



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**  
**DEPARTAMENTO DE SERVIÇO SOCIAL**

**FRANCINE SILVA LIMA**

**A PERSISTÊNCIA DO MITO DA BELEZA: UM ESTUDO DOS PADRÕES DE  
BELEZA NA ATUALIDADE**

**MARIANA, MINAS GERAIS**

**2025**

FRANCINE SILVA LIMA

**A PERSISTÊNCIA DO MITO DA BELEZA: UM ESTUDO DOS PADRÕES DE  
BELEZA NA ATUALIDADE**

Trabalho de conclusão de curso (TCC)  
apresentado ao curso de Serviço Social  
da Universidade Federal de Ouro Preto –  
UFOP, como requisito parcial à obtenção  
do título de bacharel em Serviço Social.  
Orientadora: Isis Silva Roza.

**MARIANA, MINAS GERAIS**

**2025**

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L732p Lima, Francine Silva.  
A persistência do mito da beleza [manuscrito]: um estudo dos padrões de beleza na atualidade. / Francine Silva Lima. - 2025.  
67 f.

Orientadora: Profa. Dra. Isis Roza.  
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Serviço Social .

1. Beleza física (Estética). 2. Capitalismo. 3. Redes sociais. I. Roza, Isis. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 316.7

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador  
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Francine Silva Lima**

### **A persistência do mito da beleza: um estudo dos padrões de beleza na atualidade**

Monografia apresentada ao Curso de Serviço Social da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Serviço Social

Aprovada em 10 de abril de 2025

#### Membros da banca

Dra. Isis Silva Roza - Orientadora - Universidade Federal de Ouro Preto  
Me. Jussara de Cássia Soares Lopes - Universidade Federal de Ouro Preto  
Me. Alba Barreto Barboza de França - Universidade Federal de Ouro Preto

Isis Silva Roza, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 14/04/2025



Documento assinado eletronicamente por **Isis Silva Roza, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 13/04/2025, às 17:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0895610** e o código CRC **6AE990B9**.

Dedico esse trabalho a mulher da minha vida, minha mãe Marcilene que me fez quem eu sou, a minhas avós Arlette e Mafalda, e as minhas sobrinhas Elisa e Maria Helena, com a esperança de elas possam crescer em um mundo onde a mulher seja livre.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha mãe Marcilene e meu irmão Victor que tem sido meu porto seguro durante toda uma vida e principalmente nesses anos de universidade.

Agradeço aos meus avós J. Maurício e Arlette que sempre foram os maiores investidores na minha carreira acadêmica e sempre me mostraram que eu podia ser e fazer o que eu quiser. agradeço aos meus avós Tuica (Manuel) e Mafalda a quem foram umas das primeiras pessoas pra quem eu contei que estava entrando na universidade e que infelizmente não estão aqui para ver eu me formar, sinto saudades diárias.

Sou grata a minha família que me apoiou em toda essa jornada.

Agradeço meus amigos Júlia, Lázaro e Nicolas que estiveram do meu lado a cada momento e às minhas amigas que a UFOP me deu, Ester e Priscila, pois não teria chegado tão longe sem vocês, vou ser eternamente grata por ter chegado tão longe ao lado de todos vocês.

Agradeço à minha orientadora Isis, pela paciência e compreensão em todos os momentos.

Agradeço às minhas amadas sobrinhas Elisa e Maria Helena, tudo que fiz e faço é por vocês.

E um agradecimento especial a duas importantes pessoas que não estão mais aqui, Giordan e Henrique.

*Para ele, ela era uma mercadoria fragmentada cujos sentimentos e escolhas raras vezes eram consideradas: sua cabeça e seu coração estavam separados de suas costas e mãos, e divididas de seu útero e vagina. suas costas e músculos eram forçados no trabalho do campo [...] às suas mãos se exigia cuidar e nutrir o homem branco [...] sua vagina, usada para o prazer sexual dele, era a porta de acesso ao útero, lugar para os investimentos dele — o ato sexual era o investimento de capital, e o filho, a maisvalia acumulada. [...]*  
Barbara Omolade, *Heart of Darkness*, 1983

## RESUMO

O presente estudo analisa a persistência do mito da beleza na sociedade contemporânea, Observa-se que, os padrões estéticos continuam exercendo forte influência sobre o feminino, adaptando-se às transformações sociais, culturais e tecnológicas. Com o incentivo do patriarcado, o capitalismo e a alienação, as redes sociais, atualmente, funcionam como plataformas de reforço desses ideais de controle da mulher, perpetuando exigências irreais de aparência e incentivando a autovigilância. A pesquisa aborda entender o mito da beleza, que ao se reinventar conforme os interesses do capitalismo, mantém seu poder simbólico e normativo, afetando profundamente a autoestima e a liberdade das mulheres.

**Palavras chave:** redes sociais – feminismo – mito da beleza – capitalismo.

## **ABSTRACT**

This study analyzes the persistence of the beauty myth in contemporary society. It is observed that aesthetic standards continue to exert a strong influence over the feminine, adapting to social, cultural, and technological transformations. With the reinforcement of patriarchy, capitalism, and alienation, social media currently operates as a platform that amplifies these ideals of controlling women, perpetuating unrealistic beauty expectations and encouraging self-surveillance. The research aims to understand the beauty myth, which, by constantly reinventing itself according to the interests of capitalism, maintains its symbolic and normative power, deeply affecting women's self-esteem and freedom.

**Keywords:** social media – feminism – beauty myth – capitalism.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2. A HISTÓRIA DA MULHER NA PERSPECTIVA CAPITALISTA</b>	<b>15</b>
<b>2.1 O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA</b>	<b>16</b>
<b>2.2 A MULHER NO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA</b>	<b>21</b>
<b>2.3 A INDÚSTRIA DA BELEZA</b>	<b>27</b>
<b>3. MITO DA BELEZA EM TEMPOS DE REDES SOCIAIS</b>	<b>33</b>
<b>3.1 A HISTÓRIA DA MULHER E O MITO DA BELEZA</b>	<b>33</b>
<b>3.2 O MITO DA BELEZA NÃO MORRE, ELE SE REINVENTA</b>	<b>44</b>
<b>3.3 O MITO DA BELEZA, A MÍDIA E AS REDES SOCIAIS</b>	<b>56</b>
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>62</b>
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>63</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea segue profundamente marcada por padrões estéticos que moldam percepções e comportamentos, sobretudo em relação ao corpo feminino. Esses padrões, muitas vezes, ditados por uma indústria da beleza multibilionária, impõem expectativas sobre o que significa ser belo, gerando uma pressão constante sobre as mulheres para alcançar ideais inatingíveis. Publicado em 1990, *O Mito da Beleza*, de Naomi Wolf<sup>1</sup>, destacou que essas normas servem como uma forma de controle social, perpetuando a opressão de gênero e dificultando o avanço das mulheres em outras esferas, como o trabalho e a política. Segundo Wolf (1992), a beleza foi usada como uma nova forma de opressão, substituindo outras limitações sociais já superadas, como o direito ao voto e a entrada no mercado de trabalho.

Trinta anos depois, este trabalho se propõe a revisitar as teorias de Naomi Wolf e analisar como os padrões de beleza evoluíram ou permaneceram inalterados. Embora haja movimentos que busquem a diversidade e aceitação dos corpos, como o *body positive* e o *body neutrality*<sup>2</sup>, observa-se que a indústria da beleza continua a lucrar com inseguranças femininas, agora adaptadas ao contexto das redes sociais e influências digitais. Assim, o objetivo deste estudo é compreender as transformações desses padrões, suas implicações sociais e os mecanismos pelos quais continuam a influenciar a autoestima e o bem-estar das mulheres, comparando o cenário descrito por Wolf com a realidade atual.

Os padrões de beleza afetam diretamente a dignidade, os direitos e o bem-estar das mulheres, perpetuando desigualdades de gênero, raça e classe. Ao abordar o impacto desse mito, o Serviço Social, enquanto profissão comprometida com a justiça social, busca identificar, combater e minimizar as opressões impostas às mulheres. Isso

---

<sup>1</sup> Naomi Wolf é uma escritora e ativista feminista americana, conhecida por suas contribuições críticas à análise da cultura contemporânea e do papel das mulheres na sociedade. Nascida em 12 de novembro de 1962, em São Francisco, e formada em literatura inglesa pela Universidade de Yale, Wolf se tornou uma figura central no movimento feminista, especialmente com suas obras que abordam temas como identidade, poder e os padrões de beleza impostos pela mídia. Sua escrita é caracterizada por uma análise profunda sobre como as construções sociais moldam a vida das mulheres e a maneira como a sociedade controla suas vidas, com destaque para o impacto dos ideais estéticos.

<sup>2</sup> O *body positivity* e o *body neutrality* são movimentos que propõem uma relação mais saudável com o corpo, mas com abordagens diferentes. O *body positivity* defende a aceitação e valorização de todos os tipos de corpos, celebrando a diversidade e desafiando os padrões de beleza impostos pela sociedade. Já o *body neutrality* foca em uma perspectiva mais neutra, onde o corpo é visto principalmente por suas funções e capacidades, sem a necessidade de amá-lo ou valorizá-lo com base na aparência. Enquanto o primeiro celebra o corpo, o segundo busca reduzir a importância da estética na construção da autoestima.

envolve o reconhecimento de como a imposição de ideais de beleza atua como uma forma de controle social que interfere na garantia de direitos fundamentais, tais como o direito à saúde, ao trabalho e à autonomia.

Desde muito nova, me vejo presa no idealismo de um corpo inalcançável, incapacitada muitas vezes de pensar em outras coisas a não ser meu peso, meu corpo físico e como a minha beleza dita meu lugar social. Me lembro de, em grande parte da minha infância, ser uma criança fora dos padrões e como isso era um fácil alvo para bullying na escola, eu com apenas 10 anos não consegui me enxergar além do meu físico e me martilharisava por conta disso, automaticamente, isso ditou a forma como eu me via intelectualmente, como eu me sentia incapaz de ser amada e aceita pelo outro em relações socioafetivas. Crescer nos anos 2000 e 2010, com o mito da beleza em seu auge, refletiu em constantes dietas na minha adolescência, implorando para que conseqüentemente eu fosse recompensada pela minha restrição alimentar com um “nossa, como você emagreceu”, seguido de “você está linda”. Me recordo de uma vez ao ano me sentar para assistir o Victoria Secrets Fashion Show<sup>3</sup> e, logo em seguida, entrar em um buraco da magreza, onde eu precisava alcançar aqueles corpos que estavam sendo vendidos. Após assistir o desfile, era o momento de ir ao youtube e assistir os vídeos das dietas e exercícios que as modelos faziam para se prepararem para o show, e dos procedimentos estéticos realizados para fazer com que aquela modelo estivesse preparada para seus 2 minutos de glória naquela passarela.

Hoje, na minha vida adulta, consigo olhar para trás e ver o quanto a indústria da beleza me consumiu, tanto de tempo quanto saúde mental e física, e apesar de ter desmistificado esse grande mito, não muda o fato de ele estar enraizado de forma tão profunda que, ainda diariamente me consome o pensamento, bem como consome e invalida a felicidade de tantas mulheres mundo afora. Nas redes sociais, sou bombardeada com pequenos vídeos de um “antes e depois” sobre emagrecimento, e o vídeo seguinte são dicas de dieta, e alguma mulher magra promovendo algum produto que vai fazer milagre e acabar com todas as minhas inseguranças físicas. Fora das redes, esse monstro do patriarcado se perpetua. Nas conversas que tenho com outras mulheres, diariamente é apresentada a preocupação com o peso, a insegurança física que impede de usar uma peça de roupa, a preocupação de acumular dinheiro para

---

<sup>3</sup> O **Victoria's Secret Fashion Show** foi um desfile de moda anual, realizado entre 1995 e 2018, para promover a marca de lingerie Victoria's Secret. O evento ficou famoso por suas supermodelos, conhecidas como *Angels*, que desfilavam usando lingeries luxuosas, asas elaboradas e acessórios extravagantes. Com performances musicais de artistas famosos e grande cobertura da mídia, o desfile se tornou um símbolo da glamourização de padrões de beleza considerados inalcançáveis, sendo criticado por reforçar ideais de magreza extrema e falta de diversidade.

realizar um procedimento estético, ainda que seja arriscado e haja risco de morte. Quando indagadas sobre tais riscos, a resposta é imediata: “pelo menos eu morro magra”, ou como minha mãe costuma dizer, “se eu morrer, pelo menos vou estar magra no caixão”. Eu não culpo essas mulheres, pois assim como eu, todas crescemos na alienação de uma indústria que está preocupada em faturar e nos controlar. É por essas mulheres e suas vulnerabilidades que escrevo esse trabalho de conclusão de curso, para que possamos juntas questionar o fascinante mito da beleza.

O objetivo geral da pesquisa é analisar a persistência do mito da beleza, conforme descrito por Naomi Wolf, e suas implicações na sociedade contemporânea. Os objetivos específicos são: examinar a contribuição da mídia e da indústria da beleza na perpetuação desses padrões e sua relação com o capitalismo, que lucra com as inseguranças femininas; examinar as ideias do livro *O Mito da Beleza*, contextualizando-as no cenário atual; e investigar como os padrões de beleza evoluíram ou se adaptaram com o impacto das redes sociais, influenciadores digitais e tecnologias como filtros e edições de imagem.

A escolha do tema *A Persistência do Mito da Beleza: Um Estudo dos Padrões de Beleza na Atualidade* se justifica pela relevância social e acadêmica da discussão sobre a imposição de padrões estéticos e seus impactos na vida das mulheres. Naomi Wolf argumenta que, com o avanço dos direitos femininos, o controle social sobre as mulheres se deslocou para a vigilância sobre seus corpos, perpetuando a opressão por meio da exigência de padrões inatingíveis de beleza.

No livro *O Mito da Beleza*, Naomi Wolf (1992) argumenta que a opressão das mulheres passou a ser exercida principalmente pela imposição de padrões estéticos inatingíveis. Com o avanço das mulheres em diversas esferas, como o trabalho e a educação, a indústria da beleza intensificou a vigilância sobre os corpos femininos, criando normas de magreza, juventude e perfeição física que continuam a aprisionar as mulheres. Essa opressão estética se perpetua no cenário atual, mas se adapta às novas tecnologias e formas de comunicação. Um exemplo claro é o uso massivo de filtros e aplicativos de edição em redes sociais como Instagram e TikTok, que permitem alterar traços faciais, corpos e tons de pele, criando uma cultura de comparação e alimentando a busca por padrões irreais de beleza. Além disso, a indústria da cirurgia plástica e dos procedimentos estéticos cresceu exponencialmente, com procedimentos como preenchimentos faciais, lipoaspiração e intervenções mais acessíveis, promovidos amplamente por influenciadoras e celebridades.

As pesquisas acadêmicas têm se debruçado sobre essa temática, analisando o impacto dos padrões de beleza na sociedade nacional. A dissertação de mestrado da

Universidade de São Paulo (USP), *A Influência da Mídia na Construção de Padrões Estéticos Femininos* (2018), investiga como a mídia brasileira contribui para a disseminação de ideais estéticos opressivos, afetando a autoestima e a saúde mental de adolescentes e jovens mulheres. O estudo destaca o papel da publicidade e da indústria da moda na manutenção de um padrão estético homogêneo, que exclui a diversidade de corpos e identidades presentes na sociedade brasileira.

A monografia *Capitalismo e o processo de dominação dos corpos das mulheres: o mito da beleza em questão*, de Ana Clara de Souza (2022), também é uma referência relevante para a temática dessa pesquisa. O estudo contribui ao evidenciar como o capitalismo reforça a opressão estética feminina ao transformar a beleza em uma mercadoria, explorando a relação entre consumo, corpo e controle social. A pesquisa dialoga com as ideias de Naomi Wolf ao demonstrar que, mesmo com avanços no feminismo e na luta por igualdade, a imposição de padrões estéticos continua a ser um mecanismo de dominação que limita a autonomia das mulheres. Assim, essa monografia se torna uma base teórica importante para compreender as conexões entre o mito da beleza, a estrutura capitalista e a perpetuação das desigualdades de gênero.

Além disso, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em sua *Pesquisa Nacional de Saúde: Autoestima e Saúde Mental em Mulheres Brasileiras* (2021), trouxe dados importantes sobre a relação entre a pressão estética e a saúde mental no Brasil. O estudo aponta que a insatisfação corporal é um fator de risco para o desenvolvimento de transtornos psicológicos, sendo mais prevalente entre mulheres jovens e de classes sociais mais vulneráveis, que enfrentam uma dupla pressão: a busca por um corpo ideal e as dificuldades socioeconômicas que limitam o acesso a recursos para atender a essas demandas estéticas.

A pesquisa adota a metodologia da pesquisa bibliográfica baseada em revisão bibliográfica da obra de Naomi Wolf discutindo a relação entre gênero, capitalismo e padrões estéticos e como eles se apresentavam nos anos de 1990. Posteriormente, discute-se também sobre o impacto das redes sociais na autoestima feminina e na volta das tendências dos anos 90.

O TCC está dividido em 2 capítulos, o primeiro capítulo tem três subcapítulos falando sobre o Capitalismo e a mulher, dando destaque também a indústria da beleza como uma criação do sistema capitalista e controle das mulheres usando como principal fonte de estudo a escritora Silvia Federici e o livro *O Calibã e a Bruxa*. O segundo capítulo apresenta O Mito da Beleza como mecanismo de controle patriarcal das mulheres e da continuidade demonstrando como o mito tem se perpetuado nos dias atuais e como as redes sociais tem contribuído com força para dar continuidade nesse

controle social, a base de estudo deste capítulo é o livro O Mito da Beleza da Naomi Wolf.

## 2. A HISTÓRIA DA MULHER NA PERSPECTIVA CAPITALISTA

A história da mulher dentro da perspectiva capitalista está profundamente ligada às transformações econômicas e sociais impostas pelo desenvolvimento do sistema capitalista. Em "Calibán e a Bruxa", Silvia Federici (2017) argumenta que a transição do feudalismo para o capitalismo não foi apenas um processo econômico, mas também um movimento de reorganização social que resultou na exploração e subjugamento das mulheres. O controle dos corpos femininos, a repressão da autonomia e a imposição de uma divisão sexual do trabalho foram elementos essenciais para a acumulação primitiva de capital.

