

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO – UFOP
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – ICSA
DEPARTAMENTO DE SERVIÇO SOCIAL – DESSO

ANA CLARA DE SOUZA

**CAPITALISMO E O PROCESSO DE DOMINAÇÃO DOS CORPOS DAS
MULHERES: O MITO DA BELEZA EM QUESTÃO**

MARIANA – MG
2022

ANA CLARA DE SOUZA

**CAPITALISMO E O PROCESSO DE DOMINAÇÃO DOS CORPOS DAS
MULHERES: O MITO DA BELEZA EM QUESTÃO**

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: Jussara de Cássia Soares Lopes

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S729c Souza, Ana Clara.
Capitalismo e o processo de dominação dos corpos das mulheres
[manuscrito]: o mito da beleza em questão. / Ana Clara Souza. - 2022.
49 f.

Orientadora: Profa. Ma. Jussara de Cássia Lopes.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Serviço Social .

1. Capitalismo. 2. feminismo. 3. Mito. 4. Patriarcado. I. Lopes, Jussara
de Cássia. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 141.72

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



FOLHA DE APROVAÇÃO

Ana Clara de Souza

Capitalismo e o processo de dominação dos corpos das mulheres: O mito da beleza em questão

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 17 de Junho de 2022

Membros da banca

Mestra - Jussara de Cássia Soares Lopes - Orientador(a) Universidade Federal de Ouro Preto
Doutora - Viviane de Queiroz - Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Doutora - Isis Silva Roza - Universidade Federal de Ouro Preto

[Digite o nome do orientador (apenas a primeira letra de cada nome maiúscula)], orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em XX/XX/XXXX



Documento assinado eletronicamente por **Jussara de Cassia Soares Lopes, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 20/06/2022, às 23:10, 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, informando o código verificador **0347713** e o código CRC **8B3663AD**.

Dedico esse trabalho a minha mãe e a minha avó Ilza, mulheres de força imensurável que me ensinaram tudo que eu sei e que lutaram para eu estar onde estou. Sem vocês nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Norma, que me apoiou em todos os passos da minha caminhada, me acalmando e me aconselhando nos melhores e nos piores momentos; à minha avó, Ilza, que participou desde o início da vida educacional e que, infelizmente não estará presente nesse momento pelo qual esperamos tanto; ao meu irmão, Allisson; às minhas amigas, Júlia e Letícia e ao meu companheiro, Lucas, que me deram o suporte e o apoio necessários nessa jornada árdua. Serei eternamente grata pelo privilégio de conviver com pessoas tão iluminadas ao meu redor. Agradeço também aos meus demais familiares e amigos, pelas palavras de incentivo e carinho, pelo companheirismo e pela força em todos os momentos. Por fim, agradeço aos professores que contribuíram para o que eu sou hoje e à minha orientadora, Jussara, pelos conselhos, apoio, paciência e confiança.

*“A primeira opressão de classe coincide com a do sexo feminino pelo sexo masculino.”
(Friedrich Engels – A origem da família, da propriedade privada e do Estado)*

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar como o capitalismo, o patriarcado e o mito da beleza e seus desdobramentos influenciam na vida das mulheres, promovendo inicialmente um diálogo entre as autoras Naomi Wolf, autora da obra que apresenta “O mito da beleza”, Heleieth Saffioti com as obras “O poder do macho” e “Gênero, patriarcado e violência”, Michelle Perrot que escreveu “Minha história das mulheres”, Silvia Federici escritora da obra “O patriarcado do salário”, Angela Davis com “Mulheres, raça e classe” e, por fim, Karl Marx, filósofo que se dedicou a explicar o modo de produção capitalista e a mercadoria. Posteriormente, traremos uma análise de reportagens que demonstram os efeitos dessas categorias na vida das mulheres.

Palavras chave: patriarcado – feminismo – mito da beleza – capitalismo.

ABSTRACT

The present work aims to analyze how capitalism, patriarchy and the myth of beauty and its consequences influence on women's lives. Initially, this paper, promotes a dialogue among the following authors: Naomi Wolf, author of "The myth of beauty"; Heleieth Saffioti with the papers "The power of the male" and "Gender, patriarchy and violence"; Michelle Perrot who wrote "My history of women", Silvia Federici writer of "The patriarchy of wages"; Angela Davis with "Women, race and class" and, last but not least, Karl Marx, the philosopher who dedicated himself to explaining the capitalist production's mode and its commodities. Secondly, the paper will bring an analysis of reports that demonstrate the effects of these categories on women's lives.

Keywords: patriarchy – feminism – beauty myth – capitalism.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA E O MITO DA BELEZA	14
1.2 O MITO DA BELEZA NO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA	19
1.3 A INSERÇÃO DAS MULHERES NEGRAS NO MERCADO DE TRABALHO	30
2 O IMPACTO DO MITO DA BELEZA NA VIDA DAS MULHERES	34
2.1 O BRASIL COMO O PAÍS QUE MAIS REALIZA CIRURGIAS PLÁSTICAS	35
2.1.1 AS CONSEQUÊNCIAS DA BUSCA PELO CORPO IDEAL	38
2.1.2 MARÍLIA MENDONÇA E A DOMINAÇÃO DO CORPO ALHEIO	44
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

INTRODUÇÃO

A palavra Mito vem do grego “mythos” e significa narrativa ou história e, para Aristóteles (1992), o Mito é a “alma da tragédia grega”, ou seja, são as histórias que eram contadas nos teatros gregos. Desta forma, temos o Mito como algo inventado e encenado, uma ficção capaz de convencer as pessoas e influenciar sua forma de agir, mas que não tem nenhum compromisso com a realidade ou embasamento científico. De acordo com Godoy (2021), os mitos normalmente falam das origens das coisas ou das pessoas e explicam o porquê delas serem do jeito que são e são atualizadas constantemente e podem ser repetidas nos ritos. Os mitos satisfazem a necessidade humana de encontrar um sentido para as coisas e também mostra como se deve agir ou se relacionar.

Assim, o Mito da Beleza não é diferente do mito descrito por Aristóteles, ele surge do imaginário patriarcal e com a ajuda do capitalismo, como uma forma de dominar e de limitar as potencialidades das mulheres, que já não almejavam mais o que a sociedade esperava: o de ser mãe, dona de casa e esposa. Desta forma, o patriarcado e o capitalismo inauguram o Mito da Beleza, que influencia no comportamento das mulheres fazendo com que elas estejam em um constante estado de insatisfação com os próprios corpos, sempre se comparando e investindo dinheiro em produtos milagrosos e em cirurgias invasivas em busca da beleza.

O maior aliado do Mito da Beleza é a mídia, que a todo momento reforça as tendências e os padrões relativos ao corpo, estimulando o consumo de produtos e de serviços que prometem alcançar a aparência ideal, que ela mesma determina e difunde, punindo, de forma simbólica, as mulheres que não conseguem alcançá-la. A aparência ideal é vendida como fruto de esforço pessoal, ou seja, a mulher só não é bonita ou magra porque ela não quer, tornando a pressão estética uma arma política de controle sob os corpos femininos pois, enquanto as mulheres estão preocupadas em serem magras ou seguirem os padrões, elas se importam menos, por exemplo, com a diferença salarial ou com os altos índices de violência contra as mulheres e econômica, fazendo as mulheres consumirem cada vez mais.

Então, somada a desmobilização feminina que mantém as engrenagens do sistema funcionando, o Mito da Beleza ainda faz com que a indústria da beleza seja

uma das mais lucrativas do Brasil, movimentando bilhões de reais por ano em um país com altas taxas de desemprego e que, recentemente voltou ao mapa da fome. E, caso a mulher não se renda às imposições de feminilidade, são taxadas segundo Wolf (2019), de forma pejorativa, de gordas, feias, incapazes de satisfazerem um homem, “feminazis” ou, até mesmo, lésbicas.

Então, ainda que a maioria das pessoas acreditem que a mulher contemporânea atingiu seu máximo estado de liberdade, isso não é verdade, porque ainda que tenha conquistas extremamente significativas, como o voto feminino, a invenção do anticoncepcional e a entrada no mercado de trabalho, paralelamente a isso surgiu uma nova forma de aprisionamento feminino: a busca inalcançável da beleza. Quanto mais obstáculos as mulheres vencerem, mais rígida e cruel será o ideal de beleza imposto a ela, o que leva muitas mulheres a acreditarem que todo o avanço que elas tiveram no que diz respeito à conquista de direitos foi em vão. Para Wolf, 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. (Wolf, 2019, p.11)

Esse trabalho tem como objetivo esmiuçar o Mito da Beleza e sua relação com o capitalismo, seus desdobramentos e suas consequências, buscando analisar como a imagem tem se tornado característica fundamental na vida das mulheres, fazendo-as recorrer, muitas vezes, a procedimentos arriscados ou a produtos milagrosos para se enquadrar no padrão de beleza socialmente aceitável. E também explorar o processo no qual o modo de produção capitalista manipula a consciência e faz com que as mulheres odeiem seu próprio corpo para, posteriormente, lucrar vendendo cosméticos e cirurgias plásticas e assim, desmobilizá-las e aprisioná-las em torno de algo inalcançável.

A metodologia escolhida foi a pesquisa bibliográfica e para isso será apresentado, inicialmente, uma análise histórica que percorre o feudalismo e o modo de produção capitalista, a revolução industrial e o período pós-guerra, onde surge o Mito da Beleza com o objetivo de controlar as mulheres. Posteriormente, discute-se o patriarcado e o Mito da Beleza, inseridos no modo de produção capitalista, com os autores: Naomi Wolf, Silvia Federici, Heleieth Saffioti e Karl Marx; depois há um breve diálogo entre Naomi Wolf e Lélia Gonzalez sobre como o Mito da Beleza não é

universal e atinge as mulheres negras de forma distinta e, por fim dedica-se um subcapítulo à inserção das mulheres negras no mercado de trabalho com as autoras Michelle Perrot e Ângela Davis. Será usada também a análise de dados secundários a fim de materializar a pesquisa bibliográfica e a análise de reportagens que ilustrem as consequências do Mito da Beleza.

1 O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA E O MITO DA BELEZA

O local em que a mulher ocupa sempre foi fonte de debates: inicialmente, as mulheres eram encorajadas a desfrutar da sua feminilidade e que seus únicos papéis eram o de mãe e esposa. Entretanto, com a Revolução Industrial e com a Segunda Onda Feminista¹, que garantiu inúmeros direitos, essas crenças foram derrubadas e as mulheres passaram a ocupar novos lugares, como o ensino superior e as profissões liberais. Só que isso não foi suficiente para que elas se sentissem livres.

De acordo com a autora Naomi Wolf (2019), quanto maior forem os obstáculos vencidos pelas mulheres, mais rígidas serão as imagens de beleza impostas a elas. Para garantir a obediência das que lutavam por mais voz e por mais direitos, criaram-se mitos e, dentre eles, o mais ofensivo: o mito da beleza, que se utiliza da aparência física como uma arma política e econômica.

O mito da beleza como arma econômica significa que o mercado transformou as inseguranças femininas em uma mercadoria, em uma forma de lucrar. E, de acordo com Marx (2011), a mercadoria é uma forma elementar da riqueza no modo de produção capitalista, ela tem o papel fundamental de satisfazer as necessidades humanas e só se realiza no consumo. Desta forma, temos os cosméticos, as cirurgias estéticas e diversos outros mecanismos como um modo de satisfazer as necessidades.

1.1 O PATRIARCADO E O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA

A consolidação do atual modo de produção se deu com a Revolução Industrial², no século XVIII, e a concentração de riquezas nas mãos de poucas pessoas que, ao invés de consumirem o excedente de produção improdutivamente,

¹ “As feministas da segunda onda entendiam que as desigualdades culturais e políticas das mulheres estavam intrinsecamente relacionadas. Buscavam, assim, incentivar as mulheres a perceber os aspectos de suas vidas pessoais como profundamente politizados e como reflexo de estruturas de poder sexistas.” (CONSOLIM, 2017)

² “Estaria aí a natureza da Revolução Industrial, que poderia ter seu esquema completado com a produção em série, em grande escala, para um consumidor indeterminado. Enquanto antes se produzia para certo mercado, constituído por pessoas conhecidas, agora se produz para um mercado anônimo; enquanto antes o artigo era feito por um artesão, uma pessoa, agora é pela máquina ou por várias pessoas, que dividem as tarefas, de modo a tornar o labor mais racional e rentável. A produtividade da máquina é evidentemente muito superior à do trabalho antigo.” (IGLÉSIAS, 1985)

passaram a investir na própria produção, ampliando a sua empresa e realizando o pagamento de salários para que os mais pobres produzissem mercadorias. De acordo com Marx (2011) a mercadoria é o cerne das relações, sejam elas de produção ou sociais. Ela representa o eixo medular da riqueza pois, no Modo de produção Capitalista, a riqueza das sociedades que o dominam aparece como uma “imensa coleção de mercadorias”, sendo ela “um objeto externo, uma coisa que por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia.” (MARX, 2011, p. 57).

