



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DE GRAJAÚ/CCGR
CURSO DE LICENCIATURA EM CIÊNCIAS HUMANAS

DALILA SOUZA DA SILVA

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA BELEZA FEMININA E A PADRONIZAÇÃO NO
FILME BARBIE (2023)**

Grajaú - MA
2026

DALILA SOUZA DA SILVA

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA BELEZA FEMININA E A PADRONIZAÇÃO NO
FILME BARBIE (2023)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao curso de Graduação de Licenciatura em
Ciências Humanas/Geografia, da Universidade
Federal do Maranhão, como requisito para
obtenção de grau de licenciada.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Rosimary Gomes
Rocha

Grajaú - MA
2026

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Silva, Dalila Souza da.

A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA BELEZA FEMININA E A PADRONIZAÇÃO
NO FILME BARBIE 2023 / Dalila Souza da Silva. - 2026.
58 f.

Orientador(a): Rosimary Gomes Rocha.

Monografia (Graduação) - Curso de Ciências Humanas -
Geografia, Universidade Federal do Maranhão, Grajaú - Ma,
2026.

1. Beleza Feminina. 2. Filme Barbie (2023). 3. Redes
Sociais. I. Rocha, Rosimary Gomes. II. Título.

DALILA SOUZA DA SILVA

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA BELEZA FEMININA E A PADRONIZAÇÃO NO
FILME BARBIE (2023)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao curso de Graduação de Licenciatura em
Ciências Humanas/Geografia, da Universidade
Federal do Maranhão, como requisito para
obtenção de grau de licenciada.

Aprovado em: 05/ 08 /2026

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dra. Rosimary Gomes Rocha (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão

Prof^ª. Dra. Rutileia Lima Almeida (Examinadora)
Instituto Federal do Maranhão

Prof. Dr. Luís Félix de Barros Vieira Rocha (Examinador)
Universidade Federal do Maranhão

À minha irmã, Daniela Souza, que foi minha maior incentivadora desde o início desta jornada. Obrigada por acreditar em mim quando eu ainda tinha dúvidas, por me dar força e por estar sempre ao meu lado. Amo-te hoje e para sempre.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por sua infinita bondade e por ter me sustentado durante todos os dias desta caminhada. Nos momentos de dificuldade, foi nele que encontrei força, sabedoria e esperança para seguir em frente e vencer cada desafio ao longo dessa jornada.

Aos meus pais, Luiz Francisco e Edna Souza, por todo o amor, cuidado, dedicação e pelos inúmeros esforços para que eu me tornasse quem sou hoje. Obrigada pelos ensinamentos, pelos valores transmitidos por me ensinarem o valor da educação, da perseverança e da honestidade.

Expresso meu carinho aos meus irmãos, Daniela, Estevão, Emanuel e Reginaldo. Deixo também um agradecimento especial à minha tia Osana, pelo cuidado e apoio constantes. E aos meus avós, pelo amor, pelas orações e por todo o exemplo de vida.

Ao meu companheiro, Rogério Costa, por caminhar ao meu lado durante essa trajetória, pela paciência, compreensão, incentivo e por estar presente nos momentos mais desafiadores. Seu apoio foi essencial para que eu chegasse até aqui.

À minha amiga Bianca Taline Gomes, que compartilhou comigo essa caminhada desde o início da graduação, dividindo aprendizados, desafios, angústias e conquistas. Obrigada por tudo o que aprendi com você, pelo companheirismo e por tornar os desafios mais leves. Sua amizade foi um dos maiores presentes que a Universidade me proporcionou e ocupará sempre um lugar especial em mim.

Sou grata também à minha amiga Nauane e a toda sua família, que me acolheram com tanto carinho quando me mudei para Grajaú - MA. A hospitalidade, o cuidado e o apoio de vocês fizeram com que eu me sentisse em casa.

A minha orientadora, professora Rosimary Gomes Rocha, pela confiança, dedicação e orientação ao longo da construção deste trabalho. Agradeço pelas valiosas contribuições, pela paciência, e por compartilhar seus conhecimentos, que foram fundamentais para o desenvolvimento desta pesquisa e para o meu crescimento acadêmico.

Ao Programa de Educação Tutorial (PET), que transformou minha trajetória acadêmica e pessoal no campus. Agradeço aos tutores que passaram pelo programa Antônia Leal, Ubiratane Rodrigues e ao atual Marcos Nicolau, pelos ensinamentos, incentivos e oportunidades proporcionadas. Aos petianos que me acolheram quando ingressei no grupo, em 2022, e aos que chegaram posteriormente, por todas as experiências compartilhadas. Em especial, a Égila Assunção, amizade que o PET me presenteou, obrigada por sua amizade, pelo apoio e por todos os momentos de alegria e aprendizados.

Um reconhecimento à psicóloga da Universidade, Lizandra, pelo acolhimento e escuta atenta. Sua contribuição foi fundamental para que eu não desistisse e seguisse em frente com mais equilíbrio e confiança.

Às professoras Caroliny Lima e Renata Lima, pelas valiosas sugestões, orientações e ideias compartilhadas durante a pesquisa para a construção deste Trabalho de Conclusão de Curso, contribuindo significativamente para o desenvolvimento desta pesquisa.

À minha turma de ingresso, 2022.2, pelos momentos de aprendizado, amizade e companheirismo vividos ao longo da graduação. De maneira especial, presto uma homenagem ao nosso colega Avenildo Aquino, cuja memória permanece viva entre todos que tiveram o privilégio de conhecê-lo.

Por fim agradeço a Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de Grajaú/MA por me proporcionar uma formação gratuita e de qualidade, bem como as oportunidades de crescimento acadêmico, profissional e pessoal.

Uma fixação cultural na magreza feminina não é uma obsessão com a beleza feminina, mas uma obsessão com a obediência feminina.

(Naomi Wolf)

RESUMO

Este trabalho analisa a construção social da beleza feminina e a padronização estética contemporânea, utilizando o filme *Barbie* (2023) como objeto de estudo. A pesquisa investiga como padrões de beleza são reproduzidos pela mídia e redes sociais, impactando identidades e percepções corporais. A metodologia articula análise do filme *Barbie*, revisão bibliográfica, pautada em conceitos como "capital simbólico" e "mito da beleza" e aplicação de questionários para um total de 30 estudantes mulheres da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Centro de Ciências de Grajaú/MA. A análise do filme revela que é utilizada a perfeição de Barbieland como uma crítica irônica da cultura da aparência e das redes sociais. Os resultados indicam que a humanização da protagonista, marcada pela aceitação de imperfeições físicas e do envelhecimento, simboliza uma ruptura com as normas socioculturais, deslocando a beleza do campo da aparência plástica para o campo da experiência humana e da autenticidade. Em se tratando da pesquisa junto a mulheres na UFMA/CCGR, os resultados evidenciam que 96,7% das participantes reconhecem que a aparência influencia a valorização social da mulher, identificando a magreza estilo Barbie como um padrão hegemônico. Observa-se a atualização dos mecanismos de busca pelo corpo ideal via medicalização estética, com 90% das entrevistadas conhecendo fármacos como Ozempic e Mounjaro por meio das redes sociais. Conclui-se que, embora os padrões de beleza funcionem como dispositivos de controle da autoestima, emergem movimentos de resistência em defesa da diversidade. O estudo contribui para o debate sobre o corpo, gênero e cultura na contemporaneidade.

Palavras-chave: Beleza feminina; Filme *Barbie* (2023); Redes sociais; Medicalização do corpo

ABSTRACT

This study analyzes the social construction of female beauty and contemporary aesthetic standardization, using the film *Barbie* (2023) as its object of study. The research investigates how beauty standards are reproduced by media and social networks, impacting identities and body perceptions. The methodology combines a literature review—grounded in concepts such as "symbolic capital" and the "beauty myth"—with field research involving a questionnaire administered to 30 students at the Federal University of Maranhão (UFMA), Grajaú campus. Analysis of the film reveals that it uses the perfection of Barbieland as an ironic critique of the culture of appearances and social media. The results indicate that the protagonist's humanization—marked by the acceptance of physical imperfections and aging—symbolizes a break with sociocultural norms, shifting beauty from the realm of artificial appearance to that of human experience and authenticity. The results show that 96.7% of participants acknowledge that appearance influences the social valuation of women, identifying "Barbie-style thinness" as a hegemonic standard. A shift in the pursuit of the ideal body toward aesthetic medicalization is observed, with 90% of respondents learning about drugs like Ozempic and Mounjaro through social media. The study concludes that, although beauty standards function as mechanisms for controlling self-esteem, movements of resistance advocating for diversity are emerging. This work contributes to the contemporary debate on the body, gender, and culture.

Keywords: Female beauty; *Barbie* movie (2023); social media; Medicalization of the body

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1- Práticas das participantes de atividades físicas.....	46
Gráfico 2- Quais atividades são praticadas.....	46
Gráfico 3- Principais objetivos da prática de atividade física.....	46
Gráfico 4- Quem mais valoriza padrões corporais.....	46
Quadro 1- Caracterização das participantes por faixa etária	41

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 A CONSTRUÇÃO HISTÓRICA E CULTURAL DOS PADRÕES DE BELEZA FEMININA	14
1.1 <i>O papel da mídia e das redes sociais</i>	<i>19</i>
1.2 <i>Ideais estéticos midiáticos</i>	<i>21</i>
2 O FILME BARBIE (2023) E A CULTURA DA BELEZA PADRONIZADA.....	26
2.1 <i>A lógica da magreza e da juventude como forma de pertencimento</i>	<i>33</i>
2.2 <i>O consumismo exacerbado</i>	<i>35</i>
2.3 <i>A correlação entre beleza e autoestima: a autoimagem negativa e seus reflexos</i>	<i>37</i>
3 PERCEPÇÃO DE UNIVERSITÁRIAS SOBRE OS PADRÕES DE BELEZA FEMININA E A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS.....	41
3.1 <i>Caracterização das participantes</i>	<i>41</i>
3.2 <i>Uso de mídias sociais e padrões de beleza</i>	<i>42</i>
3.3 <i>Prática de atividades físicas e seus objetivos</i>	<i>45</i>
3.4 <i>Conhecimento sobre medicamentos para emagrecimento e a influência da pressão estética</i>	<i>49</i>
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS	55

INTRODUÇÃO

A afinidade por essa temática surgiu inicialmente de vivências pessoais e acadêmicas que, ao longo dos anos, me fizeram questionar a forma como as mulheres constroem a percepção de si mesmas. Pois, desde muito jovem, cresci imersa em discursos sobre corpo, beleza e feminilidade que, de maneira sutil ou mesmo de forma direta, ditavam como eu deveria ser para ser aceita: bonita, magra, feminina, bem cuidada, obediente, silenciosa e submissa.

Ao entrar na adolescência, as exigências em relação ao corpo tornaram-se ainda mais evidentes, embora eu fosse uma adolescente magra, isso não significava pertencimento aos padrões de beleza valorizados naquele contexto. Meninas de 12 ou 15 anos que apresentavam corpos semelhantes ao de mulheres adultas eram constantemente apontadas como exemplos de beleza, enquanto características como cabelos lisos e determinados traços físicos eram valorizados como símbolos do feminino ideal. Aos poucos, compreendi que não bastava possuir uma única característica considerada desejável, os critérios de aceitação eram constantemente redefinidos e pareciam sempre inalcançáveis. Com o passar do tempo, percebi que esses padrões me acompanhavam desde a infância e apenas assumiram novas formas em cada fase da vida. A cada etapa surgia uma nova exigência, um novo modelo de feminilidade e uma nova expectativa sobre como eu deveria ser, alimentando um sentimento permanente de inadequação.

Na chegada à universidade, imaginei que as cobranças relacionadas à aparência iriam perder espaço diante das novas experiências e responsabilidades acadêmicas, no entanto, elas apenas assumiram novas formas, agora intensificadas pelas redes sociais. A comparação tornou-se ainda mais frequente, impulsionada por imagens cuidadosamente produzidas, filtros e influenciadoras que pareciam representar um ideal de beleza cada vez mais distante da realidade. Além disso, quando iniciei meus treinos na academia passei a observar a popularização de medicamentos voltados para o emagrecimento em que o assunto é frequentemente citado nas conversas como uma solução rápida para o chamado corpo “ideal”.

Hoje compreendo que essas experiências não fizeram parte apenas da minha trajetória, mas refletem uma realidade compartilhada por inúmeras mulheres, cujos corpos são constantemente observados, comparados e julgados. A partir dessas experiências e observações no meio acadêmico e social despertou em mim o interesse em compreender de que forma os padrões de beleza são construídos, reproduzidos e naturalizados na sociedade.

Foi no contexto da graduação na disciplina de Antropologia Filosófica com o professor doutor Ubiratane de Moraes Rodrigues, na qual lemos um artigo intitulado *À situação e os mitos*

da mulher a partir de Simone de Beauvoir da autora Gabriela do Espírito Santo Marchiori (2020) que me fez rever e repensar como essa situação é comum com todas as mulheres, ainda que vivenciadas de formas distintas, compreender que a pressão estética não é apenas uma parte de mim como ser individual, mas um fenômeno social que se impõe sobre nós de maneira histórica. Comecei a perceber que aquilo que por muito tempo interpretei como limitação pessoal era, na verdade, resultados de padrões culturais construídos e reforçados diariamente por pessoas próximas, pelas mídias, instituições e os discursos sociais. E ao buscar referências acadêmicas para discernir do que viria ser esta pesquisa sobre mulheres, sobre beleza e o mundo feminino, foi me sugerido por uma amiga que deveria assistir ao filme dirigido por Greta Gerwig, pois talvez encaixasse no que eu buscava para esse projeto, e esse foi o ponto chave para que esse processo de escrita e pesquisa viesse a finalmente fluir. Com isso, a temática da construção social da beleza feminina tornou-se não apenas um interesse acadêmico, mas uma urgência pessoal.

O estudo da beleza feminina sob uma perspectiva crítica é essencial para compreender os mecanismos sociais e culturais que moldam o corpo e o comportamento das mulheres. Assim, a relevância deste trabalho reside na necessidade de desconstruir os padrões normativos que sustentam o ideal de beleza como sinônimo de valor pessoal. A escolha do filme se deu por ser possível discutir a partir dele os padrões de beleza. Ao integrar teoria e análise cultural, esta pesquisa pretende evidenciar que o debate sobre a beleza feminina ultrapassa a dimensão estética, configurando-se como uma questão política e identitária. O corpo da mulher, historicamente disciplinado e objetificado, torna-se também um campo de resistência e ressignificação. Nesse sentido, a pesquisa que aqui apresento, visa por meio do filme *Barbie* (2023), analisá-lo não apenas como uma obra cinematográfica, mas como um fenômeno sociocultural que traduz as tensões entre o ideal e o real, entre o consumo e a emancipação, entre o feminino imposto e o feminino vivido.

Dessa forma, o objetivo geral desta pesquisa é investigar como os discursos midiáticos que moldam os padrões de beleza influenciam a constituição da identidade e da autoestima feminina, considerando as implicações psicossociais e culturais dessa influência, bem como as práticas de resistência e reapropriação de si, desenvolvidas pelas mulheres. Para isso, a pesquisa visa discutir dentro dos objetivos específicos, a construção histórica e cultural dos padrões de beleza feminina a partir das contribuições teóricas dos estudos de gênero e das metodologias feministas; examina o papel da mídia e das redes sociais na manutenção de ideais estéticos e comportamentais dirigidos às mulheres; e, analisa o filme *Barbie* (2023) como representação simbólica das tensões entre idealização e emancipação feminina.

Uma parte importante da investigação será dedicada a explorar as estratégias que mulheres estão adotando para resistir a essas pressões sociais. Muitas estão começando a desafiar os padrões impostos pela sociedade, promovendo movimentos de aceitação e celebração das suas singularidades. Importante destacar que a pesquisa não apenas busca compreender os efeitos negativos da pressão estética, mas também iluminar o caminho para uma transformação social positiva, onde as mulheres possam se sentir empoderadas e confortáveis em suas próprias peles, independentemente dos padrões convencionais de beleza.