No período feudal, as mulheres desempenhavam papéis ativos na economia comunitária, participando da produção agrícola e detendo conhecimento sobre medicina popular e obstetrícia. No entanto, com a ascensão do capitalismo, essa autonomia foi gradativamente destruída. A perseguição às bruxas entre os séculos XV e XVII foi um mecanismo violento de disciplinamento social, servindo para erradicar formas de solidariedade feminina e conhecimento ancestral que ameaçavam a nova ordem econômica. Segundo Federici (2017), essa caça às bruxas foi fundamental para a imposição de uma nova hierarquia social onde as mulheres foram relegadas ao trabalho reprodutivo não remunerado dentro do lar.

Com o avanço do capitalismo industrial, a exploração das mulheres assumiu novas formas. No século XIX, a separação entre espaço público e privado consolidou a ideia de que o papel feminino era o de cuidadora e dona de casa, enquanto o homem era visto como o provedor econômico. Essa divisão serviu para sustentar a acumulação capitalista ao garantir que a reprodução da força de trabalho fosse realizada sem custo para os patrões. O trabalho doméstico, invisibilizado e desvalorizado, tornou-se essencial para a manutenção do sistema capitalista.

No século XX, com as lutas feministas e o ingresso crescente das mulheres no mercado de trabalho, surgiram novas contradições dentro do capitalismo. As mulheres passaram a acumular jornadas duplas, sendo exploradas tanto no trabalho assalariado quanto no doméstico. Além disso, a mercantilização do corpo feminino se intensificou, especialmente nas indústrias da moda, da beleza e do entretenimento, consolidando novos mecanismos de controle sobre a autonomia feminina.

Federici (2017) destaca que a exploração das mulheres no capitalismo não é um subproduto do sistema, mas sim uma de suas condições estruturais. A luta feminista, portanto, não pode ser separada da luta contra o capitalismo, pois este depende da desvalorização e exploração do trabalho feminino para sua continuidade. Assim,

repensar a história da mulher dentro da perspectiva capitalista é essencial para compreender as raízes da desigualdade de gênero e construir alternativas que rompam com esse ciclo de opressão.

## **2.1 O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA**

O capitalismo é um sistema econômico baseado na propriedade privada dos meios de produção e na exploração da força de trabalho para a obtenção de lucro. Para compreender suas dinâmicas e contradições, é essencial analisar a forma como as condições materiais de existência e reprodução da sociedade são organizadas. José Paulo Netto e Marcelo Braz (2012), em *Economia Política*, destacam que "as condições materiais de existência e reprodução da sociedade — vale dizer, a satisfação material das necessidades dos homens e mulheres que constituem a sociedade — obtêm-se numa interação com a natureza" (Netto; Braz, 2012, p. 42). Essa interação é mediada pelo trabalho, atividade fundamental que distingue os seres humanos de outras espécies.

Ao longo da história, o trabalho humano evoluiu para além da simples satisfação das necessidades biológicas. Netto e Braz (2012) explicam que, diferentemente de outras espécies, o trabalho humano não ocorre por determinação genética ou por instintos fixos. Pelo contrário, ele requer aprendizado, transmissão de conhecimento e a utilização de instrumentos cada vez mais sofisticados. Segundo os autores, "o trabalho não se opera com uma atuação imediata sobre a matéria natural; diferentemente, ele exige instrumentos que, no seu desenvolvimento, vão cada vez mais se interpondo entre aqueles que o executam e a matéria" (Netto; Braz, 2012, p. 42). Isso significa que o desenvolvimento das forças produtivas é um processo histórico que, sob o capitalismo, ocorre de forma desigual e voltada para a maximização do lucro, muitas vezes à custa da qualidade de vida dos trabalhadores.

O capitalismo se caracteriza por transformar o trabalho em mercadoria, o que significa que a força de trabalho dos indivíduos é comprada e vendida no mercado. Esse processo leva à exploração, pois o valor gerado pelo trabalhador não é integralmente revertido a ele, mas apropriado pelo capitalista sob a forma de mais-valia. Essa dinâmica cria uma profunda desigualdade social, já que a riqueza se concentra nas mãos daqueles que controlam os meios de produção, enquanto a maioria da população precisa vender sua força de trabalho para sobreviver. "O trabalho não atende a um elenco limitado e praticamente invariável de necessidades, nem as satisfaz sob formas fixas" (Netto; Braz, 2012, p. 43). Essa flexibilidade do trabalho sob o capitalismo

permite que novas demandas sejam constantemente criadas, incentivando o consumo e garantindo a contínua acumulação de capital.

Além disso, o desenvolvimento capitalista não ocorre sem contradições. O sistema gera crises periódicas devido à sua própria lógica de acumulação. A busca incessante por lucro leva à superprodução, à concentração de riquezas e ao aumento da desigualdade, resultando em momentos de recessão e desemprego. O próprio avanço tecnológico, que poderia servir para melhorar as condições de vida da população, é frequentemente utilizado para substituir trabalhadores e reduzir custos, aprofundando ainda mais as desigualdades.

No capitalismo, o caráter coletivo do trabalho assume uma nova configuração, na qual a cooperação não se dá de maneira orgânica, mas sim dentro de um sistema que subordina os trabalhadores à lógica da acumulação de capital. Conforme Netto e Braz (2012, p. 46), "o trabalho implica mais que a relação sociedade/natureza: implica uma interação no marco da própria sociedade, afetando os seus sujeitos e a sua organização". Esse aspecto revela que a divisão do trabalho não é apenas uma condição técnica, mas também social e histórica, determinada pelas relações de produção vigentes.

A alienação do trabalhador em relação ao produto de seu trabalho é uma das características centrais do sistema capitalista. No modo de produção capitalista, o trabalhador não controla os meios de produção nem os bens que produz, sendo forçado a vender sua força de trabalho para sobreviver.

O trabalho, tal como o vimos caracterizando até aqui, só deve ser pensado como a atividade exercida exclusivamente por homens, membros de uma sociedade, atividade através da qual — transformando formas naturais em produtos que satisfazem necessidades — se cria a riqueza social. (Netto; Braz, 2012, p. 46)

No entanto, essa riqueza não é distribuída de forma equitativa; pelo contrário, ela se concentra nas mãos da classe dominante, aprofundando as desigualdades sociais.

Além de ser o motor da produção econômica, o trabalho também é o elemento que molda a subjetividade dos indivíduos dentro da sociedade capitalista. Netto e Braz (2012, p. 46) destacam que "o trabalho não é apenas uma atividade específica de homens em sociedade, mas é, também e ainda, o processo histórico pelo qual surgiu o ser desses homens, o ser social". No entanto, sob o capitalismo, esse mesmo processo assume uma forma contraditória: ao mesmo tempo em que o trabalho constitui a essência da humanidade, ele se torna um fator de opressão para a maioria da

população, sendo explorado para gerar mais-valia para os proprietários dos meios de produção.

O capitalismo, portanto, não apenas organiza o trabalho, mas transforma a própria relação entre os indivíduos e sua existência material. A lógica da acumulação incessante exige a intensificação da exploração do trabalho, levando a crises cíclicas e a uma crescente precarização das condições de vida da classe trabalhadora. Nesse sentido, compreender a centralidade do trabalho e suas contradições dentro do capitalismo é essencial para questionar e transformar as bases desse sistema.

Dessa forma, as análises nos permitem compreender que o capitalismo não é um sistema natural ou inevitável, mas sim um modelo histórico que organiza a produção e a distribuição da riqueza de maneira desigual. A organização do trabalho e das forças produtivas dentro desse sistema não visa primordialmente ao bem-estar da sociedade, mas sim à manutenção do poder econômico de uma classe específica. Assim, ao refletirmos sobre as condições materiais de existência e reprodução da sociedade, torna-se evidente que o capitalismo impõe barreiras estruturais à emancipação social, exigindo alternativas que priorizem a justiça social e a equidade na distribuição dos recursos.

Embora o trabalho seja o fundamento da existência social, a vida humana não se reduz apenas a ele. O desenvolvimento das sociedades permitiu a criação de esferas autônomas que extrapolam a produção material, como a ciência, a filosofia e a arte. Netto e Braz (2012, p. 55) afirmam que "o trabalho é constitutivo do ser social, mas o ser social não se reduz ou esgota no trabalho". Esse avanço demonstra que, quanto mais complexa uma sociedade, maior a diversificação de suas expressões culturais e intelectuais, que, embora derivem da base material proporcionada pelo trabalho, transcendem suas exigências imediatas.

O conceito de práxis é essencial para compreender essa ampliação das atividades humanas. Enquanto o trabalho é a forma fundamental de objetivação do ser social, a práxis engloba todas as atividades humanas voltadas tanto para o controle da natureza quanto para a influência sobre outros indivíduos e sobre a própria sociedade. Netto e Braz (2012, p. 55) enfatizam que "a práxis envolve o trabalho, que, na verdade, é o seu modelo — mas inclui muito mais que ele: inclui todas as objetivações humanas". Dessa forma, atividades como a educação, a política e a arte também fazem parte desse processo, pois envolvem a interação entre sujeitos e a transformação das relações sociais.

Além disso, a práxis pode se manifestar tanto materialmente quanto idealmente. No caso do trabalho, sua objetivação resulta sempre em algo concreto — um bem

produzido, um serviço prestado. No entanto, existem objetivações que não resultam em transformações materiais diretas, mas que influenciam a sociedade de maneira igualmente profunda, como os valores éticos, as normas jurídicas e as produções artísticas. Netto e Braz (2012, p. 55) destacam essa distinção ao afirmar que "os produtos e obras resultantes da práxis podem objetivar-se materialmente e/ou idealmente". Essa compreensão é fundamental para uma análise crítica do capitalismo, pois revela que a produção de riqueza e a organização da sociedade não dependem apenas da produção material, mas também das ideias, das instituições e das relações humanas. A categoria de práxis, como destacam os autores:

permite compreender a amplitude e a riqueza do ser social, que não se limita ao trabalho produtivo, mas se manifesta em diversas formas de objetivação — ciência, filosofia, arte —, construindo um mundo humano e socialmente significativo. Esse processo evidencia que o homem não é apenas um agente passivo da história, mas um ser criativo e autoproductivo, que "é o que (se) fez e (se) faz". (Netto; Braz, 2012, p. 56)

No entanto, essa capacidade de criação e transformação pode ser distorcida por condições histórico-sociais específicas, resultando no fenômeno da alienação.

A alienação ocorre quando os produtos da atividade humana — sejam materiais, como mercadorias, ou ideais, como normas e valores — deixam de ser reconhecidos como criações coletivas e passam a se impor sobre os próprios indivíduos como algo externo, estranho e, muitas vezes, opressivo. Netto e Braz (2012, p. 56) explicam essa inversão ao afirmar que "a criatura passa a dominar o criador", ou seja, as objetivações humanas, em vez de expressarem a força social da humanidade, tornam-se um poder que a controla.

Essa alienação é inerente ao modo de produção capitalista, em que a divisão social do trabalho e a propriedade privada dos meios de produção separam os trabalhadores dos frutos de sua atividade. Nessa estrutura, o produto do trabalho não pertence a quem o produz, mas àqueles que detêm os meios de produção, aprofundando a exploração do homem pelo homem. O trabalhador, portanto, não apenas se vê privado do controle daquilo que cria, mas também se torna um estranho para si mesmo, reduzido a mero instrumento dentro de um sistema orientado pela lógica da acumulação de capital.

Essa realidade, contudo, não é eterna nem natural. Como ressalta Netto e Braz (2012), a alienação é um fenômeno histórico, ou seja, pode ser superado no curso do desenvolvimento social. A luta por novas formas de organização econômica e social, baseadas na coletivização dos meios de produção e na valorização da práxis em sua plenitude, pode permitir a superação desse estado de alienação. O desafio, então, é

transformar as condições materiais da sociedade de forma que o trabalho e suas objetivações deixem de ser instrumentos de dominação e se tornem, de fato, expressões autênticas da humanidade e da criatividade coletiva.

Iamamoto (2000, p. 26) destaca que "os homens necessitam trabalhar, precisam ter base para a sobrevivência, a base está hoje ameaçada para uma enorme parcela da população brasileira". Essa afirmação evidencia que, no capitalismo contemporâneo, a garantia da existência material está cada vez mais precarizada, refletindo o aprofundamento das desigualdades e da exclusão social. Além disso, a autora ressalta que: "quando se fala em produção/reprodução da vida social não se abrange apenas a dimensão econômica - frequentemente reduzida a uma óptica economicista -, mas a reprodução das relações sociais de indivíduos, grupos e classes sociais" (IAMAMOTO, 2000, p. 26).

Essa perspectiva amplia a compreensão do trabalho, demonstrando que ele não se restringe à produção de bens e serviços, mas estrutura a própria dinâmica das relações sociais, sendo um campo de disputa entre diferentes classes sociais.

Iamamoto (2000, p. 26) também afirma que "as relações sociais envolvem poder, sendo relações de luta e confronto entre classes e segmentos sociais, que têm no Estado uma expressão condensada da trama do poder vigente na sociedade". Dessa forma, percebe-se que o Estado não é um ente neutro, mas reflete as correlações de forças entre as classes sociais, podendo atuar tanto para garantir a dominação dos setores economicamente privilegiados quanto para mediar conflitos e implementar políticas que amenizem desigualdades.

Assim, compreender o trabalho a partir dessa perspectiva crítica significa reconhecer que ele não é apenas uma atividade de produção, mas um elemento central na configuração das relações de poder e na estruturação da sociedade. Como enfatiza Iamamoto (2000, p.16), "a produção/reprodução das relações sociais está intrinsecamente vinculada às condições materiais da existência". Dessa forma, a luta por melhores condições de trabalho é, na verdade, uma luta por justiça social e pela superação da alienação e exploração impostas pelo sistema capitalista.

O capitalismo moderno foi forjado a partir da violência sistemática contra os corpos femininos, especialmente durante o período de transição do feudalismo, quando a caça às bruxas teve um papel central na domesticação das mulheres e na imposição de uma nova ordem de submissão. Desde então, o corpo da mulher se tornou um campo de disputa — alvo de controle, disciplinamento e mercantilização.

## 2.2 A MULHER NO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA

Silvia Federici (2017), em *Calibã e a Bruxa*, argumenta que o capitalismo sempre se sustentou por meio da violência e da exploração, especialmente contra os camponeses e as mulheres. Segundo a autora (2017, p. 27),

Cada fase da globalização capitalista, incluindo a atual, vem acompanhada de um retorno aos aspectos mais violentos da acumulação primitiva, o que mostra que a contínua expulsão dos camponeses da terra, a guerra e o saque em escala global e a degradação das mulheres são condições necessárias para a existência do capitalismo em qualquer época.

Essa análise evidencia que a exploração e a expropriação não são meros resquícios do passado, mas sim práticas estruturais que se renovam a cada etapa do desenvolvimento capitalista. Não se restringe à acumulação primitiva, longe de ser um fenômeno isolado do início do capitalismo, continua a ocorrer na contemporaneidade através da precarização do trabalho, da intensificação das desigualdades e do controle sobre os corpos das mulheres.

A expulsão dos camponeses da terra, mencionada por Federici (2017), pode ser vista na atualidade com o avanço do agronegócio e das megacorporações sobre territórios indígenas e camponeses, acompanhados de violência e despossessão. Além disso, a guerra e o saque continuam como estratégias fundamentais para a manutenção da ordem capitalista, seja por meio de conflitos armados em regiões estratégicas para a extração de recursos, seja pela exploração da força de trabalho em condições análogas à escravidão.

A degradação das mulheres, apontada como uma condição necessária para o capitalismo, manifesta-se na persistência da divisão sexual do trabalho, na desvalorização do trabalho reprodutivo e no controle dos corpos femininos através de legislações restritivas e da violência de gênero. Assim, a análise de Federici demonstra que o capitalismo se mantém por meio da constante renovação de suas formas de exploração e dominação, perpetuando desigualdades estruturais que afetam especialmente os grupos historicamente marginalizados.

Silvia Federici (2017, p. 31) destaca que "Desde o início do movimento de mulheres, as ativistas e teóricas feministas viram o conceito de 'corpo' como uma chave para compreender as raízes do domínio masculino e da construção da identidade social feminina". Esse entendimento sugere que a opressão das mulheres não é apenas um fenômeno cultural, mas sim estrutural, sendo fundamental para a consolidação do capitalismo e da divisão sexual do trabalho. A autora (2017, p. 31) argumenta que:

Para além das diferenças ideológicas, chegaram à conclusão de que a categorização hierárquica das faculdades humanas e a identificação das mulheres com uma concepção degradada da realidade corporal foi historicamente instrumental para a consolidação do poder patriarcal e para a exploração masculina do trabalho feminino.

Isso significa que o corpo feminino foi sistematicamente reduzido a um papel reprodutivo e subordinado, reforçando sua exclusão das esferas de produção e decisão.

Na sociedade capitalista, o corpo é para as mulheres o que a fábrica é para os homens trabalhadores assalariados: o principal terreno de sua exploração e resistência, na mesma medida em que o corpo feminino foi apropriado pelo Estado e pelos homens, forçado a funcionar como um meio para a reprodução e a acumulação de trabalho. Essa apropriação se manifesta de diversas formas, desde a desvalorização do trabalho doméstico e reprodutivo até a medicalização dos corpos femininos, que impõe normas de controle sobre a maternidade, a sexualidade e a aparência física. (Federici, 2017, p. 34)

Ao longo da história, a exploração do corpo feminino garantiu a reprodução da força de trabalho necessária para a expansão do capitalismo, ao mesmo tempo em que reforçou a dominação patriarcal. O controle sobre o corpo das mulheres não se limita à esfera da reprodução biológica, mas se estende também à sua subjetividade e autonomia, como evidenciado pela imposição de padrões de beleza e pelo cerceamento da participação feminina em espaços públicos e políticos.

Efetivamente, num sistema em que a vida está subordinada à produção de lucro, a acumulação de força de trabalho só pode ser alcançada com o máximo de violência para que, nas palavras de Maria Mies, "a própria violência se transforme na força mais produtiva". (Federici, 2017, p. 35)

Esse processo é evidente na histórica perseguição às mulheres que desafiaram as normas de gênero e trabalho impostas pelo capitalismo, como as curandeiras e parteiras, que foram alvo da caça às bruxas e outras formas de repressão.