Segundo Saffioti³ (1987) o capitalismo é um modo de produção que tem como característica principal a exploração da mão de obra assalariada com a ajuda da tecnologia. Os não detentores dos meios de produção, precisam vender a única mercadoria que dispõem: a força de trabalho. Isto é, o patrão tem direito de usar a força de trabalho do empregado por um determinado espaço de tempo, pagando-lhe o salário combinado. (SAFFIOTI, 1987, p. 41) E é através desse processo de apropriação do excedente produtivo, onde o patrão paga apenas o salário para o empregado, que os capitalistas conseguem acumular capital.

[...] é graças à elevação dos lucros extraídos do trabalho dos assalariados que os capitalistas conseguem acumular quantidades crescentes de capital. Sob a forma de dinheiro, de equipamentos, de matérias-primas, de tecnologia, de edifícios, o capital extrai lucros do trabalho assalariado. (SAFFIOTI, 1987, p. 45)

E é através da acumulação capitalista que o dinheiro se torna capital e uma relação social pois,

Nem sempre o dinheiro é capital. O dinheiro aplicado em caderneta de poupança não é capital, pois é incapaz de estabelecer uma relação social. Ao contrário, o dinheiro aplicado na construção de uma fábrica, na agricultura, na pecuária, constitui capital, porque cria uma relação de exploração de empregado pelo patrão no processo de produção de mercadorias. (SAFFIOTI, 1987, p. 45-46)

Desta forma, ainda que os trabalhadores sejam “livres” e vendam a sua força de trabalho, diferente das sociedades escravocratas e feudais, essa liberdade é apenas uma liberdade formal pois se o trabalhador não vender a sua mercadoria, ou seja, sua força de trabalho, ele não conseguirá sobreviver, se tornando escravo do

³ “Heleieth Iara Bongiovani Saffioti é autora de uma obra instigante e pioneira que fortaleceu o feminismo como teoria crítica ao sistema capitalista e patriarcal, formou gerações e permanecerá como uma referência fundamental para o movimento feminista e para o campo dos estudos sociológicos.” (ÁVILA apud SAFFIOTI (2013)).

modo de produção em que está inserido. Consequentemente, eles se sujeitam a salários baixos e a jornadas de trabalho exaustivas porque sabem que há mais mão de obra disponível do que empregos e que se ele não aceitar, existem outras pessoas que aceitarão.

A autora Silvia Federici⁴ (2021) traz a chamada “Fuga Industrial”, onde o capital dispõe de uma “reserva de trabalho não assalariado”, não só nos países subdesenvolvidos, mas também nas grandes metrópoles, que permite que ele deixe lugares onde o trabalho se tornou caro. Quando não se pode abandonar esses locais, o capital abre as portas para a mão de obra mais barata, ou seja, pessoas negras, mulheres e imigrantes. Logo,

Não é por acaso que, embora o capital se baseie no trabalho assalariado, mais da metade da população mundial ainda não é assalariada. A condição de não remuneração assalariada e o subdesenvolvimento são elementos essenciais do planejamento capitalista, tanto nacional como internacionalmente. São meios poderosos de obrigar trabalhadores e trabalhadoras a competir no mercado de trabalho nacional e internacional e de nos fazer acreditar que nossos interesses são diferentes e contraditórios. (FEDERICI, 2021, p. 38-39)

Ainda que o modo de produção capitalista esteja intimamente ligado ao patriarcado, esse é anterior àquele. De acordo com Saffioti (1987), o patriarcado é o sistema mais antigo de dominação-exploração das mulheres pelos homens. Saffioti (2004) ainda fala que o patriarcado é um fenômeno particular das relações de gênero, sendo essas desiguais e hierárquicas, permitindo a dominação e a exploração da mulher e ocasionando a opressão feminina.

O patriarcado é um fenômeno social e assim como os demais ele está em constante transformação pois,

Se, na Roma Antiga, o patriarca detinha poder de vida e morte sobre sua esposa e seus filhos, hoje tal poder não mais existe, no plano de jure. Entretanto, homens continuam matando suas parceiras, às vezes com requintes de crueldade, esquartejando-as, ateando-lhes fogo, nelas atirando e as deixando tetraplégicas etc. (SAFFIOTI, 2004, p. 48)

Saffioti (2004) recorre a Pateman⁵ (1993) para explicar o patriarcado a partir da teoria/doutrina do contrato que fala que

A dominação dos homens sobre as mulheres e o direito masculino de acesso sexual regular a elas estão em questão na formulação do pacto original. O contrato social é uma história de liberdade; o contrato sexual é

⁴ Silvia Federici nasceu na Itália, em 1942, e é escritora, professora e militante feminista. No fim da década de 1960, mudou-se para os Estados Unidos; lá, em 1972, ajudou a fundar o International Feminist Collective e, então, lançou uma campanha por salário para o trabalho doméstico.

⁵ Filósofa britânica que trabalha com teoria política e feminismo.

uma história de sujeição. O contrato original cria ambas, a liberdade e a dominação. A liberdade do homem e a sujeição da mulher derivam do contrato original e o sentido da liberdade civil não pode ser compreendido sem a metade perdida da história, que revela como o direito patriarcal dos homens sobre as mulheres é criado pelo contrato. A liberdade civil não é universal – é um atributo masculino e depende do direito patriarcal. Os filhos subvertem o regime paterno não apenas para conquistar sua liberdade, mas também para assegurar às mulheres para si próprios. Seu sucesso nesse empreendimento é narrado na história do contrato sexual. O pacto original é tanto um contrato sexual quanto social: é social no sentido de patriarcal – isto é, o contrato cria o direito político dos homens sobre as mulheres –, e também sexual no sentido do estabelecimento de um acesso sistemático dos homens ao corpo das mulheres. O contrato original cria o que chamarei, seguindo Adrienne Rich, de ‘lei do direito sexual masculino’. O contrato está longe de se contrapor ao patriarcado: ele é o meio pelo qual se constitui o patriarcado moderno. (PATEMAN, 1993, p. 16-17, apud SAFFIOTI, 2004, p. 56-57)⁶

Desta forma, se trata de um contrato entre homens para decidir a vida das mulheres, onde as diferenças entre os sexos são tratadas como diferenças políticas. Entretanto, segundo Saffioti (1987) essa subordinação da mulher ao homem não é exclusiva do terreno político e está presente também na esfera econômica. As mulheres são muito mais presentes no mercado informal de trabalho, esse setores de atividades não foram explorados pelo capitalismo porque o mesmo busca meios mais rentáveis de se obter dinheiro. Os empregos que são majoritariamente ocupados por mulheres, como os relacionados à limpeza e ao cuidado, são menos valorizados e, geralmente, estão à margem da legislação trabalhista.

Tudo isso é fruto da divisão social do trabalho, onde a mulher é sempre responsável pelo trabalho doméstico e pela criação dos filhos e do marido simplesmente por ser mulher enquanto os homens desempenham o papel de provedor da família. O trabalho exercido pela mulher não é remunerado e por isso, na maioria das vezes é desconsiderado trabalho. Federici (2021) fala sobre a jornada de trabalho das mulheres e que

[...] embora ela não resulte em salário, nosso esforço gera o produto mais precioso do mercado capitalista: a força de trabalho. O trabalho doméstico, na verdade, é muito mais que a limpeza da casa. É servir à mão de obra assalariada em termos físicos, emocionais e sexuais, prepará-la para batalhar dia após dia por um salário. É cuidar de nossas crianças – futuras mão de obra –, ajudá-las desde o nascimento e ao longo de seus anos escolares e garantir que elas também atuem da maneira que o capitalismo espera delas. (FEDERICI, 2021, p. 28-29)

Diante disso, após a incapacidade da sociedade em reconhecer o trabalho doméstico como atividade produtiva fundamental para manutenção do modo de

⁶ PATEMAN, Carole. O contrato sexual. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

produção capitalista surge na Itália o movimento Wages for Housework Campaign⁷, onde mulheres partem das ideias de Marx sobre o capital, para desenvolver ações e análises sobre como o trabalho doméstico não assalariado é um dos pilares do capitalismo. O movimento recusa a ideia de que pelas mulheres não terem salário, suas necessidades de organização são diferentes e que elas devam aceitar os piores trabalhos remunerados só porque precisam e porque ninguém mais quer.

Ainda, Federici (2021) expõe que a esquerda não está isenta da recusa de tratar o patriarcado em pé de igualdade, pois considera a luta de classes superior. Essa crença provém da ideia de que a contradição entre as classes ocasiona os demais problemas sociais, como o racismo, o patriarcado e o capitalismo. Desta forma, Saffioti (1987) fala que a esquerda acredita que elas estão interligadas, que abolindo as classes sociais através da socialização dos meios de produção, se chegaria mais perto da igualdade racial e sexual.

Federici (2021) fala que a reprodução capitalista se dá através da sua capacidade de mobilizar o proletariado como um instrumento de políticas racistas e machistas e que, ao lado da discriminação racial, os homens adquiriam a habilidade de recuperar a força perdida nos locais de trabalho à custas de mulheres, evitando provavelmente as revoluções. Desta forma,

Ai, mais uma vez, a perspectiva feminista é essencial para uma análise do capitalismo, pois demonstra que, assim como o racismo e o machismo, o machismo é um elemento estrutural do desenvolvimento capitalista, uma força material a se interpor no caminho de qualquer transformação social verdadeira, que não pode ser derrotada (como Marx acreditava) pela entrada das mulheres nas fábricas e pelo trabalho ao lado dos homens, mas exige, em vez disso, que as mulheres se rebellem contra a dominação masculina e suas bases materiais. (FEDERICI, 2021, p. 17)

Por fim, é notório que o modo de produção capitalista é responsável e intensifica o patriarcado e todas as suas ramificações que veremos posteriormente, tudo isso movido pelo desejo de obtenção de lucros e de manter a estrutura dominante, que o favorece. Sendo assim, os trabalhadores e, principalmente as mulheres, são vistos apenas como meios de garantir a continuidade da dinâmica do capital.

⁷ A Campanha Salários Internacionais por Trabalho Doméstico é uma campanha de rede de mulheres de base por reconhecimento e pagamento por todo trabalho de cuidado, em casa e fora, fundada por Silvia Federici, Selma James e Mariarosa Dalla Costa.

1.2 O MITO DA BELEZA NO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA

Acompanhando as elaborações da autora Naomi Wolf⁸ no livro “O mito da beleza”⁹, pode-se mencionar que, durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), as mulheres tiveram que abandonar a vida doméstica e começaram a ocupar cargos nas indústrias, pois, os homens estavam em combate. No pós-guerra elas retornam exclusivamente aos afazeres domésticos para que os homens pudessem novamente assumir seus empregos. Assim sendo, o conceito de beleza nessa época não precisaria ser tão rígido, pois as mulheres já estavam domesticadas e exercendo o papel que historicamente elas deveriam ocupar. Entretanto, o cenário muda após a segunda onda feminista¹⁰, onde as mulheres começaram a ocupar o mercado de trabalho e a não ter mais a construção de uma família como objetivo único e principal. Surge então o chamado Mito da Beleza, que foi cunhado pelo patriarcado e pelo capitalismo como uma forma de limitar as potencialidades femininas.

De acordo com Wolf (2019), o mito da beleza é capaz de fazer com que a beleza se torne uma qualidade fundamental para as mulheres, as quais devem querer encarná-la. Naomi ainda diz que a beleza se torna uma obrigação para as mulheres, mas somente para elas, pois trata-se de uma situação “necessária e natural por ser biológica, sexual e evolutiva”, fruto de uma sociedade e cultura patriarcal que exige que as mulheres sejam bonitas e que se preocupem cada vez mais em serem bonitas, restringindo o desenvolvimento de outras áreas, impedindo a movimentação e o fortalecimento das mesmas.

