de ser alcançado. A cada dia, novas intervenções estéticas são criadas, modificadas, e quando realizadas, elas se tornam insignificantes, elas são como dejetos, pois perdem o seu valor.

Observamos que o mercado da beleza apresenta objetos como sendo aqueles capazes de modificar a percepção da pessoa sobre sua própria aparência, para que ela possa se perceber mais bonita. No entanto, a cada novo produto ou intervenção estética, a anterior é descartada por não ser considerada tão eficiente, o que nos faz pensar que para o discurso capitalista nada será suficiente, pois todo objeto será substituído por outro.

Nesse sentido, buscamos, a partir das formulações realizadas por Lacan sobre o discurso do capitalista, uma tentativa juntamente a psicanálise de uma posição que possibilite alguma saída. O processo de análise tem por objetivo resgatar o desejo a partir da singularidade do sujeito. Além disso, possibilita o laço, mesmo que provisório entre o analista e o analisante. Soller afirma que Lacan apresentou em Televisão que a psicanálise funcionaria como saída deste discurso (Soller, 2011, p.64)⁸.

É importante destacar não se tratar de uma intenção reverter o capitalismo, nem mesmo propor uma revolução a este sistema, mas nos possibilitar uma posição subversiva. Desse modo, seria possível suscitar e sustentar um desejo outro que faça parte da singularidade e que não entre no grande circuito discursivo do capitalismo? Somos todos presos ao sistema capitalista, mas podemos subtrair alguma coisa dessa lógica sustentados pelo desejo (Soller, 2011, p.65).

Dessa maneira, acreditamos na busca de possíveis saídas para lidar com os ideais de beleza na feminilidade. Trata-se de um movimento fundamental ao fortalecimento do que é particular de cada pessoa, do seu desejo e de sua subjetividade. Assim como, possibilitar um

⁸ Lacan, Televisão (1973, p;508-543)

olhar que transcenda a lógica do consumo e da reprodução dos ideais estabelecidos pelo discurso do capitalismo. Sobretudo, que valorize o singular.

Nas relações humanas a linguagem se inscreve orientando a nossa leitura sobre nós mesmos e sobre o mundo a nossa volta. Quando pensamos na temática da beleza, podemos dizer que a nossa concepção do que é ser belo vem de um Outro, da cultura, das nossas próprias apreensões sobre o mundo. Os discursos oferecem padrões idealizados como sendo aqueles capazes de capturar, garantir o olhar, o desejo do Outro, mas se trata de uma lógica impossível.

6 CONCLUSÕES - A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA BELEZA NA FEMINILIDADE

Este trabalho se utilizou de uma abordagem teórica-conceitual e se orientou pela reflexão e discussão da temática através da apreensão e reconstrução de conceitos teóricos. Acreditamos que o método em questão demonstrou ser mais viável aos objetivos deste trabalho, visto que a pesquisa teórica é classificada como qualitativa. Tal metodologia possui caráter descritivo na compreensão das complexidades e seus significados.

Portanto, destacamos a dimensão subjetiva e das representações culturais que foram abordadas junto ao tema: “A busca pelo corpo perfeito na feminilidade: a lógica fálica no ideal de beleza contemporâneo”. A pesquisa qualitativa foi escolhida pela finalidade de “apreensão e interpretação da relação de significações de fenômenos para os indivíduos e a sociedade utilizando de recursos abertos e flexíveis” (Turato, 2003, 157).

A pesquisa prosseguiu dessa forma articulando a filosofia, sociologia - dentre outros saberes em suas contribuições às relações humanas - aos conceitos psicanalíticos tendo como principais autores Sigmund Freud e Jacques Lacan. Estes em seus escritos fazem referência às questões relativas à constituição psíquica, subjetividade feminina e desenvolvimento sexual, contribuindo assim para o tema referido.

Os períodos da história discutidos neste trabalho apontam para a atemporalidade da temática, uma vez que a humanidade traz em sua história o cultivo do belo, louvando e enaltecendo as mais bonitas formas do corpo feminino em todas as épocas. Sendo assim, se fazem necessários novos estudos para a melhor compreensão deste fenômeno, bem como seus desdobramentos atuais na cultura.