A resistência a essa exploração ocorre em múltiplos níveis: desde movimentos feministas que reivindicam direitos reprodutivos e trabalhistas até práticas individuais de recusa às normas impostas pela sociedade. Nesse sentido, compreender o corpo como um espaço de luta permite evidenciar como o capitalismo e o patriarcado se entrelaçam para manter a opressão das mulheres e como essa estrutura pode ser desafiada por meio da organização coletiva e da reapropriação dos corpos femininos como territórios de liberdade e autonomia.

O capitalismo, desde sua consolidação, tem se mantido por meio da exploração e da opressão sistemática de determinados grupos sociais. Como afirma Silvia Federici (2017, p. 37), "o capitalismo, enquanto sistema econômico-social, está necessariamente ligado ao racismo e ao sexismo". Isso significa que a organização desse sistema não

apenas tolera, mas depende da subordinação de mulheres, povos colonizados e trabalhadores precarizados para sustentar a acumulação de riquezas nas mãos de poucos.

A necessidade do capitalismo de mascarar suas contradições é apontada por Federici (2017, p. 37) ao afirmar que "o capitalismo precisa justificar e mistificar as contradições incrustadas em suas relações sociais — a promessa de liberdade frente à realidade da coação generalizada, e a promessa de prosperidade frente à realidade de penúria generalizada". Assim, ao mesmo tempo em que propaga ideais de progresso e meritocracia, o sistema mantém, na prática, uma estrutura de exploração baseada na racialização e na opressão de gênero.

No cerne do capitalismo, encontramos:

não apenas uma relação simbiótica entre o trabalho assalariado contratual e a escravidão, mas também, e junto com ela, a dialética que existe entre acumulação e destruição da força de trabalho, tensão pelas quais as mulheres pagaram o preço mais alto, com seus corpos, seu trabalho e suas vidas. (Federici, 2017, p. 37)

O trabalho reprodutivo e doméstico, historicamente invisibilizado e desvalorizado, tem sido um dos pilares dessa exploração, garantindo a reprodução da força de trabalho sem remuneração adequada e mantendo as mulheres em posições de subordinação econômica.

Dessa forma, Federici (2017, p. 37) conclui que "é, portanto, impossível associar o capitalismo com qualquer forma de libertação ou atribuir a longevidade do sistema à sua capacidade de satisfazer necessidades humanas". A permanência do capitalismo não decorre de sua eficiência em prover bem-estar, mas sim de sua habilidade de criar e perpetuar desigualdades. "Se o capitalismo foi capaz de reproduzir-se, isso se deve somente à rede de desigualdades que foi construída no corpo do proletariado mundial e à sua capacidade de globalizar a exploração" (2017, p. 37, 38).

Esse processo não pertence apenas ao passado, mas continua em desenvolvimento, "tal como se deu ao longo dos últimos quinhentos anos". A precarização do trabalho, a migração forçada de populações vulneráveis e a intensificação das desigualdades de gênero e raça são reflexos contemporâneos dessa dinâmica.

A lógica da acumulação capitalista, desde sua origem, encontrou no corpo feminino um instrumento estratégico para a reprodução do trabalho e da força de trabalho. Silvia Federici, traça um paralelo impactante entre o destino das mulheres europeias durante o processo de acumulação primitiva e o das mulheres negras escravizadas nas plantations americanas. Segundo ela, "o destino das mulheres na Europa Ocidental, no período de acumulação primitiva, foi similar ao das negras nas

plantations coloniais americanas, que, especialmente depois do fim do tráfico de escravos, em 1807, foram forçadas por seus senhores a se tornar criadoras de novos trabalhadores” (FEDERICI, 2017, p. 178).

É importante reconhecer que essa comparação tem limites importantes, Federici expõe a brutalidade comum imposta às mulheres nos dois contextos.

As mulheres europeias não estavam abertamente expostas às agressões sexuais, embora as mulheres proletárias pudessem ser estupradas com impunidade e castigadas por isso. Tampouco tiveram que sofrer a agonia de ver seus filhos levados embora e vendidos em leilão. Os ganhos econômicos derivados dos nascimentos a que estavam obrigadas a gerar eram muito mais dissimulados. Nesse aspecto, a condição de mulher escrava revela de uma forma mais explícita a verdade e a lógica da acumulação capitalista. ( Federici, 2017, p. 178)

O ponto central da análise de Federici está na revelação do corpo feminino como espaço de controle e de exploração econômica. Em suas palavras,

Em ambos os casos o corpo feminino foi transformado em instrumento para a reprodução do trabalho e para a expansão da força de trabalho, tratado como uma máquina natural de criação, funcionando de acordo com ritmos que estavam fora do controle das mulheres. (FEDERICI, 2017, p. 178).

Assim, tanto na Europa quanto nas colônias, a dominação das mulheres esteve diretamente ligada às exigências do capital nascente — seja pela contenção da autonomia reprodutiva, seja pela institucionalização da maternidade como uma função produtiva, sempre orientada para os lucros de terceiros.

Em *Eu, Tituba, Feiticeira... Negra de Salem* (1992), Maryse Condé nos permite compreender o tipo de situação que podia gerar laços de solidariedade entre mulheres de diferentes origens quando descreve como Tituba<sup>4</sup> e sua nova senhora, a jovem esposa do puritano Samuel Parris, a princípio se apoiaram mutuamente contra o ódio assassino de seu marido pelas mulheres. Esse tipo de aliança, mesmo instável e atravessada por hierarquias, revela a complexidade das relações sociais sob regimes coloniais e escravistas (CONDÉ, 2009).

---

<sup>4</sup> Tituba foi uma mulher negra escravizada acusada de bruxaria durante os julgamentos de Salem, em 1692, nos Estados Unidos. Ela foi uma das primeiras mulheres a ser denunciada e presa sob a acusação de práticas demoníacas, e seu testemunho influenciou o desenrolar dos julgamentos. A figura histórica de Tituba é envolta em silêncios e distorções, sendo muitas vezes retratada de forma estereotipada. Em *Eu, Tituba, Feiticeira... Negra de Salem*, a escritora Maryse Condé resgata sua trajetória e reimagina sua vida a partir de uma perspectiva crítica, feminista e anticolonial. Na obra, Tituba é apresentada como uma mulher marcada pela escravidão, mas dotada de saberes ancestrais e força interior. Ao dar voz a essa personagem silenciada pela história oficial, Condé transforma Tituba em símbolo de resistência e de luta contra as opressões de raça, classe e gênero.

Um exemplo ainda mais extraordinário vem do Caribe, onde as mulheres inglesas de classe baixa "degradadas" da Grã-Bretanha como condenadas ou servas por dívidas tornaram-se uma parte significativa das turmas de trabalho sob comando unificado nas fazendas açucareiras. Silvia Federici (2017, p. 215) aponta que "as mulheres brancas sem-terra eram relegadas ao trabalho manual nas plantations [...] se sociabilizavam intimamente com a comunidade escrava e com homens negros escravizados. Formavam lares e tinham filhos com eles".

Entretanto, com a institucionalização da escravidão, que veio acompanhada por uma diminuição da carga laboral para os trabalhadores brancos e por uma queda no número de mulheres vindas da Europa como esposas para os fazendeiros, a situação mudou drasticamente.

Qual fosse sua origem social, as mulheres brancas ascenderam de categoria, esposadas dentro das classes mais altas do poder branco. E, quando se tornou possível, também se tornaram donas de escravos, geralmente de mulheres, empregadas para realizar o trabalho doméstico (FEDERICI, 2017, p. 216).

Federici (2017) também observa que "dividir e conquistar" tornou-se política oficial nas colônias espanholas a partir da década de 1540, com o crescimento da população mestiça ameaçando o privilégio colonial. Com isso, foi instituída uma hierarquia racial rígida e imposta uma moral sexual diferenciada às mulheres, com o objetivo de manter a estrutura social colonial.

Apesar disso, a segregação racial teve sucesso apenas parcial na América hispânica, dado o contexto de migrações, rebeliões e precariedade econômica. Federici (2017, p. 218) destaca que "mulheres de classe baixa europeias, mestizas e africanas [...] compartilhavam as desvantagens derivadas da dupla moral incorporada na lei, que as tornava vulneráveis ao abuso masculino.

É possível encontrar sinais dessa "recomposição" nos arquivos da Inquisição sobre investigações realizadas no México, no século XVIII. Ruth Behar (1987, p. 45) relata que:

As mulheres indígenas davam beija-flores às curandeiras espanholas para que os usassem para atração sexual, as mulattas ensinaram as mestizas a domesticar seus maridos, uma feiticeira loba contou sobre o demônio a uma coyota. Este sistema "popular" de crenças era paralelo ao sistema de crenças da Igreja e se propagou tão rápido quanto o cristianismo pelo Novo Mundo, de tal forma que, depois de um tempo, tornou-se impossível distinguir nele o que era "indígena" e o que era "espanhol" ou "africano".

Segundo Federici (2017, p. 216), essas alianças entre mulheres foram possíveis não apenas por afinidades culturais, mas porque "a discriminação sexual, assim como a

de raça, era parte integrante da destruição da vida comunitária”, um projeto funcional à acumulação capitalista.

Até a abolição do tráfico de escravos, como documentam Barbara Bush (1990) e Marietta Morrissey, tanto mulheres quanto homens escravizados eram submetidos à mesma brutalidade. Trabalhavam até a morte, e a reprodução não era incentivada (FEDERICI, 2017, p. 223). As mulheres trabalhavam nos campos mesmo grávidas, recebiam menos alimento e eram mais vulneráveis aos castigos e aos abusos sexuais de seus senhores.

Federici (2017, p. 223, 224) conclui que a aparente “igualdade” experimentada pelas mulheres na escravidão era ilusória. Elas “eram submetidas a castigos mais cruéis, que, além da dor física, implicavam humilhações sexuais e danos aos fetos que carregavam”.

Dessa forma, compreender a condição da mulher negra sob o capitalismo exige reconhecer como raça, classe e gênero foram entrelaçados de forma estrutural na gênese do sistema moderno. As mulheres negras foram alicerces involuntários desse sistema, não apenas como força de trabalho expropriada, mas também como alvo específico de políticas de dominação sexual e reprodutiva. A escravidão foi o terreno em que se forjou a separação entre as mulheres e o trabalho reprodutivo, transformando a maternidade em mais uma dimensão da exploração capitalista.

A análise histórica revela, portanto, que a opressão da mulher negra não foi um subproduto acidental do capitalismo, mas um componente necessário à sua consolidação. Reconhecer essa verdade histórica é fundamental para desnaturalizar a subalternidade ainda hoje atribuída a essas mulheres e para construir formas de resistência que contemplem, simultaneamente, as dimensões de raça, classe e gênero.

O sistema capitalista historicamente se aproveitou da posição social da mulher para sustentar sua lógica de exploração. As mulheres, sobretudo as mulheres negras e periféricas, foram inseridas no mercado de trabalho de forma desigual, recebendo salários mais baixos e enfrentando dupla ou até tripla jornada, já que continuam sendo as principais responsáveis pelos cuidados domésticos e familiares — tarefas não remuneradas, mas essenciais para o funcionamento da sociedade. Além disso, o capitalismo também explora o corpo feminino como mercadoria, seja na publicidade, na moda ou na indústria da beleza, incentivando o consumo através da criação de inseguranças e da imposição de padrões estéticos inatingíveis. Assim, o sistema não apenas lucra com o trabalho das mulheres, mas também com sua opressão e sua imagem.

## 2.3 A INDÚSTRIA DA BELEZA

O capitalismo, com sua lógica de lucro e consumo incessante, moldou profundamente a chamada "indústria da beleza". Nesse contexto, a beleza não é apenas um atributo físico, mas um produto comercializável que pode ser constantemente modificado e aprimorado. Impulsionada por gigantes do marketing e da publicidade, essa indústria estabelece padrões estéticos muitas vezes inatingíveis, promovendo uma cultura de consumo baseada na insegurança e na insatisfação com a própria aparência.

Historicamente, a indústria da beleza tem sido influenciada por fatores culturais, sociais e econômicos. No capitalismo, esse setor floresceu como um mercado altamente lucrativo, ao mesmo tempo em que reforçou padrões estéticos fundamentados em ideais patriarcais. Assim, a busca pela beleza deixou de ser apenas um desejo pessoal para se tornar também uma ferramenta de controle social, limitando a autonomia dos indivíduos, especialmente das mulheres.

Mais uma vez, retomamos as contribuições de Silvia Federici (2017), que demonstra como o capitalismo moderno precisou disciplinar e subjugar o corpo feminino para garantir a acumulação primitiva de capital. Da mesma forma que a perseguição às bruxas serviu para consolidar a divisão sexual do trabalho e a exploração das mulheres, a indústria da beleza impõe novos mecanismos de controle, vinculando o valor da mulher à sua conformidade com padrões estéticos inatingíveis.

Desde as civilizações antigas, a beleza desempenha um papel central na sociedade. No Egito Antigo, homens e mulheres utilizavam maquiagem e perfumes não apenas para realçar a aparência, mas também para rituais religiosos. Na Grécia e Roma, a simetria facial e os corpos esculpidos eram altamente valorizados. No entanto, foi com a Revolução Industrial e o avanço do capitalismo que a beleza passou a ser comercializada em larga escala. Empresas como L'Oréal e Pond's, no século XIX, direcionaram seus produtos ao público feminino, consolidando o mercado da beleza. No início do século XX, empreendedoras como Helena Rubinstein e Elizabeth Arden profissionalizaram o setor cosmético, promovendo a ideia de que a vaidade feminina era um nicho rentável. Paralelamente, a publicidade começou a vincular a autoimagem e o sucesso social à adesão aos padrões de beleza impostos pelo mercado.

O patriarcado historicamente utilizou a beleza como um meio de controle sobre as mulheres. No século XIX e início do XX, a feminilidade estava associada à fragilidade e à subserviência, e as mulheres eram incentivadas a manter uma aparência "adequada" para atrair maridos e desempenhar papéis domésticos. Com a ascensão do

feminismo no século XX, novas formas de opressão surgiram: à medida que as mulheres conquistavam espaço na sociedade, cresciam também as pressões para que se encaixassem em padrões inalcançáveis de juventude e magreza. Nos anos 1950 e 1960, a indústria da moda e da beleza reforçou a imagem da "mulher perfeita", representada por figuras como Marilyn Monroe e Audrey Hepburn. Já nos anos 1980 e 1990, a magreza extrema tornou-se o novo padrão, consolidado pela cultura das supermodelos e das dietas radicais.

A indústria da beleza encontrou no capitalismo um aliado poderoso. O consumo desenfreado foi impulsionado pelo marketing agressivo, que convenceu as mulheres de que seus corpos eram permanentemente "defeituosos" e necessitavam de constantes "correções" por meio de cosméticos, cirurgias plásticas e dietas. Esse ciclo vicioso de insegurança e solução comprável gerou uma economia bilionária baseada na insatisfação feminina. Com o advento das redes sociais, essa lógica se intensificou: a autoimagem passou a ser constantemente comparada a padrões irreais, muitas vezes manipulados digitalmente. Influenciadores e celebridades reforçam a ideia de que a beleza está diretamente ligada ao sucesso e à felicidade, perpetuando uma cultura de auto-objetificação.

Apesar dessas pressões, movimentos de resistência têm ganhado força. O feminismo critica os padrões impostos pela indústria da beleza e promove a aceitação dos corpos em sua diversidade. Campanhas de beleza real, como as promovidas pela marca Dove, trouxeram para o debate a necessidade de uma representação mais inclusiva. Entretanto, a própria indústria se adapta para lucrar até mesmo com o discurso da auto aceitação, demonstrando que a luta contra a opressão estética ainda está longe de acabar.

A história da indústria da beleza está intrinsecamente ligada ao patriarcado e ao capitalismo, funcionando simultaneamente como uma ferramenta de opressão e um mercado altamente lucrativo. Como aponta Federici (2017), a exploração do corpo feminino é uma continuidade da violência histórica que tentou domesticar as mulheres para atender às necessidades do capital. Assim, a conscientização sobre esses mecanismos se torna essencial para que as mulheres possam questionar e resistir às pressões estéticas, promovendo uma relação mais saudável e autônoma com a própria imagem.

No contexto contemporâneo, a indústria da beleza não é apenas um setor econômico, mas também um agente poderoso na construção e reforço de normas sociais, especialmente no que diz respeito a questões de gênero e raça. Seu impacto vai além da venda de produtos cosméticos ou serviços estéticos, influenciando

diretamente as relações sociais e as dinâmicas de poder nas sociedades capitalistas. A beleza, muitas vezes, é utilizada como um reflexo de status social, criando uma hierarquia estética que separa aquelas que atendem aos padrões daquelas que não atendem.

Desde suas origens, a indústria da beleza foi estruturada para controlar principalmente o público feminino, estabelecendo padrões restritivos e normativos. As mulheres foram historicamente as principais consumidoras de produtos estéticos e, por isso, são constantemente pressionadas a se conformar a ideais específicos de beleza. A indústria promove um padrão que favorece traços faciais e corporais idealizados, como pele sem imperfeições, corpos esbeltos e cabelos volumosos ou lisos, consolidando essas características como o "ideal". Dessa forma, a beleza se torna um instrumento de controle social, em que as mulheres são avaliadas e valorizadas pela sua aderência a esses padrões.

Esse processo está diretamente ligado ao conceito de feminilidade hegemônica, que associa o valor das mulheres à sua aparência. O mercado da beleza, ao promover esses ideais, transforma a estética em um fator determinante para o sucesso social e pessoal das mulheres, gerando uma pressão constante para alcançar tais expectativas. Essa busca incessante pela perfeição pode levar a sérios problemas de saúde mental e física, incluindo distúrbios alimentares, transtornos de imagem corporal e dependência de procedimentos estéticos invasivos.