⁸ Naomi Wolf nasceu em São Francisco, nos Estados Unidos, em 1962 e se tornou um grande nome da terceira onda feminista após a publicação do seu livro *O mito da beleza*, no início da década de 90. A jornalista é uma das vozes mais ativas da sua geração e escreve para grandes meios eletrônicos, como o *The Guardian* e *The Huffington Post*.

⁹ O livro foi publicado pela primeira vez em 1991, nos EUA e, em 1992 no Brasil e é um marco para a terceira onda feminista, pois redefine a visão das mulheres a respeito da relação entre a beleza e a identidade.

¹⁰ A primeira onda feminista tem início no final do século XIX e vai até meados do século XX e é caracterizada pelas reivindicações, por parte das mulheres – que se denominavam *suffragettes* –, por direitos que já estavam sendo conquistados pelos homens da época. Uma das principais reivindicações femininas da época era o direito ao voto e a participação política, além de lutarem também pela abolição da escravatura.

Já a segunda onda tem seu início em meados dos anos 50 e se estende até meados dos anos 90 do século XX e é focada na condição de exploração reprodutiva e sexual que a mulher ocupa e a opressão que ela sofre em consequência do seu gênero, como a diferença de ganhos econômicos entre homens e mulheres, e a divisão sexual do trabalho.

O conceito de beleza se tornou extremamente rígido e silencioso, inculcando nas mulheres o desejo de passar por procedimentos estéticos e de usar produtos milagrosos para atingir o padrão inalcançável. A principal responsável por disseminar o mito da beleza é a mídia, que dita o ideal da época e aquilo parece ser o mais desejado e o mais importante para as mulheres, as quais tentam a qualquer modo estar à altura.

[...] os ideais não caíam simplesmente do céu, e sim, provinham de algum lugar e serviam a algum projeto. Esse propósito costumava ser de ordem financeira, ou seja, servia para aumentar o lucro daqueles anunciantes cujos dólares de patrocínio na realidade movimentavam a mídia, que, por sua vez, criava os ideais. O ideal, eu sustentava, também servia a um fim político. Quanto mais fortes as mulheres se tornassem em termos políticos, maior seria o peso do ideal da beleza sobre os seus ombros, principalmente para desviar sua energia e solapar seu desenvolvimento. (WOLF, 2019, p. 16)

Com o Mito da Beleza a mulher nunca ganha: pois, ou ela não está dentro do padrão propagado pela mídia ou ela está, mas não é o suficiente, porque ela nunca vai estar satisfeita e o modo de produção capitalista sempre estará criando novas necessidades para reforçar essa insatisfação. Desta forma, vemos então que o objetivo do Mito da Beleza em si não é que a mulher atinja o padrão de beleza, mas que ela mantenha um constante estado de insatisfação com seu próprio corpo, fazendo com que ainda que esteja dentro do padrão de beleza atualmente estabelecido, ela continue se submetendo a cirurgias plásticas e a procedimentos extremamente invasivos e desnecessários.

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a diferença salarial entre homens e mulheres nos anos de 2012 a 2018, ainda era de 20,5% e Wolf (2019) explica o porquê: de acordo com a autora em seu segundo capítulo chamado de “O trabalho”, o mercado de trabalho se apropria do Mito da Beleza para justificar a discriminação da mulher, pois elas são vistas como uma mão de obra “dócil e instruída”, que apresenta pouca ambição e maior respeito por superiores do sexo masculino.

De acordo com o instituto *Humfrey* de Questões Públicas, “embora as mulheres representem 50% da população mundial, elas cumprem quase dois terços do total de horas de trabalho, recebem apenas um décimo da renda mundial e possuem menos de 1% das propriedades”. (WOLF, 2019, p. 43)

Ainda que as mulheres sejam mais escolarizadas – sendo 25% delas que concluíram o ensino superior, enquanto entre os homens o número é de 18% – elas

apresentam menor inserção no mercado de trabalho. Além de toda discriminação de gênero, as mulheres ainda têm quase duas vezes mais responsabilidades por afazeres domésticos e pela criação dos filhos, o que acaba sendo um fator limitador para o desenvolvimento profissional. De acordo com a repórter do canal CNN, Mylena Guedes (2021), semanalmente são 21,4 horas gastas por mulheres para a realização de afazeres domésticos, enquanto os homens dedicam apenas 11 horas.

Então, de acordo com Wolf (2019), somado ao Mito da Beleza, a mulher passa a ter uma tripla jornada de trabalho, onde a beleza é vista como fruto de esforço pessoal e que para a mulher ser bela e estar igual ao padrão difundido, basta ela se esforçar. Tendo que cuidar então dos afazeres domésticos, do emprego assalariado e incansavelmente da aparência. Pois é interessante para o capital manter as mulheres com altas cargas de trabalho para que não sobre tempo para atividades extra laborais, contribuindo para a sua alienação e controle.

A super mulher, sem perceber todas as implicações, teve de acrescentar a seus compromissos profissionais o trabalho sério no campo da “beleza”. Essa nova responsabilidade foi se tornando cada vez mais rigorosa. As somas em dinheiro, a dedicação e o talento que ela devia investir não poderiam ficar abaixo do que anteriormente – ou seja, antes de as mulheres atacarem a estrutura do poder – se esperaria apenas de belezas profissionais nas carreiras de alto nível de visibilidade. As mulheres assumiriam ao mesmo tempo os papéis de dona de casa, profissional que faz carreira e profissional da beleza. (WOLF, 2019, p. 48)

Ainda falando sobre trabalho, a autora nos traz o conceito de “QBP” ou de Qualificação da Beleza Profissional, onde a aparência feminina pode ser motivo para sua contratação ou demissão. O QBP surgiu junto ao mito da beleza e a emancipação feminina, e foi se ampliando à medida em que as mulheres se inseriam na vida profissional. Ele teve início na década de 1960, onde as jovens de classe média saíam da casa dos pais para viverem sozinhas, estudar e posteriormente trabalhar ao invés de se casarem e de se dedicarem à vida doméstica. Desta forma, ao entrar no mercado de trabalho, essas mesmas mulheres começavam a formar grupos de conscientização, tendo como prioridade as questões das mulheres, e não questões referentes somente à liberdade de expressão. Paralelamente a isso, acontece a sexualização e a exaltação de algumas profissões, como a de aeromoça, modelo e secretária executiva, fazendo com que essas profissões fossem o desejo de todas as mulheres. A jovem mulher que trabalhava foi

restrita a um estereótipo que usava a beleza para abalar tanto a seriedade do trabalho desempenhado quanto às implicações da sua recente independência. (WOLF, 2019, p. 54)

Desta forma, vemos que à medida que as mulheres vão ficando mais importantes e adquirindo maior consciência social e política, a beleza também passa a adquirir maior importância, se tornando uma espécie de condicionante para que ela “dê o próximo passo”.

A fixação na “beleza” da década de 1980 foi consequência direta da ascensão das mulheres a posições de poder, além de representar um controle individual dessa ascensão. As vitórias das ideologias da “beleza” nos anos de 1980 resultaram do temor verdadeiro, por parte das instituições centrais de nossa sociedade, quanto ao que poderia acontecer se mulheres livres avançassem livremente com seus corpos livres em meio a um sistema que se autodenomina uma meritocracia. (WOLF, 2019, p. 51)

O Estado desempenha papel fundamental na manutenção da “QBP”, pois ele, através do poder judiciário acaba legitimando e favorecendo sempre o empregador, se omitindo diante de situações que envolvem a mesma. Desta forma, a beleza de uma mulher passou a ser ao mesmo tempo sua função e sua culpa. (WOLF, 2019, p. 63) Pois, em disputas trabalhistas “normais”, o patrão procura provar que o funcionário merece ser demitido, enquanto o funcionário tenta mostrar que ele não merece. Quando se trata da Qualificação da Beleza Profissional, ainda que a mulher fale que está desempenhando sua função corretamente, caso o patrão diga que ela não está, ele automaticamente ganhará a causa, mesmo que o conceito de beleza seja totalmente subjetivo.

A legislação nos Estados Unidos desenvolveu-se de forma a proteger os interesses da estrutura do poder por meio de um labirinto legal onde o mito da beleza bloqueia todos os caminhos de forma tal que nenhuma mulher possa ter a aparência “correta” e vencer. Qualquer mulher poderia, portanto, pensar que a lei a tratará com justiça em questões trabalhistas se ao menos ela cumprir o seu papel, tiver uma boa aparência e se vestir com trajes femininos. (WOLF, 2019, p. 64)

Entretanto, de acordo com a autora Lélia Gonzalez¹¹, o estar bem vestida só é um diferencial para ser contratada quando se trata de mulheres brancas pois, para a mulher negra estar com belas roupas, com o cabelo arrumado, de salto alto e de maquiagem não é suficiente para que ela seja considerada para assumir o cargo

¹¹ “Mulher, negra, intelectual e ativista foi pioneira nas discussões sobre relação entre gênero e raça, ao propor uma visão afro-latino-americana do feminismo.” (MERCIER, 2020)

desejado. A mulher negra é vista apenas como merecedora e capaz de ocupar vagas de menor prestígio social, como de empregada doméstica.

Quanto à doméstica, ela nada mais é do que a mucama permitida, a da prestação de bens e serviços, ou seja, o burro de carga que carrega sua família e a dos outros nas costas. Daí, ela ser o lado oposto da exaltação; porque está no cotidiano. É nesse cotidiano que podemos constatar que somos vistas como domésticas. Melhor exemplo disso são os casos de discriminação de mulheres negras da classe média, cada vez mais crescentes. Não adianta serem “educadas” ou estarem “bem vestidas” (afinal, “boa aparência”, como vemos nos anúncios de emprego é uma categoria “branca”, unicamente atribuível à “brancas” ou “clarinhas”). (GONZALEZ, 2020, p. 230)

Desta forma, se pode perceber que o Mito da Beleza não é universal e não atinge todas as mulheres da mesma forma. As mulheres negras, além de serem vítimas do sexismo, ainda são atingidas pelo racismo e pelo Mito da Beleza de forma distinta. Parafraseando a autora Lélia Gonzalez (1984), a articulação entre o sexismo e o racismo provocam resultados mais violentos sobre a mulher negra em particular. Para elas, não bastam ser bonitas e bem vestidas para conseguir ocupar os lugares, pois isso não é o suficiente devido ao agravante da raça. Se tem a ideia que o racismo é natural, e que as pessoas negras devem mesmo viver na miséria por possuírem características que surgiram no ideário dominante, de que eles merecem menor por serem preguiçosos, irresponsáveis e incapazes intelectualmente.

Assim como o trabalho, outra esfera que sofre influência do Mito da Beleza é a cultura. Segundo Wolf (2019), as mulheres carecem de tradições e de modelos culturais, pois eles foram perdidos no decorrer das gerações. Sendo assim, pela falta deles, elas tendem a se encontrar nas revistas e nas telas, que oferecem conselhos e dão uma ideia de comunidade, mas que têm o objetivo de tornar a busca pela beleza um trabalho obsessivo. A cultura é patriarcal e as mulheres são tratadas apenas como meros “corpos bonitos”, para que a cultura continue sendo primordialmente de dominância masculina, onde as mulheres que têm personalidade são indesejáveis enquanto a mulher ingênua e sem malícia apresenta o sentimento oposto. O Mito da Beleza serve aos interesses do Estado e também do modo de produção capitalista que se utiliza da cultura para lucrar em cima da falta de identidade e da insegurança feminina.

As revistas femininas há mais de um século vêm sendo uma das forças mais atuantes no sentido de alterar os papéis das mulheres, e durante todo

esse período — hoje mais do que nunca — elas sempre emprestaram charme àquilo que o sistema econômico, seus anunciantes e, durante a guerra, o governo precisavam naquele momento obter das mulheres. (WOLF, 2019, p. 100)

Os ritos da beleza, nos últimos tempos, acabaram assumindo o papel da tradicional autoridade religiosa, que já não conseguia mais conter o poder feminino. Agora as revistas transmitem o evangelho e o mito da beleza vem para combater e frear a recém liberta mulher.