Durante o nosso percurso de pesquisa abordamos o conceito de feminilidade e a lógica fálica, através de uma leitura psicanalítica. Também elucidamos o conceito de corpo em sua construção social. Apresentamos alguns símbolos da cultura relativos ao ideal da beleza contemporânea. Também refletimos sobre o conceito de cultura e da lógica do capitalismo. Para isso, articulamos uma leitura sociológica e filosófica com a psicanálise, conforme o tema em questão e suas interfaces.

Para iniciarmos este trabalho, primeiramente iniciamos a apropriação da leitura, do conhecimento, através da sistematização desse material, a fim de que este pudesse ser analisado e desenvolvido. Além, disso realizamos uma delimitação dos assuntos encontrados em teses, artigos, livros e materiais utilizados enquanto referências.

Tendo em vista a necessidade de um conhecimento aprofundado sobre a temática, assim como um levantamento das obras para um embasamento teórico de peso, selecionamos os materiais para elaboração e revisão do tema.

Após o nosso percurso de apreensão, reflexão dos conceitos e escrita, realizamos as articulações pertinentes a cada discussão. No segundo capítulo, ao discutirmos a inscrição na feminilidade relacionada aos símbolos identitários da cultura, bem como ao fenômeno da busca pelo corpo perfeito, indagamos sobre a pluralização dos símbolos culturais e seus efeitos na posição da feminilidade.

Na feminilidade, toda relação com a própria imagem é atravessada por alguns impasses. Alguns dos sinais que revelam o campo do feminino, se mostram através do andar, da voz, da postura, estes são modos incontestáveis, no entanto não são suficientes para a constituição de uma identidade feminina. Para recorrer ao seu lugar identitário, na feminilidade se utiliza dos adornos que possam torná-la visível (Pommier apud Silva; Rey, 2011, p.563)

Para exemplificar tal questão: Se anteriormente a cultura apresentava símbolos para a identificação da inscrição e posição feminina na sociedade, ou seja, utilizava-se do uso de adornos, do batom, dos sapatos, dos vestidos e acessórios para apresentar alguém que se identificasse na feminilidade, no mundo contemporâneo, a massificação de produtos, os incontáveis procedimentos, as inúmeras cirurgias plásticas, a pluralidade de símbolos teriam efeitos na posição identitária feminina?

Os símbolos fálicos podem aparecer na cultura como aqueles supostamente capazes de tamponar a falta inerente à condição feminina. Em relação ao gozo suplementar, conforme discorreremos ao longo do trabalho, se refere aquele que é infinito, ou seja, não haverá nomeação suficiente para circunscrevê-lo.

No capítulo três, discorreremos sobre o corpo enquanto o palco de atributos sociais. Selecionamos símbolos de relevância mundial na cultura, conforme apresentamos a discussão sobre a Disney e a Mattel, representadas pelas histórias e contos de fadas, bem como ao surgimento da boneca Barbie. Durante a nossa trajetória observamos as concepções sobre o corpo e a beleza feminina, a partir de diferentes momentos históricos.

Uma vez que a relação com o corpo, com a beleza também se relaciona às questões sociais, nas histórias infantis observamos que a presença de protagonismo das personagens,

bem como a sua passividade, se mostrou um fator relevante para cada época, dependendo da compreensão acerca da feminilidade e seus papéis.

Abordamos, no capítulo quatro, a questão da desigualdade de gênero, os modos de discriminação e segregação aos corpos que divergem dos ideais apresentados na cultura. Para isso, discorreremos brevemente a respeito da questão do racismo, da deficiência, da diferença econômica e do movimento corpo livre, como uma tentativa de resistência aos ideais impostos pela lógica do consumo.

Desse modo, observamos em nossa reflexão sobre os estranhamentos dos corpos, a relação do mercado com os corpos dissidentes, aqueles que se distanciam dos padrões estabelecidos, seja pela raça, deficiência, gênero, classe. Embora tais corpos sejam colocados a margem, também se mostram alvos do capitalismo, que apesar dos discursos inclusivos buscam grande lucratividade.

A partir da compreensão das relações de poder que se estabelecem na cultura, bem como ao discurso do capitalista apresentado por Lacan, pudemos compreender que embora o mercado apresente supostas soluções à questão da feminilidade e a sua identidade na sociedade por meio da produção e do oferecimento de objetos e serviços que seduzem por seu suposto valor fálico, a inscrição no feminino marca de modo inerente à sua condição a sua incompletude, bem como o gozo suplementar.