Portanto, a indústria da beleza, dentro do sistema capitalista, opera como um mecanismo de controle social e exclusão. Os padrões inalcançáveis impostos servem para alimentar um mercado bilionário, no qual o corpo magro, jovem e dentro de certos padrões eurocêntricos se torna um ideal a ser perseguido a qualquer custo. Longe de ser apenas uma questão de gosto pessoal, a beleza é uma mercadoria lucrativa e um instrumento político que reforça desigualdades sociais. Diante disso, a resistência a esses padrões se faz necessária para que as mulheres possam construir uma relação mais livre e consciente com a própria imagem. Conforme destacado no trecho da redação feita por Andressa Bacin:

A magreza virou uma mercadoria e precisa ser vendida nos meios de comunicação, não importa o quão destruída a pessoa esteja psíquica e fisicamente, o importante é ela estar magra. E assim um infinito de referências da cultura pop vão criando modelos nocivos. (Bacin, 2023)

Essa afirmação evidencia como o culto à magreza não leva em conta a saúde ou o bem-estar dos indivíduos, mas sim a necessidade incessante de vender produtos, procedimentos e dietas. Os meios de comunicação desempenham um papel

fundamental neste processo, reforçando imagens que perpetuam a insatisfação corporal e impulsionando o consumo desenfreado.

Nesse sentido, a beleza opera como "um sistema monetário e uma arma política de controle social para excluir sistematicamente." (Bacin, 2023) Esse controle ocorre por meio da definição arbitrária de quais corpos são valorizados e quais são marginalizados, criando uma hierarquia social em que aqueles que não se encaixam nos padrões impostos são vistos como inadequados. Isso se reflete em oportunidades de trabalho, na forma como as pessoas são tratadas em espaços públicos e até mesmo na construção da autoestima.

O capitalismo, ao transformar a beleza em um mercado insaciável, não permite que ninguém se sinta plenamente adequado. Sempre há um novo produto a ser comprado, um novo procedimento a ser feito ou um novo padrão a ser seguido. Essa lógica mantém a engrenagem do consumo girando e perpetua um ciclo de insatisfação que beneficia exclusivamente as grandes corporações da indústria da beleza.

Diante desse cenário, é necessário questionar e desconstruir os padrões estéticos impostos, reconhecendo a beleza como algo plural e desvinculado das amarras do consumo. Apenas assim será possível romper com essa lógica de exclusão e controle que transforma corpos em mercadorias e lucra com a insegurança das pessoas.

A indústria da beleza reforça o consumismo, ao prometer, por meio de seus produtos, a transformação das mulheres em versões ideais de si mesmas. A lógica de mercado capitalista perpetua uma cultura de insatisfação constante com a própria aparência, criando uma demanda incessante por novos produtos e tratamentos estéticos. A indústria lucra ao promover a ideia de que a beleza está em constante evolução e que, para ser socialmente aceita, a mulher deve se adaptar a essas novas demandas.

Assim como fizeram nos séculos de caça às bruxas, por terem controle sobre seus corpos e sua sexualidade e reprodutividade, agora somos, todos, mas principalmente as mulheres, reféns desses padrões, que todos os dias lançam algo novo no mercado inalcançável para a classe trabalhadora. (Bacin, 2023)

A indústria da beleza é uma das engrenagens mais lucrativas do capitalismo, sustentada pela constante imposição de padrões estéticos inatingíveis. O conceito de beleza não é neutro; ele é construído socialmente e manipulado pelo mercado para garantir a exclusão de determinados grupos e a manutenção da desigualdade. Como aponta a reflexão de Bacin:

Então, quem determina o que é bonito ou feio? Isso está diretamente associado à classe. Quem é considerado bonito é quem tem dinheiro

suficiente para pagar por essa beleza. Quanto mais distante ela estiver da classe trabalhadora, mais ela é considerada padrão. (Bacin, 2023)

O ideal de beleza, portanto, é um privilégio acessível a poucos. Para manter essa estrutura de exclusão, a mídia, a publicidade e as redes sociais promovem incessantemente produtos e procedimentos que prometem alcançar esse padrão. O mercado de cosméticos, cirurgias plásticas, tratamentos estéticos e vestuário de luxo não apenas se beneficia da insatisfação das pessoas com a própria aparência, mas a alimenta de forma contínua. Quanto mais inatingível for o ideal de beleza, mais produtos serão consumidos na tentativa de alcançá-lo.

Além disso, a padronização estética serve como um mecanismo de dominação social. Corpos que fogem do modelo imposto são marginalizados, enquanto aqueles que se adequam são exaltados. Esse processo não é apenas uma questão de estética, mas de acesso a oportunidades, reconhecimento social e até mobilidade econômica. Estar dentro do padrão pode significar maiores chances no mercado de trabalho e na vida social, enquanto estar fora dele pode significar exclusão e discriminação.

O capitalismo transforma a beleza em um capital simbólico, um ativo que pode ser adquirido, vendido e negociado. Essa lógica mercantiliza os corpos e reduz indivíduos a meros consumidores de uma indústria que lucra com suas inseguranças. A busca pela perfeição estética torna-se uma obsessão, promovida por filtros de redes sociais, celebridades e influenciadores que reforçam um padrão inalcançável.

Outro aspecto significativo da indústria da beleza é a precarização das condições de trabalho, especialmente entre os profissionais que atuam diretamente no setor. A maioria desses trabalhadores, que inclui cabeleireiros, maquiadores, manicures e esteticistas, são predominantemente mulheres e racializadas, e frequentemente enfrentam condições de trabalho precárias, com jornadas longas, baixos salários e falta de benefícios trabalhistas. Esse contexto de precarização é uma característica intrínseca ao capitalismo, que busca maximizar os lucros e reduzir os custos, explorando a força de trabalho de maneira intensiva. Como afirma Antunes (2018, p. 54), "a precarização do trabalho é uma das expressões mais visíveis da dinâmica do capitalismo contemporâneo, onde a busca incessante pelo lucro rebaixa as condições de vida dos trabalhadores".

Além disso, o mercado de trabalho da beleza é marcado por uma grande informalidade, com muitos profissionais atuando como autônomos ou em condições de subemprego. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), cerca de 70% dos profissionais da beleza atuam de forma autônoma, sem vínculo empregatício formal, o que os torna vulneráveis a condições de trabalho

instáveis e sem direitos garantidos. A falta de regulamentação adequada faz com que esses trabalhadores estejam sujeitos a altos níveis de exploração, sem a proteção de direitos trabalhistas fundamentais. "A informalidade no setor de serviços, especialmente na indústria da beleza, priva os trabalhadores de garantias essenciais e os coloca em situação de vulnerabilidade econômica" (Pochmann, 2019, p. 112). A pressão para atender às demandas dos clientes e a constante busca por novos padrões de beleza também são fatores que contribuem para a instabilidade emocional e profissional desses trabalhadores. Estudos apontam que a exaustão emocional e a insegurança financeira são recorrentes entre profissionais desse setor, afetando a qualidade de vida (SOUZA; SILVA, 2020).

A indústria da beleza, em sua relação com o gênero e a raça, reflete e reforça as desigualdades sociais e culturais presentes na sociedade. Ao promover padrões de beleza rígidos, ela marginaliza as características físicas de mulheres que não se encaixam nesses ideais, criando um ciclo de insatisfação e exclusão. Conforme destaca hooks (2015, p. 87), "a supremacia branca e o patriarcado se entrelaçam na imposição de padrões de beleza que excluem corpos racializados e reafirmam a dominação sobre as mulheres". No entanto, a crescente valorização da diversidade e a demanda por representatividade racial no setor têm gerado mudanças, ainda que tímidas, no modo como a indústria se posiciona frente a essas questões. Segundo Jones (2021, p. 35), "o desafio da indústria da beleza não é apenas incluir diversidade nas campanhas publicitárias, mas transformar as estruturas que historicamente perpetuaram exclusões e desigualdades".

### **3. MITO DA BELEZA EM TEMPOS DE REDES SOCIAIS**

Naomi Wolf, em sua obra *O Mito da Beleza* (1992), desenvolve uma análise crítica sobre como a sociedade contemporânea constrói padrões de beleza que impõem limitações e inseguranças às mulheres. Ela propõe que a ideia de beleza é, na verdade, um mito criado pela mídia, pela publicidade e pela indústria de cosméticos, que visam não só moldar a aparência das mulheres, mas também sua identidade e autoestima. Em um mundo marcado por padrões estéticos rigidamente impostos, as mulheres são forçadas a se encaixarem em um modelo quase inatingível de perfeição. Wolf descreve esse fenômeno como uma forma de controle social, que limita as mulheres a um status de objetos de consumo e as afasta de suas potências intelectuais, políticas e profissionais.

A análise de Wolf (1992), embora profundamente relevante nas décadas de 1990 e 2000, adquire uma nova camada de complexidade no contexto atual, especialmente em tempos de redes sociais. As plataformas digitais, como Instagram, TikTok e YouTube, transformaram as dinâmicas de imagem e aparência, intensificando a pressão sobre os indivíduos, especialmente as mulheres, para que se conformem a esses padrões estéticos. A principal diferença é que, em vez de ser apenas a mídia tradicional (como revistas e TV) que impõe tais padrões, agora são as próprias pessoas, muitas delas influenciadoras digitais, que desempenham um papel fundamental na disseminação desses valores estéticos.

#### **3.1 A HISTÓRIA DA MULHER E O MITO DA BELEZA**

O conceito de beleza feminina tem sido, historicamente, construído e moldado por interesses sociais, políticos e econômicos. Longe de ser uma questão apenas estética, ele atua como um poderoso mecanismo de controle sobre os corpos e comportamentos das mulheres. No livro *O Mito da Beleza*, Naomi Wolf (1992) argumenta que, mesmo após significativas conquistas no campo dos direitos femininos, uma força silenciosa continua restringindo a liberdade das mulheres: a obsessão com a aparência física. Apresentada como empoderamento, a beleza se transforma em um instrumento de opressão sutil, reforçando normas que favorecem apenas um padrão — branco, magro, jovem e heteronormativo.

Com a intensificação da industrialização, a partir da década de 1830, esse mito foi sendo reformulado para atender aos interesses do capitalismo. A mulher passou a ser incentivada a investir tempo, dinheiro e energia na busca por uma estética idealizada. Como aponta Naomi Wolf, esse novo modelo de dominação “substituiu os

antigos sistemas de controle” ao disseminar a ideia de que o sucesso e a aceitação social da mulher dependem de sua conformidade com padrões estéticos inatingíveis. O mito da beleza, assim, não apenas aprisiona, como também promove a competição entre mulheres, fragmentando a solidariedade feminina.

Entretanto, é fundamental reconhecer que esse padrão hegemônico de beleza sempre foi profundamente excludente, sobretudo com relação às mulheres negras. Seus corpos, historicamente, foram animalizados, desumanizados e colocados à margem do ideal de feminilidade. O racismo estético se revela como uma das formas mais sutis — e persistentes — de opressão. A filósofa Djamila Ribeiro (2017) destaca que “a mulher negra foi construída socialmente como o avesso da feminilidade”, um pensamento que remonta ao período colonial, quando a mulher negra era vista como força de trabalho e objeto sexual, jamais como símbolo de beleza, delicadeza e humanidade.

A história de Sarah Baartman é um exemplo emblemático dessa lógica perversa. Jovem khoi nascida no final do século XVIII, na região do Cabo Oriental, atual África do Sul, foi levada à Europa por um cirurgião que passou a lucrar com sua exposição pública. Sua condição de esteatopigia — acúmulo de gordura nos quadris e nádegas — foi transformada em espetáculo. Seu corpo, considerado “exótico” pelos padrões europeus, foi exibido como atração circense em Londres e Paris, alimentando um imaginário racista que a reduzia a objeto de desejo e curiosidade.

Sarah Baartman foi uma das muitas mulheres negras submetidas à exploração científica e sexual por parte dos europeus. Cientistas a obrigavam a se despir e exibir seu corpo, legitimando, sob o pretexto da ciência, um olhar colonial, misógino e desumanizador. A imagem dessas mulheres como “selvagens” e “sexualmente insaciáveis” foi amplamente disseminada, alimentando estereótipos que perduram até os dias de hoje e continuam a moldar a percepção social da sexualidade da mulher negra.

Baartman morreu em 1815, aos 26 anos, mas, de maneira ainda mais macabra, o espetáculo não terminou com sua morte. Durante décadas, seu cérebro, esqueleto e órgãos sexuais foram expostos em um museu em Paris, como se ainda fossem objetos de curiosidade científica e entretenimento. A exibição só foi encerrada em 1974. Somente em 2002, quase dois séculos após sua morte, seus restos mortais foram repatriados para a África do Sul, graças à mobilização internacional e a um pedido formal de Nelson Mandela, que a reconheceu como símbolo da luta contra o racismo e a desumanização do corpo negro.

O conceito de beleza feminina sempre esteve atrelado a interesses políticos, sociais e econômicos, funcionando como um mecanismo de dominação e controle sobre as mulheres. *O Mito da Beleza*, denúncia como, mesmo após conquistas significativas no campo dos direitos femininos, a obsessão pela aparência física permanece como uma força silenciosa que limita a liberdade das mulheres. Apresentada como uma escolha ou empoderamento, a beleza se transforma em um instrumento de opressão sutil, ao reforçar padrões inatingíveis — brancos, magros, jovens e heteronormativos — que excluem e inferiorizam tudo o que foge desse molde.

É nesse contexto que o feminismo negro se torna essencial para evidenciar as camadas invisibilizadas da opressão estética. Autoras como bell hooks (1995) denunciam como o padrão de beleza ocidental reforça o racismo institucional e empurra as mulheres negras para posições de subalterndade, tanto na mídia quanto na vida cotidiana. hooks afirma que “a branquitude continua a ser o parâmetro da beleza, enquanto os traços raciais negros são rejeitados ou apropriados de maneira estereotipada. Essa imposição estética não só provoca sofrimento psicológico, como também restringe as oportunidades sociais e profissionais das mulheres negras.

Na sociedade atual, com o avanço das redes sociais e da tecnologia, o mito da beleza adquire formas ainda mais sofisticadas. Imagens idealizadas, editadas e filtradas promovem um padrão de feminilidade quase inalcançável. Disfarçado de empoderamento, esse novo discurso vende a promessa de autoaceitação enquanto reforça a exclusão de corpos que não se enquadram no modelo dominante — especialmente os corpos negros, gordos, trans ou com deficiência. Como enfatiza Wolf (1992), essa lógica promove insegurança e perpetua a dependência emocional e econômica das mulheres, especialmente em contextos como o mercado de trabalho, onde a aparência ainda exerce um papel decisivo.

Assim, enquanto o feminismo branco muitas vezes direciona seus esforços apenas à desconstrução da desigualdade de gênero, o feminismo negro propõe uma crítica mais ampla e interseccional, questionando a própria estrutura que define quem é considerado belo, digno e aceitável. Ao colocar em pauta a valorização das estéticas negras e plurais, o feminismo negro não apenas denuncia a exclusão, mas oferece caminhos de reconstrução e pertencimento. Ele reafirma que resistir ao mito da beleza também é uma forma de resistir ao racismo e ao sexismo, e que a libertação só será plena quando todos os corpos forem reconhecidos como legítimos — com suas histórias, potências e formas diversas de existir.

Portanto, o mito da beleza não é apenas um ideal inalcançável que aprisiona: ele é uma ferramenta eficaz na manutenção das desigualdades estruturais.

Wolf (1992,11) aponta que "as mulheres prósperas, instruídas e liberadas do Primeiro Mundo, que têm acesso a liberdades inatingíveis para qualquer outra mulher até agora, não se sentem tão livres quanto querem ser". Ou seja, apesar dos avanços na educação, no trabalho e na independência financeira, muitas mulheres ainda se sentem prisioneiras de uma pressão constante para atender a padrões estéticos irreais. Essa questão não é apenas um incômodo pessoal, mas sim um reflexo de um sistema que perpetua a desigualdade através da imposição de ideais inatingíveis de beleza.

Muitas sentem vergonha de admitir que essas preocupações triviais — que se relacionam à aparência física, ao corpo, ao rosto, ao cabelo, às roupas — têm tanta importância. No entanto, apesar da vergonha, da culpa e da negação, é cada vez maior o número de mulheres que questiona se não se trata de elas serem totalmente neuróticas e solitárias, mas que o que está em jogo é relacionado com a liberação da mulher e a beleza feminina. (Wolf, 1992, p. 11)

A autora também destaca como a exaustão e o desânimo tomaram conta do movimento feminista devido às novas formas de opressão que surgiram. Como afirma, "quanto mais numerosos foram os obstáculos legais e materiais vencidos pelas mulheres, mais rígidas, pesadas e cruéis foram as imagens da beleza feminina a nós impostas" (Wolf, 1992, p. 11). Isso significa que, conforme as mulheres avançam em outras áreas, a sociedade encontra maneiras de limitar sua autonomia através da cultura da beleza.

O impacto dessa imposição é devastador. Mulheres de diferentes idades se veem desgastadas por tentarem atender a padrões irreais. Wolf (1992, p. 12) descreve essa realidade ao dizer que "após anos de muita luta e pouco reconhecimento, muitas mulheres mais velhas sentem que sua chama está extinta", enquanto as mais jovens, cercadas pela cultura da aparência, não demonstram interesse em manter acesa a luta por igualdade. Esse fenômeno impede o progresso coletivo e gera divisão entre as gerações.

Durante a última década, as mulheres abriram uma brecha na estrutura do poder. Enquanto isso, cresceram em ritmo acelerado os distúrbios relacionados à alimentação, e a cirurgia plástica de natureza estética veio a se tornar uma das maiores especialidades médicas. Nos últimos cinco anos, as despesas com o consumo duplicaram, a pornografia se tornou o gênero de maior expressão, à frente dos discos e filmes convencionais somados, e trinta e três mil mulheres americanas afirmaram a pesquisadores que preferiam perder de cinco a sete quilos a alcançar qualquer outro objetivo. (Wolf, 1992, p. 12)

Esse dado expõe uma contradição alarmante: ainda que as mulheres tenham conquistado mais poder econômico e político, sua autoestima e relação com o próprio corpo parecem estar mais fragilizadas do que nunca.

Um maior número de mulheres dispõe de mais dinheiro, poder, maior campo de ação e reconhecimento legal do que antes. No entanto, em termos de como nos sentimos do ponto de vista físico, podemos realmente estar em pior situação do que nossas avós não liberadas. (Wolf, 1992, p. 12)

das estruturas sociais existentes, mesmo que isso signifique sacrificar a autonomia e o bem-estar das mulheres.

Wolf (1992, p. 21), ao citar o psicólogo Daniel Goleman, reforça que essa mentira coletiva se sustenta através de um mecanismo social de negação e distração: "A cumplicidade é mantida pelo redirecionamento da atenção para longe do fato assustador, ou pela transformação do seu significado em algum formato aceitável." Em outras palavras, a sociedade mascara a realidade das mulheres — seus corpos, vozes e experiências — por meio de uma narrativa mais palatável, ainda que opressora.