À medida que as mulheres entram em luta com um mundo que está chegando a um novo milênio, elas são cada vez mais oprimidas por um poderoso sistema de crenças que mantém parte de sua consciência presa a uma forma de pensar que o mundo masculino abandonou na Idade Média. Se uma consciência está centrada num sistema medieval de crenças e uma outra inteiramente moderna, o mundo contemporâneo e seu poder pertencerão a esta última. Os Ritos são arcaicos e primitivos para que o cerne da consciência feminina possa se manter arcaico e primitivo. (WOLF, 2019, p. 130)

As marcas prometem cremes e procedimentos milagrosos que transmitem a “esperança em um pote”, prometendo o desaparecimento das rugas ou a perda de medidas. Estes anúncios acabam manipulando a consciência feminina, que passa a se olhar no espelho e procurar novos defeitos, buscando sempre a necessidade de aceitação e o medo da rejeição, acreditando que aquelas que são mais magras e com menos rugas são as grandes vencedoras. E, atualmente com as descobertas tecnológicas e com as imagens editadas, a noção de beleza está fugindo do controle e atingindo padrões inalcançáveis, o que gera a produção de novos produtos que prometem cada vez mais mentiras e que as mulheres acreditam precisar para serem iguais as modelos vistas nos comerciais.

Os anúncios refinaram esse instigante idioma sem sentido para encobrir o fato de que os cremes para a pele na realidade não têm nenhum efeito. A indústria dos santos óleos é um megálito que há quarenta anos vem vendendo às mulheres absolutamente nada. De acordo com a denúncia de Gerald Mcknight, a indústria é "pouco mais do que uma vigarice em grande escala... uma forma de roubo comercial suavemente disfarçado" com margens de lucro de mais de 50% sobre um faturamento de 20 bilhões de dólares no mundo inteiro. (WOLF, 2019, p. 162)

A nova religião também achou uma forma de reprimir a sexualidade feminina que, com a segunda onda feminista e com a revolução sexual na segunda metade do século XX, estava em alta devido a disseminação dos meios anticoncepcionais e pelo aborto legalizado. Através das novas forças da pornografia da beleza e pelo sadomasoquismo, que surgiram para devolver a culpa, a vergonha e a dor à

experiência feminina do sexo (WOLF, 2019, p. 194) o Mito da Beleza conseguiu conter a liberdade sexual feminina, fazendo com que, mais uma vez, elas desejem que sua beleza seja validada pelos homens. Esse sistema faz com que as mulheres acreditem que todos os sacrifícios que ela enfrentou para atingir os padrões de beleza sejam recompensados quando elas se tornam desejadas.

A “dor pela beleza” e todos os desafios enfrentados pela mulher por causa dela ainda é tratada de uma forma banal, por se acreditar que é uma dor que elas escolhem e que poderia ser facilmente evitada. Entretanto, Wolf (2019) mostra que antes de fazer qualquer procedimento, o Mito da Beleza remodela as próprias percepções, fazendo com que a mulher se reconheça cada vez menos ao se olhar no espelho, vendo um ser abominável e diferente do que ela gostaria. Desta forma, enquanto a dor para se tornar e de se manter bela é vista como algo fútil, as questões estruturais do patriarcado e do capitalismo que assolam a autoestima das mulheres continuam intocáveis e livres de questionamentos.

Não se pretende no presente estudo uma análise extensa e exaustiva da obra de Naomi Wolf, mas sim uma aproximação à vértebra da mesma e a certas teses que são principais e que permitem uma interlocução fecunda com a autora, tanto destacando suas contribuições para o tema da pesquisa, como também discutindo possíveis limites nas suas elaborações. Há 160 anos as mulheres de classe média são controladas pelas ideias de perfeição feminina, que são ditados e controlados pelos homens. O Mito da Beleza não está interessado no peso das mulheres, na quantidade de rugas que elas têm ou na densidade dos seus cabelos, para ele só importa se estiverem insatisfeitas, desta maneira, uma das saídas é que a aparência passe a ter nenhuma importância desde que se sintam bonitas. Entretanto, se apenas atualizar o Mito da Beleza, pois, caso o destruam, uma nova ideologia aparecerá no lugar, pois, o grande problema não está no fato das mulheres usarem maquiagem ou não, se vestirem de certa forma ou não, ganharem peso ou não, mas sim na falta de opções que esse sistema dá. Ou elas serão do jeito que eles querem ou não serão nada.

O problema com os cosméticos existe somente quando as mulheres se sentem invisíveis ou incorretas sem eles. O problema com o trabalho fora de casa existe apenas quando nós nos detestamos se não trabalharmos fora. Quando uma mulher é forçada a se enfeitar para conseguir ser ouvida, quando ela precisa de boa aparência para proteger a sua identidade,

quando ela passa fome para manter o emprego, quando precisa conquistar um amante para cuidar dos filhos, é exatamente isso o que faz com que a "beleza" doa. Porque o que incomoda as mulheres no mito da beleza não são os enfeites, a expressão da sexualidade, o tempo gasto se arrumando ou o desejo de conquistar alguém. (WOLF, 2019, p. 391)

Numa sociedade em que a beleza da mulher é central e que as ideias são condenadas, a ressignificação do conceito de beleza só poderá ser feita através de uma terceira onda do feminismo. Pois, ao questionar o Mito da Beleza, a aparência de quem faz será usada contra ela. Desta forma, essa mudança só poderá ser feita quando as mulheres acreditarem que quando são chamadas de feias de mais, ou bonitas demais por se rebelarem contra o mito, isso nada tem a ver com a aparência, mas sim com a política e com a economia.

Falar sobre o mito da beleza toca num nervo que, para a maioria de nós, em algum nível está muito exposto. Precisaremos ter compaixão por nós mesmas e por outras mulheres com relação aos nossos sentimentos poderosos acerca da "beleza" e ter muita delicadeza com esses sentimentos. Se o mito da beleza é uma religião, é porque nós mulheres sentimos falta de rituais que nos incluam; se ele é um sistema econômico, é porque ainda recebemos salários injustos; se ele é a sexualidade, é porque a sexualidade feminina ainda é um continente desconhecido; se ele é uma guerra, é porque são negados, a nós mulheres, meios de nos vermos como heroínas, intrépidas, estóicas e rebeldes; se ele é a cultura das mulheres, é porque a cultura dos homens ainda nos oferece resistência. (WOLF, 2019, p. 396)

Ainda que as mulheres tenham que fortalecer os laços e criar uma nova cultura organicamente feminina, se deve lembrar que ela será rigorosamente censurada pelos anunciantes pois, não é de interesse deles e do Mito da Beleza que as mulheres superem essas amarras que foram moldadas por eles durante tantos anos. As propagandas que têm como alvo as mulheres se alimentam das inseguranças e da falta de amor-próprio, se elas o estimularem, não será eficaz. O mito governa as ondas televisivas somente porque os produtos desse processo compram o espaço de propaganda. (WOLF, 2019, p. 398)

A todo momento se fala sobre as mulheres, sobre o que elas são e sobre o que ela deveria fazer. Entretanto, há uma dificuldade gigantesca quando se trata de escrever a história das mulheres. De acordo com Perrot ¹² (2007), para que isso seja possível, são necessárias fontes, documentos e vestígios, mas constantemente a

¹² "A historiadora Michelle Perrot é uma das mais importantes pesquisadoras da história das mulheres. Mundialmente conhecida, tem vários livros publicados e traduzidos em diversos países e línguas, inclusive no Brasil, onde conquistou muitos admiradores. Mas nenhum outro livro seu é tão instigante quanto antes" (PINSKY apud PERROT, 2007, p.9).

presença feminina é apagada; na gramática, quando se usa o masculino na mistura de gêneros no plural e nas estatísticas, que quase sempre são assexuadas.

Ainda se perpetua a ideia da mulher como um homem mal feito e mal acabado, um ser selvagem e defeituoso capaz de ameaçar a vida harmoniosa da coletividade. Perrot (2007) fala que

Primeiramente sobre a representação do sexo feminino. De Aristóteles a Freud, o sexo feminino é visto como uma carência, um defeito, uma fraqueza da natureza. Para Aristóteles, a mulher é um homem mal-acabado, um ser incompleto, uma forma mal cozida. Freud faz da 'inveja do pênis' o núcleo observante da sexualidade feminina. A mulher é um ser em concavidade, esburacado, marcado para a possessão, para a passividade. Por sua anatomia. Mas também por sua biologia. Seus humores – a água, o sangue (o sangue impuro), o leite – não têm o mesmo poder criador que o esperma, elas são apenas nutrizas. Na gestação, a mulher não é mais que um receptáculo, um vaso do qual se pode apenas esperar que seja calmo e quente [...] (PERROT, 2007, p.63).

Essa visão serve como respaldo para que os homens acreditem que são seres superiores que as mulheres, vendo-as apenas como um recipiente capaz de abrigar uma nova vida e o homem o grande provedor. Esse pensamento contribuiu significativamente para que a expectativa de vida feminina fosse menor, pois a maternidade era devastadora e o filho tinha prioridade de sobrevivência sobre a mãe. Atualmente, graças aos avanços da medicina isso quase não ocorre mais e acredita-se que a mulher viva mais que o homem, por ir mais ao médico e ser mais cautelosa. Esse resultado é intrinsecamente cultural pois, segundo Perrot (2007) essa longevidade não é um fato da natureza, mas de cultura e de comportamento. Desde a infância as meninas são ensinadas a serem boas meninas, ou seja, se comportarem, serem recatadas, meigas e cautelosas, o que acaba impedindo que futuramente tenham vidas parecidas com as dos homens, que podem tudo, como beber, fumar, usar drogas, sem serem condenados pela sociedade.

A mulher, desde o seu nascimento, é preterida. Ao anunciar a gravidez, quando se é um menino, é mais celebrado do que quando é uma menina que, em sociedades antigas, como a indiana e chinesa, se perdura o infanticídio feminino devido a limitação de um filho único. Quando nascem, as meninas são mais vigiadas e, quando vêm de famílias humildes, são ensinadas a cuidar da casa e postas a trabalhar desde muito cedo, tendo que abandonar a escola para se dedicar aos afazeres domésticos. Ainda que nos dias atuais pode-se parecer totalmente

improvável que este ainda seja o cenário, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do ano de 2015, o número de meninas que estão fora das escolas e sem atividade remunerada corresponde a mais que o dobro do número de meninos na mesma faixa etária. E, ainda que elas consigam ingressar no nível superior e serem maioria nesse espaço, quando chega o momento de ocupar o mercado de trabalho, elas não conseguem serem inseridas, não porque não são qualificadas, mas porque o mercado de trabalho, o modo de produção capitalista e o patriarcado acreditam e defendem que a mulher deve realizar apenas serviços domésticos ou cargos mais simples e menos remunerados.

O sangue advindo da menstruação feminina não é fruto de violência, mas gera mais repulsa do que o mesmo. A puberdade feminina, diferentemente da masculina, não é celebrada. O sangue feminino é visto como sujo, impuro e motivo de vergonha que, por escorrer involuntariamente, é tido como uma perda. O esperma é glorificado e visto como fonte de vida e o sangue menstrual como sinal de morte. “A diferença dos sexos hierarquiza as secreções”. (PERROT, 2007, p. 44) Por outro lado, se tem-se a puberdade como coadjuvante, a virgindade feminina é a protagonista, fruto de obsessão e cobiça. Um dos principais responsáveis pela perpetuação da virgindade é a bíblia, que cria o mito da Virgem Maria, que deu à luz a uma criança mesmo sendo virgem, incumbindo à virgindade o sentido imaculado e puro que deveria ser seguido por todas as mulheres, que deveriam se guardar para o seu marido. Desta forma, as mulheres que não fossem capazes de se abster eram tidas como fáceis e não se casariam. Sendo assim, a virgindade da jovem solteira era fruto da obsessão familiar e social.

Passada a puberdade feminina, o casamento e a sua dedicação à vida familiar, chega-se à "quarta idade feminina", onde tem fim a sua vida fértil – que foi tão condenada no decorrer da mesma – e conseqüentemente a sua feminilidade. As mulheres não se sentem mais mulheres e, como fala Wolf (2019) o envelhecimento na mulher é “feio” porque as mulheres, com o passar do tempo, adquirem poder e porque os elos entre as gerações de mulheres devem ser rompidos. Desta forma, a mulher que, segundo Perrot (2007) é antes de tudo, uma imagem é feita de aparências, quando alcança certa idade é convencida de que ela não serve mais.