Ao longo da investigação utilizamos a abordagem qualitativa, bem como, aplicação de um questionário que foi direcionado a estudantes de graduação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) Centro de Ciências de Grajaú/CCGR, pertencentes ao curso de Ciências Humanas/Geografia e Ciências Naturais/Química, em diferentes turmas do curso, buscando compreender suas percepções acerca dos padrões de beleza feminina, da influência das mídias sociais e do uso de medicamentos para emagrecimento, os dados obtidos foram analisados de forma descritiva e utilizados como complemento à discussão teórica, como forma de examinar empiricamente o que está posto nas abordagens teóricas focadas em autores/as que discutem a construção social da beleza e as implicações disso para as mulheres em termos de identidade, comportamento e autoestima.

A revisão bibliográfica proposta, tem a finalidade de oferecer uma compreensão crítica dos impactos da construção social da beleza sobre as mulheres, não só do ponto de vista psicossocial, mas também sociocultural e histórico e, ao mesmo tempo, relacionar ao conteúdo do filme *Barbie* (2023) a partir de categorias teóricas. Essa análise permitiu a elaboração de uma revisão crítica e aprofundada sobre como a construção social da beleza feminina e subjetividade no filme *Barbie* (2023) é discutida ao destacar a influência da mídia, da cultura popular e das normas de gênero na constituição da percepção que as mulheres têm de si mesmas.

Assim, a relevância deste estudo reside no fato de que a estética feminina, vai muito além de uma questão individual, constitui um fenômeno político e social que organiza comportamentos, molda identidades e reproduz desigualdades de gênero. Neste cenário, surge o seguinte questionamento central: De que maneira o filme *Barbie* (2023) problematiza os padrões de beleza e revela os efeitos da construção social da estética feminina sobre a padronização e a autoestima das mulheres na contemporaneidade?

1 A CONSTRUÇÃO HISTÓRICA E CULTURAL DOS PADRÕES DE BELEZA FEMININA

A construção histórica dos padrões de beleza feminina pode ser compreendida a partir de marcos teóricos que evidenciam a relação entre estética, poder e contexto social. Nesse sentido a obra *O Mito da Beleza*, publicada originalmente em 1992, escrita pela autora Naomi Wolf, surge como um importante referencial para a compreensão das transformações ocorridas no final do século XX. Período esse marcado pelo avanço dos direitos das mulheres e pela ampliação de sua inserção no mercado de trabalho e na vida pública, no qual se observa o fortalecimento de novas formas de controle simbólico. Conforme argumenta a autora, à medida que as mulheres conquistam maior autonomia, intensificam-se as exigências relacionadas à aparência, funcionando como mecanismo de contenção dessas conquistas Wolf (2018).

Na releitura da obra, publicada em 2018, esse diagnóstico é atualizado para o contexto do século XXI, evidenciando que estes mecanismos não apenas persistem, mas se aprimoram diante das transformações tecnológicas midiáticas. A cultura da imagem, impulsionada pela globalização e pelo avanço das mídias digitais, amplia a circulação de padrões estéticos e intensifica a vigilância sobre os corpos femininos. Agora, esse processo atinge níveis ainda mais complexos, especialmente com a centralidade das redes sociais na construção da identidade. A exposição constante, a comparação visual e a busca por validação dos padrões de beleza, evidenciam a permanência de uma lógica histórica de regulação feminina, ainda que sob novas formas e discursos. Longe de ser uma característica natural ou universal, a beleza opera como um dispositivo normativo que define o que é considerado desejável, aceitável e legítimo para o corpo da mulher. Tal normatização estética, conforme apontam Narvaz e Koller (2006), articula-se a partir da estrutura patriarcal e da lógica capitalista, convertendo o corpo feminino em objeto de controle, vigilância e consumo.

Wolf (2018) aprofunda essa análise ao demonstrar que os padrões estéticos não surgem de forma inocente ou espontânea, mas funcionam como um sistema político que se intensifica à medida que as mulheres conquistam maior autonomia social. Para a autora, o mito da beleza não é sobre mulheres, é sobre instituições masculinas e o poder institucional que eles exercem. Assim, a exigência estética atua como uma relação conservadora que busca conter os avanços femininos, deslocando a opressão do campo legal para o simbólico e corporal. Ao longo da história, diferentes contextos culturais produziram representações diversas do feminino. Contudo, é na modernidade e, sobretudo, na contemporaneidade que a estética corporal assume papel central na constituição da identidade feminina. Segundo Veiga (2006), a beleza, antes

concebida como atributo natural, transforma-se em mercadoria, subordinada às dinâmicas do mercado e da indústria da beleza. Esse processo, como aponta Wolf (2018), faz com que a aparência se torne um critério fundamental de valor social, produzindo sentimentos contínuos de inadequação e fracasso nas mulheres que não conseguem corresponder a ideias estéticas inatingíveis. Nesse sentido, a busca incessante por um corpo considerado “perfeito” se revela como uma exigência social que associa sucesso, reconhecimento e pertencimento.

Pensar o que se entende por “corpo perfeito” ou “corpo ideal” implica reconhecer que tais noções não são naturais, mas são socialmente construídas e atualizadas continuamente. Com o decorrer do tempo, diferentes atributos corporais passaram a ser valorizados como critérios de aceitação social, compondo padrões estéticos que incidem de forma desigual sobre as mulheres. Em determinados contextos, o ideal feminino esteve associado à magreza extrema, à branquitude e a traços eurocêntricos, como cabelos lisos e claros. Em outros momentos, passaram a ser valorizados corpos mais curvilíneos, abdomens definidos, musculatura aparente e uma estética corporal que remete a ideia de saúde, disciplina e desempenho físico.

Na abordagem sociológica de Émile Durkheim, esses padrões de beleza podem ser entendidos pelos fatos sociais, isto é, normas coletivas exteriores ao indivíduo que exercem força coercitiva ao orientar modos legítimos de agir e se apresentar. Para Durkheim (2007), essas normas moldam maneiras de pensar e sentir, se impondo independentemente da vontade individual. Um exemplo atual pode ser observado na crescente popularização das corridas de rua. Inicialmente associadas à prática esportiva e a promoção da saúde, essas atividades passaram a representar também um estilo de vida socialmente valorizado. A ampla divulgação de maratonas, desafios esportivos e eventos coletivos impulsionados pelas redes sociais, contribuem para que a participação nessas práticas seja percebida como um símbolo de disciplina, bem-estar e pertencimento. Muitos indivíduos aderem às corridas não apenas por uma decisão estritamente pessoal, mas também pela influência das expectativas e valores compartilhados socialmente. Esse fenômeno passou também a ser associado à busca por um corpo magro, que nem sempre é saudável, mas que é considerado ideal, que reforça as expectativas sociais sobre aparência e desempenho físico.

E, diante dessa perspectiva, Marcel Mauss (2003) destaca que o corpo é socialmente produzido por meio das técnicas do corpo, práticas aprendidas que definem modos de andar, vestir, falar e ocupar espaço. O autor argumenta que essas técnicas, naturalizadas no cotidiano, revelam que o modo como usamos o corpo é resultado de imposições e aprendizados coletivos. Portanto, no sentido sociológico, “padrão” se refere a qualquer regra ou expectativa social que organiza comportamentos. Já o “padrão de beleza” é um tipo específico de padrão, direcionado

ao corpo e a aparência, definindo o que é considerado aceitável ou desejável em critérios de beleza.

Na contemporaneidade, observa-se a coexistência de múltiplos modelos corporais idealizados, frequentemente divulgados pelas mídias e redes sociais, como o corpo “sarado”, o corpo “fitness”, o corpo “bronzado” e o corpo “jovem”, todos atravessados por exigências de controle e investimento constante. Ainda que esses modelos apresentem diversidade, eles mantêm em comum a lógica da normalização estética, na qual determinados corpos são reconhecidos como desejáveis, enquanto outros são marginalizados ou inviabilizados. Wolf (2018) argumenta que esse mecanismo gera um estado permanente de ansiedade e autovigilância, na qual as mulheres internalizam a crença de que seus corpos precisam ser constantemente corrigidos, aperfeiçoados e disciplinados. O corpo feminino, assim, converte-se em um projeto interminável, sempre em falta e sempre em construção.

Nascimento e Silva (2014) destacam que, na pós-modernidade, a subjetividade feminina é moldada pela chamada “sociedade do espetáculo”, em que o ser mulher é mediado pela imagem. Essa análise dialoga diretamente com Wolf (2018), que identifica na mídia um dos principais instrumentos de disseminação do mito da beleza. As representações midiáticas, ao veicularem padrões estéticos idealizados, reduzem o feminino à aparência, transformando a beleza em capital simbólico e o corpo em vitrine de valores sociais. Nessa perspectiva, a beleza passa a operar como forma de poder socialmente reconhecida, ainda que naturalizada e pouco percebida como mecanismo de dominação.

O poder simbólico, poder subordinado, é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder: só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação(...) (Bourdieu, 2002, p. 15).

Diante disso, a beleza, quando socialmente legitimada, passa a funcionar como capital simbólico, produzindo efeitos concretos na vida das mulheres sem se apresentar como uma forma explícita de violência. Essa dinâmica se intensifica no contexto contemporâneo, marcado pela centralidade das redes sociais e pela consolidação da cultura da imagem. As mulheres enfrentam uma pressão constante para se conformar a padrões estéticos excludentes, que impactam diretamente sua identidade e autoestima. Para Wolf (2018), a comparação visual incessante não apenas fragiliza a autoimagem feminina, mas também desloca a energia emocional e intelectual das mulheres para a gestão da aparência, afastando-as de outras formas de realização pessoal e coletiva.

Valeska Zanello (2018), em *Saúde mental, gênero e dispositivos culturais*, contribui para essa discussão ao analisar como os dispositivos sociais regulam comportamentos e expectativas de gênero, especialmente no que se refere à estética feminina. A autora afirma que a imposição de padrões de beleza produz uma insatisfação crônica, enraizada em um sistema de valores que mede o valor da mulher pela sua aparência. Esse diagnóstico converge com a análise de Wolf (2018), que compreende a insatisfação corporal como um elemento estrutural do mito da beleza, necessário para a manutenção de uma indústria que lucra com a promessa constante de transformação. Zanello (2018) demonstra que a pressão estética não permanece apenas no plano externo, mas é incorporada à autoimagem feminina, orientando decisões cotidianas, relações interpessoais e projetos de vida. Wolf (2018) reforça essa ideia ao afirmar que a beleza passa a funcionar como uma forma de disciplina internalizada, fazendo com que as mulheres se percebam a partir do olhar do outro, em um regime permanente de autovigilância.

A institucionalização da beleza se manifesta também na exclusão simbólica das mulheres que não se enquadram nos padrões dominantes. Zanello (2018) denomina esse fenômeno como estar “fora da prateleira do amor” expressão que evidencia como determinados corpos são socialmente valorizados enquanto outros são sistematicamente desqualificados no campo do reconhecimento afetivo e social. E esclarece:

(...) Essa prateleira é profundamente desigual e marcada por um ideal estético que, atualmente, é branco, louro, magro e jovem. Trata-se de uma configuração cuja construção histórica foi impulsionada pelo crescimento do individualismo e do capitalismo. (Zanello, 2018, p. 80).

A crítica de Zanello também evidencia que esse ideal não é um padrão corporal, mas um padrão inflexível. Ao privilegiar características associadas à branquitude, a sociedade contribui para que as mulheres negras e indígenas tenham sua beleza constantemente questionadas ou invisibilizadas. Conforme destaca Sueli Carneiro (2003), o racismo produz impactos profundos na subjetividade das negras, interferindo na construção da autoestima e do reconhecimento social. No caso das mulheres indígenas, essa lógica também se relaciona a processos históricos de apagamento e estereotipação de suas identidades e corpos, que frequentemente são representados a partir de perspectivas externas e distantes de suas próprias experiências. Nesse sentido, discutir os padrões de beleza exige considerar que eles não atingem todas as mulheres da mesma maneira, sendo atravessados por raça, etnia e pelas diferentes formas de pertencimento e representação social. Consequentemente, estar “fora da prateleira do amor” significa ocupar uma posição de marginalização simbólica, na qual o acesso ao afeto,

ao desejo e a validação social torna-se restrito. Essa exclusão, contudo, não se limita às relações íntimas, mas atravessa diferentes dimensões da vida social, impactando o mundo do trabalho, as relações interpessoais e a autoestima das mulheres. Nesse sentido, Wolf (2018) amplia essa discussão ao demonstrar que os padrões de beleza funcionam como mecanismos de controle e violência simbólica, reforçando desigualdades de gênero historicamente construídas. De forma contundente, Wolf explicita o caráter violento desse processo ao afirmar:

Quando uma mulher é forçada a se enfeitar para conseguir ser ouvida, quando ela precisa de boa aparência para proteger a sua identidade, quando passa fome para manter o emprego, quando precisa conquistar um amante para cuidar dos filhos, é exatamente isso o que faz com que a ‘beleza’ doa (Wolf, 2018, p. 287)

Tal reflexão evidencia que a beleza, longe de ser um atributo neutro, atua como um campo de disputa simbólica. Se, por um lado, funciona como instrumento de dominação e normatização dos corpos femininos, por outro, pode tornar-se espaço de resistência e reconfiguração identitária. Assim, a estética ultrapassa o domínio do visual e inscreve-se nos âmbitos político, psicológico e existencial, revelando-se central para a compreensão das experiências femininas na sociedade contemporânea. Essa construção histórica e cultural dos padrões de beleza feminina encontra ressonância na cultura popular contemporânea, especialmente no cinema e no cenário televisivo, que atua como importante mediador simbólico desses ideais. Em um episódio do Big Brother Brasil 26, a participante Ana Paula afirmou:

A mulherada se sentindo bem com qualquer tipo de corpo e o que fizeram? Vamos colocar elas na caixinha de novo porque estão com poder demais! E aí veio essa coisa da magreza de novo. Porque a mulher tá muito livre e muito contente com o que elas são. E o que acontece? Os feminicídios sobem na mesma escala, porque os homens começam a ficar muito degradados porque a mulherada tá feliz livre e falando não, e matam a gente. O número de agressões sobre feminicídio sobe a partir do momento em que a gente se sente um pouco mais livre. Aí tudo tem que voltar, porque os homens sempre tiveram medo das mulheres: sejam elas bruxas, sejam elas livres (Big Brother Brasil 26, 2026).

A fala não é utilizada aqui como evidência de que os homens, de maneira geral, atuem para controlar ou silenciar as mulheres, mas como uma manifestação discursiva que permite observar como determinadas relações entre liberdade feminina, padrões corporais e violência de gênero são interpretadas no debate público contemporâneo. Podemos compreender como uma manifestação um debate que ultrapassa a questão da aparência e envolve a autonomia das mulheres sobre seus próprios corpos. Ao relacionar a valorização de diferentes tipos de corpos a liberdade feminina, a participante evidencia como a aparência continua presente nas discussões sobre o lugar social ocupado pelas mulheres.

Essa reflexão mostra que a pressão estética não é algo por acaso, mas um jeito de tentar segurar a nossa independência. É como se, conforme as mulheres ganham voz e se sentem mais seguras, o sistema reagisse criando regras sobre como devemos parecer, justamente para manter um controle sobre a vida das mulheres. O padrão de beleza vira, então, uma ferramenta política para tentar frear essa libertação. Percebe-se, assim, que o controle sobre o corpo feminino e os padrões de beleza não são neutros, mas estão relacionados às formas como as relações de poder e a autonomia das mulheres são construídas socialmente. O filme *Barbie* (2023), por exemplo, surge como uma representação significativa dessas tensões ao colocar em evidência os ideais estéticos femininos e suas implicações na constituição da vivência das mulheres.