Diante das análises, interpretações, bem como aos desfechos advindos da revisão teórica e conceitual, acreditamos possibilitar uma maior compreensão sobre o fenômeno da busca pelo corpo perfeito na feminilidade. Além disso, refletir sobre a lógica fálica dos ideais de beleza contemporâneo nos permitiu uma visão crítica necessária frente a tais problemáticas da atualidade. Nesse sentido, podendo contribuir para possíveis pesquisas futuras e favorecendo a transformação social.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Elisa de Castro Caldas. **Seja quem você quiser: A evolução publicitária da marca Barbie em relação com o avanço do movimento feminista**. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda). Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2021.
- BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BEAUVOUR, S. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012. Trabalho original publicado em 1949.
- BELL, Daniel. **O advento da sociedade pós-industrial, uma tentativa de previsão social**. São Paulo: Cultrix, 1973.
- BROUSSE, Marie-Hélène. Em direção a uma nova clínica psicanalítica. **Latusa digital**, n 30, ano 4, set. 2007.
- CECHIN, Michelle Bugnera Cruz. O que se aprende com as princesas da Disney? **Revista 0 a 6**, Santa Catarina, v.16, n. 29, jun. 2014.
- CORREA, Pedro Henrique. **Inclusão social no capitalismo: uma análise de economia política sobre a pertença individual ao modo de produção capitalista e sua relação com a deficiência**. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2022.
- CRENSHAW, kimberle. A interseccionalidade na discriminação de raça e gênero. **Revista: Cruzamento: Raça e Gênero**, p. 7-16, 2018.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo, [s.n], 2003. Trabalho original publicado em: 1967.
- ÉSTES, Clarissa Pinkola. **Contos dos irmãos Grimm**. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.
- FERNANDES, Ana Paula Cunha dos Santos; DENARI, Fátima Elisabeth. Pessoa com deficiência: estigma e identidade. **Revista da Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 26, n 50, p.77-89, set./dez. 2017.
- FERNANDES, Maria Helena. **Corpo**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2011.
- FOLBERG, Maria Nestrovski; MAGGI, Noeli Reck. Declínio da função paterna e a dialética da simbolização. **Revista Estilos da Clínica**, São Paulo, v.7, n. 13, fev. 2002.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999. Trabalho original publicado em 1975.
- FREUD, Sigmund. **Novas Conferências Introdutórias sobre a psicanálise e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago, 2018. v 22. Trabalho original publicado em 1932-1936.

FREUD, Sigmund. **O Eu e o ID “Autobiografia e outros textos”**. São Paulo: Companhia das letras, 2011. v 16. Trabalho original publicado em 1923-1925.

GRANT, Walkiria Helena. A mascarada e a feminilidade. **Revista Psicologia da Universidade do Estado de São Paulo**, v. 9, n 2, set. 1998. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001024273>. Acesso em: 13 mar. 2025.

GUATTARI, Felix. **Micropolítica cartografia do desejo**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

KEHL, Maria Rita. **Com que corpo eu vou?** Folha de São Paulo, p. 1-2, 30 de jun. 2002.

KEHL, Maria Rita. **O tempo e o cão a atualidade das depressões**. São Paulo: Boitempo, 2009.

KEHL, Maria Rita. **Deslocamentos do feminino**. São Paulo: Boitempo, 2016.

LACAN, Jacques. **A ética da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988. Trabalho original publicado em 1959-1960.

LACAN, Jacques. **As formações do inconsciente**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. Trabalho original publicado em 1957-1958.

LACAN, Jacques. **Mais Ainda**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996. Trabalho original publicado em 1972-1973.

LACAN, Jacques. **Nomes-Do-Pai**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

LACAN, Jacques. **O avesso da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1992. Trabalho original publicado em 1969-1970.

LACAN, Jacques. **Os escritos técnicos de Freud**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. Trabalho original publicado em 1975.

LACAN, Jacques. **Os escritos técnicos de Freud**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986. Trabalho original publicado em 1953-1954.

LACAN, Jacques. **Os quatro conceitos fundamentais em psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. Trabalho original publicado em 1973.

LAURENT, Carolina. Trabalho Conceitual em Psicologia: Pesquisa ou perfumaria? **Revista Psicologia em Estudo**, Paraná, v. 17, n. 2, jun. 2012.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2007. Trabalho original publicado em 1953.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: Antropologia e Sociedade**. São Paulo: Papyrus, 2008. Trabalho original publicado em 1999.