A sociedade capitalista determina e delimita com bastante precisão os papéis que os homens e as mulheres devem cumprir e os lugares que eles podem ocupar. A mulher é responsável pela educação dos filhos e, ainda que ela ocupe um posto de trabalho fora da esfera doméstica, essa tarefa ainda é de sua responsabilidade, pois a sociedade faz com que o cuidado e o materno sejam características naturais e presentes em todas as mulheres e não algo cultural. Desta forma, de acordo com Saffioti (1987)

A sociedade investe muito na naturalização deste processo. Isto é, tenta fazer crer que a atribuição do espaço doméstico à mulher decorre de sua capacidade de ser mãe. De acordo com este pensamento, é natural que a mulher se dedique aos afazeres domésticos, aí compreendida a socialização dos filhos, como é natural sua capacidade de conceber e dar à luz. (SAFFIOTI, 1987, p. 9)

Simone de Beauvoir¹³ (1949) defende que não se nasce mulher, torna-se, pois os seres humanos nascem como fêmeas e como machos e através da educação é que se tornam homens ou mulheres, sendo assim, o gênero é algo construído socialmente. Assim como a autora citada anteriormente, Saffioti (1987) fala que a identidade social é socialmente construída e que a função social que é atribuída às mulheres, deixou de ser natural e sofreu uma elaboração social, designando-lhes um papel que não é essencialmente seu, mas sim um papel construído a fim de servir aos interesses masculinos e dos grandes capitalistas. Desta forma

[...] Não basta, entretanto, conhecer a capacidade humana de transformar o reino natural. É preciso atentar para o processo inverso, que consiste em naturalizar processos socioculturais. Quando se afirma que é natural que a mulher se ocupe do espaço doméstico, deixando livre para o homem o espaço público, está-se, rigorosamente, naturalizando um resultado da história. (SAFFIOTI, 1987, p. 11)

Os papéis socialmente estabelecidos passam a fazer parte da “natureza feminina” e a ideologia construída cumpre o seu papel de omitir a realidade, pois não é possível existir natureza feminina ou masculina em um modo de produção que condiciona tudo na vida das pessoas. Assim sendo, a classe precisa que as pessoas acreditem que é natural ou até mesmo biológico que os papéis relacionados ao

¹³ “Simone de Beauvoir (1908-1986) foi uma escritora francesa, filósofa existencialista, memorialista e feminista, considerada uma das maiores representantes do existencialismo na França. Em 1949, Simone de Beauvoir publicou “O Segundo Sexo”, o principal livro da escritora, que representou uma desconstrução para os padrões impostos pela sociedade e pela igreja da época. A obra que alcançou repercussão internacional, serviu de referência para o movimento feminista mundial e marcou toda uma geração interessada, como a autora, na abolição das questões ligadas à opressão feminina e a busca da independência da mulher diante da sociedade.” (FRAZÃO, 2021)

ambiente doméstico sejam desempenhados pelas mulheres e não que se trata de uma construção social a fim de legitimar a superioridade masculina que já está tão enraizada na sociedade que as mulheres já acreditam ser realmente menos capazes que os homens, ainda que não seja comprovado.

A força, que originalmente tem sido usada como justificativa de superioridade masculina, não é mais característica fundamental para a inserção das mulheres nos campos de trabalho, pois atualmente não é mais necessário ser forte, as máquinas realizam todo o trabalho “pesado” que tecnicamente exigiria força. A inteligência, muitas vezes, também foi usada para justificar a inferioridade feminina, como se as mulheres fossem menos inteligentes que os homens. Entretanto, Saffioti (1987) traz que a inteligência pode se desenvolver com maior ou menor intensidade de acordo com o estímulo que recebe, provando então que as mulheres não são biologicamente menos inteligentes, mas sim que elas são menos estimuladas. Pois, através do ideário de que lugar de mulher é em casa somado a sobrecarga de afazeres domésticos e da jornada tripla de trabalho faz com que não sobre tempo para a estimulação da inteligência, podendo levar a essa ideia extremamente equivocada e que não condiz com a realidade. Desta forma, nota-se então que a inferioridade feminina não está relacionada a nenhum fator biológico, mas sim, social.

Ao fim dessa análise, se pode perceber que, enquanto houver modo de produção capitalista haverá o mito da beleza e exploração e subalternização do sexo feminino e que a extinção destes depende diretamente da extinção daquele.

1.3 A INSERÇÃO DAS MULHERES NEGRAS NO MERCADO DE TRABALHO

Naomi Wolf (2019) traz que, no período da Segunda Guerra Mundial, as mulheres abandonam o papel doméstico que lhe era incubido anteriormente e saem para trabalhar, assim elas ocupam os postos dos homens que foram para o combate. Com o fim da guerra elas retornam para casa e só com a Segunda Onda Feminista a vida doméstica deixa de ser o objetivo principal.

Entretanto, essa realidade descrita se refere às mulheres brancas, pois as mulheres negras sempre trabalharam fora de casa. As mulheres negras, no período

da escravidão, eram submetidas ao trabalho compulsório. De acordo com a autora Angela Davis¹⁴ (2016), as mulheres negras eram vistas como anomalias pois não desempenhavam o mesmo papel da mulher branca na sociedade, o papel de mãe, esposa e dona de casa.

O sistema escravista definia o povo negro como propriedade. Já que as mulheres eram vistas, não menos que os homens, como unidades de trabalho lucrativas, para os proprietários de escravos elas poderiam ser desprovidas de gênero. Nas palavras de um acadêmico, “a mulher escrava era, antes de tudo, uma trabalhadora em tempo integral para seu proprietário, e apenas ocasionalmente esposa, mãe e dona de casa.” (STAMPP, 1956, p. 343, apud DAVIS, 2016, p. 23)

Quanto aos castigos, não havia distinção de gênero, entretanto, alguns castigos só poderiam ser infligidos contra as mulheres, como o abuso sexual. Davis (2016) fala que quando era do interesse e lucrativo para os senhores explorarem a mão de obra feminina como a masculina, não havia a distinção, mas quando podiam ser “exploradas, punidas e reprimidas de formas cabíveis apenas às mulheres, elas eram reduzidas exclusivamente à sua condição de fêmea.” (DAVIS, 2016, p. 25)

Somado a isso, quando houve a abolição do tráfico internacional de escravos, a mulher negra contou com mais um tipo de exploração: a reprodução. As mulheres negras passaram a ser avaliadas de acordo com a sua fertilidade mas não desfrutavam dos privilégios da maternidade, eram vistas apenas como um meio de ampliar a força de trabalho, como “reprodutoras – animais cujo valor monetário podia ser calculado com precisão a partir de sua capacidade de se multiplicar.” (DAVIS, 2016, p. 26) Os filhos das escravas, também eram escravos e podiam ser separados de suas mães, pois não eram vistos como crianças, e sim como mercadorias.

Posteriormente, na tentativa de fomentar a industrialização nos Estados Unidos, as mulheres brancas foram impossibilitadas de trabalhar fora de casa porque, junto a industrialização veio a ideologia de feminilidade, onde as mulheres passaram a ocupar uma esfera totalmente independente do trabalho produtivo. Essa ideologia era disseminada através das revistas femininas e dos romances, onde a mulher poderia ser apenas mãe e dona de casa. No entanto, essa condição

¹⁴ “Angela Davis é filósofa, professora emérita do departamento de estudos feministas da Universidade da Califórnia e ícone da luta pelos direitos civis. Como ativista, integrou o grupo Panteras Negras e o Partido Comunista dos Estados Unidos. Foi presa na década de 1970 e ficou mundialmente conhecida pela mobilização da campanha “Libertem Angela Davis”. Foi candidata a vice-presidente da República em 1980 e 1984.” (DAVIS, 2016, p. 7)

de desempenhar apenas esses papéis não fazia parte da realidade das mulheres negras. Os arranjos econômicos da escravidão contradiziam os papéis hierárquicos incorporados na nova ideologia. (DAVIS, 2016, p. 30)

No processo de industrialização do Brasil, a mão de obra escrava foi substituída pela mão de obra imigrante na tentativa de um branqueamento da população e com a justificativa de que os escravos não seriam capazes de realizar as atividades de uma sociedade industrial. Esse processo, que foi financiado pelo Estado, dificultou a aquisição de terras aos negros, para que pudessem garantir a subsistência, e também delimitou os ofícios que eles poderiam realizar, favorecendo e contribuindo para a miséria da população recém-liberta. Desta forma, mais uma vez a mulher negra foi “forçada” a desempenhar papéis na esfera reprodutiva, como realizar trabalho doméstico ou em ocupações informais, enfrentando duras jornadas de trabalho, muitas vezes sem condições necessárias e sem nenhuma garantia trabalhista.

Nesse sentido, no momento em que a abolição desonera o fazendeiro e o Estado das responsabilidades com a manutenção da vida do ex-cativo, essas normas que visavam impedir o acesso a alguns trabalhos assalariados e à subsistência expõem essa população a uma condição marginal. No entanto, a persistência desses lugares sociais desvantajosos impostos à população negra não perdura meramente como uma herança escravista, mas são cotidianamente reabilitados e reinventados na dinâmica das relações sociais marcadas pelas desigualdades de classe, raça e sexo. (VIEIRA¹⁵, 2017, p. 2)

No período pós-guerra, onde houve todo um discurso para que as mulheres voltassem ao lar e a construção da domesticidade feminina através do Mito da Beleza, se fez exclusivo às mulheres brancas. As mulheres negras sempre trabalharam e não puderam gozar desse “privilegio” de abdicar do trabalho assalariado pois não possuíam meios de subsistência suficientes para independem do salário feminino, visto que os negros possuíam os menores salários.

Esse processo reflete nos dias atuais pois, inicialmente, só foi dada essa opção à mulher negra, a inserção no mercado de trabalho com ocupações semelhantes às desempenhadas no cativeiro. No ano de 2014 segundo a ONU, 14% das mulheres eram empregadas domésticas e a categoria era composta majoritariamente por elas, sendo 62% negras. E, ainda que os movimentos sociais tenham alcançado resultados extremamente satisfatórios no que diz respeito à

¹⁵ Bianca Vieira é mestranda em Educação pela Universidade Estadual de Campinas.

integração da população negra no mercado de trabalho, a realidade não é muito diferente da dos tempos coloniais.

2 O IMPACTO DO MITO DA BELEZA NA VIDA DAS MULHERES

O autor Guy Debord¹⁶, em sua obra de 1967 “A sociedade do espetáculo”, fala que na sociedade atual, os objetos transformam-se em mercadorias e as imagens tornam-se um espetáculo, desconectando os indivíduos da sua própria realidade. Ou seja, no mundo em que vivemos, as aparências e a imagem ganham um destaque impressionante e o capitalismo é o grande responsável por isso, pois a sociedade do espetáculo só se realiza através do consumo. Junto ao modo de produção que fomenta esse modelo de sociedade, tem-se a mídia que contribui fortemente para a sua manutenção pois, principalmente com o advento das redes sociais, elas desempenham um papel de persuasão e de imposição de um padrão de beleza.

Como já foi mostrado no decorrer desse trabalho, as mulheres são as mais impactadas com essa imposição da mídia e também da sociedade. Sendo bombardeadas por todos os lados por padrões de beleza que devem seguir, como devem se vestir, se comportar e até mesmo quanto devem pesar.

A construção desse trabalho surgiu diante dos anseios já vivenciados na prática por ser mulher e pelo desejo de aprofundamento teórico sobre o tema, para isso foi usados principalmente seis autores: Angela Davis, que fala sobre racismo e sociedade de classes; Naomi Wolf, escritora da obra que explica o mito da beleza e seus desdobramentos na vida da mulher; Heleieth Saffioti e Michelle Perrot, que discorrem sobre gênero e patriarcado; Silvia Federici que fala sobre feminismo e capitalismo e por fim, Karl Marx, que escreveu sobre mercadoria, capitalismo e relações sociais.

Desta forma, foi realizada uma pesquisa bibliográfica que, segundo o autor Antônio Carlos Gil (1987), é uma pesquisa desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. A opção pelo método se deu devido ao fato deste, ainda conforme o autor, permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (p. 45) E também por se tratar de uma pesquisa

¹⁶ Guy Debord (1931-1994) foi um escritor francês, teórico marxista, filósofo, cineasta e fundador da "Internacional Situacionista" – grupo de intelectuais críticos da sociedade da época. Autor do livro “A Sociedade do Espetáculo”. (FRAZÃO, 2020)

histórica que busca analisar a opressão feminina no decorrer dos anos, o que só é possível através da pesquisa bibliográfica, pois não há outra forma de conhecer os fatos do passado senão através dela.