1.1 O papel da mídia e das redes sociais

As redes sociais tornaram-se um dos principais espaços de sociabilidade e construção de identidade atualmente. Como destaca Oliveira *et al* (2024)

Um dos aspectos mais insidiosos do impacto da mídia na autoestima é a promoção de padrões de beleza frequentemente irreais. A indústria da beleza e da moda, através de comerciais, editoriais de revistas e influenciadores digitais, propaga imagens de mulheres que se encaixam em uma norma de beleza estreita e altamente filtrada. Muitas vezes, essas imagens são editadas digitalmente, criando um padrão que não reflete a diversidade da experiência humana(..). (Oliveira *et al*, 2024, p. 4-5).

Com a expansão das tecnologias digitais, o corpo feminino passou a ocupar o centro da cultura da imagem, sendo constantemente exibido, comparado e avaliado. Essa exposição, embora pareça representar liberdade e expressão individual, revela-se um campo de controle cultural e de reafirmação de padrões estéticos e comportamentais. De acordo com Campos, Faria e Sartori (2019), as redes sociais, especialmente o Instagram, aplicativo criado em 2010 por Kevin Systrom (americano) e Mike Krieger (brasileiro), exercem influência direta sobre a subjetividade feminina, pois operam segundo uma lógica de visibilidade e aprovação.

O like, o número de seguidores e os comentários funcionam como marcadores de valor pessoal. Nessa dinâmica, a mulher é simultaneamente produtora e consumidora de sua própria imagem. O corpo, antes compreendido principalmente como dimensão da experiência individual, passa a ser tratado como um projeto continuamente aperfeiçoado, editado e exibido. Nesse cenário, os meios de comunicação e as plataformas digitais assumem um papel central na disseminação da produção e divulgação desses padrões, funcionando como agentes sociais que orientam formas de apresentação e reconhecimento social. Assim, a mídia atual se torna um espaço privilegiado de reprodução e intensificação de normas estéticas, especialmente entre jovens.

Com o avanço das mídias sociais, especialmente do Instagram, plataforma bastante utilizada por adolescentes, as referências visuais presentes nesse espaço passam a influenciar a forma como esses jovens apresentam seus corpos e constroem sua imagem. Isso pode ser percebido em escolhas relacionadas ao vestuário, à maquiagem, ao cabelo e à própria exposição nas redes sociais. A busca por aprovação e validação externa, expressa por meio de curtidas e comentários, pode reforçar determinadas concepções sobre beleza e feminilidade, influenciando comportamentos e formas de apresentação, como o modo de se vestir, de usar o cabelo e de expor o próprio corpo.

As autoras Campos, Faria e Sartori (2019), destacam que essa forma de exposição está relacionada à “cultura da estética”, em que a aparência se confunde com a identidade. A imagem digital, mediada por filtros e recursos tecnológicos, produz uma versão idealizada de si, muitas vezes distante da realidade. Essa prática reforça o ciclo de comparação e insatisfação, fenômeno que Zanello (2018) descreve como um dos efeitos mais nocivos dos dispositivos de gênero contemporâneos. A autora observa que, nas redes sociais, as mulheres são levadas a se submeter a um olhar constante, interiorizando o papel de objeto e buscando aprovação externa para validar seu valor e pertencimento.

Nessa lógica, o corpo feminino passa a ser gerido como um capital simbólico. Esse processo de regulação do feminino torna-se ainda mais intenso na modernidade com a centralidade das redes sociais na produção de imagens e narrativas sobre o corpo. A busca pela validação externa se torna um aspecto central da identidade feminina, levando muitas a questionarem seu valor pessoal. Esse fenômeno se torna ainda mais alarmante à medida que as redes sociais, especialmente o Instagram e o TikTok, tornaram-se plataformas centrais na disseminação de padrões de beleza e na construção da identidade feminina. Assim, as plataformas digitais não apenas refletem os padrões existentes, mas também os intensificam, levando à internalização desses ideais por parte das usuárias e usuários.

Embora as redes sociais tenham contribuído para ampliar a diversidade de representações femininas, elas também reproduzem desigualdades históricas. Mulheres negras e indígenas frequentemente denunciam a menor visibilidade de seus corpos, de seus cabelos e de seus traços quando comparados aos padrões estéticos do eurocentrismo amplamente difundidos pelas plataformas. Ao mesmo tempo, esses espaços também têm possibilitado o fortalecimento de movimentos de valorização da estética negra e indígena, ressignificando identidades historicamente marginalizadas e ampliando o debate sobre representatividade.

O estudo realizado por Lira *et al* (2021) fornece uma base empírica importante sobre o impacto das mídias sociais na percepção da imagem corporal entre adolescentes brasileiras,

revelando que essa insatisfação está ligada diretamente à exposição contínua aos padrões de beleza promovidos online. As mulheres muitas vezes se comparam não apenas com celebridades, mas também com influenciadoras digitais que representam uma versão altamente editada da vida cotidiana.

Dessa forma, observa-se que as redes sociais não atuam apenas como espaços de comunicação, mas também como ambientes nos quais imagens, comportamentos e formas de apresentação de si são constantemente produzidos, compartilhados e avaliados. Nesse processo, determinados padrões de beleza podem ser reforçados e naturalizados, fazendo com que algumas características sejam mais valorizadas do que outras. Essa valorização interfere na forma como as mulheres percebem seus próprios corpos e pode influenciar tanto sua autoestima quanto sua percepção de aceitação social.

1.2 Ideais estéticos midiáticos

A consolidação dos ideais estéticos midiáticos pode ser compreendida como resultado de um processo histórico e cultural no qual determinadas características físicas passam a receber maior visibilidade e valorização social. Ao longo do tempo, esses ideais foram sendo representados e reproduzidos em diferentes contextos, contribuindo para a construção de referências sobre o que é considerado belo em cada período. Na sociedade contemporânea, essas referências continuam presentes nos meios de comunicação e nas redes sociais, influenciando as percepções sobre o corpo e a aparência feminina.

Conforme apontam Nascimento e Silva (2014), a imagem da mulher difundida pela mídia atua como um dispositivo simbólico que orienta comportamentos, desejos e modos de subjetivação, reforçando uma feminilidade associada à aparência, à juventude e à adequação estética. A mídia, nesse contexto, não apenas reflete padrões de beleza preexistentes, mas participa ativamente de sua produção e legitimação. Ao selecionar quais corpos serão visualizados, celebrados ou silenciados, os meios de comunicação constroem um ideal estético que se apresenta como natural e universal.

Segundo Ferreira e Nascimento (2002), as imagens das mulheres na cultura contemporânea agem como modelos normativos, produzindo referências que orientam a autoimagem feminina e delimitam o que é socialmente reconhecido como belo, desejável e aceitável. Essa normatividade estética opera de forma sutil, tornando-se parte do senso comum e dificultando sua problematização. Nesse processo, a beleza passa a ocupar um espaço importante na forma como as mulheres constroem e apresentam suas identidades. As imagens

veiculadas pelos meios de comunicação e pelas redes sociais oferecem referências que podem influenciar escolhas relacionadas ao corpo, ao vestuário, ao cabelo e aos cuidados com a aparência. Dessa maneira, os ideais estéticos midiáticos não permanecem apenas no campo das imagens, mas também podem ser incorporados ao cotidiano e às formas pelas quais as mulheres percebem e apresentam a si mesmas.

Polli, Joaquim e Tagliamento (2021) destacaram que as representações sociais do corpo feminino estão diretamente relacionadas às práticas corporais e aos discursos sobre beleza e saúde difundidos pelas mídias digitais. Nesse contexto, a busca pela aparência ideal passa a ser interpretada como um sinônimo de autocuidado, fazendo com que as mulheres internalizem expectativas estéticas e passem a gerir seus corpos de acordo com normas socialmente impostas. O corpo feminino transforma-se, assim, em um espaço de investimento constante, marcado pela vigilância, pelo autocontrole e pela comparação. Essa lógica, amplamente difundida por influenciadores digitais, reforça a crença de que o “corpo perfeito” é resultado de esforço, disciplina e mérito pessoal, inviabilizando os condicionamentos sociais, culturais e econômicos que tornam esse padrão inalcançável para grande parte das mulheres. Então, as redes sociais também operam como espaços de legitimação do consumo estético, fortalecendo a associação entre aparência, saúde e valor social.

Conforme discutem Oliveira *et al.* (2024), a mídia frequentemente associa o corpo magro, jovem e disciplinado à ideia de saúde, responsabilidade e sucesso pessoal, enquanto corpos fora do padrão são vinculados à negligência e à falta de autocuidado. Esse discurso individualiza a questão da beleza, deslocando-a de suas determinações sociais e estruturais e responsabilizando a mulher por não corresponder aos ideais estéticos hegemônicos.

Essa lógica encontra terreno fértil nas redes sociais digitais, que intensificam a circulação de imagens e ampliam os mecanismos de comparação. O estudo de Lima e Ferreira (2023) evidencia que a exposição constante a conteúdos estéticos idealizados nas plataformas digitais impacta diretamente a autoestima feminina, gerando sentimentos de inadequação, ansiedade e insatisfação corporal. A cultura do “corpo perfeito”, mediada por filtros, edições e performances cuidadosamente construídas, contribui para a criação de um ideal inatingível, reforçando a percepção de insuficiência e fracasso pessoal. Essa carga emocional, contudo, não é subproduto accidental, ela é o combustível para uma engrenagem econômica que transforma a insatisfação em consumo.

Assim, segundo Veiga (2006):

[...] Se observarmos a fundo as necessidades hoje abordadas como fundamentais, pode-se perceber que as mulheres, em alguns sentidos, estão sendo moldadas como

um produto e perdendo a sua autoimagem. O contrato da beleza não necessariamente revela saúde. Tem muito mais a ver com uma padronização corporal e de uma busca incansável de clínicas estéticas como aliadas em tal utopia e na exploração da imagem pelas mesmas (Veiga, 2006, p. 3).

O que Veiga descreve como uma “utopia” buscada em clínicas estéticas ganha novos contornos na era digital. A beleza se transformou em um produto, e hoje, plataformas como Instagram e o TikTok que foi criado pela empresa chinesa ByteDance, fundada por Zhang Yiming, e que chega ao Brasil em 2018, potencializam essa mercantilização. Nesses espaços, a lógica do algoritmo prioriza a imagem padronizada, transformando o corpo em uma vitrine constante. As publicidades disfarçadas de postagens espontâneas, o uso de filtros e a promoção de cirurgias e cosméticos criam um ambiente onde a estética é apresentada como forma de empoderamento, mas que, contraditoriamente, reforça a dependência de padrões preestabelecidos.

Ferreira e Nascimento (2002) já afirmavam que as imagens das mulheres na cultura contemporânea funcionam como espelhos sociais, nos quais se projetam expectativas, medos e fantasias coletivas. Nas redes, esses espelhos multiplicam-se infinitamente, criando um ambiente onde o reconhecimento de si é constantemente mediado pelo olhar do outro. Essa mediação reforça o que Nascimento e Silva (2014) identificam como o “espetáculo”, um processo em que o ser mulher é pré-formado, encenado e avaliado segundo critérios de aparência, sensualidade e juventude.

Nesse sentido, concebemos que a beleza feminina é construída pelo Outro, atribuído enquanto mídia, no sentido de atrair o outro, já que acreditamos que a subjetividade feminina, sobretudo através do espetáculo, acontece no sentido de atrair o olhar do outro, ou melhor, de assegurar-se na possibilidade de ser olhada pelo outro (Nascimento; Silva, 2014, p. 355).

A pressão para atender aos padrões de beleza não apenas impacta a autoestima, mas também molda as escolhas e comportamentos das mulheres em diversas esferas da vida. Muitas vezes, a mídia promove a ideia de que a beleza é um pré-requisito para o sucesso em relacionamentos, carreiras e até mesmo na vida social. Isso cria um ciclo vicioso, onde a validação externa se torna uma medida constante de valor pessoal.

Além disso, a mídia frequentemente associa a beleza a outras qualidades desejáveis, como sucesso, felicidade e amor. Essa conexão implícita sugere que a autoestima deve ser baseada em atributos físicos, criando uma pressão para atender a esses padrões. Muitas mulheres se sentem compelidas a investir tempo e recursos significativos em sua aparência, na esperança de alcançar uma aceitação que, muitas vezes, é elusiva(...) (Oliveira *et al*, 2024, p. 5).

Do ponto de vista teórico-metodológico, os estudos de gênero e as metodologias feministas oferecem importantes contribuições para a análise crítica desses processos. Narvaz

e Koller (2006) defendem que compreender a construção social da beleza implica reconhecer os atravessamentos históricos, culturais e políticos que moldam os corpos e as particularidades femininas. Ao romper com perspectivas naturalizantes, essas abordagens permitem evidenciar que os ideais estéticos não são dados, mas produzidos e sustentados por discursos e práticas sociais.

Retomando a lógica do poder simbólico já mencionado, observa-se que os ambientes midiáticos devem ser entendidos como parte de um sistema mais amplo de regulação do feminino, no qual a aparência ocupa papel central na definição do valor social da mulher. A beleza, longe de ser apenas uma questão individual ou estética, configura-se como um mecanismo de poder que organiza hierarquias, produz exclusões e legitima desigualdades. Essa dinâmica pode ser compreendida sob a perspectiva do conceito de poder simbólico, desenvolvido por Pierre de Bourdieu (2002), que permite analisar como determinadas formas de dominação se naturalizam e passam a ser incorporadas pelos próprios sujeitos.

A dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, cujo ser (esse) é um ser-percebido (percipi), tem por efeito colocá-las em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam “femininas”, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas. E a pretensa “feminilidade” muitas vezes não é mais que uma forma de aquiescência em relação às expectativas masculinas, reais ou supostas, principalmente em termos de engrandecimento do ego. Em consequência, a dependência em relação aos outros (e não só aos homens) tende a se tornar constitutiva de seu ser (Bourdieu, 2002, p. 41).

No caso das mulheres, essa dominação simbólica manifesta-se por meio da internalização de padrões estéticos e comportamentais que reforçam a dependência do reconhecimento alheio. A exigência de adequação ao ideal de beleza produz insegurança corporal e contribui para a naturalização da subordinação feminina, fazendo com que a vigilância sobre o próprio corpo se torne permanente. A persistência desses ideais midiáticos pode ser observada de forma concreta nas representações televisivas, especialmente nos espaços de maior sensibilidade social, como o telejornalismo. Nesses ambientes, evidenciam-se critérios distintos de legitimação entre homens e mulheres, revelando a permanência de estruturas patriarcais na mídia contemporânea. Neste sentido Wolf (2018) destaca que:

A mensagem da equipe do noticiário, nada difícil de compreender, é a de que um homem poderoso é um indivíduo, quer essa individualidade se expresse em traços assimétricos, rugas, cabelos grisalhos, peruca, calvície, pele irregular, formas atarracadas, quer em tiques ou papadas; e que sua maturidade faz parte de seu poder. Se um padrão único fosse aplicado aos homens, como é às mulheres, no telejornalismo, a maioria deles perderia o emprego. As mulheres a seu lado precisam, porém, de juventude e beleza para chegar ao mesmo estúdio(..). (Wolf, 2018, p. 48)

Evidencia-se, nesse contexto, uma diferença nos critérios de valorização de homens e mulheres no telejornalismo, enquanto a experiência, a autoridade e a trajetória profissional aparecem como elementos associados a legitimidade masculina, as mulheres permanecem mais vinculadas a adequação estética como requisito de reconhecimento. Essa assimetria demonstra que a mídia não apenas reproduz, mas também reforça a associação entre valor feminino e aparência, ao mesmo tempo em que apresenta exigências estéticas diferentes para os homens e mulheres.

Essa busca por aceitação pode levar a consequências negativas para a saúde mental. A sensação de que nunca se está "suficientemente bonita" pode ser desgastante e desmotivadora. Essa lógica de exposição, vigilância e comparação constante também é simbolicamente representada no filme *Barbie* (2023), especialmente por meio da construção de Barbieland como um espaço de exibição permanente. Nesse universo, todas as barbeis são belas, felizes e bem-sucedidas, reforçando a ideia de que o valor feminino está associado à aparência e à performance visual. E, assim como as redes sociais, não há espaço para envelhecimento ou sofrimento. A estética perfeita de Barbieland funciona como uma metáfora da cultura digital contemporânea, na qual o corpo feminino é constantemente avaliado e regulado pelo olhar do outro, produzindo impactos diretos na autoestima e na subjetividade das mulheres.