Essa construção simbólica e ideológica não é inofensiva. Ela se materializa de forma concreta na vida das mulheres, como um molde rígido ao qual devem se submeter. Wolf (1992) oferece uma metáfora poderosa para ilustrar essa dinâmica: a Donzela de Ferro.

A pressão estética e a incessante busca pela perfeição corroem os avanços femininos, criando um ciclo de insegurança e insatisfação.

A autora evidencia que, à medida que as mulheres avançam em direitos e autonomia, novos mecanismos são criados para mantê-las sob opressão. Se antes a submissão feminina era imposta pelo confinamento ao espaço doméstico, hoje essa opressão se manifesta pela exigência de padrões estéticos inalcançáveis, que desviam seu foco e minam sua autoestima. Esse fenômeno perpetua a desigualdade de gênero ao impedir que as mulheres direcionem suas energias para o desenvolvimento pessoal e coletivo.

Naomi Wolf desconstrói a ideia de que os padrões estéticos impostos às mulheres são naturais ou inofensivos. Ela afirma que "o mito da beleza não tem absolutamente nada a ver com as mulheres. Ele diz respeito às instituições masculinas e ao poder institucional dos homens" (Wolf, 1992, p. 16). Essa afirmação revela como os ideais de beleza funcionam como um mecanismo de controle social, determinando não apenas a aparência, mas principalmente o comportamento feminino.

A autora argumenta que os padrões de beleza variam ao longo da história, refletindo o que a sociedade espera das mulheres em cada época. "As qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável" (WOLF, 1992, p. 17). Dessa forma, a juventude e a virgindade foram exaltadas por representarem a inexperiência e a docilidade, características que favorecem a submissão feminina. Por

outro lado, o envelhecimento feminino é considerado "feio" porque representa a aquisição de poder e autonomia pelas mulheres.

Outro ponto essencial levantado por Wolf (1992) é o impacto do mito da beleza na identidade feminina. A sociedade impõe a ideia de que o valor de uma mulher está diretamente ligado à sua aparência, tornando-a vulnerável à aprovação externa. "A nossa identidade deve ter como base a nossa 'beleza', de tal forma que permaneçamos vulneráveis à aprovação externa, trazendo nosso amor-próprio, esse órgão sensível e vital, exposto a todos" (Wolf, 1992, p. 17). Esse processo perpetua a insegurança feminina e garante a continuidade de um sistema que se beneficia da fragilidade emocional das mulheres.

Além disso, o mito da beleza tem como um de seus efeitos mais perversos a divisão entre as mulheres. "As mulheres mais velhas temem as jovens, as jovens temem as velhas, e o mito da beleza mutila o curso da vida de todas" (Wolf, 1992, p. 17). Ao criar uma rivalidade entre diferentes gerações, o sistema impede que as mulheres construam solidariedade entre si, dificultando a luta contra as opressões comuns que enfrentam.

Desde a Revolução Industrial, as mulheres da classe média ocidental foram submetidas a um sistema de controle que combinava restrições materiais e imposições culturais. Como aponta Naomi Wolf (1992, p. 18), "as mulheres ocidentais da classe média vêm sendo controladas tanto por ideais e estereótipos quanto por restrições de ordem material". Isso significa que, enquanto conquistas feministas abriam novos espaços para as mulheres, novas formas de dominação eram criadas para neutralizar essas mudanças.

A ascensão do mito da beleza foi uma dessas estratégias. Wolf (1992) argumenta que essa construção não surgiu isoladamente, mas ao lado de outras ficções sociais que limitavam as mulheres a determinados papéis. Entre essas ficções, estavam a noção de que "as mulheres respeitáveis não tinham sensibilidade sexual" e a ideia de que o trabalho feminino deveria se restringir a tarefas minuciosas e demoradas, como "o bordado e a renda feita à mão". Esses conceitos tinham um duplo objetivo: ao mesmo tempo em que canalizavam a criatividade feminina para atividades consideradas inofensivas, também garantiam que a inteligência e a energia das mulheres não fossem direcionadas para desafios intelectuais ou políticos.

No século XX, com o avanço das lutas feministas, muitas dessas ficções foram desmascaradas e perderam força. No entanto, como destaca Wolf (1992, p. 19), "as lendas simplesmente se transformaram mais uma vez". Ou seja, à medida que as mulheres conquistavam espaços no trabalho, na política e na educação, novas formas

de controle surgiram. O ideal de beleza passou a desempenhar um papel central nesse contexto, assumindo a função que antes era desempenhada pelas tarefas domésticas e pelos papéis tradicionais de gênero. "A ocupação com a beleza, trabalho inesgotável porém efêmero, assumiu o lugar das tarefas domésticas, também inesgotáveis e efêmeras" (Wolf, 1992, p. 20).

Essa mudança fez com que o controle sobre as mulheres passasse do espaço privado para o corpo feminino. Agora, a pressão estética funciona como uma nova forma de aprisionamento, baseada em padrões irreais e inatingíveis. O mito da beleza se transformou em um mecanismo de opressão que impõe às mulheres uma busca constante pela perfeição, garantindo que permaneçam vulneráveis à aprovação externa e distraídas de outras formas de emancipação.

A ideia de que o mito da beleza é uma conspiração orquestrada por um grupo de poder não se sustenta nos moldes tradicionais de teoria conspiratória. Naomi Wolf (1992, p. 21) já nos alerta: "Esta não é uma hipótese de conspiração. Não precisa ser. As sociedades contam para si mesmas as lendas necessárias, da mesma forma que o fazem os indivíduos e as famílias." Ou seja, trata-se de uma construção coletiva, uma "mentira vital", como definiu Henrik Ibsen (1884), que serve para manter a estabilidade

A Donzela de Ferro original era um instrumento de tortura da Alemanha medieval, uma espécie de caixão com a forma de um corpo, que trazia pintados os membros e o rosto de uma jovem bela e sorridente. A pobre vítima era ali encerrada lentamente. Quando a tampa se fechava, a vítima ficava imobilizada e morria de inanição ou, de modo menos cruel, morria perfurada pelos espigões de ferro encravados na parte interna do caixão. (Wolf, 1992, p. 21-22)

Essa imagem medieval é trazida para o presente como uma metáfora do sofrimento moderno imposto pela cultura da beleza. Assim como a vítima da Donzela era aprisionada e perfurada, as mulheres de hoje são pressionadas a caber dentro de um padrão estético que as imobiliza, consome e fere — não com ferro, mas com dietas, cirurgias, insegurança e vergonha.

O mito da beleza se transforma, então, numa alucinação coletiva que produz efeitos reais. Ele é mais do que uma expectativa social; é uma exigência que toma forma nas rotinas diárias, nos espelhos, nas revistas, nas redes sociais. "A alucinação resultante se materializa para as mulheres como algo muito real mesmo. Por não ser mais apenas uma ideia, ela se tornou tridimensional, encarnando em si a forma pela qual as mulheres vivem e não vivem." (Wolf, 1992, p. 21)

A razão para a persistência desse mito, segundo Wolf (1992, p. 22), vai além de ansiedades psicológicas ou culturais — ela é também econômica. "Uma economia que depende da escravidão precisa promover imagens de escravos que 'justifiquem' a

instituição da escravidão.” Assim, a indústria da beleza, da moda, da publicidade e até da saúde lucram bilhões promovendo uma imagem idealizada e inatingível da mulher. A mulher perfeita do mito não é real — mas ela movimenta o capital.

Ao impor esse padrão como o único modelo possível de feminilidade, o mito da beleza neutraliza a liberdade conquistada pelas mulheres em outras esferas. Ele transforma autonomia em culpa, força em inadequação, diversidade em defeito. E, assim, mantém em funcionamento uma engrenagem de opressão disfarçada de estética, de escolha pessoal, de autocuidado.

Desconstruir essa mentira vital exige mais do que apenas mudar hábitos individuais; exige uma crítica coletiva à lógica que sustenta a Donzela de Ferro. Significa retirar os espigões do caixão dourado da beleza idealizada e recuperar os rostos, corpos e vozes reais das mulheres — em toda a sua pluralidade.

A relação entre o papel da mulher na sociedade e as necessidades econômicas do sistema industrial é um fator crucial para entender a persistência do mito da beleza. Segundo John Kenneth Galbraith (Wolf, 1992, p.22-23), a ideia de que a mulher pertence ao lar não surgiu espontaneamente, mas foi imposta por diversos meios:

Nos foi forçado pela psicologia popular, pelas revistas e pela ficção para disfarçar o fato de ser a mulher, em seu papel de consumidora, essencial ao desenvolvimento da nossa sociedade industrial. (...) Um comportamento que seja essencial por motivos econômicos é transformado em virtude social.

Ou seja, a glorificação da dona de casa não era apenas um valor moral, mas uma necessidade econômica — uma forma de manter as mulheres ligadas ao consumo e ao trabalho reprodutivo, sem remuneração.

Contudo, à medida que o movimento feminista começou a questionar o papel tradicional da mulher no lar e a reivindicar a entrada no mercado de trabalho, essa justificativa perdeu força. No entanto, a estrutura econômica precisava manter a mulher atrelada ao consumo, e foi nesse contexto que surgiu uma nova ideologia dominante: a da beleza como virtude essencial. Como aponta Naomi Wolf (1992, p. 23), “assim que o valor social básico da mulher não pôde mais ser definido pela encarnação da domesticidade virtuosa, o mito da beleza o redefiniu como a realização da beleza virtuosa.” Dessa forma, a pressão para ser a esposa e mãe perfeita foi substituída pela obrigação de atender aos padrões estéticos exigidos pelo mercado da beleza.

Essa transição foi fundamental para garantir que as mulheres continuassem a ser consumidoras prioritárias de uma nova indústria bilionária. Se antes o status feminino era medido pela capacidade de gerir um lar impecável, agora ele passou a ser avaliado pelo quanto a mulher consegue se moldar aos padrões de beleza. Esse novo

modelo também serviu para justificar desigualdades estruturais no mercado de trabalho: a beleza virou um critério não declarado de ascensão profissional, e o envelhecimento ou a não conformidade com os padrões estéticos se tornaram obstáculos reais à inserção e permanência das mulheres em posições de destaque. Como Wolf (1992, p. 23) descreve, “tal redefinição criou um novo imperativo de consumo e uma nova justificativa para a desigualdade econômica no local de trabalho, que substituíram os que já não exerciam influência sobre a mulher recém-liberada.”

O mito da beleza, portanto, não é apenas um conjunto de expectativas culturais sobre a aparência feminina; ele é um mecanismo econômico de controle. Assim como a domesticidade serviu para manter as mulheres atreladas ao lar e ao consumo doméstico, a exigência estética serve para perpetuar a insegurança feminina, garantir a lucratividade da indústria da beleza e justificar a desigualdade no mercado de trabalho. O que se apresenta como um padrão natural de feminilidade é, na verdade, uma construção social e econômica que responde às necessidades do sistema capitalista.

Romper com esse mito exige uma compreensão crítica sobre como o consumo e os padrões estéticos são impostos como substitutos das antigas formas de opressão. Enquanto a mulher for condicionada a buscar validação através de sua aparência, a liberdade plena continuará sendo uma promessa distante.

O mito da beleza, é uma construção social e política que atua como mecanismo de controle sobre os corpos femininos. Ele impõe padrões estéticos inatingíveis que servem para reforçar a opressão de gênero, limitando a liberdade e a autonomia das mulheres. No entanto, como ressalta o feminismo negro, esses padrões não afetam todas as mulheres da mesma forma. Para as mulheres negras, a opressão estética não se restringe à pressão por uma aparência idealizada — ela se entrelaça profundamente com o racismo, criando camadas de exclusão, hipervisibilidade e apagamento.

Enquanto o mito da beleza, como descrito por Naomi Wolf (1992), incide majoritariamente sobre mulheres brancas — exigindo delas juventude eterna, magreza extrema e aparência impecável —, um outro paralelo se constroi dentro da comunidade de mulheres negras. Para essas mulheres, o padrão estético imposto atua de forma ainda mais perversa, pois não apenas exige a conformidade com ideais eurocêtricos de beleza, como também nega suas características naturais, como a textura do cabelo crespo, os traços faciais e o tom de pele. Historicamente, mulheres negras foram excluídas da categoria do "belo" e forçadas a adotar práticas de embranquecimento como alisamento dos cabelos, uso de cosméticos clareadores e até mudanças corporais para se adequar a uma estética que não as contempla.

"Muitas no movimento feminista se posicionaram com firmeza contra a objetificação das mulheres brancas, mas falharam gravemente em denunciar outra opressão: a das mulheres negras." (Onwurah, 2017) Essa citação escancara uma das principais falhas do feminismo hegemônico: a invisibilização das experiências específicas das mulheres negras. Enquanto o movimento feminista lutava — e ainda luta — contra os padrões opressivos de beleza impostos às mulheres, muitas vezes essa luta considerou apenas os corpos brancos, esquecendo que as mulheres negras sofrem opressões diferentes, que se entrelaçam entre racismo e machismo.

A indústria da moda, frequentemente criticada por promover padrões inalcançáveis, pressionar meninas desde cedo e vender ilusões estéticas, também é responsável por perpetuar uma lógica racista. Por muito tempo, os corpos negros foram ignorados, caricaturados ou fetichizados, sem espaço legítimo de representação. Mulheres negras foram colocadas à margem da beleza, como se não fossem dignas de protagonizar capas de revistas, comerciais ou passarelas.

Durante muitas décadas, o movimento feminista foi guiado pela ideia de que todas as mulheres vivenciavam a opressão de forma semelhante. Essa noção de "irmandade universal", embora bem-intencionada, ignorava as diferenças estruturais que atravessam as experiências das mulheres, sobretudo aquelas marcadas por raça e classe. Como afirma o texto citado, "a opressão de gênero atingia de forma igualitária e indiferenciada a todas as mulheres". No entanto, essa ideia já não se sustenta. Graças à atuação crítica e à produção intelectual de feministas negras, como Lélia Gonzalez, Sueli Carneiro e Angela Davis, compreende-se hoje que, embora todas as mulheres sejam afetadas pelo patriarcado, "ela é sentida diferentemente porque entre nós, as mulheres, existem diferenças de classe e de raça".(GONZALEZ, 1984)

Essa transformação na forma de pensar o feminismo não ocorreu sem resistência. As mulheres negras precisaram, durante muito tempo, lutar dentro do próprio movimento feminista para que suas experiências fossem reconhecidas. A exclusão das suas pautas revelou que o feminismo hegemônico, majoritariamente branco e de classe média, não dava conta de abarcar a complexidade da opressão vivida pelas mulheres negras. Como disse bell hooks, "não há hierarquia de opressões", mas é preciso entender como elas se entrelaçam e se reforçam mutuamente. Para mulheres negras, o racismo e o sexismo não são forças separadas; são experiências cotidianas interdependentes.

Esse mesmo debate pode — e deve — ser estendido ao movimento negro. Por muito tempo, as mulheres negras que se identificavam como feministas foram acusadas de "dividir a luta", quando, na verdade, estavam apenas evidenciando as contradições

internas de um movimento que, ao invisibilizar as questões de gênero, reproduzia dentro de si a lógica machista da sociedade. Como aponta a citação, “era impossível a irmandade entre os negros porque, parafraseando Elizabeth Lobo, a população negra, assim como a classe operária, tem dois sexos e um deles era oprimido.” A crítica é potente e necessária: não há como construir uma luta antirracista sólida sem considerar a condição específica da mulher negra.

Grada Kilomba, em *Memórias da Plantação* (2019), destaca que as mulheres negras ocupam um “terceiro espaço” — um não lugar entre o gênero e a raça, onde suas experiências não são plenamente contempladas nem pelos discursos feministas tradicionais centrados na mulher branca, nem pelas lutas antirracistas que tomam o homem negro como sujeito. Esse vácuo discursivo contribui para a invisibilidade e para a marginalização da mulher negra em todas as esferas sociais, inclusive no que diz respeito à construção da beleza.

Enquanto o mito da beleza impõe à mulher branca um ideal de juventude, magreza e feminilidade delicada, à mulher negra é historicamente negado até mesmo o direito de ser considerada bela. Seus traços, cabelos, corpos e tons de pele foram estigmatizados por séculos, sendo associados a ideias de feiura, brutalidade ou hipersexualização. A mulher negra, nesse contexto, vive uma contradição: invisibilizada enquanto sujeito de desejo e, ao mesmo tempo, exposta e fetichizada como corpo exótico.

A indústria da beleza, da moda e da mídia reforçou por muito tempo essas hierarquias, promovendo padrões que não contemplam a diversidade étnico-racial e excluem sistematicamente a estética negra. Mesmo quando características negras são celebradas — como lábios carnudos ou cabelos cacheados —, isso geralmente ocorre por meio da apropriação cultural, onde esses traços são exaltados apenas quando aparecem em corpos brancos. Essa seletividade revela a persistência do racismo estrutural disfarçado de empoderamento.

Nesse cenário, o feminismo negro propõe uma crítica fundamental: é impossível dissociar gênero de raça ao discutir opressões estéticas. Como aponta Kilomba (2019, p. 97), “o sujeito do discurso de gênero é a mulher branca e o sujeito do discurso sobre o racismo é o homem negro”. Ignorar essa intersecção significa perpetuar o apagamento das mulheres negras, cujas vivências são atravessadas simultaneamente por racismo e sexismo.

### 3.2 O MITO DA BELEZA NÃO MORRE, ELE SE REINVENTA

Nos últimos anos, o retorno de ideais patriarcais antigas, impulsionados pelas redes sociais, têm trazido à tona uma pressão estética extrema, reforçando a busca incessante pela perfeição física. Esse movimento é particularmente evidente nas plataformas digitais, onde padrões de beleza irreais são constantemente promovidos, e a estética corporal é sobreposta a qualquer outra forma de expressão. Essa pressão, como já foi amplamente discutida por autoras feministas, não é um fenômeno novo, mas uma continuação de um processo de controle social que remonta à década de 1990, quando a mídia e a indústria da beleza impuseram ideais que redefiniram o corpo feminino como uma mercadoria.