Além da pesquisa bibliográfica, é usado também a análise de reportagens atuais e de impacto que mostram, na prática, como o Mito da Beleza age na vida das mulheres e a análise de dados secundários, ou seja, a análise de dados que já foram coletados por outras pessoas.

Diante disso, neste capítulo final faremos uma análise de reportagens que demonstram como o mito da beleza, o capitalismo e o patriarcado impactam na vida das mulheres, fazendo com que elas se submetam a métodos arriscados para se encaixarem no padrão de beleza ou sejam resumidas apenas pela sua aparência. No eixo 2.1 falaremos um pouco sobre as cirurgias plásticas, suas motivações e seus desdobramentos, no 2.1.1 será feita uma análise de algumas reportagens em que a busca pela beleza e o desejo de fazer parte do padrão de beleza levou mulheres a arriscarem suas vidas e, por fim, no 2.1.2 analisaremos um caso que repercutiu muito no ano passado, onde a trajetória de uma mulher foi reduzida ao seu peso.

2.1 O BRASIL COMO O PAÍS QUE MAIS REALIZA CIRURGIAS PLÁSTICAS

No Brasil, do seu descobrimento, até os dias atuais, os modelos de beleza sofreram modificações e foram se adaptando ao contexto histórico. Ou seja, o padrão de beleza não é engessado: se anteriormente o corpo gordo era visto como saudável e desejável, nos dias atuais ele é visto como algo patológico e abominável. Assim, atualmente, temos o corpo magro como o modelo ideal, ser magra é uma das mais importantes características que a mulher pode ter e se tornou uma prioridade na vida dessas mulheres, que vêem nela um meio de ser aceitas e valorizadas na sociedade atual.

A obesidade vem sendo tratada como um grande problema que as pessoas escolhem ter, sendo fruto de responsabilidade individual e falta de disciplina. De

acordo com Dias¹⁷ (2017) apud Paim¹⁸ e Kovaleski¹⁹ (2020), fomentar mudanças comportamentais individuais tem baixo custo e não confronta a indústria de alimentos, pelo contrário: até mesmo estimula o mercado dos industrializados maquiados de saudáveis como produtos diet, light, com adição de fibras entre outras estratégias de marketing. Assim, as pessoas usam da justificativa de que é uma doença terrível para legitimar o controle sobre os corpos e propagar todo o preconceito mascarado de preocupação.

Diante disso, a mídia propaga que para ter o corpo ideal, basta querer e que se você não tem, a culpa é sua pois o corpo perfeito é fácil de ser adquirido e todos os meios para isso são amplamente divulgados: chás e remédios milagrosos, exercícios físicos, uma alimentação balanceada e até mesmo cirurgias invasivas que são vendidas como procedimentos rotineiros. A mídia, o capitalismo e o patriarcado não estão interessados com os pneuzinhos, ou com os quilos a mais, e muito menos com a saúde das mulheres, mas sim que elas estejam insatisfeitas com os seus corpos para assim adquirir produtos que prometerão a aparência desejável e não se preocupar com coisas mais importantes que abalariam o sistema, como a luta de classe, questões raciais e patriarcais.

Atualmente temos um culto exacerbado pelo corpo e a busca pelo corpo perfeito é um estilo de vida, onde a globalização e a mídia são responsáveis pela disseminação desse conteúdo, nas revistas e agora, mais do que nunca nas redes sociais, as mulheres são bombardeadas a todo momento com imagens perfeitas (e na maioria das vezes com uma quantidade elevada de photoshop) e acabam se sentindo pressionadas para concretizar o corpo ideal. O corpo se tornou uma mercadoria e a indústria estética brasileira é uma das mais lucrativas do mercado²⁰ pois, com a ajuda da publicidade o desejo de ser igual as mulheres que estão nas capas das revistas ou as chamadas “influencers” das redes sociais, surge a necessidade de fazer o que for necessário para ter o corpo semelhante ao que a

¹⁷ Estudante da Universidade Federal Fluminense (UFF)

¹⁸ Doutoranda em Saúde Coletiva na UFSC, Mestre em Saúde Coletiva, Graduada em Nutrição

¹⁹ Professor Doutor (Departamento de Saúde Pública da Universidade Federal de Santa Catarina)

²⁰<https://conteudos.bloxs.com.br/mercado-de-estetica-brasileiro-movimenta-bilhoes-de-reais-e-se-destaca-no-mundo>

mídia impõe de forma repetitiva e inconsciente, fazendo com que apenas 14% das brasileiras se sintam bonitas.²¹

Fruto disso, temos o Brasil como líder no ranking de países que mais realizam cirurgias plásticas no ano de 2013, ficando à frente dos Estados Unidos. E, de acordo com a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), as mulheres são responsáveis por quase 90% de todos os procedimentos estéticos realizados no mundo e esse número tende a se tornar cada vez maior, pois o corpo feminino é cada dia mais explorado e sexualizado, sendo sua perfeição um fator determinante para pertencer a sociedade de classes. A imposição de um modelo ideal de corpo, que é inatingível, é o principal responsável pelas cirurgias plásticas que de forma cada vez mais frequente também é responsável pela morte de mulheres que, desesperadas com a ideia de ter um corpo perfeito, acabam confiando suas vidas a médicos desqualificados e inadequados.

De acordo com o sociólogo especialista em saúde pública, Francisco Romão²² (2006), a ditadura da beleza é um fenômeno que penaliza e que banaliza os riscos para as mulheres brasileiras, pois se submeter a procedimentos cirúrgicos arriscados são vendidas como cirurgias “descomplicadas e rápidas”. Há também uma preocupação excessiva com o corpo de modo que, não só em termos de intervenções cirúrgicas, mas há também uma quantidade alarmante de academias e salões de beleza no Brasil.

Ainda segundo o sociólogo Francisco Romão (2006), a busca descontrolada pela perfeição estética não é exclusiva de uma classe social. E, ainda que os padrões sejam distintos para mulheres de raças e classes diferentes, a opressão é a mesma voltada para o corpo. Entretanto, a forma e a segurança que elas irão acessar e conseguir possuir o corpo magro, jovem e em forma exige um investimento alto, pois o corpo perfeito se tornou uma mercadoria, que só algumas mulheres conseguirão adquirir.

A obsessão pela magreza e a repulsa pelo corpo gordo faz com que a cirurgia plástica de lipoaspiração seja a segunda mais realizada no mundo, ficando atrás

²¹<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2011/06/apenas-4-das-mulheres-se-consideram-bonitas-diz-pesquisa-cjpmvts9903uuvtcngo5o23ng.html>

²² Professor adjunto da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

apenas dos implantes de silicone.²³ As pessoas que estão acima do peso que a sociedade determina como ideal, são considerados negligentes, sem controle e que apresentam problemas de saúde, isso acaba sempre gerando uma sensação de remorso e de vergonha e faz com que as pessoas internalizam isso e passem acreditar que eles são realmente assim, inaptos e doentes. Isso é gordofobia que, segundo Silva e Cantisani a gordofobia é

uma forma de discriminação estruturada e disseminada nos mais variados contextos socioculturais, consistindo na desvalorização, estigmatização e hostilização de pessoas gordas e seus corpos. As atitudes gordofóbicas geralmente reforçam estereótipos e impõem situações degradantes com fins segregacionistas; por isso, a gordofobia está presente não apenas nos tipos mais diretos de discriminação, mas também nos valores cotidianos das pessoas. (Silva, Cantisani, 2018, p. 372)

E, infelizmente, a gordofobia não é vista como um preconceito ou como uma opressão por ser legitimada pelos médicos, que a tratam como uma doença e desleixo e a magreza como saúde e cuidado.

2.1.1 AS CONSEQUÊNCIAS DA BUSCA PELO CORPO IDEAL

Como vimos no decorrer do trabalho, a mídia e a sociedade são fatores que influenciam e interferem na vida das mulheres, principalmente no que diz respeito à percepção e aceitação dos seus corpos. Quanto mais desenvolvidas e independentes elas forem, mais rígidas serão os padrões de beleza impostos. Quanto mais direitos elas conquistarem, mais a sociedade fará com que elas odeiem a própria aparência. E é nesse cenário que o mito da beleza atua como arma política e econômica e faz com que as mulheres adquiram produtos milagrosos e se submetam a procedimentos perigosos a fim de satisfazer necessidades que são externas a elas, que vêm de fora e lhe são impostas todos os dias em todos os lugares.

Conforme a cultura midiática foi tornando-se predominante o corpo e a aparência foram se tornando protagonistas. Assim, a vaidade, que antes era vista como pecado e como futilidade, passou a ser uma obrigação da mulher. À medida em que elas foram se desprendendo das amarras do patriarcado, não tendo a

²³ <https://portalhospitaisbrasil.com.br/brasil-e-o-top-1-mundial-em-numero-de-cirurgias-plasticas/>

construção de uma família como desejo supremo e ao avanço do movimento feminista, o mito da beleza, fruto do capitalismo e do patriarcado, foi o responsável por criar uma nova forma de coerção e reprimir a mulher através da obrigação estética.

O mundo atual se alimenta com a insatisfação pois é ela quem é responsável por fazer o dinheiro girar e é isso que importa. Uma mulher satisfeita não se submete a cirurgias plásticas e nem gasta boa parte do seu dinheiro comprando roupas ou maquiagens. Atualmente, onde tudo é mercadoria, o capital possibilitou que o indivíduo construa o seu corpo conforme a sociedade demanda, tornando-os escravos da indústria da beleza, sendo necessário que sacrifiquem o tempo, o dinheiro e a saúde em prol de se sentir dentro dos padrões estabelecidos. Desta forma, o mercado cria novas necessidades constantemente para gerar insatisfação e, conseqüentemente, dinheiro. E, quando a mulher foge do que lhe é imposto e não segue os padrões, ela é tida como louca, bruxa e mal amada.

O mito da beleza transformou a aparência como qualidade fundamental e o mesmo atinge mulheres cada vez mais cedo e as cirurgias plásticas são vendidas como soluções rápidas para suas insatisfações. Segundo o Jornal da USP (2021), o número de cirurgias plásticas em jovens de até 18 anos aumentou em 140% e que boa parte desses procedimentos são motivados por demandas sociais. Uma das justificativas desse fenômeno pode ser as redes sociais, que estão cada vez mais presentes no cotidiano. Para o psicólogo Michel Simões, pesquisador da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (FFCLRP) da USP, as redes sociais exercem um papel crucial na manipulação da consciência desses jovens, provocando um constante estado de insatisfação e de comparação com a vida de outras pessoas, principalmente das influencers, que mostram uma vida irreal e perfeita.

Graças a isso, cria-se a ideal que o corpo é um corpo produto e que serve para atender o que o mercado exige dele: um corpo plastificado, irreal e inatingível, muitas vezes ajustados e com efeitos de manipulação da imagem através do uso de programas de edição. Entretanto, é vendido que os corpos perfeitos foram adquiridos através de cosméticos, atividades físicas ou educação alimentar, o que levam as mulheres a buscar práticas nocivas quando, mesmo fazendo

religiosamente o que as revistas mandam, elas não conseguem chegar ao corpo ideal. Essas práticas podem ser regimes radicais e irracionais ou até mesmo o uso de anabolizantes ou medicamentos para emagrecer. Isso, quando não optam por cirurgias plásticas que podem levar a problemas como infecção, hemorragia, cicatrizes ou até mesmo a morte. Entretanto, esses perigos são minimamente divulgados e as intervenções cirúrgicas são vistas como simples e usam o sofrimento como um caminho necessário para se alcançar a beleza. A cantora Beyoncé, em uma de suas músicas que leva o nome de “pretty hurts”²⁴ fala, em tradução livre, que “a beleza machuca e que a perfeição é a doença da nação”.

Como já falado anteriormente, Wolf (2019) fala que a antiga religião assumiu uma nova face: as revistas são o evangelho que mostram os ritos milagrosos que as mulheres devem seguir sem questionar, assim como anteriormente. O capital se apropria do discurso científico e médico para transformar o corpo em uma mercadoria e ele é validado por estarmos inseridos em uma sociedade patriarcal em que essa nova religião é interessante, economicamente e politicamente. A sociedade atual estima o controle, a autoridade e a supremacia masculina e temos como resultado uma cultura de padronização, onde se sabe exatamente qual aparência se deve ter.