O filme *Barbie* (2023) contribui para a compreensão crítica desses ideais estéticos midiáticos ao expor o caráter artificial e excludente da beleza institucionalizada. Ao utilizar uma estética exageradamente perfeita, o filme não apenas produz o padrão, mas o transforma em objeto de crítica, evidenciando a sua função normativa e disciplinadora. Dessa forma, o cinema atua como um espaço privilegiado para visualizar como ideais estéticos midiáticos são construídos, reproduzidos e simultaneamente, questionados. A identidade feminina pode ser influenciada por essas pressões externas, contribuindo para que a aparência física assuma um peso significativo na percepção de valor pessoal, em alguns casos, em detrimento de competências e realizações pessoais. Essa dinâmica pode criar um ciclo vicioso e que não se finda onde a validação externa se torna essencial para o bem-estar emocional.

Compreender esses processos é fundamental para problematizar os impactos da padronização estética sobre a identidade e a autoestima das mulheres. Além disso, essa análise abre espaço para a construção de narrativas de resistência e para a ressignificação do corpo feminino, deslocando-o da lógica da dominação simbólica para as perspectivas mais plurais e emancipadoras.

2 O FILME BARBIE (2023) E A CULTURA DA BELEZA PADRONIZADA

A cultura digital transformou o ideal de beleza em um produto mercadológico, regido pela lógica do consumo e da performance. O cinema, como uma das principais expressões culturais contemporâneas, também participa ativamente da reprodução e da problematização desses padrões. Exemplo disso é o filme *Barbie* (2023), dirigido por Greta Gerwig, que ocupa um espaço singular na cultura contemporânea ao combinar entretenimento, crítica social e reflexão feminista. A narrativa parte da boneca Barbie, um dos mais conhecidos ícones da cultura de massa, para questionar o próprio sistema que a criou, expondo as contradições da sociedade patriarcal e do capitalismo estético. Embora se trate de uma obra cinematográfica de grande alcance comercial, o filme *Barbie* (2023) pode ser analisado como um importante artefato cultural, capaz de expressar, mencionar e problematizar discursos sociais acerca do feminino, da beleza e da identidade.

Ao enfrentar crises de identidade, inadequação e expectativas irreais, a obra, tratada inicialmente como um entretenimento leve, revelou-se profundamente política, emocional e crítica. Vivemos em uma sociedade submersa por ideais estéticos inflexíveis constantemente atacados pelas redes sociais, pelas publicidades e pela cultura digital, que transformam os corpos femininos em produtos avaliados, comparáveis e consumíveis. Isso afeta diretamente a autonomia, a autoestima e as características das mulheres, gerando sentimentos de insuficiência, insegurança e inadequação.

"*Barbie*" utiliza a jornada da protagonista interpretada pela atriz australiana Margot Robbie, para abordar questões psicológicas que impactam as mulheres na vida cotidiana. A relação entre autoestima e padrões estéticos, a crise de identidade, a saúde mental diante das pressões sociais, as dinâmicas de poder entre gêneros e a aceitação das imperfeições são temas centrais que refletem dilemas contemporâneos enfrentados por muitas mulheres. A narrativa do filme enfatiza a importância de questionar modelos impostos e buscar uma construção identitária baseada na autenticidade, promovendo uma visão crítica e acolhedora da experiência feminina. Em Barbieland, o mundo perfeito e colorido representa uma metáfora das redes sociais e da cultura da aparência. Tudo é controlado, esteticamente harmônico e superficialmente feliz.

E quando a "Barbie estereotipada" começa a apresentar sinais de humanidade, pés chatos, pensamentos sobre a morte, imperfeições físicas, a narrativa desvela a fragilidade dessa utopia estética. A Barbieland trata-se de um espaço onde tudo é visualmente perfeito, harmônico e padronizado, mas profundamente artificial. Essa estética excessivamente

controlada dialoga com o que Nascimento e Silva (2014) definem como o ‘espetáculo da feminilidade’, no qual o valor da mulher está diretamente associado à sua aparência e à sua capacidade de performar um ideal de beleza. Em *Barbieland*, essa lógica se manifesta justamente pela ausência de envelhecimento, imperfeições e sofrimento, elementos que fazem parte da experiência humana. A construção de *Barbieland* permite perceber que a perfeição não é apresentada apenas como uma característica física das personagens, mas como uma condição de existência daquele universo.

Nesse sentido, a própria construção visual de *Barbieland* contribui para a crítica desenvolvida pelo filme. A repetição de cenários perfeitamente organizados, casas sem paredes, roupas cuidadosamente produzidas e personagens que mantêm uma aparência constantemente impecável cria uma realidade na qual não há espaço para o inesperado ou para aquilo que foge ao modelo estabelecido. A estética não aparece, portanto, apenas como elemento decorativo, mas como parte da narrativa, quanto mais perfeito e organizado é aquele universo, mais evidente se torna seu caráter artificial.

Visualmente, o filme utiliza a estética da perfeição, cores vivas, corpos idealizados, cenários artificiais como estratégia de ironia. Gerwig transforma o artifício em crítica, revelando como o belo pode ser opressor quando desprovido de humanidade. A trajetória da personagem principal pode ser vista como uma jornada de desconstrução da identidade feminina idealizada. Ao sair de *Barbieland* e confrontar o mundo real, Barbie entra em contato com a experiência concreta das mulheres, o envelhecimento, o cansaço, o julgamento, a dor e a liberdade. A saída de Barbie de *Barbieland* representa, portanto, mais do que uma mudança de espaço. Ela marca o início da desconstrução da identidade que havia sido construída em torno da perfeição. Enquanto permanecia em *Barbieland*, Barbie não precisava questionar quem era, pois sua identidade estava previamente definida por sua aparência, juventude e felicidade. No contato com o mundo real, entretanto, essas características deixam de ser suficientes para explicar sua existência.

O contraste entre *Barbieland* e o mundo real é fundamental para compreender essa transformação. Enquanto o primeiro espaço funciona a partir da repetição de uma imagem idealizada de feminilidade, o segundo apresenta situações que não podem ser controladas pela aparência, o envelhecimento, o julgamento, a insegurança e as contradições presentes nas relações sociais. A mudança de espaço, portanto, também representa uma mudança na forma como Barbie compreende a si mesma. É somente quando entra em contato com uma realidade que não corresponde àquela perfeição previamente estabelecida que a personagem começa a perceber que sua identidade não precisa estar limitada ao corpo e à aparência.

A personagem passa a experimentar sentimentos, dúvidas e inseguranças que não faziam parte de sua realidade anterior, iniciando um processo de construção de uma identidade que não depende exclusivamente da aparência. Dessa forma, o filme subverte essa lógica ao apresentar a boneca como símbolo do ideal impossível. Sua perfeição plástica e imutável é, ao mesmo tempo, fonte de poder e prisão.

A transformação de Barbieland ganha uma nova dimensão quando Ken, após seu contato com o mundo real, passa a incorporar elementos do patriarcado e retorna àquele universo com uma nova compreensão das relações de gênero. A partir disso, os Kens assumem o controle de Barbieland e modificam sua organização, fazendo com que as Barbies, que anteriormente ocupavam posições centrais, passem a ser submetidas a uma estrutura de poder baseada na valorização da masculinidade. Essa mudança evidencia uma das principais contradições apresentadas pelo filme. Embora Barbieland fosse inicialmente apresentada como uma sociedade aparentemente igualitária e organizada em torno das mulheres, essa igualdade também se revela limitada, uma vez que estava estruturada a partir de uma inversão das posições tradicionalmente ocupadas por homens e mulheres. Ao introduzir o patriarcado naquele universo, o filme utiliza a inversão das posições de poder como recurso narrativo para tornar visíveis mecanismos de dominação que, no mundo real, muitas vezes aparecem naturalizados.

Algumas personagens passam a modificar seus comportamentos e a buscar a aprovação masculina, demonstrando que as relações de poder não se estabelecem apenas por meio da imposição, mas também pela internalização de normas e expectativas sociais. Nesse sentido, a tomada de Barbieland permite compreender que a construção da identidade não ocorre de maneira isolada, mas é atravessada pelas relações de gênero, pelas formas de reconhecimento e pelos modelos de comportamento socialmente valorizados. O filme evidencia, assim, que a dominação pode atuar não apenas sobre o corpo, mas também sobre a maneira como os sujeitos percebem a si mesmos e definem seu lugar nas relações sociais.

Quando Barbie descobre a experiência humana, o envelhecer, o sentir e o imperfeito, o filme propõe uma nova visão da beleza, centrada na vulnerabilidade e na autenticidade. É justamente a partir desse processo de desconstrução das referências que organizavam sua existência que Barbie passa a ampliar sua compreensão sobre o que significa ser humana. A cena em que a protagonista encontra uma mulher idosa e diz “Você é linda” marca o ápice simbólico dessa inversão, a beleza deixa de ser aparência e passa a ser experiência. A importância dessa cena está no contraste estabelecido com Barbieland. O envelhecimento, que sequer possui lugar naquele universo, aparece no mundo real como parte da experiência humana. Ao reconhecer a beleza da mulher idosa, Barbie rompe momentaneamente com a

associação entre beleza e juventude que estruturava sua realidade anterior. A cena, portanto, não representa apenas uma valorização da aparência de uma mulher mais velha, mas uma mudança na própria compreensão de beleza da protagonista. O que antes poderia ser entendido como uma imperfeição passa a ser reconhecido como parte da experiência e da existência humana. Essa travessia simboliza o processo de subjetivação que as teorias feministas descrevem, o momento em que a mulher deixa de ser objeto e torna-se sujeito de sua própria história (Narvaz; Koller, 2006; Zanello, 2018).

A figura da Barbie, frequentemente associada a um ideal estético rígido da magreza, juventude, branquitude e perfeição corporal, representa um dos exemplos mais emblemáticos da institucionalização da beleza no universo feminino. Entretanto, observa-se uma ampliação dessa representação por meio da presença de barbeis negras, asiáticas, latinas, uma Barbie cadeirante e uma Barbie com o corpo curvilíneo. À primeira vista, essa diversidade parece romper com o modelo tradicional que marcou a história da boneca. Contudo, analisando de forma mais aprofundada revela que essas personagens continuam compartilhando atributos amplamente valorizados pelos padrões estéticos atuais, como a juventude, a aparência saudável, corpos proporcionais e rostos considerados simétricos e belos.

Essa representação revela uma contradição importante presente na obra. Embora o filme amplie as possibilidades de representação da personagem, a diversidade apresentada ainda permanece parcialmente submetida aos critérios de beleza socialmente valorizados. A inclusão de diferentes corpos e identidades não significa, necessariamente, a ruptura completa com a lógica estética, uma vez que a juventude, a aparência saudável e a proporcionalidade corporal continuam presentes como elementos predominantes. Dessa maneira, o filme possibilita uma leitura crítica não apenas sobre os padrões que pretende questionar, mas também sobre os limites de sua própria representação. A obra evidencia que, embora haja um esforço de inclusão e representatividade, a diversidade apresentada ainda permanece, em certa medida, condicionada a normas estéticas socialmente aceitas.

Essa contradição é importante porque impede que a representação da diversidade seja interpretada automaticamente como superação dos padrões de beleza. O filme amplia quem pode ocupar o lugar de Barbie, mas não abandona completamente as características que historicamente fizeram da personagem um símbolo de beleza. Assim, a inclusão de diferentes corpos e identidades aparece acompanhada da permanência de determinados atributos valorizados socialmente. A representação, nesse caso, não deve ser analisada apenas pelo número ou pela variedade de personagens, mas também pelas características que continuam sendo preservadas como referências de beleza. É justamente nessa coexistência entre

diversidade e permanência de padrões que o filme apresenta uma de suas principais contradições.

A permanência desses atributos nas diferentes representações da Barbie evidencia que a boneca não constitui um caso isolado, mas integra um conjunto mais amplo de discursos e imagens produzidos pela indústria cultural acerca do feminismo. A cultura de massa desempenha um papel central na consolidação dessas ideias, especialmente por meio de personagens e produtos que operam como referências normativas de feminilidade. Diante disso, Ferreira e Nascimento (2002) analisam como as imagens femininas veiculadas pela mídia funcionam como modelos de comportamento e aparência.

(...) Afinal, pertencemos àquela geração de mulheres que, rompendo com todas as amarras, saiu às ruas pela conquista de novos espaços de atuação na sociedade, opondo-se veementemente ao ideal de feminilidade – o de objeto de “cama e mesa”, passivo e modelado segundo os padrões estéticos femininos dominantes – que a sociedade vinha (e ainda vem) nos impondo há séculos (Ferreira; Nascimento, 2002, p. 52).

A reflexão de Ferreira e Nascimento (2002) evidencia que, embora as mulheres tenham conquistado novos espaços sociais ao longo das últimas décadas, as exigências relacionadas à feminilidade e à aparência não desapareceram. Ao contrário, essas expectativas foram ressignificadas e continuam sendo reproduzidas por diferentes meios, sobretudo pela mídia e pela indústria cultural, que difundem modelos de beleza e comportamentos considerados desejáveis. Nesse contexto, a Barbie consolida-se como um dos principais símbolos dessa construção, ao representar, por muitos anos, um ideal feminino pautado na perfeição estética na juventude e na valorização da aparência. É justamente essa tensão entre os avanços conquistados pelas mulheres e a permanência de padrões estéticos e comportamentais que o filme *Barbie* (2023) coloca em evidência. Ao apresentar uma personagem inicialmente concebida para representar a mulher "perfeita", a narrativa revela que, mesmo em um universo aparentemente ideal, persistem expectativas inalcançáveis sobre o feminino.

O filme parte justamente desse imaginário cristalizado, construído ao longo de décadas, para então tencioná-lo e desconstruí-lo, revelando as contradições entre o ideal estético imposto e a experiência concreta das mulheres. A crise vivida por Barbie é um espelho das dificuldades enfrentadas por muitas mulheres ao tentarem corresponder às expectativas sociais. Sentimentos de inadequação e a busca por um propósito são experiências comuns na construção da identidade, especialmente em contextos que exigem a conciliação de múltiplos papéis, como o de profissional, mãe, esposa e mulher independente. A crise vivida pela Barbie estereotipada, quando passa a apresentar pensamentos sobre a morte e alterações corporais, pode ser

interpretada como uma ruptura metafórica com os dispositivos de gênero que sustentam a padronização estética.

Zanello (2018) aponta que esses dispositivos operam justamente ao negar a complexidade subjetiva das mulheres, reduzindo-as à aparência e ao desempenho social. Na sequência, o filme explicita de forma direta e contundente as contradições impostas às mulheres por meio do discurso da personagem Glória, interpretada por América Ferrera. Em um dos momentos mais emblemáticos da narrativa, ela verbaliza as exigências paradoxais que estruturam a experiência feminina contemporânea.

É literalmente impossível ser mulher. Você é tão bonita e tão inteligente, e isso me mata o fato de você não achar que é boa o suficiente. Tipo, nós sempre temos que ser extraordinárias, mas de alguma forma estamos sempre fazendo tudo errado. Você tem que ser magra, mas não magra demais. E nunca pode dizer que quer ser magra. Você tem que dizer que quer ser saudável, mas também tem que ser magra. Você tem que ter dinheiro, mas não pode pedir dinheiro, porque isso é grosseiro. Você tem que ser uma chefe, mas não pode ser mandona. Você tem que liderar, mas não pode esmagar as ideias dos outros. Você deve amar ser mãe, mas não falar sobre seus filhos o tempo todo. Você tem que ser uma mulher de carreira, mas também sempre cuidar das outras pessoas. Você tem que responder pelos erros dos homens, mas fazer isso sorrindo. Você tem que ser bonita para os homens, mas não tão bonita a ponto de ameaçá-los ou de ser vista como vaidosa. E você tem que estar sempre grata. Mas nunca pode reclamar. Nunca. Barbie, é tão cansativo. E ninguém nunca agradece (*Barbie*, 2023).