No contexto, o culto à magreza extrema ganhou força, com a popularização do conceito de “heroin chic”<sup>5</sup> – um ideal de beleza associado a corpos excessivamente magros, com uma aparência fragilizada, muitas vezes comparada ao físico das viciadas em heroína. Modelos como Kate Moss e figuras públicas representaram essa estética, que se distanciava de qualquer noção de saúde e exibia uma fragilidade extrema como símbolo de sofisticação e beleza. Esse ideal de magreza, que foi amplamente divulgado em revistas e campanhas publicitárias, continua a reverberar na sociedade contemporânea, especialmente nas redes sociais. Essa ideia de que a mulher deve se encaixar em um molde físico rígido continua a ser disseminada por influenciadoras digitais, perpetuando um ciclo de insegurança e insatisfação com o próprio corpo.

Naomi (1992) cita em “O mito da beleza” a renomada escritora Virginia Woolf, que em *Um Teto Todo Seu*, vislumbrou um futuro no qual as mulheres teriam acesso irrestrito às bibliotecas das faculdades masculinas, aos gramados antes proibidos e à riqueza intelectual que lhes era negada. Ela acreditava que essa conquista lhes traria uma liberdade mental antes inimaginável. No entanto, embora as mulheres tenham ultrapassado essa barreira visível e hoje ocupem os espaços acadêmicos e intelectuais que antes lhes eram vedados, uma nova limitação se impôs, mais sutil e internalizada. Como apontado na citação:

(...) teve uma visão de que um dia as jovens teriam acesso às ricas bibliotecas proibidas das faculdades masculinas, aos seus gramados fundos, seus pergaminhos, à luz do clarete. Ela acreditava que isso proporcionaria às jovens uma liberdade mental que deveria parecer muito mais desejável dali de onde ela estava imaginando, ou seja, do

---

<sup>5</sup> O Heroin chic foi um estilo popularizado pela moda do início da década de 1990 caracterizado por pele clara, olheiras, traços emaciados, androginia e cabelo oleoso - traços associados ao uso de heroína ou outras drogas. A supermodelo americana Gia Carangi é recordada como criadora da tendência.

outro lado do cajado do bedel que a expulsara da biblioteca só porque era mulher. Nos nossos dias, as mulheres ultrapassaram o cajado que barrou a entrada de Virginia Woolf. Perambulando pelos gramados retilíneos sobre os quais ela só podia escrever, as mulheres são retidas por uma barreira incorpórea não prevista por ela. Suas mentes estão se revelando capazes; já seus corpos se autodestroem. (Wolf, 1992, p. 240)

Essa barreira incorpórea se manifesta na pressão estética, nos transtornos alimentares e na constante vigilância sobre a aparência, que impõem uma nova forma de aprisionamento. Se antes a exclusão era física e institucional, hoje, muitas mulheres se veem limitadas por padrões de beleza inatingíveis, que corroem sua autoestima e sua relação com seus próprios corpos, evidenciando que a luta pela verdadeira liberdade feminina ainda está em curso.

A percepção do corpo feminino ao longo da história esteve diretamente ligada ao papel social das mulheres. Durante séculos, a arte e a moda exaltaram diferentes aspectos da feminilidade, destacando ventres arredondados, quadris generosos e formas mais cheias, como Wolf (1992, p.243) observa:

As representações do nu feminino se deleitavam com a exuberante fertilidade da mulher. Várias distribuições de gordura eram realçadas de acordo com a moda: ventres grandes e maduros do século XV ao XVII, ombros e rostos rechonchudos no início do século XIX, coxas e quadris ondulantes, cada vez mais generosos, até o século XX — mas nunca, até a emancipação da mulher se transformar em lei, houve essa absoluta negação da condição feminina [...].

Fica em evidência que a valorização da extrema magreza surgiu como uma resposta ao avanço das mulheres na sociedade. A autora aponta que a obsessão com dietas e a magreza se intensificou justamente quando as mulheres conquistaram direitos políticos, como o voto, e passaram a ocupar espaços antes restritos aos homens. Entre 1918 e 1925, a rápida substituição de corpos curvilíneos por uma forma mais linear sinalizava uma tentativa de controle social disfarçada de tendência estética. Nos anos 1950, a valorização temporária de corpos mais cheios coincidiu com o retorno das mulheres à reclusão doméstica, mas, à medida que elas passaram a ocupar o mercado de trabalho e ganhar mais autonomia, surgiu uma nova forma de repressão: o controle sobre seus corpos. Como Wolf (1992, p. 244) destaca, "quando as mulheres invadiram em massa as esferas masculinas, esse prazer teve de ser sufocado por um urgente dispositivo social que transformaria os corpos femininos nas prisões que seus

lares já não eram mais". Dessa forma, a cultura da magreza extrema pode ser compreendida não apenas como uma questão estética, mas como um mecanismo de dominação que impõe às mulheres um novo tipo de cárcere, limitando sua liberdade e corroendo sua autoestima.

A autora revela como a privação alimentar feminina, antes justificada por desigualdades econômicas e culturais, foi ressignificada na era contemporânea como um dever moral vinculado ao controle do peso. A autora (1992, p. 253) observa que "o padrão tradicional estava encoberto por uma vergonha moderna, mas fora esse detalhe, o resto mudará muito pouco. O controle do peso veio a se tornar a sua base racional, já que a inferioridade natural saiu de moda", demonstrando que, apesar das mudanças sociais, a relação das mulheres com a comida continua marcada por sacrifício e culpa. Se no passado a abnegação alimentar era um reflexo da desigualdade material entre homens e mulheres, hoje ela persiste sob o discurso da saúde e da estética, reforçando a ideia de que a mulher deve sempre se policiar e restringir seus próprios desejos. Esse mecanismo sutil de controle corporal mantém as mulheres constantemente preocupadas com sua imagem, desviando sua atenção de outras formas de empoderamento e participação social. Assim, a cultura da dieta não é apenas um fenômeno moderno, mas uma continuidade histórica da subjugação feminina, agora mascarada pelo ideal da magreza como sinônimo de sucesso e virtude.

A volta da magreza extrema, também reforçada pela popularização das dietas radicais e de regimes alimentares no mundo digital, é uma continuação dessa idealização do corpo feminino. O culto à magreza, associado à beleza perfeita, cria um ciclo vicioso onde a mulher se vê constantemente insatisfeita com seu corpo, à medida que se esforça para atingir um ideal impossível. Essa busca constante pela perfeição, aliada a um mercado de consumo voraz, que vende produtos para emagrecimento e estética, reforça uma visão que desconsidera as individualidades e as diferentes formas de beleza, em um processo que objetiva manter as mulheres em um estado constante de insatisfação com suas próprias aparências.

A análise de Benedita da Silva (1995) sobre a condição das mulheres brasileiras reflete como esse retorno aos ideais patriarcais dos anos 1990, especialmente a pressão estética e a busca pela perfeição física, reflete um movimento de controle social e de repressão das conquistas femininas. Ela afirma que as mulheres continuam a serem reduzidas a seu valor estético e sexual, algo que impede o reconhecimento de seu potencial intelectual, profissional e político. O retorno da magreza extrema e da pressão por uma "beleza" inacessível, promovido pelas redes sociais, é um reflexo de como a sociedade patriarcal ainda tenta moldar o corpo da mulher, colocando-lhe

limites que não existem para os homens. Ao nos depararmos com esses padrões, que hoje se reforçam com o uso das redes sociais, é essencial lembrar que a verdadeira liberdade para as mulheres só será alcançada quando o foco deixar de ser o corpo e passar a ser a autonomia, o poder de decisão e o reconhecimento em suas múltiplas dimensões.

A moda e a cultura dos anos 1990 ressurgiram com força nos tempos atuais, influenciando não apenas o vestuário, mas também os padrões estéticos e comportamentais. Esse retorno, no entanto, vai além da simples nostalgia: ele reflete a persistência de padrões de beleza que, como Naomi Wolf discute em *O Mito da Beleza* (1992), continuam a exercer forte influência sobre as mulheres. A idealização de corpos magros, a obsessão pela juventude e a pressão para atender a um padrão estético inatingível foram características marcantes da década de 1990 e, apesar das tentativas de desconstrução desses ideais, seguem presentes na sociedade contemporânea.

Nos anos 1990 e início dos anos 2000, a mídia desempenhava um papel central na construção de narrativas sobre celebridades, especialmente sobre as mulheres famosas da época. Os tabloides, revistas de fofoca e programas de televisão moldavam a percepção pública sobre essas figuras femininas, frequentemente reforçando padrões de beleza inatingíveis, promovendo rivalidades artificiais e explorando a vida pessoal dessas mulheres de forma intensa e, muitas vezes, cruel. Essa construção midiática ajudava a consolidar os padrões de beleza já existentes e a reforçar a ideia de que a aparência das mulheres era mais importante do que suas conquistas profissionais.

A cultura das celebridades, especialmente nos anos 90 e 2000, era moldada por publicações como *People*, *Us Weekly*, *OK! Magazine*, *Cosmopolitan* e *Rolling Stone*. Essas revistas não apenas influenciavam o consumo cultural, mas também ditavam tendências e estabeleciam padrões rígidos sobre o que era considerado belo, desejável e aceitável para as mulheres. O culto ao corpo magro, tonificado e branco era dominante, impulsionado por supermodelos como Cindy Crawford, Kate Moss e, em menor grau, Naomi Campbell — uma das poucas mulheres negras a alcançar notoriedade nesse cenário extremamente elitista e eurocentrado.

O movimento conhecido como "*heroin chic*", por exemplo, exaltava uma estética de extrema magreza, com aparência frágil, pálida e doentia, reforçando a ideia de que a beleza ideal era inacessível e, muitas vezes, perigosa. Para mulheres negras, esse padrão era ainda mais excludente. A beleza negra era frequentemente ignorada ou fetichizada, e a presença de mulheres negras na mídia de moda e entretenimento era escassa. Quando existia, vinha acompanhada de estereótipos que limitavam sua representação.

A forma como a mídia tratava mulheres famosas refletia um machismo estrutural e, no caso das mulheres negras, esse machismo vinha carregado de racismo. Enquanto atrizes e cantoras brancas como Britney Spears, Christina Aguilera e Lindsay Lohan eram constantemente reduzidas à sua aparência ou à sua vida pessoal, mulheres negras como Janet Jackson, Whitney Houston e Lauryn Hill enfrentavam julgamentos ainda mais severos. Janet, por exemplo, foi duramente atacada após o episódio do "nipplegate" no Super Bowl de 2004, sendo responsabilizada publicamente, enquanto Justin Timberlake, seu parceiro na performance, pouco sofreu consequências.

Whitney Houston, com sua voz icônica e carreira brilhante, teve sua dependência química explorada exaustivamente pelos tabloides. Ao invés de receber acolhimento, era retratada como instável e autodestrutiva, muitas vezes com um viés racial que reforçava a ideia da mulher negra "problemática". Lauryn Hill, após seu auge com *The Miseducation of Lauryn Hill*, foi constantemente criticada por se afastar da indústria e por não seguir os moldes esperados para uma celebridade, sendo taxada como "difícil" e "desequilibrada".

O sensacionalismo em torno de colapsos públicos era uma prática comum. O caso de Britney Spears em 2007, em que ela raspou a cabeça e atacou um carro de paparazzi, virou espetáculo midiático. O mesmo padrão de exploração foi usado contra outras artistas, transformando momentos de sofrimento e crises pessoais em entretenimento. No entanto, enquanto mulheres brancas ainda recebiam algum nível de empatia do público, mulheres negras eram com frequência desumanizadas em suas vulnerabilidades.

Além da exploração da vida pessoal, a mídia desses anos impunha regras rígidas sobre como a mulher deveria se comportar, vestir e se cuidar. Revistas femininas ensinavam como "agradar seu homem", "perder peso rapidamente" e "ser irresistível". A mulher ideal era moldada para agradar ao olhar masculino: magra, sensual, bem-sucedida, jovem e, acima de tudo, submissa às expectativas sociais. Para as mulheres negras, esse padrão era quase impossível de alcançar, pois envolvia não apenas magreza e juventude, mas também características físicas eurocêtricas — como cabelo liso, pele clara e traços finos.

Essa dose obrigatória do mito da beleza fornecida pelas revistas induz nas leitoras um desejo incontrolável, insaciável e furioso de obter certos produtos e uma fantasia permanente: a espera ansiosa por uma fada madrinha que chegue à porta da leitora e a faça dormir. Quando ela acordar, seu banheiro estará cheio exatamente dos produtos certos para a pele, com instruções detalhadas de uso, e estojos de cores variadas com exatamente a maquiagem exigida. A fada gentil terá tingido e cortado o cabelo da adormecida com perfeição, reformulando seu rosto, ajeitando-o sem dor. No armário, ela descobrirá um guarda-roupa completo, organizado por estação e ocasião, com

perfeita combinação de cores e provido de acessórios arrumados em sapateiras e caixas de chapéu. Sua geladeira estará cheia de legumes em miniatura, artisticamente preparados em refeições prontas, com garrafas de água Perrier e Evian virtuosamente enfileiradas. Ela se entregará a um mundo de apoteose consumista feminina, para além do apetite. (Wolf, 1992, p. 91)

Nos dias atuais, embora tenhamos testemunhado avanços significativos em relação à representatividade e à diversidade, a mídia continua a perpetuar o mito da beleza, agora sob novas roupagens. As redes sociais, plataformas de streaming e influenciadores digitais substituíram em parte as revistas tradicionais, mas os ideais inatingíveis de beleza ainda persistem — e, em alguns casos, tornaram-se ainda mais sofisticados e difíceis de combater. O padrão da mulher “perfeita” foi atualizado: ela continua magra, mas agora também deve ser fitness, com curvas “na medida certa”, pele impecável, cabelo sempre alinhado e uma rotina de autocuidado que exige tempo, dinheiro e disciplina. Esse ideal é impulsionado por filtros, edição de imagem e algoritmos que priorizam corpos e rostos dentro de um padrão estético específico.

Influenciadoras no Instagram e no TikTok muitas vezes apresentam estilos de vida que parecem acessíveis, mas que na realidade são cuidadosamente fabricados. Mesmo discursos sobre “autoaceitação” e “amor-próprio” são frequentemente embalados com uma estética padronizada e comercializável, criando uma nova forma de pressão: a obrigação de se amar — desde que se mantenha dentro de certos padrões visuais. Celebidades contemporâneas como Kim Kardashian, Kylie Jenner e Bella Hadid são exemplos de como a imagem da mulher ideal continua sendo construída com base em procedimentos estéticos, edição digital e marketing pessoal, criando uma beleza artificial que é vendida como natural.

Além disso, a lógica do entretenimento em torno da queda pública de mulheres ainda se mantém viva. O fenômeno do “cancelamento”, muitas vezes amplificado por cliques e engajamento nas redes, serve como uma nova forma de punição pública, especialmente voltada contra mulheres que desafiam comportamentos esperados. A exposição da vida privada permanece, mas agora em tempo real, alimentada pela vigilância constante dos usuários e pela velocidade das informações que circulam online.

Embora haja movimentos importantes que tentam desafiar esses padrões — como campanhas por corpos reais, maior inclusão de etnias e identidades de gênero diversas, e a popularização de discursos feministas — a indústria da mídia e da beleza continua lucrando com a insegurança feminina. O mito da beleza apenas se transformou: deixou de ser imposto exclusivamente por revistas e televisão, e passou a

ser co-produzido em massa nas redes, com cada usuário sendo simultaneamente consumidor e divulgador desses padrões.

Assim, mesmo em um cenário aparentemente mais progressista, a pressão estética permanece uma constante na vida das mulheres. A diferença é que agora ela se apresenta disfarçada de liberdade de escolha, quando na verdade continua sendo um mecanismo de controle que limita, cobra e explora, tal como fazia nas décadas passadas.

Outro aspecto marcante do retorno dos anos 90 é a normalização de procedimentos estéticos. Harmonização facial, lipoaspiração de alta definição e preenchimentos labiais são apenas alguns dos procedimentos que refletem a busca incessante pela estética padronizada. Naomi Wolf aponta que "Os Ritos definem o cirurgião como o Sacerdote-Artista, um Criador mais hábil do que o corpo materno ou do que a "Mãe-Natureza", de quem a mulher nasceu primeiro e de forma inadequada." (WOLF, 1992, p. 142). Esse ciclo de insatisfação e consumo é essencial para a manutenção da indústria da beleza, que continua lucrando com a insegurança das mulheres.

Nos anos 90 — e também nas décadas anteriores — o uso de remédios para emagrecer era amplamente incentivado, muitas vezes sem o devido cuidado médico ou consciência dos riscos envolvidos. Substâncias como anfetaminas, inibidores de apetite e laxantes eram vendidas com relativa facilidade e se tornaram parte do cotidiano de muitas mulheres que buscavam se enquadrar nos padrões de beleza da época. A cultura da magreza extrema, impulsionada por campanhas publicitárias, capas de revista e ícones da moda, fazia com que a perda de peso rápida fosse vista não apenas como desejável, mas como necessária.

Muitos desses medicamentos funcionavam como estimulantes do sistema nervoso central, suprimindo o apetite e acelerando o metabolismo — mas também provocando efeitos colaterais severos, como insônia, ansiedade, taquicardia e, em casos mais graves, dependência química. Produtos como fentermina, anfepramona e mazindol eram amplamente prescritos, mesmo com evidências crescentes sobre seus riscos à saúde. Ainda mais problemático era o uso das chamadas "fórmulas mágicas", manipuladas em farmácias com combinações perigosas de substâncias, incluindo ansiolíticos, diuréticos e hormônios, sem qualquer tipo de fiscalização adequada.

médicos de má reputação receitaram para tratamento da obesidade, "com aprovação médica", anfetaminas e outras drogas viciadoras, altas doses de digitalina, um tônico cardíaco altamente tóxico, injeções de urina de mulher grávida, jejuns prolongados, cirurgia do cérebro, amarração dos maxilares e desvio dos intestinos. (Wolf, 1992, 319)

Essa medicalização do corpo feminino era reforçada por uma mídia que promovia constantemente soluções rápidas e milagrosas para o emagrecimento, como forma de alcançar o corpo ideal. Revistas femininas da época traziam propagandas e matérias que indicavam o uso desses medicamentos como parte de uma rotina “normal” de autocuidado. Pouco se falava sobre saúde mental, sobre os riscos do efeito sanfona, ou mesmo sobre distúrbios alimentares — que, embora presentes, eram ignorados ou minimizados.