MAIA, Ana Martha Wilson. **As máscaras d’a Mulher, a feminilidade em Freud e Lacan**. Rio de Janeiro: Marca d’água, 1999.

MARQUES, A. SILVEIRA. A. NAZARÉ, R. FRAGA, R, et al. Revisão bibliográfica das principais complicações cirúrgicas da abdominoplastia estética. **Revista da Sociedade Brasileira de Medicina e Cirurgia Plástica Estética**, Rio de Janeiro, 2013.

MARTINS, Maria Cristina. E a bela dançou: subvertendo o belo feminino dos contos de fadas. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 1, n.24, p. 351 -363, jan./abr. 2016.

MENZAN, Renato. **Freud: A trama dos conceitos**. São Paulo: Perspectiva LTDA, 2013.

MOREIRA Reginaldo *et al.* Quando corpos dissidentes proclamam seus lugares como corpos diz-sonantes. **Revista Ciência e Saúde Coletiva**. v.29, n 7, 2024.

PRECIADO, Beatriz. **Manifesto Contrassexual: práticas subversivas de identidade sexual**, São Paulo, 2014.

ROUDINESCO, Elisabeth; PLON, Michel. **Dicionário de Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

RUARO, Giulia Weiss. **O fenômeno Barbie: História e comunicação**. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SHUCMAN, Lia Vainer. Sim, nós somos racistas: Estudo psicossocial da branquitude paulistana. **Revista Psicologia e Sociedade**, São Paulo, v. 1, n. 26, p. 83-94, 2014.

SILVA, Heloísa Cardoso da; REY, Siloé. A beleza e a feminilidade: Um olhar psicanalítico. **Revista: Psicologia Ciência e Profissão**, Rio Grande do Sul, v. 31, p.554-567, 2011.

SILVA, K. E. Cesário da. **Beleza tem cara e cor? A representação da mulher negra no reposicionamento da marca Seda**. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação e Publicidade) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2020.

SILVA; Tomás Tadeu da *et al.* **Territórios Contestados**. 5ª ed. Rio de Janeiro: 2001, Vozes.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE MEDICINA E CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA. Principais complicações cirúrgicas da abdominoplastia estética. **Revista da SBCPE**, Rio de Janeiro, 2013.

SOLLER, Collete. O discurso capitalista. **Revista Stylus**, n 22, p.55-67. Rio de Janeiro, mai. 2011.

SOLLER, Collete. **Os nomes da identidade**. *In:* Trabalho apresentado na Conferência pronunciada em Rennes no dia 31 de março de 2007, teve lugar no Pólo Oeste da Escola de Psicanálise dos fóruns do campo lacaniano, a título de atividade preparatória para as jornadas sobre o tema: “A identidade em questão”.

SOLLER, Collete. **O que Lacan dizia das mulheres**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

SOUZA, Angélica Silva; OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, Minas Gerais, v. 20, n.43, mar. 2021

TURATO, E, R. Introdução à Metodologia da Pesquisa Clínico-Qualitativa: Definição e principais características. **Revista Portuguesa de Psicossomática**, Porto, v.2, n 1, p. 93-108, jan – jun. 2000.

TURATO, Egiberto Ribeiro. **Tratado da metodologia de pesquisa clínico qualitativa: construção teórico-epistemológica, discussão comparada e aplicação nas áreas da saúde e humanas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

VERCEZE, Flávia Ângelo; CORDEIRO, Silvia Nogueira. Feminilidade não-toda: uma revisão sistemática de literatura. **Revista Tempo psicanalítico**, Rio de Janeiro, v. 51, n.2, p. 140-165, 2019.

VILHENA, Júnia de; MEDEIROS, Sérgio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. **Revista mal-estar e subjetividade**, Fortaleza, v. 5, n. 1, 2005.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: Como as imagens da beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

YOSHIDA, Luzia Aparecida Martins; PEREIRA, Cláudia B, D; SOUZA; Livia M, de. PONCIO KLEIN, Silvana, M, R; CORDEIRO, Silvia, N. Transexualismo: uma visão psicanalítica. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, São Paulo, v. 2, n .4, p. 92-112, abr./ jun. 2001.

JORGE, Marco Antônio Coutinho. **Fundamentos da Psicanálise de Freud a Lacan**. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.