Esse discurso sintetiza aquilo que autoras feministas e da psicologia social vêm apontando como o caráter contraditório e exaustivo da socialização feminina. As exigências descritas por Glória evidenciam como os padrões de beleza e comportamento não operam isoladamente, mas articulados a expectativas morais, emocionais e produtivas, criando um cenário permanente de inadequação. O monólogo rompe com o silêncio historicamente imposto às mulheres, ao nomear o cansaço, a culpa e a frustração como efeitos estruturais e não falhas individuais da cultura patriarcal e da padronização estética.

O discurso de Glória desempenha, nesse sentido, uma função fundamental na trajetória de Barbie, pois desloca o conflito da esfera individual para a esfera social. A personagem passa a compreender que a sensação de inadequação não está necessariamente relacionada a uma falha pessoal, mas às expectativas contraditórias impostas às mulheres. O filme, portanto, amplia a discussão sobre beleza ao mostrar que a pressão estética está inserida em um conjunto mais amplo de exigências relacionadas à feminilidade. A aparência passa a ser compreendida como apenas uma das dimensões por meio das quais essas expectativas são reproduzidas.

O monólogo de Glória também permite perceber que a pressão estética apresentada pelo filme não se resume à exigência de possuir determinado corpo. A fala reúne diferentes expectativas que, quando analisadas em conjunto, revelam como a feminilidade é apresentada

como uma tarefa permanente de adequação. A mulher precisa cuidar da aparência, desenvolver uma carreira, cuidar dos outros, demonstrar segurança e, ao mesmo tempo, evitar comportamentos que possam ser considerados excessivos. A beleza aparece, assim, articulada a outras exigências que ultrapassam o aspecto físico. O que o filme evidencia é que o problema não está apenas na existência de um modelo específico de beleza, mas na necessidade constante de corresponder às expectativas que podem ser contraditórias entre si. Utiliza-se esse contraste para questionar a ideia de que existir como mulher significa corresponder continuamente a uma imagem ideal.

Em sua jornada, Barbie descobre que, ao invés de ser vista como um símbolo de empoderamento, é muitas vezes percebida como uma representação de um ideal inalcançável. A partir do momento em que deixa de corresponder a esse ideal, ela passa a ser considerada inadequada, evidenciando o caráter excludente do padrão de beleza. Esse dilema pode ser compreendido a partir do processo de construção da identidade, que envolve a formação da percepção que o indivíduo desenvolve sobre si mesmo a partir das interações sociais e culturais. Nesse sentido, o processo de humanização da personagem permite perceber que sua identidade se constitui justamente quando ela deixa de estar limitada à imagem previamente estabelecida pela perfeição estética. Inicialmente, Barbie encara suas imperfeições como um fardo, mas, ao longo de sua jornada, percebe que são justamente essas características que tornam a experiência humana rica e significativa. Essa aceitação representa, portanto, um afastamento da pressão de corresponder a ideais inatingíveis e aponta para uma compreensão de si baseada na autenticidade, na autonomia e no autoconhecimento. No entanto, essa transformação não significa uma ruptura completa com os padrões estéticos, mas evidencia a possibilidade de questioná-los e de atribuir novos sentidos à ideia de beleza.

Há, portanto, uma contradição que atravessa o próprio filme, ao mesmo tempo em que a narrativa questiona a necessidade de corresponder a padrões de beleza, ela se desenvolve a partir de uma personagem cuja trajetória histórica está profundamente associada à construção desses mesmos padrões. Essa contradição não diminui a importância da crítica apresentada pela obra; ao contrário, permite compreender seus limites. Barbie não deixa de representar a cultura da beleza padronizada para simplesmente apresentar um modelo completamente diferente. O que ocorre é uma tentativa de ressignificar a personagem e utilizar sua própria imagem como ponto de partida para discutir os efeitos da busca pela perfeição. Dessa maneira, o filme pode ser compreendido menos como uma ruptura definitiva com os padrões estéticos e mais como uma representação das tensões existentes entre a permanência desses padrões e a necessidade de questioná-los.

O cinema, nesse caso, atua como um espaço privilegiado para observar como os discursos estéticos são construídos, naturalizados e, eventualmente, questionados. Nesse sentido, a trajetória de Barbie evidencia uma tensão central para esta pesquisa, ao mesmo tempo em que a personagem reproduz elementos associados à beleza padronizada, sua experiência ao longo da narrativa permite questionar os limites desse modelo.

A crise de identidade, o contato com o envelhecimento, o reconhecimento das imperfeições, o discurso de Glória e a própria diversidade das personagens demonstram que a beleza não constitui apenas uma característica física, mas participa da construção das formas pelas quais as mulheres percebem a si mesmas e são percebidas socialmente. O filme não rompe completamente com os padrões que representa, mas expõe suas contradições e possibilita refletir sobre a necessidade de uma subjetividade feminina que não esteja subordinada exclusivamente à aparência e ao reconhecimento externo.

2.1 A lógica da magreza e da juventude como forma de pertencimento

A característica central da estética contemporânea é a exaltação da magreza e da juventude como sinônimos de beleza, saúde e valor social. Polli, Joaquim e Tagliamento (2021) demonstram que a magreza é tratada como marca de disciplina e autocontrole, enquanto o envelhecimento é percebido como perda de valor representativo da beleza jovem. No filme *Barbie* (2023), essa lógica é simbolicamente representada pelo fato de que todas as barbeis são jovens, magras e fisicamente imutáveis. Não há envelhecimento em Barbieland, o que reforça a ideia de que pertencer àquele universo depende da conformidade a um ideal estético rígido. Essa lógica reforça a desigualdade de gênero ao evidenciar as diferentes expectativas relacionadas ao envelhecimento e à aparência feminina. Cosméticos, dietas, cirurgias e procedimentos estéticos são frequentemente apresentados como formas de cuidado, valorização e empoderamento, mas também podem reforçar a busca constante por adequação a um padrão de beleza difícil de alcançar.

Embora o discurso atual valorize a autonomia feminina, o corpo continua sendo o principal campo de julgamento e controle. A magreza, nesse contexto, não é apenas uma questão estética, mas moral o corpo “em forma” é visto como sinal de virtude. A exaltação da magreza e da juventude como critérios centrais de beleza feminina constitui um dos pilares da cultura estética moderna. Esses atributos não se limitam a preferências visuais, mas funcionam como marcadores emblemáticos de valor social, pertencimento e aceitação. Polli, Joaquim e Tagliamento (2021) demonstram que as representações sociais do corpo feminino estão

profundamente associadas à ideia de controle, disciplina e responsabilidade individual, reforçando a noção de que o corpo ideal é resultado exclusivo de esforço pessoal. Essa lógica desconsidera os condicionamentos históricos, sociais e econômicos que atravessam a construção dos corpos femininos. Nesse processo, a mídia contribui para naturalizar a associação entre magreza, sucesso e felicidade, ao mesmo tempo em que estigmatiza corpos que não correspondem a esse padrão.

Nos últimos anos, observa-se a crescente popularização de medicamentos injetáveis utilizados para o emagrecimento, como Ozempic (semaglutida) e Mounjaro (tirzepatida) análogos de GLP-1, inicialmente desenvolvidos para o tratamento de diabetes tipo dois, mas que passaram a ser amplamente divulgados nas redes sociais como soluções rápidas para a perda de peso. Esse fenômeno evidencia um novo estágio da relação entre corpo, consumo e padrão estético, na qual a magreza não é apenas desejada, mas também apresentada como facilmente alcançável por meio de intervenções farmacológicas.

O uso indiscriminado do Ozempic para fins estéticos configura um problema multifacetado que ultrapassa as fronteiras da farmacologia, envolvendo dimensões sanitárias, sociais, econômicas e éticas. A análise realizada demonstra que a busca por resultados rápidos de emagrecimento tem levado ao consumo inadequado do medicamento, gerando riscos à saúde individual e coletiva, como efeitos adversos graves e o efeito rebote pós-tratamento. (Oliveira *et al.*, 2025, p.8)

Nesse contexto, Oliveira *et al.* (2025) nos mostram que o crescimento desse consumo motivou, inclusive, o fortalecimento das medidas regulatórias no Brasil. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) passou a exigir a retenção da receita médica para a venda desses medicamentos, justificando a decisão pelo aumento do uso indiscriminado e pela necessidade de reduzir os riscos associados à automedicação e ao emprego fora das indicações aprovadas.

Influenciadores e celebridades, por meio das mídias sociais, reforçam a pressão estética sobre os corpos femininos e contribuem para a naturalização de práticas que associam diretamente a aparência física à aceitação social. Bem como a divulgação dos chamados “chips da beleza”, implantes hormonais manipulados que prometem benefícios como redução de gordura corporal, aumento da massa muscular, melhora da disposição e retardamento do envelhecimento, apesar das controvérsias científicas acerca de sua eficácia e segurança para fins estéticos.

Desta forma, o corpo feminino deixa de ser apenas objeto de vigilância estética para tornar-se também alvo de intervenções biomédicas, reafirmando a influência da indústria farmacêutica, da indústria estética e da cultura do consumo na construção dos padrões de beleza.

2.2 O consumismo exacerbado

A lógica que sustenta os padrões de beleza femininos na sociedade moderna está profundamente vinculada ao consumismo estético, que transforma o corpo em mercadoria e a autoestima em produto. Inserida na dinâmica do capitalismo contemporâneo, a indústria da beleza opera por meio da promessa de melhoria constante, oferecendo produtos, procedimentos e tendências que alimentam a ilusão de controle sobre o corpo e de acesso à felicidade, ao sucesso e ao reconhecimento social. Nesse contexto, a beleza deixa de ser compreendida como uma dimensão subjetiva ou cultural e passa a funcionar como um valor econômico e simbólico, que exige investimentos contínuos.

No filme, essa relação entre beleza e consumo aparece também na própria construção visual de *Barbieland*. As casas, roupas, veículos e objetos que compõem aquele universo remetem diretamente ao caráter comercial da boneca, transformando o consumo em parte da própria experiência das personagens. A estética do filme reproduz inicialmente esse universo de maneira encantadora, mas também permite perceber como a identidade da Barbie está historicamente associada à aquisição de objetos, estilos e formas de apresentação do corpo. Assim, o consumo não aparece apenas como elemento externo à narrativa, mas como parte da própria construção da personagem e do modelo de feminilidade que ela representa.

A partir das contribuições de Bourdieu (2003), é possível compreender que o corpo também se constitui como um espaço de incorporação das normas sociais, funcionando como portador de capital simbólico. Assim, a aparência torna-se um recurso socialmente valorizado, capaz de produzir distinções e hierarquias, reforçando a ideia de que investir na estética é uma exigência para a legitimação social. Nessa perspectiva, o consumo deixa de atender apenas às necessidades materiais e passa a desempenhar papel central na construção das identidades e das formas de reconhecimento social. Como destacam Iriart, Chaves e Orleans (2009):

O consumismo permite aos indivíduos se situar socialmente mediante a posse e o acúmulo de capital material e simbólico. As mercadorias, os objetos, as roupas e o corpo enquanto objetos de consumo passam a dizer a 'verdade' sobre o sujeito, constituindo suas referências, sua autoestima e sua identidade" (Iriart, Chaves; Orleans, 2009, p. 775).

Os autores evidenciam que, na sociedade do consumo, o corpo deixa de ser apenas uma dimensão biológica ou individual para torna-se um marcador de identidade e pertencimento social. Nesse cenário, investir na aparência representa mais do que uma escolha estética, constitui uma estratégia de obtenção de reconhecimento, prestígio e aceitação. Como consequência, o consumo de produtos, procedimentos e serviços ligados à beleza passa a ser

apresentado como um caminho para a construção da autoestima e da valorização pessoal, reforçando a lógica mercantil que transforma o corpo feminino em objeto permanente de investimento e aperfeiçoamento.

Um exemplo dessa lógica pode ser observado na telenovela brasileira *Beleza Fatal* (2025), que foi escrita por Raphael Montes com direção de Maria de Médicis, vem estruturar sua narrativa a partir do funcionamento interno da indústria da beleza, especialmente clínicas estéticas, procedimentos cirúrgicos e mercados associados à aparência. Diferentemente de abordagens mais representativas, a trama revela os bastidores desse setor, evidenciando como a estética é organizada como um negócio lucrativo, sustentado pela promessa de transformação corporal e ascensão social. A novela evidencia que a beleza não é apresentada como opção, mas como condição para o reconhecimento e a validação social das personagens femininas. Ao longo da narrativa, procedimentos como cirurgias plásticas, harmonizações faciais, tratamentos corporais invasivos e o uso contínuo de cosméticos de alto custo são retratados como práticas recorrentes e normalizadas.

Tais práticas não aparecem apenas como escolhas individuais, mas como exigências implícitas para que as mulheres sejam percebidas como bem-sucedidas, desejáveis e dignas de respeito. Essa repetição reforça a concepção do corpo feminino como um objeto permanentemente inacabado, que necessita de correções constantes para se adequar aos padrões vigentes. A telenovela evidencia, ainda, a forma como a indústria da beleza se sustenta na produção de inseguranças corporais. As personagens são frequentemente confrontadas por discursos que apontam defeitos físicos, como rugas, flacidez, envelhecimento e assimetrias, transformando características naturais do corpo em problemas que devem ser solucionados por meio do consumo.

Essa lógica produz um ciclo contínuo de insatisfação, no qual cada procedimento realizado gera novas demandas estéticas, perpetuando o consumo exacerbado e a dependência do mercado da beleza. Esse processo é reforçado pelo discurso do autocuidado e da autoestima, amplamente difundido pela mídia e pela publicidade. Conforme analisa Zanello (2018), tal discurso mascara a reprodução de uma lógica patriarcal, ao apresentar o consumo estético como expressão de liberdade e empoderamento feminino. Na prática, contudo, essa suposta liberdade mantém as mulheres presas a uma imagem ideal sempre distante, transformando o corpo em um projeto interminável, constantemente submetido à vigilância e à correção. Dessa forma, o consumismo estético não pode ser compreendido como resultado exclusivo de decisões individuais, mas como um fenômeno socialmente construído, sustentado por interesses econômicos e simbólicos.

O consumismo estético também é problematizado no filme *Barbie* (2023) ao revelar a relação entre a Barbieland e a empresa Mattel. A presença da corporação no mundo real explicita como a boneca, enquanto produto, está inserida em uma lógica de mercado que transforma a estética feminina em mercadoria, evidenciando a articulação entre beleza, lucro e controle simbólico. A articulação entre mídia, mercado e padrões normativos de beleza contribui para a naturalização da mercantilização do corpo feminino, reforçando desigualdades e mantendo as mulheres inseridas em um ciclo contínuo de consumo e adequação estética.

2.3 A correlação entre beleza e autoestima: a autoimagem negativa e seus reflexos

A relação entre beleza e autoestima é um dos aspectos mais sensíveis da experiência feminina na atualidade. As exigências estéticas impostas pela sociedade, pela mídia e pelas redes sociais criam uma dinâmica psicológica de constante comparação, vigilância e inadequação. A busca por atender a ideais de beleza inatingíveis pode contribuir para o desenvolvimento de sentimentos de inferioridade, vergonha e ansiedade. A saúde mental feminina, portanto, não pode ser compreendida isoladamente da cultura que a cerca, ela é produzida e afetada por contextos sociais que normatizam o corpo e os afetos.