O objetivo desse estudo não é a condenação das cirurgias plásticas, até porque se sabe o valor que ela tem no quesito emocional e da auto-estima para algumas pessoas, mas sim apontar que muitas vezes ela pode ultrapassar esse sentido e se tornar uma arma do capital e do patriarcado que faz as mulheres buscarem incansavelmente serem iguais aos modelos propostos pela sociedade sem considerar os riscos que ela oferece.

Os primeiros casos refletem como a insatisfação com os próprios corpos está cada vez mais cedo presente na vida das mulheres e os desdobramentos desiguais que essa insatisfação provoca. A estudante de 18 anos, Alicia Keyt, trocou o primeiro carro por implantes de silicone e, provavelmente, teve acesso aos melhores profissionais e hospitais e deu tudo certo²⁵. Por outro lado, a cabeleireira Edisa, mulher negra de 20 anos, morreu horas após realizar o seu sonho de passar por

²⁴<https://www.youtube.com/watch?v=LXXQLa-5n5w>

²⁵<https://jornal.usp.br/atualidades/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/>

cirurgias plásticas em uma clínica que não estava preparada para realizar esse tipo de procedimento²⁶. É notório então que, o mito da beleza não atinge as mulheres da mesma forma pois, algumas ao tentarem pertencer ao padrão de beleza correm muito mais riscos que as outras.

Entretanto, o dinheiro não é suficiente para garantir que o procedimento seja bem sucedido. O terceiro caso a ser discutido é o da bancária Lilian Quezia Calixto²⁷, de 46 anos e mãe de dois filhos, que faleceu após realizar um procedimento estético com o médico César Barros Furtado, mais conhecido como “Dr. Bumbum” que atendia em uma luxuosa cobertura na Barra da Tijuca, bairro de classe média da cidade do Rio de Janeiro. Lílian saiu de Cuiabá, no Mato Grosso do Sul, e foi até o médico por indicação de uma amiga para realizar o seu sonho de um corpo dentro dos padrões estabelecidos. O caso aconteceu em 2018 e foi noticiado por diversos veículos de comunicação, com diferentes olhares mas, em todos, culpabilizando a vítima por se submeter a um procedimento “eletivo”, sem considerar os motivos que levaram Lilian, como diversas outras mulheres, a passarem por intervenções corporais por pressões sociais e históricas que as acometem todos os dias.

Em diversas reportagens sobre o caso, foca-se totalmente na culpabilização e humilhação das pacientes, que se mostram totalmente arrependidas de terem realizado os procedimentos da forma que foi, em um apartamento e não em um hospital. Em uma das reportagens²⁸, a mulher sente a necessidade de se justificar e fala que se sente mal por ter aceitado da forma que foi e que estava muito empolgada, o que a impediu de analisar os prós e os contras.

Em outra reportagem²⁹, uma mulher que realizou a aplicação da substância para aumento no volume dos seios, um ano depois teve complicações ao notar que o hidrogel havia se transformado em nódulos, o que acarretou uma nova cirurgia. Na mesma reportagem, um cirurgião plástico explica os perigos desse tipo de procedimento, onde os pacientes arriscam suas vidas pela facilidade, o que pode

²⁶<https://odia.ig.com.br/brasil/2020/09/5989480-jovem-de-20-anos-morre-apos-fazer-tres-cirurgias-plasticas-em-clinica.html>

²⁷<https://extra.globo.com/casos-de-policial/bancaria-de-cuiaba-morre-apos-passar-por-procedimento-estetico-no-rio-22892381.html>

²⁸<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/paciente-do-dr-bumbum-conta-que-medico-fazia-atendimentos-pelo-whatsapp-antes-dos-procedimentos.ghtml>

²⁹<https://g1.globo.com/globonews/jornal-globonews-edicao-das-16/video/sociedade-brasileira-de-cirurgia-plastica-faz-alerta-sobre-bioplastia-6886655.ghtml>

levar a danos permanentes, como o da Lilian ou o da Andressa Urach, outra vítima do hidrogel. Cabe salientar, que em momento algum o cirurgião plástico desencoraja as mulheres a realizarem cirurgias plásticas, mas fala que elas devem optar por um “médico sério” e seguir as suas orientações.

Por fim, na última reportagem sobre o caso envolvendo o Dr. Bumbum³⁰, acontece uma entrevista com a amiga de Lilian, a que fez a indicação do cirurgião e que também era a única que sabia que ela passaria pelo procedimento. Na entrevista ela fala “que isso sirva de lição para outras mulheres que chegam num lugar desse e agem por impulso como eu agi, pela vaidade”. Mais uma vez, mais uma reportagem que responsabiliza a mulher pelo acontecido e não o médico que realizou o procedimento de forma imprudente, culpabilizando-a por agir por vaidade e desconsiderando que ela é mais uma vítima do mito da beleza.

A modelo e apresentadora Andressa Urach, de 27 anos, como citado anteriormente, também sofreu graves complicações após cinco anos que fez a aplicação do hidrogel. Segundo a médica Valéria Campos, membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) em uma entrevista para o G1, o hidrogel é uma substância composta por 98% de água e 2% de poliamida e é utilizado desde 2008 no Brasil para o aumento de volume em regiões como o bumbum e as coxas, além de ser utilizado também para preencher linhas de expressão no rosto e no pescoço. Ainda que a substância seja regulamentada pela Anvisa, o seu uso pode comprimir vasos e nervos, levando a obstrução, necrose e até mesmo uma trombose ou embolia pulmonar, além de poder ocorrer inflamações e infecções e foi o que aconteceu com ela.

Andressa sempre falou abertamente das cirurgias plásticas que realizou, o total de dez. Ela sempre sonhou em se tornar apresentadora e viu a beleza como forma de ascensão. Em seu livro *Morri Para Viver* (2015), ela fala que nunca estava satisfeita com o seu corpo.

Ora mais magra, ora menos magra. Ora mais acinturada, ora menos acinturada. Ora as pernas me importunavam, ora os braços me importunavam. Ora a boca, ora o nariz. Sempre faltava algo. Decidia operar como se fosse trocar de roupa ou ir ao supermercado. Eu alimentava uma incessante busca pela perfeição, mas, em vez de fazer o meu corpo ficar

³⁰<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/07/veja-imagens-da-cobertura-onde-dr-bumbum-realizava-atendimentos.html>

mais bonito, acabei por deformá-lo. Eu nunca pensei duas vezes sobre entrar na faca. (URACH, p. 32)

Quanto aos perigos das cirurgias, ela fala que

Quando as pessoas me avisavam sobre os perigos das cirurgias, eu só pensava que resolveria o problema se ele aparecesse. Foi assim que decidi fazer a aplicação de hidrogel, em meados de 2009. Era uma clínica clandestina na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Eu cheguei no final da manhã para uma consulta rápida e, como sempre agia, não fiz muitos questionamentos. Não imaginava que poderia me trazer algum tipo de complicação. (URACH, p. 32)

Ela começou a sentir dores nas pernas e a realizar o processo de retirada do hidrogel, entretanto, houve um processo de infecção em uma das pernas e ela precisou ser internada para a drenagem da substância. Após isso, ela ficou internada e sedada por diversos dias e cita ter passado por uma experiência de quase morte.³¹

Estar de acordo com o padrão de beleza é uma conquista muito importante para as mulheres e não só porque elas foram ensinadas a ser obedientes mas sim porque não estar dentro desse padrão oferece consequências extremas, como a humilhação ou a exclusão. A fixação pela beleza é uma consequência da ascensão das mulheres e a medida que elas vão adquirindo mais consciência, essa fixação e essa imposição também vai aumentando, fazendo com que as mulheres sejam vistas como mais como corpos bonitos do que como mentes pensantes o que faz com que a aparência seja uma das poucas ferramentas de ascensão social.

O corpo feminino é visto como um quadro branco, como um convite às intervenções ratificadas pela mídia onde a vida ou a saúde das mulheres não são levadas em consideração e podem ser arriscadas ou colocadas à prova em nome de um bem maior: ser bonita. Ao contrário do que se pensa, as mulheres que se submetem ao mito da beleza não são seres irracionais e inconsequentes, mas sim estão sujeitos que historicamente são reprimidos pelo capitalismo e pelo patriarcado e que, desta forma buscam seguir fielmente o que lhes é imposto, pois sabem as consequências de não estar dentro do padrão. Entretanto, quando os corpos daqueles que tentaram se enquadrar nos padrões são dizimados ou ficam com sequelas, não há o apoio por parte da sociedade que logo se transforma em um julgamento moral e em culpabilização da vítima e a mídia vende como casos isolados que deram errado direcionando a culpa para a vítima e não como

³¹ <https://veja.abril.com.br/cultura/fui-punida-por-minha-estupida- vaidade-diz-andressa-urach/>

procedimentos arriscados, para que não atrapalhe o projeto econômico que faz com que as mulheres busquem incansavelmente o melhoramento corporal.

2.1.2 MARÍLIA MENDONÇA E A DOMINAÇÃO DO CORPO ALHEIO

Nos dias atuais, a propagação de ideais se torna cada vez mais recorrente graças às tecnologias que permitem a circulação de informações de forma mais rápida. Se anteriormente, a mídia atingia pequenos grupos, hoje em dia ela pode ser apresentada para milhões de pessoas simultaneamente. Desta forma, diante do seu alcance, é notório o papel que ela desempenha em modelar a consciência do telespectador a fim de atender aos interesses do capital, difundindo o padrão aceitável de beleza e telespectador acaba aceitando o que lhe é imposto sem questionar pois acredita precisar do que é oferecido pois as marcas lançam seus produtos e a mídia faz com que eles se tornem indispensáveis no cotidiano.

O Modo de Produção Capitalista se fundou sob duas bandeiras: igualdade e liberdade, entretanto, essa é uma das maiores ilusões. O sistema molda as pessoas de acordo com os seus interesses, tornando os indivíduos meros executores e consumidores de produtos e de ideais que eles não precisam, padronizando-os para melhor atendê-lo e possibilitando a escolha dentro das opções que ele determina. Assim, o Modo de Produção Capitalista vende uma perfeição que é humanamente impossível de se atingir, mas que é ditada como a ideal, o que acaba frustrando milhares de pessoas que não conseguem se enquadrar no padrão de beleza.

A beleza é entendida então como uma obrigação e uma condição para as mulheres, que devem seguir o padrão que é pré estabelecido e que conta com a mídia para sustentá-lo. Nesse momento, apresentamos o terceiro caso que repercutiu o Brasil todo em 2021: a morte da cantora sertaneja Marília Mendonça. A notícia pegou toda população de surpresa principalmente por se tratar de uma cantora jovem no auge de sua carreira.

Sua aparência sempre ganhou mais destaque que seu talento, seu corpo sempre virou notícias pejorativas na mídia e em 2020, após perder 20kg, as suposições acerca do fato ganharam as capas dos jornais. Muitos acreditavam que era photoshop, pose ou até mesmo cirurgias plásticas, mas foi tudo fruto de uma

dieta regrada. Assim, observa-se que as mulheres não têm o direito de emagrecer ou de engordar sem que isso vire um evento.

Em 2016, ao conceder uma entrevista para a revista feminina Marie Claire³², cantora sertaneja fala que nada em sua vida é imposto e que ela não é obrigada a ser magra, mas, como já foi falado anteriormente, no Modo de Produção Capitalista não existe essa liberdade, ainda que ela estivesse satisfeita com seu corpo, a sociedade não estava e o seu peso era sempre motivo de invalidar sua trajetória, o que pode ter levado a cantora a se submeter a processos extremamente difíceis e restritos, como se alimentar por três meses apenas de frango, folhas e maçã³³ para conseguir corresponder o que a sociedade esperava dela.