Internet:

ANDRADE, Regina Célia; STELLA, Rita. Pílula Farmacêutica #139: Uso indevido do Ozempic para emagrecimento. *Jornal da Universidade de São Paulo*, 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/podcast/pilula-farmacutica-139-uso-indevido-do-ozempic-para-o-emagrecimento>. Acesso em: 18 ago. 2024.

AS QUATRO (curiosidades sobre Walt Disney que você não sabia). *In: Disney*, 2023. Disponível em: <https://www.disney.com.br/novidades/as-4-curiosidades-sobre-walt-disney-que-voce-nao-sabia> Acesso em: 26 de jun. 2024

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (Brasil). Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo, 2020. [S.L]. Disponível em: <https://abihpec.org.br/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>. Acesso em: 19 ago. 2024.

ATAQUES (contra a filha de Viih Tube e Eliezer “invertem lógica da violência”). *In: Globo*. [S.L]. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2023/11/20/ataques-contra->

filha-de-viih-tube-e-eliezer-invertem-logica-da-violencia-diz-psicanalista.ghtml. Acesso em: 07 fev. 2025.

BARBIE (como o filme se tornou a maior estreia de 2023). *In*: The British Broadcasting Corporation. [S.L]. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c6p0n805rqpo>. Acesso em: 07 mai.2025.

BONECAS (com profissões). *In*:Mattel Shop. [S. L]. Disponível em: <https://shop.mattel.com/pt-br/collections/bonecas-com-profissoes>. Acesso em: 05 de jul. 2024

BONECAS (Fashions). *In*:Mattel Shop. [S. L]. Disponível em: <https://shop.mattel.com/pt-br/collections/bonecas-fashion> Acesso em: 05 jul. 2024

BRASIL. Agência do Governo. **Mulheres ganham 20,7% menos que homens em empresas com mais de 100 funcionários.** [S.L]. Disponível em: <https://agenciagov.etc.com.br/noticias/202409/mulheres-ganham-20-7-menos-que-homens-empresas-mais-100-funcionarios>. Acesso em: 12 jan. 2025.

BRASIL. **Lei Brasileira de inclusão, 13.146.** O que é a tecnologia assistiva? Ministério da Saúde, 2022. [S.L]. Disponível em: O que é Tecnologia Assistiva? — Ministério da Saúde. Acesso em: 7 jan. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Agência Nacional de Vigilância Sanitária reforça riscos do uso de “produtos naturais” irregulares.** Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/anvisa-reforca-riscos-do-uso-de-produtos-201cnaturais201d-irregulares>. Acesso em: 18 agos. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei N°1786/22.** Projeto inclui gordofobia na lei que define crimes resultantes de preconceito de raça e cor. Brasília: Câmara dos Deputados, 12 de set.2024. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/1096470-projeto-inclui-gordofobia-na-lei-que-define-crimes-resultantes-de-preconceito-de-raca-e-cor/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

CASEMIRO, P. Pressão estética, ditadura da beleza e ataque virtuais: o que as críticas ao corpo de Paola Oliveira – e a reação da atriz revelam, 2023. [S.L]. Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/noticia/2023/12/29/pressao-estetica-ditadura-da-beleza-e-ataques-virtuais-o-que-as-criticas-ao-corpo-de-paolla-oliveira-e-a-reacao-em-defesa-da-atriz-revelam.ghtml>. Acesso em: 12 fev. 2024.

CDC (cirurgia Plástica): Escolha o médico, o hospital e o melhor financiamento. *In*: Bradesco. [S.L]. Disponível em: Bradesco - Para Você | CDC Cirurgia Plástica. Acesso em: 13 jan. 2025.

CELEBRE A SEMANA (mundial da princesa com a Disney). *In*: Disney. [S. L]. 2023. Disponível em <https://www.disney.com.br/novidades/celebre-a-semana-mundial-da-princesa-com-o-disney-plus>. Acesso em: 18 jun. de 2024.

CHRIST, Giovana. Betty a feia: novela colombiana ganha continuação depois de 20 anos. Cable News Network Brasil (CNN). [S.L]. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/betty-a-feia-novela-colombiana-ganha-continuacao-depois-de-20-anos/#:~:text=A%20produ%C3%A7%C3%A3o%2C%20derivada%20da%20novela,no%20papel%20de%20Armando%20Mendoza>. Acesso em: 11 mai. 2024.