A crise vivida pela Barbie no filme, marcada por pensamentos sobre a morte, alterações corporais e sentimentos de inadequação, ilustra os efeitos psicológicos da padronização estética. Ao deixar de corresponder ao ideal imposto, a personagem vivencia um processo de fragilização da autoestima, refletindo experiências comuns a muitas mulheres submetidas à pressão por um corpo perfeito. O corpo magro, jovem e bem cuidado é interpretado como sinal de sucesso pessoal, deslocando a questão da beleza do campo coletivo para o individual. Essa individualização apaga as dimensões políticas e sociais do problema, responsabilizando a mulher por adequar-se às normas impostas. Muitas vezes, essas pressões levam à internalização dos ideais de beleza, resultando em uma autoimagem negativa. Esses efeitos não se limitam apenas à autoimagem, eles também podem impactar a saúde mental das mulheres. A ansiedade relacionada a esses padrões muitas vezes se manifesta como uma preocupação excessiva com a aparência, levando a comportamentos compulsivos, como dietas extremas e exercícios excessivos. Esse medo de julgamento pode intensificar a ansiedade em situações sociais e, em alguns casos, contribuir para o isolamento.

A internalização desses padrões pode levar à avaliação do próprio corpo a partir de referências estéticas idealizadas, transformando a aparência em um critério de validação pessoal. Nessa dinâmica, a autoestima deixa de ser relacionada apenas à percepção individual

e passa a depender, em grande medida, da aprovação social e da proximidade em relação aos modelos de beleza difundidos pela mídia e pelas redes sociais. Quanto maior a distância percebida entre o corpo real e o corpo considerado ideal, podem surgir sentimento de frustração, inadequação e insatisfação corporal, que, em determinados contextos, podem estar relacionados a impactos negativos na autoestima e no bem-estar emocional.

A constante comparação com modelos e celebridades pode influenciar a percepção que algumas pessoas têm de si mesmas, contribuindo para uma autoimagem negativa e sentimentos de tristeza e desesperança. Nesse contexto, a comparação nas redes sociais pode afetar a autoestima, fazendo com que o corpo assuma um papel importante no reconhecimento social e que a aprovação externa ganhe maior peso na percepção de valor pessoal. Essa compreensão aproxima-se da análise de Goldenberg (2011):

Determinado modelo de corpo, na cultura brasileira contemporânea, é uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas médias urbanas, bem como das camadas mais pobres. Verifica-se que estas percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social e, também, como um capital nos mercados de trabalho, casamento e sexual (Goldenberg, 2011, p. 49)

Ao compreender o corpo como um capital físico, simbólico e social, a autora evidencia que a aparência deixa de representar apenas uma característica individual e passa a constituir um recurso de valorização e reconhecimento na sociedade. Nesse contexto, a autoestima feminina tende a ser fortemente influenciada pela forma como o corpo é percebido e avaliado socialmente, reforçando a associação entre beleza, pertencimento e sucesso. Essa dinâmica, embora pareça individual, é produto de uma estrutura social que transforma a autoestima em um bem de consumo e a saúde mental em um problema privado, dissociado das pressões coletivas. Ademais, é fundamental considerar que os padrões de beleza não afetam todas as mulheres de maneira homogênea, sendo vivenciadas de forma distinta conforme marcadores sociais como raça, classe social e idade.

Nesse sentido, as normas estéticas podem ser internalizadas de forma mais intensa por determinados grupos, impactando diretamente a construção da autoimagem e autoestima, ou, ao contrário, podem ser tensionadas e contestadas a partir de vivências e posicionamentos sociais diversos. Para mulheres negras e indígenas, essa experiência é atravessada pelo racismo estrutural, que historicamente desqualifica seus corpos, cabelos, tonalidades de pele e traços fenotípicos. Como argumenta Bell Hooks (2010), os padrões de beleza constituem também mecanismos de dominação racial, produzindo sentimentos de não pertencimento e inferiorização. Nesse panorama, valorizar as características e as formas de beleza de mulheres negras e indígenas também significa questionar a ideia de que existe um único modelo de beleza

considerado ideal. Ao reconhecer diferentes cabelos, tons de pele, traços e formas corporais, amplia-se a compreensão sobre o que pode ser considerado belo e evidencia-se que os padrões estéticos não são naturais, mas construídos socialmente. A resistência a esses padrões constitui uma dimensão central da discussão sobre a construção social da beleza e seus reflexos na autoestima feminina.

No contexto brasileiro, mobilizações feministas contemporâneas têm ganhado visibilidade nas redes sociais por meio de campanhas e discursos que questionam a padronização estética e ampliam as representações do corpo feminino. Movimentos e campanhas associados a expressões como #CorposLivres, #BelezaAutêntica e #MeuCorpoMinhasRegras têm contribuído para tensionar as ideias normativas ao valorizar a diversidade corporal e incentivar a autoaceitação nas mídias sociais. Essas iniciativas, entretanto, não se limitam ao ambiente digital. O enfrentamento dos padrões de beleza também pode ocorrer por meio da ampliação da representatividade de diferentes corpos, raças, idades e características físicas nos meios de comunicação, da valorização de referências estéticas que historicamente foram marginalizadas e da produção de conteúdos que questionem a associação entre beleza, valor social e aceitação.

Conforme aponta Ribeiro (2017), a afirmação da identidade e da experiência vivida constitui uma estratégia fundamental de enfrentamento às hierarquias simbólicas que definem quem pode ser reconhecido socialmente. Nessa perspectiva, reconhecer e valorizar diferentes formas de existir e de representar o feminino contribui para questionar a ideia de que determinados corpos são mais adequados ou desejáveis do que outros. Esse processo também envolve problematizar a atuação da própria indústria da beleza, que frequentemente transforma inseguranças e insatisfações corporais em oportunidades de consumo, oferecendo produtos e procedimentos como caminhos para alcançar um modelo considerado ideal.

Dessa forma, o enfrentamento da padronização estética pode ocorrer tanto pela valorização das singularidades quanto pela construção de espaços de representação mais diversos e pela reflexão crítica sobre os mecanismos que sustentam esses padrões. A emergência dessas práticas de resistência demonstra que os modelos de beleza não são imutáveis e podem ser questionados e ressignificados. Compreender a construção social da beleza implica reconhecer não apenas os mecanismos que produzem e mantêm a padronização estética, mas também as diferentes estratégias utilizadas para as enfrentar, desde a valorização da diversidade e da representatividade até a produção de novos discursos sobre o corpo feminino.

Partindo dessas reflexões teóricas, torna-se pertinente investigar como essas questões se manifestam no cotidiano de mulheres inseridas em um contexto marcado pela intensa presença das redes sociais e pela constante circulação de discursos sobre o corpo e a aparência. Nesse sentido, a etapa empírica desta pesquisa buscou compreender de que maneira as universitárias da Universidade Federal do Maranhão, campus Grajaú - MA, percebem os padrões de beleza feminina, identificando aproximações e distanciamentos entre as discussões apresentadas ao longo deste trabalho e as aparências vividas pelas participantes.

3 PERCEPÇÃO DE UNIVERSITÁRIAS SOBRE OS PADRÕES DE BELEZA FEMININA E A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS

Com o propósito de aprofundar as discussões desenvolvidas nos capítulos anteriores, neste capítulo, apresentam-se e discutem-se os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário às estudantes da Universidade Federal do Maranhão Centro de Ciências de Grajaú - MA, dos cursos de Ciências Humanas/Geografia e Ciências Naturais/Química. A análise busca compreender como as participantes percebem os padrões de beleza feminina, a influência das redes sociais na construção desses ideais estéticos e a crescente medicalização dos corpos.

A análise dos dados foi realizada de forma qualitativa e quantitativa. Dessa forma, os resultados apresentados permitem compreender como os padrões de beleza continuam sendo reproduzidos e ressignificados no cotidiano das jovens universitárias. Para favorecer uma interpretação mais articulada dos dados, a discussão dos resultados foi organizada em blocos temáticos, reunindo questões que abordam aspectos semelhantes e possibilitando uma análise mais integrada das percepções e experiências das participantes.

3.1 Caracterização das participantes

A caracterização das participantes que participaram da pesquisa representa uma etapa importante da pesquisa, pois permite contextualizar o perfil do público investigado e compreender o universo em que os dados foram produzidos. Conforme mostra o **Quadro 1** a seguir, participaram da pesquisa 30 estudantes universitárias, das quais 28 informaram a idade e 02 optaram por não responder a essa questão. A maior concentração das participantes encontra-se na faixa etária de 21 a 23 anos, correspondendo a 33,3% da amostra, seguida pelo grupo com 27 anos ou mais (30,0%). As faixas de 24 a 26 anos e 18 a 20 anos representam respectivamente, 16,7% e 13,3% das respondentes.

Quadro 1 – Caracterização das participantes

Faixa Etária	Número de alunas
18-20 anos	4
21-23 anos	10
24-26 anos	5
27 ou mais	9
Não informaram	2

Total	30
--------------	----

Fonte: Autora (2026)

O quadro acima demonstra que a pesquisa contemplou mulheres jovens, público que vivencia intensamente os processos de construção da idade e da autoimagem, sobretudo em um contexto marcado pela ampla utilização das redes sociais. Dessa forma, a composição da amostragem alinha-se aos objetivos deste estudo, uma vez que possibilita compreender como mulheres inseridas nesse contexto percebem e experienciam os padrões de beleza feminina discutidos ao longo desta pesquisa.

3.2 Uso de mídias sociais e padrões de beleza

As redes sociais ocupam um espaço significativo na rotina das participantes da pesquisa e constituem um dos principais meios de contato com conteúdos relacionados à aparência, ao corpo e aos estilos de vida. Nesse ambiente, imagens, vídeos e publicações circulam de maneira contínua, tornando mais frequente o contato com diferentes referências estéticas e modelos de feminilidade. Considerando esse contexto, este primeiro bloco de perguntas busca compreender como as participantes percebem os padrões de beleza valorizados na sociedade, se elas reconhecem a influência das mídias na manutenção dessas ideias e de que forma entendem a relação entre aparência física e valorização social das mulheres. Mais do que identificar respostas objetivas, interessa compreender como essas universitárias interpretam a realidade em que estão inseridas, uma vez que suas percepções refletem experiências cotidianas marcadas por comparações, julgamentos e expectativas relacionadas ao corpo feminino.

Os dados coletados evidenciam, inicialmente, que as redes sociais fazem parte da rotina de praticamente todas as participantes. Embora cada uma utilize combinações diferentes de plataformas, observa-se o predomínio do Instagram, Whatsapp e TikTok, ambientes digitais marcados pela intensa circulação de imagens, vídeos curtos e conteúdos relacionados à estética, moda, alimentação e atividade física. Esse cenário demonstra que o contato com referências de beleza ocorre de maneira cotidiana, muitas vezes de forma naturalizada, integrando o consumo de entretenimento, informando a interação social.

Quando questionadas sobre qual padrão de beleza feminino é mais valorizado atualmente, a maioria das participantes (56,7%) identificou a “magreza estilo Barbie” como o principal ideal estético presente na sociedade. Ao mesmo tempo, (43,3%) das participantes também reconheceram a valorização dos corpos musculosos, evidenciando que o padrão contemporâneo já não está restrito apenas na magreza, mas incorpora a exigência de definição

muscular e aparência considerada saudável. Da mesma forma, (33,3%) das universitárias concordaram que o chamado “corpo violão” permanece presente, indicando que diferentes modelos corporais coexistem, embora todos compartilhem um elemento em comum, a expectativa de um corpo constantemente controlado e aperfeiçoado.

Esses resultados revelam que as participantes reconhecem que os padrões de beleza não são fixos, mas acompanham mudanças culturais e mercadológicas. Entretanto, apesar dessas transformações, permanece a percepção de que existe um conjunto de características corporais considerado mais desejável socialmente, enquanto outros corpos continuam ocupando posições de menor reconhecimento. Essa percepção torna-se ainda mais evidente quando 86,7% das participantes afirmaram que as mídias reforçam os padrões de beleza. O elevado percentual demonstra que, para as universitárias, televisão, publicidade e principalmente as redes sociais que desempenham papel importante na divulgação e manutenção desses modelos estéticos. Apenas uma parcela muito pequena entende que essa influência ocorre apenas ocasionalmente ou não a reconhece.

Mais do que atribuir às mídias a criação desses padrões, as respostas sugerem que elas funcionam como espaços de constante reafirmação de determinados corpos e estilos de vida. Essa interpretação também é discutida por Monteles e Lopes (2025), ao destacarem que plataformas como Instagram ampliam a exposição a conteúdos voltados à estética corporal e estimulam comparações constantes entre os usuários. Para os autores, essas redes não apenas reproduzem padrões de beleza já existentes, mas também contribuem para a naturalização ao associar determinados tipos de corpos à aceitação especial, ao sucesso e ao reconhecimento, o que ajuda a compreender a percepção manifestada pelas participantes desta pesquisa. A Partir disto, buscou-se identificar como as participantes percebem a relação entre aparência física e valorização social das mulheres,

Os resultados apresentados no questionário reforçam uma percepção prática consensual entre as participantes: a aparência física continua exercendo influência significativa na forma como as mulheres são valorizadas socialmente. Somando aquelas que concordam totalmente e parcialmente com a afirmação, observa-se que 96,7% das participantes reconhecem que a aparência interfere nas relações sociais e profissionais e interpessoais.

As justificativas apresentadas aprofundam essa compreensão. Diversas participantes afirmaram que “o físico é o primeiro a ser julgado”, que “a aparência importa mais que o intelecto” e que “a aparência é o cartão de visita”, indicando que a primeira impressão ainda exerce forte peso sobre a maneira como as mulheres são percebidas. Essa percepção das

universitárias sugere que a beleza ultrapassa a dimensão da escolha individual e pode assumir um papel relevante nas relações e formas de reconhecimento social.

Se a aparência “é o cartão de visita”, isso indica que antes mesmo de qualquer competência intelectual ser demonstrada no ambiente acadêmico ou profissional, o corpo da mulher já foi “lido” e classificado pelo olhar externo. Essas respostas demonstram que a valorização da aparência não é entendida apenas como uma forma estética, mas como um fator que influencia oportunidades e formas de tratamento na sociedade. As percepções das participantes estão ligadas também às discussões já presentes na literatura sobre centralidade da aparência na sociedade contemporânea. Ao analisarem as representações sociais do corpo entre as universitárias, Camargo *et al.* (2011) observaram que:

[...] vem ocorrendo um fenômeno crescente e exagerado de culto à beleza corporal, que aparece nas representações sociais desses jovens como uma imposição ou um padrão social: a primeira impressão que a beleza corporal de uma pessoa causa nas demais é considerada mais importante do que os cuidados com a saúde do corpo (práticas e hábitos saudáveis) e do que os aspectos subjetivos implicados na percepção e na sensação da corporeidade, como é o caso do bem-estar e do equilíbrio emocional (Camargo *et al.*, 2011, p. 266).

Em diálogo com os autores podemos notar que a valorização da aparência não se restringe ao âmbito das relações interpessoais, mas reflete uma lógica social que atribui maior reconhecimento aos indivíduos que se aproximam dos padrões estéticos dominantes. Nesse cenário, o corpo torna-se um elemento de diferenciação social, influenciando expectativas, oportunidades e formas de tratamento em diferentes espaços da vida cotidiana. Essa realidade se torna ainda mais evidente quando se observam os diferentes espaços que os padrões de beleza produzem efeitos concretos. Além das relações cotidianas, as participantes apontam que essas exigências também se fazem presentes em contextos institucionais, como o mercado de trabalho, onde determinadas características físicas podem ser associadas à competência, ao sucesso e a maior aceitação social.

Nesse sentido, os depoimentos evidenciam que a influência dos padrões estéticos também se manifesta no ambiente profissional. Uma participante observa que, em determinadas profissões, mulheres consideradas bonitas são mais valorizadas do que aquelas reconhecidas por sua capacidade intelectual, destacando a preferência por mulheres “magras, altas, brancas e de cabelo liso”. Essa percepção revela que os padrões estéticos ultrapassam o campo da vida privada e podem interferir em oportunidades profissionais, evidenciando como determinadas características físicas ainda funcionam como critérios informais de seleção e reconhecimento.