É importante notar que essa prática não se restringia apenas à classe alta. Em muitos casos, o uso dessas substâncias também se disseminava entre mulheres de classe média e baixa, justamente pela pressão social para atender aos padrões estéticos impostos. O corpo magro, visto como símbolo de sucesso e controle, era almejado a qualquer custo, mesmo que esse custo fosse a própria saúde.

Nos últimos anos, alguns medicamentos têm ganhado destaque não apenas no tratamento do diabetes tipo 2, para o qual foi originalmente desenvolvido, mas também como uma solução rápida para a perda de peso. O princípio ativo desses medicamentos é a semaglutida, que atua no organismo reduzindo o apetite e retardando o esvaziamento gástrico, o que faz com que os pacientes sintam-se saciados por mais tempo. Esse efeito levou muitas pessoas, incluindo celebridades e influenciadores, a utilizarem o medicamento com o objetivo exclusivo de emagrecimento, gerando uma forte demanda e debates sobre seus impactos na saúde, sua regulação e seu papel dentro da indústria da beleza.

O crescimento da popularidade dessas medicações como um “milagre do emagrecimento” reflete o impacto dos padrões estéticos que pressionam as pessoas — especialmente as mulheres — a buscarem corpos cada vez mais magros. A busca incessante pela magreza ideal, impulsionada pelas redes sociais e pela cultura da dieta, faz com que medicamentos como Ozempic<sup>6</sup> sejam consumidos de maneira indiscriminada, sem considerar os riscos à saúde.

Entre os efeitos colaterais mais comuns do Ozempic estão náuseas, vômitos, diarreia e constipação, mas há também relatos de perda de massa muscular, efeito sanfona e até mesmo riscos cardiovasculares a longo prazo. Além disso, como o medicamento não foi desenvolvido para fins estéticos, seu uso indiscriminado levanta

---

<sup>6</sup> A Novo Nordisk, fabricante dos medicamentos Ozempic e Wegovy — amplamente utilizados para emagrecimento — registrou um lucro líquido de US\$ 3,65 bilhões (aproximadamente R\$ 18,9 bilhões) no primeiro trimestre de 2024. Esse resultado representa um crescimento de quase 30% no lucro da companhia, que, em 2023, superou marcas de luxo e se tornou a empresa mais valiosa da Europa. No Brasil, segundo dados da IQVIA — referência global em informações e análises no setor de saúde — as vendas do Ozempic ultrapassam R\$ 3 bilhões.

questões éticas e médicas. Especialistas alertam que, sem acompanhamento profissional adequado, a semaglutida pode gerar dependência psicológica e metabólica, criando um ciclo em que os usuários dependem do medicamento para manter a perda de peso.

Outro problema decorrente da popularização do Ozempic é a sua escassez para pacientes que realmente necessitam do tratamento para diabetes. Com a alta procura para fins estéticos, muitas farmácias passaram a enfrentar falta do medicamento, prejudicando aqueles que dependem dele para o controle da glicemia. Esse cenário evidencia como a cultura da magreza e o mercado da estética frequentemente se sobrepõem às necessidades médicas reais, colocando o lucro e a vaidade acima da saúde pública.

Além disso, a forma como o Ozempic tem sido promovido reforça o ciclo capitalista de insatisfação e consumo descrito por Naomi Wolf. O corpo ideal sempre será aquele difícil de ser alcançado, obrigando as pessoas a gastarem dinheiro e tempo na busca por um padrão estético que está sempre mudando. Como a autora destaca,

A indústria de cirurgia estética está em expansão por manipular conceitos de saúde e doença. Existe um nítido precedente histórico para o que os cirurgiões estão fazendo. "Saudável" e "doente", como Susan Sontag ressaltava em *Illness as Metaphor*, são muitas vezes julgamentos subjetivos que a sociedade faz para seus próprios fins. Há muito as mulheres vêm sendo definidas como doentes como um meio de sujeitá-las ao controle social. O que a moderna Era da Cirurgia está fazendo às mulheres é uma reencenação patente do que a medicina do século XIX fez para adoecer mulheres saudáveis e tornar passivas as mulheres ativas. (Wolf, 1992, 293)

O uso indiscriminado de medicamentos para emagrecimento reforça essa lógica, ao vender a ideia de que há sempre um novo produto ou solução que pode levar ao "corpo perfeito".

O capitalismo tem uma forma irônica de controlar os corpos femininos: o corpo considerado valioso é aquele difícil de ser alcançado pela maioria das pessoas. Para atingir esse ideal, a mulher precisa investir tempo e dinheiro, seja com dietas restritivas, cirurgias plásticas ou tratamentos estéticos. No entanto, assim que esse padrão se torna acessível, a indústria da beleza e da moda o substitui por outro, ainda mais difícil de atingir, garantindo que a busca pela estética perfeita nunca tenha fim. Como ressaltava Naomi Wolf:

as mulheres expurgam de si mesmas a nódoa do seu sexo. A nova feiúra de ser mulher apenas substitui a antiga feiúra de ser mulher. Muitas vezes as mulheres se irritam com impulsos de ódio a si mesmas, ódio este que temos a impressão de ser arcaico. No entanto, percebendo como os Ritos são baseados na história da Criação, podemos nos perdoar. A carga de uma lenda que há três mil e quinhentos anos ensina as mulheres de onde elas vêm e do que são

feitas não pode ser descartada facilmente em duas décadas. (Wolf, 1992, p. 123).

Durante os anos 2000, o padrão de beleza mudou para um corpo mais curvilíneo, exemplificado por celebridades como Kim Kardashian, que popularizaram a cintura fina e o quadril largo. No entanto, nos últimos anos, a estética da magreza extrema voltou a ser exaltada, trazendo novamente à tona o ideal dos anos 1990. Essa oscilação constante evidencia como a indústria da beleza manipula os padrões estéticos de acordo com seus interesses comerciais, garantindo que as mulheres estejam sempre em busca de um novo ideal inatingível.

O movimento *body positivity* surgiu com o propósito de desconstruir os padrões estéticos normativos, promovendo a aceitação dos corpos em sua pluralidade. No entanto, essa proposta de inclusão muitas vezes se mostra superficial e cooptada pelo mercado, sendo utilizada como estratégia publicitária mais do que como um compromisso real com a valorização da diversidade. Como aponta Naomi Wolf (1990), “a paz e a confiança entre homens e mulheres que se amam seria tão prejudicial para a economia de consumo e para a estrutura do poder quanto a paz na terra o seria para o complexo industrial-militar” (WOLF, 1992, p. 191). A partir dessa perspectiva, compreende-se que até mesmo os discursos de empoderamento corporal podem ser apropriados pelo sistema capitalista, transformando-se em novas formas de pressão estética e reafirmando, sob outra roupagem, os mesmos mecanismos de controle social.

A nostalgia dos anos passados também se reflete na moda, com o retorno de roupas oversized, estampas vintage e elementos do grunge. No entanto, esse resgate estético não veio acompanhado de uma ressignificação dos ideais de beleza da época. Pelo contrário, a era digital amplificou as exigências estéticas, tornando ainda mais difícil escapar das cobranças pelo corpo "perfeito". A ascensão dos filtros digitais e da edição de imagens cria uma nova camada de opressão, onde até mesmo os rostos e corpos "naturais" são constantemente manipulados para se adequarem aos padrões vigentes.

O movimento das "Trad Wives" (ou esposas tradicionais) tem ganhado popularidade nas redes sociais nos últimos anos, trazendo de volta ideais de feminilidade que remetem a um passado patriarcal. Esse fenômeno consiste em mulheres que adotam um estilo de vida baseado na submissão ao marido, na dedicação exclusiva ao lar e na valorização de papéis tradicionais de gênero. Embora algumas defensoras desse estilo de vida aleguem que essa escolha é uma forma de liberdade e autodeterminação, a romantização da figura da "esposa troféu" e da dona

de casa submissa reflete um resgate de valores que foram amplamente promovidos nos anos 1990 e início dos anos 2000.

Durante essa época, as relações patriarcais ainda eram fortemente reforçadas pela mídia, que propagava a ideia da mulher ideal como uma figura bonita, jovem e dedicada ao bem-estar do marido. Revistas femininas e programas de televisão frequentemente ensinavam como "conquistar e manter um homem", enfatizando a importância da aparência e do comportamento submisso. O conceito de "esposa troféu" era amplamente difundido, especialmente entre celebridades e figuras públicas, e mulheres eram vistas como símbolos de status para seus parceiros ricos e poderosos.

Esse modelo de feminilidade foi impulsionado por uma cultura midiática que enfatizava a hiperfeminilidade e o papel da mulher como suporte emocional e físico do homem. Nos anos 1990, filmes, séries e revistas glorificavam narrativas de que a mulher bem-sucedida era aquela que conquistava um casamento estável, muitas vezes à custa de sua própria autonomia. A indústria da beleza e da moda reforçava esse ideal, vendendo a ideia de que um corpo perfeito e uma aparência impecável eram fundamentais para manter um relacionamento bem-sucedido.

Atualmente, a ascensão do movimento das Trad Wives reflete um desejo de retorno a essa estrutura patriarcal, muitas vezes como uma reação ao feminismo contemporâneo. Em meio a crises econômicas e incertezas sociais, algumas mulheres veem nesse estilo de vida uma forma de segurança e estabilidade. No entanto, essa nostalgia seletiva ignora os desafios históricos enfrentados pelas mulheres que foram confinadas a esses papéis no passado, muitas vezes sem possibilidades de escolha.

As redes sociais desempenham um papel crucial na disseminação dessa nova onda de conservadorismo feminino. Plataformas como TikTok e Instagram estão repletas de conteúdos que exaltam a mulher submissa e a feminilidade tradicional, muitas vezes sob uma estética vintage e romantizada. Esse discurso ignora os avanços conquistados pelo feminismo e contribui para a perpetuação de relações desiguais, em que o valor da mulher continua atrelado à sua aparência e ao serviço prestado ao homem.

Também devemos analisar o movimento Trad Wives sob a perspectiva de Naomi Wolf em "O Mito da Beleza" (1992) que revela que a obsessão pela feminilidade tradicional não é apenas uma questão de estilo de vida, mas uma estratégia histórica para limitar a liberdade das mulheres. "A cultura da beleza é uma versão modernizada do patriarcado, uma forma de manter as mulheres ocupadas e distantes do poder" (WOLF, 1992, p. 14). O movimento das Trad Wives segue essa mesma lógica, ao

incentivar mulheres a focarem exclusivamente no lar e na aparência, relegando-as a um papel de suporte emocional e estético para seus maridos.

Naomi Wolf argumenta que a persistência da obsessão pela feminilidade tradicional possui um viés político, funcionando como um instrumento de repressão velado sob a aparência de escolha e liberdade. Ela afirma que “todos os homens são criados perfeitos, enquanto a Mulher começou como um pedaço de carne inanimada: maleável, informe, desautorizada, crua, enfim, imperfeita.” (WOLF, 1992, 121)

Esse mecanismo de dominação simbólica pode ser claramente observado no discurso das *Trad Wives*, que idealizam o papel da mulher como cuidadora e dona de casa, enquanto silenciam pautas fundamentais como a independência financeira, as ambições individuais e o direito à autodeterminação feminina.

O ressurgimento da estética e dos valores patriarcais propagados pelo movimento Trad Wives demonstra como esses ideais ainda encontram espaço na sociedade contemporânea. A romantização da vida doméstica e da dependência financeira do marido pode parecer inofensiva à primeira vista, mas, como Wolf (1992) aponta, esse discurso perpetua um sistema que limita as possibilidades femininas e impede o avanço da equidade de gênero. Dessa forma, o mito da beleza segue operando como uma ferramenta de controle social, adaptando-se às novas tecnologias e aos novos discursos, mas sempre servindo ao mesmo propósito: restringir a liberdade e a autonomia das mulheres.

Se, por um lado, a moda e a cultura pop trazem elementos nostálgicos e resgatam estéticas passadas, por outro lado, reafirmam padrões de beleza problemáticos que continuam a impactar a autoestima e a saúde mental das mulheres. Naomi Wolf (1992) nos convida a questionar esses padrões e resistir à imposição de um ideal inatingível, compreendendo que a verdadeira emancipação feminina está na aceitação da diversidade e na quebra do ciclo de insatisfação e consumo.

### 3.3 O MITO DA BELEZA, A MÍDIA E AS REDES SOCIAIS

A mídia e a indústria da beleza têm um papel fundamental na criação e perpetuação do mito da beleza, como argumenta Naomi Wolf em *O Mito da Beleza* (1992). Essas instituições são essenciais para reforçar padrões estéticos que se tornam altamente desejáveis e normativos na sociedade, influenciando diretamente a forma como as mulheres se veem e como são vistas pelos outros. A autora explica que a beleza, longe de ser uma característica natural, é construída socialmente e comercialmente, um ideal que exige constante manutenção. A indústria da beleza, ao mesmo tempo, explora as inseguranças, oferecendo produtos e serviços que prometem ajudar as mulheres a alcançar padrões estéticos muitas vezes impossíveis. Produtos cosméticos, tratamentos estéticos, produtos para o cabelo e até mesmo cirurgias plásticas são vendidos como soluções para "imperfeições" que, na verdade, são criadas pela própria mídia e indústria, como destaca Wolf (1992). O capitalismo, então, se beneficia da insegurança das mulheres, alimentando um ciclo de consumo sem fim.

Na era digital, o controle exercido pela mídia sobre a imagem feminina se intensificou consideravelmente com o uso de redes sociais e filtros digitais. Influenciadoras e celebridades, muitas vezes com imagens retocadas digitalmente ou modificadas por cirurgias, criam uma representação de um padrão de beleza ainda mais inacessível. As imagens "perfeitas" se espalham globalmente e de forma instantânea, o que aumenta a pressão para que mulheres "comuns" se comparem com essas figuras idealizadas.

Além disso, as mulheres que não se encaixam nesses padrões muitas vezes são invisibilizadas ou retratadas de forma negativa. Mulheres mais velhas, negras, gordas ou com deficiências, por exemplo, raramente são representadas nas mídias de massa. Isso reforça a ideia de que somente um tipo de corpo — jovem, magro e branco — é digno de atenção e valorização, criando uma dinâmica de marginalização para os grupos que não se encaixam nesse estereótipo. A crítica de Wolf (1992) sobre o "mito da beleza" destaca como essa exclusão não é apenas uma consequência da mídia, mas uma forma de controlar e dividir as mulheres em categorias hierárquicas.

Embora os padrões rígidos de beleza ainda estejam fortemente presentes, as mudanças tecnológicas e sociais dos últimos anos expandiram o conceito de beleza de maneira mais inclusiva, embora frequentemente com novas armadilhas. Com o surgimento da internet, e especialmente das redes sociais, houve uma amplificação

massiva dessas imagens e padrões. Plataformas como Instagram, TikTok e YouTube tornaram-se os novos veículos de disseminação de padrões estéticos promovidos por influenciadores digitais, que desempenham um papel central na construção e propagação desses ideais. As imagens de beleza não são mais exclusivas de celebridades e campanhas publicitárias tradicionais; agora, qualquer pessoa pode participar desse processo, desde que cumpra as expectativas visuais amplamente aceitas. O advento de filtros e edições de imagem exacerbou a busca por uma aparência perfeita, agora manipulável com poucos cliques. Essas ferramentas criam padrões irreais e inalcançáveis de beleza, em que a juventude eterna, a pele impecável e os corpos esculpados digitalmente passaram a ser vistos como normas. A cirurgia plástica, por exemplo, que já era uma indústria em crescimento nos anos 1990, expandiu-se exponencialmente nas décadas seguintes, impulsionada por essas novas tecnologias de imagem e por uma demanda crescente por resultados "permanentes" que imitam o que é visto online.

Desde a publicação de *O Mito da Beleza*, a indústria da beleza e os padrões estéticos passaram por mudanças significativas, influenciadas pela evolução das mídias digitais e o surgimento de plataformas como as redes sociais. Embora a essência dos padrões opressivos tenha permanecido, novas formas de difusão surgiram, transformando profundamente a maneira como a sociedade consome, internaliza e reproduz esses ideais. O Instagram, o TikTok e outras redes sociais não só democratizaram o acesso à informação estética, mas também intensificaram a vigilância sobre os corpos, criando uma cultura de comparação constante que perpetua a insatisfação e a necessidade de aprimoramento contínuo.

O capitalismo digital soube explorar eficazmente esse novo ambiente. A monetização da imagem pessoal, por meio de influenciadoras e da cultura da selfie, transformou o corpo em um produto de consumo, gerando lucros substanciais para a indústria da beleza. Produtos e procedimentos estéticos são oferecidos como soluções rápidas para as inseguranças geradas pelo mesmo sistema que os promove, criando um ciclo de insatisfação e consumo contínuo.

As redes sociais transformaram a maneira como a sociedade interage com a beleza. Elas se tornaram um palco para a exposição das vidas das pessoas, incluindo detalhes sobre dietas, rotinas de treino e intervenções estéticas. Wolf (1992) já observava em 1990 que a busca pela perfeição física não é apenas uma preocupação individual, mas um reflexo de uma estrutura social que exige conformidade. Agora, com o crescimento das influenciadoras digitais, a normalização de procedimentos estéticos se tornou ainda mais evidente. O que antes parecia inatingível — como botox,

preenchimentos faciais e cirurgias plásticas — agora é amplamente divulgado e se tornou uma opção acessível para muitas mulheres.

Esse fenômeno cria um ciclo de comparação constante, que gera frustração, baixa autoestima e insatisfação com a própria imagem. As redes sociais são plataformas que exacerbaram essa dinâmica de comparação, criando uma cultura de insegurança.

Nos anos 90, o padrão de beleza era amplamente ditado por capas de revistas, desfiles de moda, filmes e séries de televisão. As mulheres que representavam esse ideal estético eram vistas como figuras quase intocáveis, distantes do cotidiano da maioria das pessoas. Atrizes, modelos e cantoras ocupavam esse papel, e suas rotinas de beleza eram envoltas em mistério e exclusividade. O público as admirava, mas não necessariamente acreditava que poderia alcançar aquele padrão de beleza.