Após a sua morte, ainda que tenha tido feitos extremamente significativos em sua trajetória musical, o que sempre foi alvo das manchetes foi a sua aparência. Em um artigo do jornal Folha de São Paulo³⁴, o colunista Gustavo Afonso faz uma análise misógina e gordofobia da cantora. Ele enfatiza que ela nunca foi uma excelente cantora e que sua aparência também não era atraente para o mercado da música sertaneja, a compara com outras cantoras e ressalta os hábitos alimentares que ela adquiriu nos meses que precederam a sua morte. Marília Mendonça era nova e tinha uma carreira de sucesso, mas isso não foi suficiente, ela se submeteu a cirurgias invasivas para emagrecer, provavelmente por pressão estética que é imposta pela sociedade a qual estabelece padrões inalcançáveis de beleza, porque mesmo depois de ter perdido peso, a sua “briga com a balança” é quem foi citada em seu obituário. Desta forma, mais uma vez, uma trajetória de sucesso foi reduzida a poucas palavras de um homem que se preocupou somente com a sua aparência, mostrando que o patriarcado não respeita o corpo das mulheres nem quando elas estão mortas.

Possuir um corpo que é considerado ideal pela mídia se torna uma obrigação, mas não uma obrigação como as leis e sim uma obrigação velada que é ainda mais eficaz, pois faz com que as mulheres desejem ser como as modelos e quando não

³²<https://revistamarieclaire.globo.com/Celebridades/noticia/2016/12/nao-sou-obrigada-ser-magra-dispara-marilia-mendonca-sobre-corpo.html>

³³<https://fabiosa.com.br/ctclb-rsasl-auamu-pbaln-phicu-marilia-mendonca-emagrecimento-balao-gastro/>

³⁴<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/11/marilia-mendonca-rainha-da-sofrenca-nao-conheceu-o-fracasso.shtml>

conseguem, por se tratar de um ideal inalcançável que gera frustração pois os corpos reais jamais alcançarão o padrão, ainda que siga religiosamente o que foi proposto. Isso é um círculo vicioso criado propositalmente para incentivar o consumo através da fomentação da insatisfação com a própria aparência, pois pessoas satisfeitas e seguras não consomem de forma excessiva produtos que na maioria das vezes elas não precisam apenas para preencher o vazio.

Como citado em todo o decorrer do trabalho, o corpo tornou-se uma espécie de mercadoria, como qualquer outro objeto com valor de troca que é “punido” caso seja “inadequado”. O corpo que segue o que é imposto apresenta maior afeição por parte da sociedade e os que não conseguem alcançar o padrão são estigmatizados e desprezados. “Ou se é um corpo espetacular ou se é um João ou Maria Ninguém.” (COSTA, 2004, p. 231)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em todos os cenários, as mulheres foram concebidas dentro do ideal masculino. Na Bíblia, o homem foi criado como imagem e semelhança de Deus, enquanto a mulher foi criada a partir do homem, através da sua costela no Mito da Criação, e para servir o homem, como citado em Gênesis 2:18 “e disse o Senhor Deus: não é bom que o homem esteja só; far-lhe-ei uma adjuntora que esteja como diante dele.” Assim, no livro mais famoso do mundo que norteia milhares de pessoas, a existência da mulher foi ligada ao homem enquanto a do homem é independente.

Posteriormente, devido a herança histórica e a divisão sexual do trabalho, a mulher continuou submissa ao homem, desempenhando o papel de cuidadora da casa e da família e o homem como o mantenedor financeiro. A divisão sexual é vista como algo natural e não cultural, como se a mulher tivesse nascido com o dom de educar os filhos, cuidar da casa e do marido e o homem com o dom de ocupar o mercado de trabalho. Entretanto, após as revoluções culturais, as duas grandes guerras e a força do movimento feminista, esse cenário assumiu uma nova configuração onde a mulher passou a ocupar os postos de trabalho, deixando de assumir atividades estritamente domésticas.

Concomitante à "liberdade" adquirida pelas mulheres, nasce o Mito da Beleza com a intenção de "freá-las" e de manter a dominação que antes era feita através do trabalho doméstico. Surge então uma terceira jornada de trabalho, onde as mulheres além de se dedicarem aos empregos e a casa, agora também teriam que se dedicar a incessável busca pela aparência ideal. A imagem então passa a desempenhar um papel fundamental na vida das pessoas e a mídia é quem difunde, de forma subjetiva, o ideal de beleza e é responsável pelo modo em que as pessoas vão se vestir, se comportar, a aparência que elas devem ter e quanto deve pesar.

O desejo de pesquisar o tema surgiu após ler de forma despreziosa o livro da Naomi Wolf e conhecer os processos que levam a mulher a se preocupar tanto com a aparência. Inicialmente, nas hipóteses, não pensei que as questões relacionadas ao peso estariam tão latentes e aparecendo com mais frequência que o medo de envelhecer, por exemplo. Entretanto, em todas as pesquisas realizadas,

ficou claro que as maiores preocupações das mulheres estavam relacionadas ao corpo e ao sobrepeso, sendo a indústria “fitness” uma área em ascensão que ocupa uma grande parte da economia global, podendo movimentar até 2024, o faturamento alcance 5 bilhões de reais.³⁵

Para a maioria de nós, ao ler esse livro ou esse trabalho, pode surgir a ideia de que não é assim mais que as coisas funcionam e que temas como este não são relevantes para a pauta feminista, entretanto, em diálogos informais com familiares, amigos e principalmente nas redes sociais e na mídia, percebe-se que o Mito da Beleza está mais vivo do que nunca, ainda que haja resistência em algumas partes.

A sociedade fez com que processos como esses fossem naturalizados e que pessoas que estão fora da bolha em que estamos inseridos, como da vida acadêmica universitária e de estudos feministas, não reflitam sobre essas opiniões mas não porque elas são incapazes, mas justamente porque esses processos se tornaram naturais e que já perpassaram por diversas gerações e foram feitos por mães, tias e avós.

Então, ainda que em um primeiro momento o tema pode causar estranhamento e se fazer pensar que esse problema não é meu e sim das mulheres que se submetem a intervenções cirúrgicas ou a adequação a indústria da beleza após realizar uma série de intervenções cirúrgicas eletivas através da tentativa de agradar quem vê para conseguir se agradar, deixo a frase da escritora Audre Lorde “Não sou livre enquanto outra mulher for prisioneira, mesmo que as correntes dela sejam diferentes das minhas.”

³⁵ <https://esbrasil.com.br/mercado-fitness/>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. **Poética**. Tradução: Eudoro de Souza. São Paulo: Ars Poética, 1992.

Bíblia Sagrada. Rio de Janeiro: Imprensa Bíblica Brasileira, 1980.

CONSOLIM, Verônica H. Segunda onda feminista: desigualdade, discriminação e política das mulheres. **Justificando**, 2017. Disponível em: <https://www.justificando.com/2017/09/14/segunda-onda-feminista-desigualdades-culturais-discriminacao-e-politicas-das-mulheres/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

COSTA, Jurandir F. **O Vestígio e a Aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

Diferença cai em sete anos, mas mulheres ainda ganham 20,5% menos que homens. **Censo 2021**, 2021. Disponível em: <https://censo2021.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/23924-diferenca-cai-em-sete-anos-mas-mulheres-ainda-ganham-20-5-menos-que-homens.html>. Acesso em: 12 abr. 2021.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.

DIAS, Patrícia. C. et al. Obesidade e políticas públicas: concepções e estratégias adotadas pelo governo brasileiro. **Cadernos de Saúde Pública**. 2017, v. 33, n. 7. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-311X00006016> . Acesso em: 07 jun. 2022.

ENGELS. Friedrich. **A Origem da Família, da Propriedade Privada e do Estado**. São Paulo: Centauro, 2002.

FEDERICI, Silvia. **O patriarcado do salário: Notas sobre Marx, gênero e feminismo**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

FERREIRA, Francisco R. **Os sentidos do corpo: cirurgias estéticas, discurso médico e saúde pública**. 2006. Tese (Doutorado em Saúde Pública) - Escola

Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/4465>. Acesso em: 10 de maio 2022.

FRAZÃO, Dilva. Simone de Beauvoir: Escritora e filósofa francesa. **Ebiografia**, 16 ago. 2021. Disponível em: https://www.ebiografia.com/simone_de_beauvoir/. Acesso em: 10 jun. 2022.

_____. Guy Debord: Escritor e cineasta francês. **Ebiografia**, 28 dez. 2020. Disponível em: https://www.ebiografia.com/guy_debord/. Acesso em: 10 jun. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1987.

GODOY, William. O que é mito? **Filosofia na escola**, 12 mar. 2021. Disponível em: <https://filosofianaescola.com/metafisica/o-que-e-mito/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

GUEDES, Mylena. Mulheres ganham 77,7% do salário dos homens no Brasil, diz IBGE: para cargos como gerentes e diretores, a diferença salarial entre homens e mulheres é ainda maior. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, 04 março de 2021. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/03/04/mulheres-ganham-77-7-dos-salarios-dos-homens-no-brasil-diz-ibge>. Acesso em: 12 abr. 2021.

IBGE. **Pesquisa Nacional por amostra de domicílios**: síntese de indicadores 2015. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>. Acesso em: 18 de jun. 2022.

IGLÉSIAS, Francisco. **A Revolução Industrial**. 6ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1985.

LENHARO, Mariana. Entenda o que é o hidrogel e quais são os riscos do procedimento: Produto esteve relacionado a problemas graves. Ele é regulamentado no Brasil, mas especialistas recomendam cautela. **G1**, São Paulo, 2 dez. 2014. Bem Estar. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/2014/12/entenda-o-que-e-o-hidrogel-e-quais-sao-os-riscos-do-procedimento.html>. Acesso em: 10 jun. 2022.

LORDE, Audre. **Sister Outsider: Essays and Speeches**. Crossing Press, 2007.

LOURENÇO, Taina. Cresce em mais de 140% o número de procedimentos estéticos em jovens. **Jornal da USP**, Ribeirão Preto, 11 jan. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-e-steticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/> . Acesso em: 10 jun. 2022.

NETTO, José Paulo; BRAZ Marcelo. **Economia Política: uma introdução crítica**. São Paulo: Cortez, 2011.

MAC, Aissa; RICCI, Larissa; PEREIRA, Maria Irenilda. Como as redes sociais aumentam a pressão estética sobre o corpo da mulher: Por trás do boom dos procedimentos em nome do corpo perfeito, o Brasil pouco expõe dos perigos, que, às vezes, terminam em morte. **Estado de Minas**, Minas Gerais, 4 out. 2020. #PRAENTENDE. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2020/10/04/interna_gerais,1191429/como-as-redes-sociais-aumentam-pressao-estetica-sobre-corpo-da-mulher.shtml . Acesso em: 10 jun. 2022.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política**. Livro I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MERCIER, Daniela. Lélia Gonzalez, onipresente. **El país**, SÃO PAULO, 25 out. 2020. Cultura, p. 1-1. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2020-10-25/lelia-gonzalez-onipresente.html>. Acesso em: 6 maio 2022.

ONU. **Mais igualdade para as mulheres brasileiras: caminhos de transformação econômica e social** – Brasília: ONU Mulheres - Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres, 2016.

PAIM, Marina Bastos; KOVALESKI, Douglas Francisco. Análise das diretrizes brasileiras de obesidade: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. **Saúde e Sociedade**: 2020, v. 29. Disponível

em:<https://doi.org/10.1590/S0104-12902020190227>. Acesso em: 07 de junho de 2022.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

PIRES, Estevão. Após nova cirurgia, Andressa Urach segue em estado grave no RS. **G1**, Rio Grande do Sul, 1 dez. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2014/12/com-infeccao-e-sedada-andressa-urach-esta-internada-em-uti-no-rs.html> . Acesso em: 10 jun. 2022.

SAFFIOTI, Heleieth. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. São Paulo: Expressão popular, 2013.

_____. **O poder do macho**. São Paulo: Moderna, 1987.

SCORCE, Carol. Quem foi Audre Lorde e o que ela nos ensina sobre autocuidado feminino: Hoje usada para vender batom, ideia nasceu de uma feminista lésbica para a autopreservação das mulheres negras. **Carta Capital**. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/quem-foi-audre-lorde-e-o-que-ela-nos-ensina-sobre-autocuidado-feminino/>. Acesso em: 14 jun. 2022.

SILVA, B. L.; CANTISANI, J. R. **Interfaces entre a gordofobia e a formação acadêmica em nutrição: um debate necessário**. Demetra, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 363-380, 2018. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/3331>. Acesso em: 08 jun. 2022.

VIEIRA, Bianca. **Mulheres negras no mercado de trabalho brasileiro: um balanço das políticas públicas**. Florianópolis, 2017. Disponível em: https://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499353872_ARQUIVO_Mulheresnegrasnomercadodetrabalhobrasileiro.pdf. Acesso em: 17 mar. 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.