COMPROMISSO DOVE (pela Beleza Real). *In*: Unilever Brasil. [S.L]. Disponível em: <https://www.dove.com/br/historias-Dove/sobre-Dove/dove-real-beauty-pledge.html>. Acesso em: 2 fev. 2025.

CONHEÇA O POTENCIAL (de mercado da moda plus size). *In*: SEBRAE, 2021. [S.L]. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de-mercado,5e48088ec0467410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 25 fev. 2025.

CONSÓRCIO (para cirurgia bariátrica, como funciona?). *In*: Magazine Luíza, [2022]. [S.L]. Disponível em: Consórcio para cirurgia bariátrica - Consórcio Magalu. Acesso em: 7 jan. 2025.

DOLPHIN (Easy Reader). *In*: Google. [S.L]. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yourdolphin.easyreader>. Acesso em: 10 jan. 2025.

DUNKER, Christian. Como Lacan renovou a psicanálise e a aproximou das ciências humanas. São Paulo, 2021. [S.L]. Disponível em: <https://www.ip.usp.br/site/noticia/como-lacan-renovou-a-psicanalise-e-a-aproximou-das-ciencias-humanas/>. Acesso em: 11 set. 2024.

ENEM (2023: veja exemplo de redação sobre o tema “invisibilidade do trabalho de cuidado realizado pela mulher”). *In*: Globo. [S.L]. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/enem/2023/noticia/2023/11/05/enem-2023-veja-exemplo-de-redacao-sobre-a-invisibilidade-do-trabalho-de-cuidado-realizado-pela-mulher.ghtml>. Acesso em: 15 jan. 2025.

EU SOU BETTY (a feia). Direção: Mario Ribero. [S. L]: Prime Vídeo, 2024. 335 vídeos. Disponível em: https://www.primevideo.com/-/pt_PT/detail/Eu-sou-Betty-a-feia/0N8WNLWPTPTLE1UY02RTMBMZEL. Acesso em: 12 ago. 2024

FANPAGE.IT. Doll test – Os efeitos do racismo em crianças. *In*: Youtube: Vídeo de Luca Iavarone e Raffaello Durso. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CdoqqmNB9JE&t=5s>. Acesso em: 05 mai. 2024.

FIGUEIREDO, Patrícia; VIEIRA, Bárbara Muniz. Mulher que tomou chá emagrecedor morre após rejeição do fígado transplantado. [S.L].Portal de Notícias da Globo (G1), 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/02/04/morre-mulher-que-tomou-cha-emagrecedor-apos-rejeicao-no-transplante-de-figado.ghtml>. Acesso em: 11 ago. 2024.

GODINHO, Isac. Marcas de roupa inclusiva buscam crescer ao dar destaque para a causa, 2023. [S.L]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2023/11/marcas-de-roupa-inclusiva-buscam-crescer-ao-dar-destaque-para-a-causa.shtml>. Acesso em: 11 jan. 2025.

HILÁRIO E ANTI-HOMEM (o que dizem as críticas internacionais sobre filmes da Barbie). *In*: The British Broadcasting Corporation. [S.L]. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cpwyz631ev5o#:~:text=A%20publica%C3%A7%C3%A3o%20brit%C3%A2nica%20Daily%20Mail,da%20fabricante%20de%20brinquedos%20Mattel>. Acesso em: 7 mai. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (Brasil). Pessoas com deficiência têm menor acesso à educação, ao trabalho e a renda. [S.L]. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37317-pessoas-com-deficiencia-tem-menor-acesso-a-educacao-ao-trabalho-e-a-renda>. Acesso em: 7 jan. 2025.

INTRODUCING the new, realistic Barbie: The thigh gap has officially gone. *In: The Telegraph*, 2016. [S.L]. Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/news/shopping-and-consumer-news/12122027/Introducing-the-new-realistic-Barbie-The-thigh-gap-has-officially-gone.html> Acesso em: 22 jul. 2024.

LEITE, Leticia. Skincare barato: monte seu kit por R\$ 50 ou R\$ 100. [S.L]. Disponível em: <https://www.belezanaweb.com.br/loucas-por-beleza/skincare-barato-monte-seu-kit-por-ate-r-100/>. Acesso em: 10 dez. 2024.