Também chama atenção a frequência com que as participantes associam a magreza à aceitação social, uma das respostas afirma que “quando você é magra, você é vista como bonita, quando está acima do peso, é vista como, desleixada”. Outra participante destaca que mulheres consideradas fora do padrão acabam sendo menos bem tratadas. Esses relatos demonstram que a pressão estética não se limita ao desejo de alcançar determinado corpo, mas produz consequências concretas na maneira como as mulheres acreditam ser vistas e avaliadas no cotidiano. Mesmo entre as poucas participantes que discordam parcialmente da afirmação, a justificativa não negava a existência desse fenômeno, pelo contrário, algumas afirmaram, que embora pessoalmente não concordem que a aparência deve se definir o valor de uma mulher, reconhecem que a sociedade continua operando dessa forma. Essa distinção é importante porque evidencia uma consciência crítica sobre o problema, alguns participantes rejeitam essa lógica, mas reconhecem que ela permanece presente nas relações sociais.

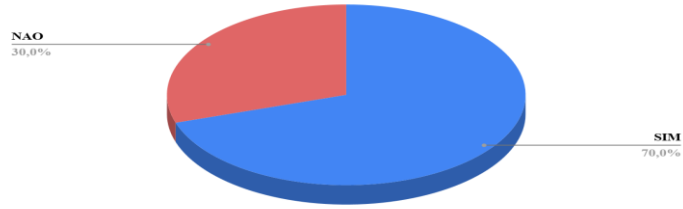
De modo geral, os resultados desse primeiro bloco indicam que as universitárias indicam os padrões de beleza como construções amplamente difundidas pelas mídias e reconhecem que a aparência continua ocupando um lugar central na valorização social das mulheres. Mais do que reproduzir discursos presentes nas redes sociais das mulheres, as respostas refletem experiências concretas de observação, comparação e julgamento, revelando que as exigências relacionadas ao corpo feminino permanecem presentes em diferentes espaços da vida das mulheres.

3.3 Prática de atividades físicas e seus objetivos

A prática de atividades físicas ocupa um lugar cada vez mais presente no cotidiano, sendo frequentemente associada tanto na promoção da saúde quanto na busca por um corpo socialmente valorizado. Embora o exercício físico seja amplamente reconhecido pelos seus benefícios físicos e psicológicos, ele também pode estar relacionado às expectativas estéticas construídas em torno do corpo feminino. Assim, este bloco busca compreender se as participantes praticam atividades físicas regularmente, quais modalidades realizam, quais são seus principais objetivos e como percebem os grupos que mais valorizam o chamado “corpo perfeito” na sociedade. Os resultados referentes a essas questões estão sintetizados nos gráficos 01, 02, 03 e 4 permitindo uma visualização conjunta das práticas e percepções apresentadas pelas participantes.

Gráfico 1- Práticas das participantes de atividades físicas

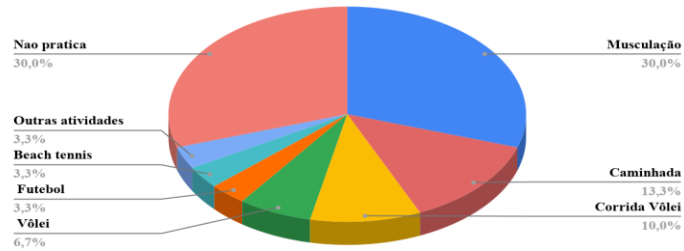
Q5. Você pratica atividade física regularmente?



Fonte: Autora (2026)

Gráfico 2- Quais atividades são praticadas

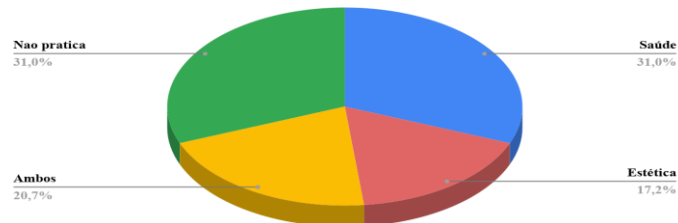
Q6. Se for afirmativo a questão anterior, qual atividade?



Fonte: Autora (2026)

Gráfico 3- Principais objetivos da prática de atividade física

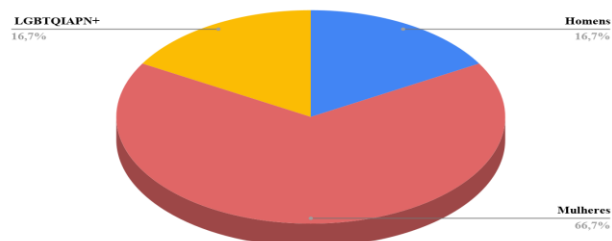
Q7. Caso pratique atividade física, qual é o principal objetivo?



Fonte: Autora (2026)

Gráfico 4- Quem mais valoriza padrões corporais

Q8. Na sua opinião, atualmente, quem mais valoriza um padrão de corpo perfeito ?



Fonte: Autora (2026)

Após a apresentação dos Gráficos, observamos que a prática de atividades físicas faz parte da rotina da maioria das participantes, uma vez que 70% afirmaram praticar algum exercício físico regularmente, enquanto 30% declararam não realizar atividades físicas. Esse resultado demonstra que o cuidado com o corpo está presente no cotidiano de grande parte das universitárias, evidenciando que as atividades físicas ocupam um espaço importante em seus hábitos e estilos de vida.

Entre as modalidades praticadas, a musculação destacou-se como uma atividade mais frequente, sendo mencionada por 09 participantes. Em seguida, aparecem caminhada, corrida, vôlei, futebol, beach tennis e outras modalidades. A predominância da musculação revela uma tendência que tem sido observada entre jovens, especialmente devido à maior facilidade de acesso às academias e a ampla divulgação desse tipo de prática nas redes sociais. Ao mesmo tempo, a presença de modalidades variadas demonstra que o exercício físico não está restrito a uma única finalidade, podendo estar relacionado tanto ao lazer quanto ao condicionamento físico, à socialização e ao bem-estar.

Quando questionadas sobre o principal objetivo da prática da atividade física, as respostas indicam que as motivações vão além de uma única finalidade. Embora a saúde tenha sido a alternativa mais assinalada, um número expressivo de participantes afirmou buscar simultaneamente a saúde e a estética, enquanto outras indicaram exclusivamente a estética como principal objetivo. Esses resultados sugerem que, para muitas participantes, o cuidado com o corpo envolve uma combinação de fatores, nos quais o desejo de manter uma boa qualidade de vida convive com a preocupação em alcançar uma aparência considerada satisfatória. Assim, saúde e estética não aparecem como objetivos opostos, mas como dimensões frequentemente associadas à experiência das universitárias.

Essa associação entre saúde e estética também é discutida por Iriart, Chaves e Orleans (2009), ao afirmarem que, na atualidade, a prática de exercícios físicos passou a reunir diferentes significados, deixando de representar apenas uma estratégia de promoção da saúde para incorporar objetivos relacionados à aparência corporal e ao reconhecimento social. Nesse contexto, os resultados encontrados nesta pesquisa sugerem que essas motivações não são percebidas pelas participantes como aspecto opostos, mas como dimensões que frequentemente coexistem na experiência feminina.

Esse aspecto torna-se particularmente relevante quando analisado em conjunto com os resultados do bloco anterior. Embora as participantes reconheçam que as mídias e a sociedade reforçam determinados padrões de beleza, a prática de atividades físicas não foi apresentada

exclusivamente com uma estratégia para atender as exigências estéticas. Ao contrário, observa-se uma valorização significativa da saúde, indicando que o exercício físico é compreendido também como uma prática voltada ao bem-estar físico e mental. Ainda assim, a presença da estética entre as principais motivações evidencia que as expectativas relacionadas ao corpo permanecem influenciando as escolhas e os hábitos das participantes.

Essa compreensão aproxima-se das discussões apresentadas por Camargo, Goetz, Bousfield e Justo (2011), que evidenciam como a construção social das representações do corpo e destacam que:

As mídias, e em especial os jornais, as revistas e a televisão, produzem modelos e ditam padrões para o corpo, que constituem representações sociais da beleza e da saúde. Tais modelos e padrões podem gerar insatisfações nas pessoas frente à própria imagem e abalar sua autoestima, incentivando uma busca insensata pelo ideal corporal (Shohat & Stam, 1996 *apud* Camargo; Goetz; Bousfield; Justo, 2011, p. 259).

Essa discussão ajuda a compreender por que, mesmo quando as participantes afirmam praticar atividades físicas principalmente por questões de saúde, a dimensão estética continua presente em suas motivações, indicando que, para parte das participantes, os referenciais sociais também podem influenciar a maneira como o corpo saudável é percebido.

No que se refere à percepção sobre quem mais valoriza o padrão de corpo perfeito na sociedade, 66,7% das participantes atribuíram essa valorização às próprias mulheres, enquanto os homens e pessoas LGBTQIAPN+ obtiveram o mesmo percentual de respostas, 16,7%. Esse resultado chama atenção por indicar que as participantes percebem a cobrança estética como um processo que também ocorre entre mulheres. Essa percepção pode estar relacionada às comparações constantes, aos comentários sobre aparência, às tendências de moda e beleza e as interações estabelecidas tanto nos espaços presenciais quanto nas redes, onde mulheres frequentemente ocupam o papel de produtoras e consumidoras de conteúdo voltadas à estética.

Entretanto, esse resultado não deve ser interpretado como uma responsabilidade exclusiva das mulheres pela manutenção dos padrões de beleza. As respostas sugerem que elas percebem uma dinâmica social mais ampla, na qual diferentes grupos participam da reprodução dessas ideias, ainda que as próprias mulheres sejam vistas como aquelas que mais valorizam e compartilham tais referências no cotidiano.

As diferentes formas de valorização do corpo feminino discutidas até aqui evidenciam que os padrões estéticos não influenciam apenas a percepção sobre aparência, mas também orientam comportamentos, práticas e escolhas relacionadas ao próprio corpo. Entre essas práticas, destaca-se a crescente busca por métodos capazes de promover o emagrecimento rápido, fenômeno que ganhou maior visibilidade com a popularização de medicamentos como

Ozempic e Mounjaro. No próximo tópico iremos analisar o conhecimento das participantes acerca desses medicamentos, suas principais fontes de informação, a intenção de utilizá-los para fins estéticos e suas percepções sobre a pressão social pelo emagrecimento.

3.4 Conhecimento sobre medicamentos para emagrecimento e a influência da pressão estética

A crescente popularização de medicamentos voltados ao emagrecimento, como Ozempic e Mounjaro, evidencia uma nova configuração da relação entre corpo, consumo e padrões de beleza. Embora desenvolvidas originalmente para o tratamento do diabetes mellitus tipo 02, esses medicamentos passaram a ocupar espaço significativo nas redes sociais, na mídia e nas conversas cotidianas, sendo frequentemente apresentados como alternativas rápidas para a obtenção do corpo considerado ideal. Diante desse cenário, buscaram-se os resultados referentes ao conhecimento sobre os medicamentos para emagrecimento, as fontes de informações, a intenção de utilização para fins estéticos e a percepção das participantes acerca da pressão social pelo emagrecimento.

Os resultados apresentados evidenciam que o conhecimento sobre medicamentos utilizados para o emagrecimento, como Ozempic e Mounjaro, encontra-se amplamente disseminado entre as participantes da pesquisa. Observa-se que 90% das entrevistadas afirmaram conhecer esses medicamentos, enquanto apenas 6,7% declararam não os conhecer, indicando que o tema ultrapassou o ambiente estritamente médico e passou a fazer parte das discussões cotidianas relacionadas ao corpo, à estética e ao emagrecimento.

Esse resultado torna-se ainda mais significativo quando analisado em conjunto com as principais fontes de informação apontadas pelas participantes, nas quais as redes sociais se destacam de forma expressiva, sendo mencionadas por 22 entrevistadas, seguidas pelas conversas informais. Em contrapartida, academias e profissionais da saúde foram citados por apenas quatro participantes cada, demonstrando que o contato com esse tipo de conteúdo ocorre predominantemente em ambientes digitais e não, necessariamente, por meio de orientações especializadas. Essa percepção pode ser compreendida a partir de Silva, Japur e Penaforte (2020), que demonstra que as redes sociais não apenas ampliam a exposição a imagens idealizadas, mas também favorecem processos contínuos de comparação corporal e internalização dos padrões de beleza. Dessa forma, mais do que divulgar determinados modelos estéticos, essas plataformas contribuem para que tais referências sejam incorporadas como

parâmetros de avaliação do próprio corpo, aspecto que ajuda a compreender a percepção manifestada pelas participantes desta pesquisa.

Ampla circulação de conteúdos produzidos por influenciadoras digitais, celebridades e perfis voltados à estética contribui para popularizar esses medicamentos como alternativas rápidas para alcançar o corpo considerado ideal. Dessa forma, as redes sociais deixam de atuar apenas como espaços de divulgação de informações e passam a produzir expectativas sobre o corpo feminino, reforçando a associação entre magreza, sucesso, reconhecimento social e bem-estar. As autoras Oliveira, Salvático e Santos (2024), mostraram que influenciadores digitais têm desempenhado papel importante na popularização de análogos de GLP-1 frequentemente apresentados seus efeitos estéticos sem abordar adequadamente suas indicações clínicas e possíveis riscos.

Apesar da ampla visibilidade desses medicamentos, os resultados demonstram que a maior parte das participantes não manifesta interesse em utilizá-los para fins estéticos, por medo e não por se sentirem satisfeitas com seus corpos. Conforme observado, 80% responderam que nunca consideraram recorrer a esse tipo de medicamento, enquanto 16,7% afirmaram já ter cogitado essa possibilidade e 3,3% optaram por não responder. As respostas discursivas permitem compreender de maneira mais aprofundada os tópicos dessa decisão, revelando que predominam preocupações relacionadas aos possíveis efeitos adversos, aos impactos futuros sobre a saúde e ausência de necessidade pessoal para recorrer a esse recurso. Dentre as justificativas apresentadas, diversas participantes afirmaram não confiar na segurança desses medicamentos, destacando que eles “podem trazer malefícios no futuro”, que “não veem necessidade de utilizá-los” ou que acreditam que “não seja um método adequado”. Essas falas indicam que, embora os medicamentos estejam amplamente presentes no imaginário social, muitas mulheres ainda priorizam a preservação da saúde em detrimento da obtenção de resultados estéticos imediatos.

Entretanto, as respostas também revelam que essa decisão individual convive com o reconhecimento de uma forte pressão estética presente na sociedade contemporânea. Alguns participantes relataram que cogitaram em situações específicas, como após mudanças corporais decorrentes de uma gravidez ou diante do desejo de recuperar rapidamente determinado padrão corporal. Em outros depoimentos, observa-se a compreensão de que o crescente interesse por esses medicamentos está diretamente relacionado à valorização da magreza e a influência exercida pelas redes sociais e por figuras públicas. Nessa direção, Silva, Japur e Penaforte (2020) afirmam que:

Com o uso das redes sociais, são muitas as oportunidades que os usuários têm de realizar a comparação de seus corpos com padrões corporais tidos como ideais, que são largamente difundidos nesse tipo de mídia e, consequentemente, de desenvolver e/ou aumentar os níveis de insatisfação com o próprio corpo, uma vez que tais padrões são excludentes, irreais e não abarcam a grande diversidade de formatos corporais apresentados pela população. (Silva; Japur; Penaforte, 2020, p. 9)

Essa constatação ajuda a compreender por que as entrevistadas associam a popularização dos análogos de GLP-1 à busca por um corpo considerado ideal. A exposição contínua a imagens que exaltam a magreza como sinônimo de sucesso, beleza e reconhecimento social contribui para intensificar comparações corporais e reforçar a ideia de que o emagrecimento rápido representa um caminho para alcançar aceitação e pertencimento. Nessa perspectiva, a decisão de utilizar esses medicamentos deixa de estar vinculada apenas a questões individuais e passa a refletir a influência dos padrões estéticos amplamente difundidos pelas redes sociais.