Atualmente, com o crescimento das influencers e a popularização das redes sociais, o padrão estético passou por uma transformação significativa. O que antes parecia inatingível agora se apresenta de forma comercial, acessível e replicável. A influenciadora digital não apenas exibe seu corpo e estilo de vida, mas também compartilha abertamente os meios para alcançá-los. Ela divulga os procedimentos estéticos que realizou, recomenda clínicas e médicos, apresenta sua rotina de treinos e alimentação, além de indicar profissionais que elaboraram sua dieta e plano de exercícios. Essa facilidade de acesso gera um efeito direto no público, especialmente nas jovens mulheres, que passam a acreditar que podem atingir o mesmo padrão de beleza divulgado diariamente nas redes sociais.

Muitas mulheres sentem-se pressionadas a seguirem tendências estéticas para se encaixarem no padrão socialmente aceito. Muitas vezes, isso resulta em frustração, baixa autoestima e até mesmo a busca incessante por intervenções estéticas. A influência das redes sociais na percepção da autoimagem tornou-se um tema amplamente debatido, uma vez que afeta não apenas a maneira como as mulheres se enxergam, mas também suas decisões em relação ao próprio corpo e bem-estar.

Diante desse cenário, é fundamental promover uma discussão mais profunda sobre o impacto das redes sociais na construção da autoestima feminina. É necessário incentivar um olhar mais crítico em relação ao conteúdo consumido e buscar um equilíbrio entre a influência digital e a valorização da individualidade. A beleza não deve ser vista como um padrão rígido e comercializável, mas sim como uma expressão autêntica de cada mulher, respeitando suas particularidades e seu bem-estar físico e emocional.

Estudos apontam que o uso intensivo de redes sociais têm um impacto direto na autoestima dos usuários, especialmente entre adolescentes e jovens mulheres. Uma pesquisa da *Royal Society for Public Health* (2017) descobriu que o Instagram estava fortemente associado a níveis mais altos de ansiedade, depressão e insatisfação corporal. A capacidade de comparar constantemente a própria aparência com imagens altamente filtradas e editadas criou uma nova forma de opressão estética, com muitas pessoas buscando cirurgias e procedimentos estéticos para se aproximarem das versões de si mesmas que veem refletidas nas redes.

Além disso, o fenômeno das "influenciadoras de beleza" perpetua a pressão para consumir, gerando um ciclo constante de novos produtos de maquiagem, cuidados com a pele e tratamentos estéticos. As empresas de cosméticos, cientes do poder de marketing das influenciadoras, investem pesadamente em parcerias com essas figuras, ampliando seu alcance e influenciando diretamente os hábitos de consumo de milhões de seguidoras.

A pressão estética nas redes sociais e o bombardeio constante de imagens idealizadas têm impactos profundos sobre a saúde mental e o bem-estar, especialmente entre jovens. De acordo com uma pesquisa publicada pela *JAMA Facial Plastic Surgery* (2019), houve um aumento significativo na demanda por procedimentos estéticos faciais, com pessoas desejando parecer mais com suas versões editadas em selfies, fenômeno conhecido como "Dismorfia de Selfie".

Esses padrões geram impactos psicológicos severos, como baixa autoestima, transtornos alimentares e depressão. A idealização de corpos extremamente magros ou artificialmente esculpidos alimenta a insatisfação corporal, especialmente em adolescentes, que são particularmente vulneráveis a comparações sociais.

O conceito de beleza, que já era restritivo na época de *O Mito da Beleza*, tornou-se mais fluido e abrangente em alguns aspectos, mas também mais invasivo, com a expectativa de aperfeiçoamento constante e vigilância da própria imagem. Esse cenário leva ao desenvolvimento de uma cultura onde a aparência é um fator determinante na validação social, profissional e até mesmo emocional, criando um ciclo de comparação e inadequação constante.

A cirurgia estética transforma os corpos de mulheres feitas-por-mulheres, que compõem a grande maioria dos pacientes, em mulheres feitas-pela-mão-do-homem. Ela dominou as regiões da mente feminina que ficaram sem policiamento quando a sexualidade feminina parou de doer, e explorou nossa disposição de obedecer a uma voz autoritária que — enquanto experimentamos o desconforto da condição desconhecida de mulheres sem dor. (Wolf, 1992, 292-293)

O livro *Get Rich or Lie Trying [Fique Rico ou Minta Tentando]* de Symeon Brown (2022) aborda a economia dos influenciadores digitais, expondo os impactos da busca por fama e riqueza através das redes sociais. Brown investiga como a aparência se tornou uma moeda valiosa e como essa busca pode levar a situações perigosas, incluindo cirurgias estéticas arriscadas, exploração financeira e danos psicológicos.

Brown (2022) descreve como influenciadores estão dispostos a correr riscos extremos para alcançar padrões estéticos que garantam engajamento e oportunidades financeiras. Um dos casos mais impactantes é o de Cherrise Massey, uma microinfluenciadora britânica que viajou para Istambul para realizar cirurgias estéticas arriscadas. Ela acreditava que modificar seu corpo aumentaria suas chances de colaboração com marcas: "Se eu tivesse essa aparência desejada e esse corpo desejado, seriam marcas de roupas, academias querendo colaborar comigo, é um caminho financeiro" (BROWN, 2022, p. 29). Desde os 18 anos, Cherrise passou por múltiplos procedimentos cirúrgicos, incluindo lipoaspiração total, implantes, facetas dentárias e o famoso Brazilian Butt Lift (BBL), uma cirurgia que transfere gordura do abdômen para os glúteos e que possui a maior taxa de mortalidade entre procedimentos estéticos. Sua busca incessante por um corpo ideal foi impulsionada por filtros de redes sociais que moldavam sua percepção da própria imagem: "Eu fui à esteticista que faz meu preenchimento e disse que queria que meu rosto ficasse igual ao do filtro, para que eu não precisasse mais usá-lo. Agora, quando eu uso o filtro, ele não muda meu rosto." (BROWN, 2022, p. 29)

A falta de regulamentação e a velocidade com que essas empresas operam tornam o cenário ainda mais arriscado. No caso de Cherrise, sua consulta e cirurgia aconteceram no mesmo dia. O resultado foi trágico: implantes de mama foram utilizados de forma inadequada como implantes de glúteo, levando seu corpo a rejeitá-los. O procedimento durou nove horas e causou uma perda severa de sangue. Após quatro dias, ela recebeu alta sem a devida recuperação. Ao retornar ao Reino Unido, seu estado de saúde se deteriorou rapidamente, sendo hospitalizada com necrose grave: "Seu peito estava apodrecendo devido a uma infecção grave causada por um coágulo de sangue não tratado" (BROWN, 2022, p 31).

Outro exemplo abordado no livro é o da influenciadora Nella Rose, que construiu uma base fiel de seguidores no YouTube e Instagram, destacando-se por sua autenticidade e carisma. Diferente de muitas influenciadoras que se baseiam apenas na estética, Nella ganhou notoriedade por seu conteúdo voltado para a vida universitária, cultura pop e autoestima. Seu público principal, composto por jovens mulheres negras britânicas, encontrou nela uma representação que faltava na mídia tradicional.

Com sua crescente influência, Nella atraiu o interesse de diversas marcas, que a patrocinaram para promover seus produtos. No entanto, a busca pela "beleza ideal" não demorou a alcançá-la. Após postar uma foto usando um vestido justo, Nella recebeu uma mensagem direta de uma clínica estética chamada Clinichub, sugerindo que ela passasse por um procedimento de BBL para melhorar ainda mais sua aparência. "A mensagem direta dizia: 'O vestido do último post ficaria ainda mais incrível em você depois do nosso tratamento de BBL! Não acha o mesmo?'" (BROWN, 2022, p. 32)

O autor destaca como a Clinichub, empresa comandada pelo empresário turco Ibrahim Kuzu, se tornou um fenômeno na era digital. A Clinichub recruta influenciadoras para divulgar seus serviços e atrair jovens clientes. Em muitos casos, essas influenciadoras recebem cirurgias gratuitas em troca de publicidade nas redes sociais, sem esclarecer os riscos envolvidos. Uma das maiores promotoras da Clinichub foi a microinfluenciadora Renee R. Fabulous, que usou sua plataforma no YouTube para recomendar o procedimento sem informar que fazia parte de um acordo comercial.

A análise da persistência do mito da beleza, conforme apresentado por Naomi Wolf, revela que, apesar das conquistas sociais e políticas das mulheres, os padrões estéticos continuam sendo uma poderosa ferramenta de controle. A mídia, a indústria da beleza e, mais recentemente, as redes sociais e a tecnologia, perpetuam ideais inatingíveis que mantêm as mulheres presas a um ciclo de insegurança, consumo e comparação. Esse cenário demonstra como o capitalismo se apropria das insatisfações femininas para lucrar, reforçando desigualdades e enfraquecendo a autonomia das mulheres.

Da mesma forma, o mito da beleza não se importa nem um pouco com o peso das mulheres. Ele não quer saber da textura do cabelo ou da maciez da nossa pele. A nossa intuição nos diz que, se todas voltássemos amanhã para dentro de casa e disséssemos que na verdade não estávamos agindo a sério, que não precisamos dos empregos, da autonomia, dos orgasmos, do dinheiro, o mito da beleza se afrouxaria de imediato, tornando-se mais confortável. (Wolf, 1992, p. 362)

Ao contextualizar as ideias do livro *O Mito da Beleza* no presente, compreende-se que os padrões estéticos evoluíram em forma, mas não em essência, continuando a desempenhar um papel central na opressão contemporânea. Portanto, refletir criticamente sobre esses mecanismos e construir alternativas inclusivas e libertadoras é fundamental para o avanço da luta feminista e da justiça social.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo com os avanços feitos pelos movimentos feministas e de aceitação da própria imagem, vemos que o mito da beleza tem suas garras cravadas na pele das mulheres de tal forma que ele se mantenha relevante e nunca perca o controle sobre o feminino. O mito encontra sempre uma forma de reinventar e usufruir do que o capitalismo está oferecendo no momento — hoje são as redes sociais, o que pode ser daqui a 10, 20, 30 anos?

Essa capacidade de adaptação demonstra que o mito da beleza não é apenas uma ideia ultrapassada ou um conjunto de padrões estéticos: ele é um sistema de controle profundamente enraizado, que se molda às ferramentas disponíveis para manter as mulheres presas a uma busca constante pela perfeição. A cada nova geração, ele se apresenta com uma nova roupagem, mas o objetivo continua o mesmo — limitar, controlar, silenciar.

Enquanto plataformas digitais ganham força como vitrines da vida idealizada, o corpo da mulher continua sendo exposto, analisado e julgado. A comparação constante, os filtros de "beleza", os padrões irreais promovidos por influenciadoras e celebridades transformam a autoestima em moeda de troca e tornam a aceitação pessoal um desafio ainda maior. A ilusão de liberdade oferecida pelas redes muitas vezes esconde uma nova forma de opressão: agora, é a própria mulher quem se sente obrigada a se vigiar, se polir, se moldar — em busca de validação.

Diante disso, é fundamental compreender que a desconstrução do mito da beleza não se trata apenas de romper com padrões estéticos, mas de uma profunda transformação cultural. É preciso educar, questionar, dialogar. É necessário construir espaços que valorizem a diversidade, que abracem o imperfeito, que respeitem a individualidade. A luta contra o mito da beleza é também uma luta por liberdade, por saúde mental, por dignidade.

Em um mundo em constante transformação, o desafio será acompanhar essas mudanças com senso crítico, sem permitir que as ferramentas do presente — ou do futuro — sejam usadas como novas correntes

Será que poderemos produzir um outro futuro, no qual seja ele quem esteja morto e nós, maravilhosamente vivas? O mito da beleza combateu as novas liberdades das mulheres transpondo diretamente para o nosso corpo e o nosso rosto os limites sociais impostos à vida da mulher. Em consequência disso, precisamos agora nos fazer perguntas sobre o nosso lugar no nosso corpo, como as mulheres da geração passada fizeram sobre o seu lugar na sociedade. (Wolf, 1992, 360)

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION (APA).** *The Impact of Appearance-Related Pressure on Women's Mental Health*. Washington, D.C., 2020. Disponível em: <https://www.apa.org>.
- ANTUNES, Ricardo.** "O privilégio da servidão: O novo proletariado de serviços na era digital". São Paulo: Boitempo, 2018.
- ANTUNES, Ricardo.** *O Trabalho na Era Digital: A Precarização das Relações de Trabalho e o Futuro do Trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2005.
- BROWN, Symeon.** *Get Rich or Lie Trying: ambition and deceit in the new influencer economy*. 1. ed. Londres: Pegasus Books, 2022.
- CARNEIRO, Sueli.** *A construção do outro como não-ser como fundamento do ser*. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.
- COLASANTI, Marina.** *A moça tecelã*. São Paulo: Global Editora, 2000.
- COLLINS, Patricia Hill.** *Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento*. São Paulo: Boitempo, 2019.
- DWORKIN, Shari L.; WACHS, Faye Linda.** *Body Panic: Gender, Health, and the Selling of Fitness*. New York: New York University Press, 2009.
- EM DEFESA DO COMUNISMO.** Ditadura da beleza, cultura da magreza e o capitalismo: quem lucra com nossas inseguranças? 2023. Disponível em: <https://emdefesadocomunismo.com.br/ditadura-da-beleza-cultura-da-magreza-e-o-capitalismo-quem-lucra-com-nossas-inseguranças/>.
- ENGELS, Friedrich.** *A origem da família, da propriedade privada e do Estado*. 1973.
- CONDÉ, Maryse.** *Eu, Tituba: bruxa negra de Salem*. Tradução de Natalia Borges Polezzo. 1. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.
- FEDERICI, Silvia.** *Calibã e a Bruxa: Mulheres, Corpo e Acumulação Primitiva*. São Paulo: Elefante, 2017.
- FREDRICKSON, Barbara L.; ROBINSON, Tomi-Ann.** *Feminine Body Image and Psychological Distress*. 1997.
- FURMAN, Natalie.** 30 years on from *The Beauty Myth*, we ask Naomi Wolf what's changed. *Dazed Digital*, 2019. Disponível em: <https://www.dazeddigital.com/beauty/article/45639/1/30-years-on-from-the-beauty-myth-we-ask-naomi-wolf-whats-changed>.
- G1 Mundo.** "Sarah Baartman: a chocante história da africana que virou atração de circo". *G1*, 9 de janeiro de 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/01/sarah-baartman-a-chocante-historia-da-africana-que-virou-atracao-de-circo.html>.
- GENÉRICO do Ozempic pode chegar no Brasil em 2026; entenda.** CNN Brasil, São Paulo, 4 abr. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/generico-do-ozempic-pode-chegar-no-brasil-em-2026-entenda/>.
- GONZALEZ, Lélia.** *Por um feminismo afrolatinoamericano*. In: RATTANSEY, Maria Cristina; SCHUMAHER, Schuma (Orgs.). *Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto*. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- HARVEY, David.** *O capitalismo contra o capitalismo*. 2014.
- HOOKS, Bell.** "Olhares negros: raça e representação". São Paulo: Elefante, 2015.
- IAMAMOTO, Marilda Villela.** *Serviço Social em tempo de capital fetiche: Capital financeiro, trabalho e questão social*. Cortez, 2007.
- IBGE.** Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua). Rio de Janeiro, 2021.

- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).** *Pesquisa Nacional de Saúde: Autoestima e Saúde Mental em Mulheres Brasileiras*. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.
- JONES, Angela.** "Beauty and Identity: Race, Gender, and Representation in the Beauty Industry". London: Routledge, 2021.
- KILOMBA, Grada.** (2019) *Memórias da Plantação: Episódios de racismo cotidiano*; tradução Jess Oliveira. 1 ed. Rio de Janeiro: Cobogó.
- LUCRO da dona do Ozempic e Wegovy dispara quase 30% no 1º trimestre.** G1, Rio de Janeiro, 2 maio 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2024/05/02/lucro-da-dona-do-ozempic-e-wegovy-dispara-quase-30percent-no-1o-trimestre.ghtml>.
- McKinsey & Company.** *O mercado da beleza em 2023: um relatório especial sobre o estado da moda*. McKinsey & Company. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destaques/o-mercado-de-beleza-em-2023-um-relatorio-especial-sobre-o-estado-da-moda/>
- MORGAN, Emma.** *A revolução da beleza*. 2018.
- NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo.** *Economia política: uma introdução crítica*. Cortez, 2011.
- NETTO, José Paulo.** *Ditadura e Serviço Social: uma análise do Serviço Social no Brasil pós-64*. São Paulo: Cortez, 1992.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS).** *Transtornos Alimentares e Pressão Estética: Relatório Global sobre Saúde Mental*. Genebra: OMS, 2020. Disponível em: <https://www.who.int>.
- UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP).** *A Influência da Mídia na Construção de Padrões Estéticos Femininos*. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2018.
- POCHMANN, Marcio.** "Trabalho e precarização no Brasil". São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2019.
- Royal Society for Public Health.** *#StatusOfMind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. 2017. Disponível em: <https://www.rsph.org.uk>.
- SAFFIOTI, Heleieth.** *A mulher na sociedade de classes: Mito e realidade*. Expressão Popular, 2013.
- SAFFIOTI, Heleieth.** *O poder do macho*. São Paulo: Moderna, 1987.
- SILVA, Benedita da.** *Benedita da Silva: uma vida em movimento*. Rio de Janeiro: Casa Jorge Editorial, 1995.
- SINGH, S.** *Selfies—Living in the Era of Filtered Photographs*. *JAMA Facial Plastic Surgery*, 2019. Disponível em: <https://jamanetwork.com>.
- SOUZA, Ana Clara de.** *Capitalismo e o processo de dominação dos corpos das mulheres: o mito da beleza em questão*. 2022. 53 f. Monografia (Graduação em Serviço Social) – Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2022. Disponível em: [monografias.ufop.br](https://monografias.ufop.br)
- SOUZA, Renata; SILVA, João.** "A precarização do trabalho no setor de serviços: um estudo sobre os profissionais da beleza no Brasil". *Revista Brasileira de Estudos do Trabalho*, v. 2, n. 1, 2020.
- WOLF, Naomi.** *O Mito da Beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- YAMAMOTO, Oswaldo Hajime; OLIVEIRA, Irla Fabiana.** Política social e psicologia: uma trajetória de 25 anos. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Brasília, v. 26, p. 9-18, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/vBxzfYFsdLYrqSJFXNw8j9b/?format=pdf&lang=pt>