MATO GROSSO DO SUL. Tribunal de Justiça. **Comitê de Gênero, Raça e Diversidade**. Cartilha de gênero, raça e diversidade, 2001. Disponível em: https://www5.tjms.jus.br/_estaticos_/sc/publicacoes/cartilha-de-genero-raca-e-diversidade-para-o-portal.pdf. Acesso em: 1 fev. 2025.

O QUE OS ESTUDOS (mostram sobre a relação entre a beleza e o mercado de trabalho). *In: BBC News Brasil*, 2023. [S.L]. Disponível em: [Beleza influencia no trabalho? O que os estudos mostram - BBC News Brasil](https://www.bbc.com/portuguese/health/230113-que-os-estudos-mostram-beleza-influencia-no-trabalho). Acesso em: 13 jan.2025.

OS 30 ANOS (de Alladin: 3 curiosidades sobre o filme que marcou a infância). *In: Disney*, 2022. [S.L]. Disponível em: <https://www.disney.com.br/novidades/os-30-anos-de-aladdin-3-curiosidades-sobre-o-filme-que-marcou-a-infancia>. Acesso em: 12 jun. 2024.

QUEM FOI (a primeira princesa da Disney?). *In: Disney*, 2022. [S. L]. Disponível em: <https://www.disney.com.br/novidades/quem-foi-a-primeira-princesa-da-disney>. Acesso em: 25 jun. 2024.

SÁ, Alvaro. Frontoplastia (lifiting frontal), 2025. [S.L]. Disponível em: [Frontoplastia \(Lifting Frontal\): como funciona? - Dr. Álvaro Sá](https://www.dr-alvarosa.com.br/blog/qual-o-preco-da-lipoaspiracao/). Acesso em: 7 jan. 2025.

SÁ, Alvaro. Mommy Makeover. [S.L]. Disponível: [Mommy Makeover: como funciona e quando devo fazer? - Dr. Álvaro Sá](https://www.dr-alvarosa.com.br/blog/mommy-makeover-como-funciona-e-quando-devo-fazer/). Acesso em: 6 jan. 2025.

SÁ, Alvaro. Qual o preço da lipoaspiração em 2025? [S.L]. Disponível em: <https://dralvarosa.com.br/blog/preco-da-lipoaspiracao/>. Acesso em 19 dez. 2024.

SOBCZAK, Connie; SCOTT, Elisabeth. Our Story, 2025. [S.L]. Disponível em: <https://thebodypositive.org/about-us/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

SOBCZAK, Connie; SCOTT, Elisabeth. Our Work. [S.L]. Disponível em: <https://thebodypositive.org/our-work/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLASTICA (Brasil). Contorno corporal, Lifiting de coxa. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.cirurgioplastica.org.br/cirurgias-e-procedimentos/contorno-corporal/lifiting-de-coxa/> Acesso em: 11 nov. 2023.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA (Brasil). Lipoaspiração. São Paulo: 2017. Disponível em: <https://www.cirurgiaplastica.org.br/cirurgias-e-procedimentos/lipoaspiracao/>. Acesso em: 11 nov. 2023.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA (Brasil). O Brasil ultrapassou os Estados Unidos e se tornou o país que mais realiza cirurgias plásticas no mundo. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.cirurgiaplastica.org.br/page/16/?term=medicina%20esportiva#:~:text=O%20Brasil%20ultrapassou%20os%20Estados,divulgada%20em%20dezembro%20de%202019>. Acesso em: 7 nov. 2023.

TELEPATIX CAA. *In*: Google. [S.L]. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=life.tix.telepatix&hl=pt_BR. Acesso em: 10 jan. 2025.

TUDO BARBIE. *In*: Mattel Shop. [S. L]. Disponível em: <https://shop.mattel.com/pt-br/collections/barbie> Acesso em: 23 jul. 2024.

VICENTINI, C, R, G. Indústria da moda e do entretenimento impacta saúde física e mental da sociedade. *Jornal da Universidade de São Paulo*, 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/industria-da-moda-e-do-entretenimento-impactam-saude-fisica-e-mental-da-sociedade/>. Acesso em: 24 fev. 2025.

WEBBER, Gabrielle. Pode uma pessoa cis sofrer transfobia? O que aprendemos com o caso da boxeadora Argeline Imane Khelif. *Jornal da Universidade de São Paulo*, 2024. Disponível em: [Pode uma pessoa cis sofrer transfobia? O que aprendemos com o caso da boxeadora argelina Imane Khelif – Jornal da USP](#). Acesso em: 05 jan. 2025.