Uma das participantes sintetiza essa percepção ao afirmar que “estamos na era da magreza”, destacando como a busca pelo corpo ideal é constantemente estimulada por influenciadoras digitais e celebridades que associam a aparência física ao sucesso e ao desempenho pessoal e social. Essa influência também pode ser observada nas próprias tendências que circulam pelas redes sociais, como a chamada *trend* “magras, magras”, que ganhou destaque no TikTok e reforçou a valorização de corpos cada vez mais magros como referência estética.

Os dados da pesquisa reforçam essa relação entre a pressão estética e a busca por estratégias de emagrecimento. Entre os participantes, 23 apontaram a pressão estética como o principal fator que leva as pessoas a recorrerem aos análogos de GLP-1 para fins de emagrecimento. Em seguida, apareceu a influência das redes sociais, mencionada por 13 participantes. Os resultados indicam, portanto, que a busca pelo emagrecimento não pode ser compreendida apenas como uma escolha individual, uma vez que está relacionada às referências de corpo que circulam socialmente e são constantemente reforçadas pelos meios digitais.

Em menor frequência, aparece a influência de amigos ou conhecidos, enquanto nenhum participante indicou as questões de saúde como principal motivação para esse tipo de uso. Esses dados demonstram que, na percepção das entrevistadas, a procura por esse medicamento está muito mais relacionada às exigências sociais de adequação estética do que as necessidades clínicas propriamente ditas. Essa interpretação é reforçada pelos resultados da última questão do bloco, na qual 90,0% das participantes afirmaram acreditar que existe, atualmente, uma pressão para que as mulheres emagreçam rapidamente. Apenas uma participante respondeu

negativamente, enquanto duas consideraram que essa pressão ocorre apenas em determinadas situações. Esses resultados revelam que, independentemente da intenção individual de utilizar ou não esses medicamentos, há um reconhecimento coletivo que a magreza continua sendo amplamente valorizada como atributo de beleza e aceitação social.

Em conjunto, os dados permitem identificar aspectos relevantes para a compreensão desse fenômeno. Embora a maioria das participantes rejeite o uso pessoal do medicamento para emagrecimento, praticamente todas reconhecem que vivem em um contexto social marcado pela intensa valorização do corpo magro e pela busca por resultados imediatos. Essa aparente contradição demonstra que, entre as participantes, a influência dos padrões de beleza é percebida para além das escolhas individuais, configurando-se como um processo social reconhecido no contexto analisado. Nesse sentido, a popularização dos análogos de GLP-1 representa mais do que uma inovação farmacológica, constitui uma expressão contemporânea da construção social da beleza feminina, na qual o corpo permanece submetido a expectativas estéticas, discursos midiáticos e relações de consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou compreender como a beleza feminina é construída socialmente e de que maneira os padrões estéticos influenciam a forma como as mulheres percebem seus corpos, suas identidades e sua autoestima na sociedade contemporânea. Para isso, utilizou-se como objeto de análise o filme *Barbie* (2023), dirigido por Greta Gerwig, considerando a obra como uma importante representação das discussões atuais sobre feminilidade, aparência e as expectativas impostas às mulheres.

Ao longo do desenvolvimento do trabalho, foi possível perceber que a beleza feminina não é um aspecto natural ou definido de maneira universal, mas uma construção histórica e cultural que se transforma conforme os valores presentes em cada sociedade. Os padrões estéticos foram sendo estabelecidos e reproduzidos ao longo do tempo, criando modelos de feminilidade associados principalmente à juventude, à magreza, a aparência considerada perfeita e a necessidade de adequação dos corpos. Nesse sentido, o corpo feminino passou a ser constantemente observado, avaliado e comparado, tornando-se um espaço onde diferentes expectativas sociais são depositadas. A pesquisa demonstrou que a busca pela beleza não ocorre apenas como uma escolha individual, mas está relacionada a diversos fatores sociais, culturais e econômicos que influenciam a maneira como as mulheres compreendem a si mesmas. A valorização de determinados padrões estéticos contribui para a criação de sentimentos de insegurança, insatisfação corporal e necessidade de transformação constante, especialmente em uma sociedade marcada pela intensa circulação de imagens idealizadas.

Nesse contexto, as mídias e, principalmente, as redes sociais possuem um papel fundamental na manutenção desses padrões. A exposição frequente a corpos considerados perfeitos, muitas vezes associados ao sucesso, a felicidade e inadequação diante dos modelos apresentados. Além disso, a indústria da beleza transforma essas expectativas em oportunidades de consumo, oferecendo produtos, procedimentos e diferentes soluções voltadas para alcançar um ideal estético muitas vezes impossível de ser atingido.

A análise do filme *Barbie* (2023) possibilitou compreender essas questões de forma simbólica, embora a personagem tenha sido historicamente associada a um modelo de perfeição estética, a obra de Greta Gerwig apresenta uma reflexão crítica sobre os limites desse ideal. A trajetória da protagonista evidencia os conflitos gerados pela tentativa de corresponder a expectativas externas e demonstra que a identidade feminina não pode ser reproduzida apenas pela aparência. Dessa forma, o filme contribui para questionar modelos tradicionais de feminilidade e valorizar diferentes formas de existência.

Os resultados obtidos por meio da pesquisa realizada com universitárias da Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de Grajaú/MA, contribuem para aproximar as discussões desenvolvidas ao longo do trabalho e da realidade vivenciada pelas participantes. As respostas evidenciaram que as estudantes reconhecem a influência das mídias e das redes sociais na construção dos padrões de beleza e perceberam que a aparência ainda possui impacto na forma como as mulheres são avaliadas socialmente. Além disso, a presença de discussões relacionadas ao uso de medicamentos para emagrecimento rápido demonstrou como a busca pelo corpo ideal continua sendo fortalecida por novas práticas e tecnologias voltadas à transformação corporal. Apesar da presença da pressão estética, muitas participantes demonstram preocupação com a saúde e com os riscos relacionados à busca por resultados imediatos. A valorização do bem-estar indica uma mudança na forma como algumas mulheres passam a compreender seus corpos, buscando uma relação mais equilibrada e menos limitada pela aparência.

Dessa maneira, considera-se que os objetivos propostos nesta pesquisa foram alcançados, pois foi possível analisar como os padrões de beleza feminina são construídos e reproduzidos socialmente, bem como compreender suas relações com a mídia, o consumo e a formação da identidade feminina. O estudo evidenciou que a beleza continua exercendo influência significativa na experiência das mulheres, interferindo em sentimentos, comportamentos e relações sociais. Além disso, a pesquisa permitiu identificar, ainda que de forma inicial, práticas de resistência a esses padrões, expressas na valorização da diversidade corporal, na aceitação das diferenças e no desenvolvimento de uma postura mais crítica diante das imposições estéticas difundidas pela mídia e pelas redes sociais.

Portanto, espera-se que esta pesquisa contribua para ampliar as discussões sobre o corpo, gênero, cultura e sociedade, incentivando uma reflexão crítica sobre os padrões estéticos presentes no cotidiano. Mais do que discutir a aparência feminina, este trabalho buscou destacar a importância de reconhecer a diversidade dos corpos e das experiências das mulheres, compreendendo a beleza não como uma obrigação ou medida de valor social, mas como uma construção plural relacionada à autonomia, a identidade e a liberdade feminina.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Leonardo Marcondes. Crenshaw: interseccionalidade e as múltiplas faces da discriminação. **Ensaio e Notas**, 2022. Disponível em: <https://share.google/tXXtcoxJN2u9JHSSa> . Acesso em: 18 fev. 2026
- BARBIE. Direção: Greta Gerwig. Produção: David Heyman, Margot Robbie, Tom Ackerley, Robbie Brenner. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2023. 1 longa-metragem (114 min), son., color.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: fatos e mitos**. Tradução de Sérgio Milliet. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. Disponível em: <https://share.google/UHFVAvnP2Cuyoru7L> . Acesso em: 6 fev. 2025
- BIG BROTHER BRASIL 26. Direção: Rodrigo Dourado. Rio de Janeiro: TV Globo, 2026. Programa de TV.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. 12. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009. Disponível em: <https://share.google/MXgFx6iJsoQAus3JJ> . Acesso em: 20 fev. 2025
- BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). MOTA, Rômison Rodrigues. **Voto nº 126/2025/SEI/DIRE4/ANVISA**. Brasília: ANVISA, 2025. Disponível em: <https://share.google/ZB94vZVB14Q7YwmR6> . Acesso em: 5 maio 2026.
- BELEZA fatal. Criação de Raphael Montes. Direção: Maria de Médicis e Joana Jabace. Produção: Coração da Selva e Max. Warner Bros. Discovery, 2025. 1 vídeo (40 min aprox. por episódio).
- CAMPOS, Gabriela Rocha; FARIA, Hila Martins Campos; SARTORI, Isabela Duarte. Cultura da estética: o impacto do instagram na subjetividade feminina. **Cadernos de Psicologia**, Juiz de Fora, v. 1, n. 2, p. 310-344, ago./dez. 2019. Disponível em: <https://share.google/nj8kcvQ0e9LEf7uSy> . Acesso em: 24 mar. 2026.
- CAMARGO, Brígido Vizeu; GOETZ, Everley Rosane; BOUSFIELD, Andréa Barbará S.; JUSTO, Ana Maria. Representações sociais do corpo: estética e saúde. **Temas em Psicologia**, v. 19, n. 1, p. 257-268, 2011. Disponível em: <https://share.google/GB2oDJtgtG9mUjJLo> . Acesso em: 28 mar. 2026.
- CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos Avançados**, v. 17, n. 49, p. 117-132, 2003. (Nota: O título e a autoria constam no documento, e a data de aceitação para publicação é 2003). Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40142003000300008> . Acesso em: 14 maio 2025.
- CARDOSO, Cláudia Pons. Amefricanizando o feminismo: o pensamento de Lélia Gonzalez. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 965-986, set./dez. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2014000300015> . Acesso em: 7 abr. 2026.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. Tradução de Paulo Neves. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007. Disponível em: <https://share.google/EBMzOEKLLIL4ki0FZ> . Acesso em: 26 fev. 2025.

LIMA, Barbara vitoria Marques; FERREIRA, Jessylle Barbosa .ENTRE O REAL E O EDITADO: O IMPACTO PSÍQUICO DA MÍDIA DIGITAL NA AUTOESTIMA FEMININA. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação (REASE)**, São Paulo, v. 11, n. 4, abr. 2025. Disponível em: <https://share.google/bzKkMraQnAu9wmBj3> . Acesso em : 19 nov. 2025.

FERREIRA, Núbia Priscila Borges et al. Os efeitos adversos da prescrição inadequada do implante de gestrinona (“chip da beleza”). **Periódicos Brasil: Pesquisa Científica**, Macapá, v. 4, n. 2, set. 2025. Disponível em: <https://share.google/bzKkMraQnAu9wmBj3> . Acesso em: 9 abr. 2026.

FERREIRA, Silvia Lúcia; NASCIMENTO, Enilda Rosendo do (org.). **Imagens da mulher na cultura contemporânea**. Salvador: NEIM/UFBA, 2002. Disponível em: <https://share.google/dbB5duE28Ci9UKSeb> . Acesso em: 27 fev. 2025.

GOMES, Mariana Selister. Uma Metodologia de Pesquisa Feminista é possível? Um levantamento bibliométrico das metodologias utilizadas em periódicos dos Estudos de Gênero. In: **20º Congresso Brasileiro de Sociologia**, 2021, Belém. Anais [...]. Belém: UFPA, 2021. Disponível em: <https://share.google/mGXDk25MgIzHUr3UN> . Acesso em: 12 ago. 2025.

GOLDENBERG, Mirian. Afinal, o que quer a mulher brasileira?. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 47-64, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-56652011000100004> . Acesso em: 24 ago. 2025.

HOOKS, bell. **Olhares negros: raça e representação**. Tradução de Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019. Disponível em: <https://share.google/flun1Au8tt9Nwahl3> . Acesso em: 28 jan. 2026.

IRIART, Jorge Alberto Bernstein; CHAVES, José Carlos; ORLEANS, Roberto Ghignone de. Culto ao corpo e uso de anabolizantes entre praticantes de musculação. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 4, p. 773-782, abr. 2011. (Nota: O cabeçalho do documento indica 2009, mas a referência interna pode variar; seguindo o cabeçalho: abr. 2009). Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X2009000400008> . Acesso em: 23 maio 2026.

LODI, Aline Sinhorini; GANEN, Aline de Piano; ALVARENGA, Marle dos Santos. [Impacto da internet e redes sociais na imagem corporal de adolescentes]. **Download.pdf**, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166> . Acesso em 5 set. 2025.

MONTELES, Pedro Fernandes Azevedo; LOPES, Bruna de Jesus. A influência do Instagram na imagem corporal dos seus usuários: Uma revisão integrativa. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, Curitiba, v. 23, n. 8, p. 01-38, 2025. Disponível em: <https://share.google/UmGgvKcGrbMn9ytZn> . Acesso em: 20 set. 2025.

NARVAZ, Martha Giudice; KOLLER, Sílvia Helena. Metodologias feministas e estudos de gênero: articulando saber, poder e prática. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 3, p. 647-654, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-73722006000300021> . Acesso em: 8 abr. 2026.

NATANSOHN, Graciela; BRUNET, Karla Schuch; PAZ, Mônica Dantas. Mulheres na Cultura Digital: perspectivas e desafios. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, Curitiba, v. 22, n. 8, p. 01-23, 2024. Disponível em: <https://share.google/nDVofcydQ9sTSmT1H>. Acesso em: 1 jun. 2026.

OLIVEIRA, Chirlaine Cristina de et al. Uso off label da semaglutida (Ozempic®) por indivíduos não diabéticos para perda de peso. **Revista Científica FACS**, Governador Valadares, v. 25, p. 01-14, jan./dez. 2026. Disponível em: <https://share.google/kPFJ8Ifwj2NLfbvD> . Acesso em: 16 maio 2026.

OLIVEIRA, Luara Cassiana. A influência da mídia nos padrões de beleza e seu impacto na autoestima das mulheres. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da FAIT**, Itapeva, v. 9, n. 2, out. 2024.

OLIVEIRA, Analice da Silva; SALVÁTICO, Soleane. Os impactos do uso indiscriminado do Ozempic: consequências para a saúde pública e o mercado de medicamentos estéticos. **Revista Saúde dos Vales**, v. 10, n. 01, 2025. Disponível em: <https://share.google/aMQfpqvU8SwP13Kul> . Acesso em: 13 abr. 2026.

POLLI, Gislei Mocelin; JOAQUIM, Bianca Oliveira; TAGLIAMENTO, Grazielle. Representações sociais e práticas corporais: influências do padrão de beleza. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 73, n. 3, p. 54-69, 2021. Disponível em: <https://share.google/CccxGWTQyFyTHbcP8> . Acesso em: 26 ago. 2026.

RIBEIRO, Djamila. **O que é: lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.

SILVA, Joseli Maria. Um ensaio sobre as potencialidades do pensamento feminista na geografia. **Revista de História Regional**, v. 8, n. 1, p. 31-45, 2003. Disponível em: <https://share.google/AeN3kpnc8fZQrd34Q> . Acesso em: 25 jan. 2025.

SILVA, Ana Flávia de Sousa; JAPUR, Camila Cremonezi; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues de Oliveira. Repercussões das Redes Sociais na Imagem Corporal de Seus Usuários: Revisão Integrativa. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 36, e36510, 2020. Disponível em: <https://share.google/BZEfWpuzd6OAwLgwH> . Acesso em: 29 set. 2025.

VEIGA, Ana Paula. A institucionalização da beleza no universo feminino. **IGT na Rede**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 5, p. 88-100, ago. 2006. Disponível em: <https://share.google/WCybN0D69T6yyd9vA> . Acesso em: 17 out. 2025.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. Disponível em: <https://share.google/kK6Do8Pdo3ICAYwoZ> . Acesso em: 10 jan. 2025.

ZANELLO, Valeska. **Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação**. Curitiba: Appris, 2018.