

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

MARIANA ARANTES DE LIMA

Moldar e padronizar:
um estudo sobre o padrão estético feminino e as redes sociais

Uberlândia/MG

2025

MARIANA ARANTES DE LIMA

Moldar e padronizar: um estudo sobre o padrão estético feminino e as redes sociais

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Instituto de Ciências Sociais da Universidade
Federal de Uberlândia como requisito parcial para
obtenção do título de licenciando em Ciências
Sociais

Orientadora: Prof. Dra. Cristiane Aparecida
Fernandes da Silva

Uberlândia

2025

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a minha mãe Neida, que além de ser para mim uma grande inspiração e referência, sempre esteve presente ao meu lado, estimulando-me, colaborando e prestando apoio constante durante toda a minha trajetória acadêmica. Agradeço também minha companheira Letícia, uma das minhas maiores incentivadoras, esteve presente acompanhando-me e apoiando-me durante todo esse processo.

A querida professora Cristiane, minha orientadora, que foi muito paciente, atenciosa, comprometida e esteve presente prestando-me assistência durante todo o desenvolvimento deste trabalho, tornando assim possível a sua conclusão. A todos os professores do Instituto de Ciências Sociais da UFU que foram referências e contribuíram, diretamente, com a minha formação.

Agradeço também a meus colegas de turma e de curso que tornaram a graduação mais leve e divertida para mim, em especial a Nayad e a Thainá, que foram muito companheiras e compartilharam comigo as felicidades e angústias de toda essa trajetória e com quem pude construir uma amizade importante.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso busca analisar os padrões de beleza como instrumentos de manutenção da opressão de gênero e de controle social sobre as mulheres, trazendo essas reflexões para o atual contexto marcado por influências digitais. Objetivando compreender como os padrões estéticos, atualmente divulgados e reforçados pelas redes sociais, impactam na subjetividade feminina, reforçando estruturas e valores do controle patriarcal. A pesquisa foi dividida entre a parte conceitual, que articula as ideias de Bourdieu (2019), Foucault (2009), Beauvoir (2016) e Wolf (2022), para

compreender a construção social do corpo feminino e sua relação com as pressões estéticas, trazendo também Castells (1999) e Miskolci (2011) para contextualizar a discussão no ambiente das redes sociais, e a parte empírica realizada por meio da aplicação de um questionário com jovens estudantes usuárias do Instagram e do TikTok. A partir da revisão bibliográfica, da análise da dinâmica dessas redes e da aplicação do questionário, o trabalho destaca como os padrões estéticos têm sido reforçados no ambiente digital, contribuindo com a perpetuação de mecanismos sutis de opressão simbólica que mantêm as mulheres em um ciclo de insatisfação e subordinação.

Palavras Chave: padrão estético; gênero; mídias digitais

ABSTRACT

This final course project seeks to analyze beauty standards as instruments for maintaining gender oppression and social control over women, bringing these reflections to the current context, which is marked by digital intentions. The objective is to understand how aesthetic standards, currently disseminated and reinforced by social networks, impact female subjectivity, reinforcing structures and patterns of patriarchal control. The research was divided between the bibliography, which articulates the ideas of Bourdieu (2019), Foucault (2009), Beauvoir (2016), and Wolf (2022) to understand the social construction of the female body and its relationship with aesthetic pressures, also bringing in Castells (1999) and Miskolci (2011) to contextualize the discussion within the environment of social media, and the empirical part carried out through the application of a questionnaire with young students who use Instagram and TikTok. Based on the literature review, analysis of the dynamics of these networks, and the application of the questionnaire, the study highlights how aesthetic standards have been reinforced in the digital environment, contributing to the perpetuation of subtle mechanisms of symbolic oppression that keep women in a cycle of dissatisfaction and subordination.

Keywords: aesthetic standards; gender; digital media

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. CORPOS FEMININOS E PADRÃO ESTÉTICO	9
2.1 Corpo feminino e sociedade	9
2.2 Controle dos corpos femininos e padrão estético	11
2.3 Padrão estético na Era Digital	16
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	19
4. ESTUDO EMPÍRICO SOBRE PADRÃO DE BELEZA E REDES SOCIAIS	21
4.1 Redes sociais e padrão estético	21
4.2 As plataformas Instagram e TikTok e a comercialização da estética feminina	29
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
APÊNDICE I - Gráficos	36
APÊNDICE II- Perguntas do questionário.....	44

1. INTRODUÇÃO

A construção da beleza liga-se, histórica e diretamente, às relações de poder, sendo moldada pelas estruturas patriarcais e pela lógica do sistema capitalista. Nesse sentido, nota-se que os padrões de beleza têm desempenhado um papel central na manutenção das dinâmicas sociais, especialmente no que se refere ao controle dos corpos e do imaginário feminino. Assim, em uma sociedade marcada pelo consumo e pela influência da mídia, o ideal estético não apenas reforça o imaginário social, mas também atua como um mecanismo de controle que subjuga as mulheres e as condiciona a uma dinâmica social que lucra com sua insatisfação.

Em sua obra intitulada “O mito da beleza”, a escritora feminista Naomi Wolf (2022) analisa os padrões estéticos como resultado de construções históricas e ideológicas, que reafirmam dinâmicas de poder, cuja ação na sociedade atual assume a forma de mecanismos de controle social contra as mulheres. Nestes termos, os ideais de beleza são construções sociais, moldadas por relações de poder, normas culturais e interesses econômicos, sendo um ponto principal na manutenção da subordinação e do controle sobre as mulheres e seus corpos.

A mídia e a indústria da beleza criam no imaginário coletivo a noção de que o corpo idealizado é um requisito para o sucesso social e a realização pessoal. Esse ideal, forjado para atender demandas sociais e mercadológicas, torna-se uma meta inatingível e geradora de um ciclo contínuo de insatisfação, inferiorização e subordinação feminina. Desse modo, a pressão estética atua como um tipo de “dominação simbólica” com impacto sobre o corpo e a liberdade das mulheres. Seguindo essa linha de análise, o corpo feminino foi sendo moldado e controlado pela esfera social, sendo ajustado para atender ao padrão, como argumenta Bourdieu (2019): os corpos são moldados de acordo com as imposições culturais, refletindo valores sociais, no contexto de uma sociedade que valoriza a aparência como “capital simbólico”; tais ideias acabam refletindo também no corpo das mulheres.

No contexto atual, a pressão estética é amplificada pelas ferramentas contemporâneas de comunicação, que atuam disseminando e reafirmando padrões estéticos hegemônicos. Nesse cenário, as redes sociais funcionam como vitrines de visibilidade, nas quais as mulheres, por meio dos seus corpos, tornam-se,

simultaneamente, consumidoras e criadoras das imagens propagadas nessas redes. São criados e expostos, constantemente, uma série de conteúdos que moldam o imaginário feminino e vendem corpos idealizados como sinônimo de aceitação e satisfação, internalizando uma necessidade de adequação e transformando o controle externo em auto-vigilância, nos termos de Foucault (2009). Esse controle símbolo, que acaba fazendo sentido inclusive para a própria subjetividade das mulheres, exige delas investimento em tempo, energia e recursos financeiros em suas aparências, sendo responsável por reforçar a opressão de gênero de maneira mais sutil, perpetuando relações de submissão e insegurança.

Portanto, este trabalho busca refletir sobre os padrões estéticos como uma ferramenta de manutenção da opressão de gênero e de controle social sobre as mulheres, trazendo essa discussão para o contexto atual marcado pela tecnologia e pela interação social nos ambientes digitais. Pretende-se compreender como a disseminação de ideais de beleza ultrapassa uma questão fútil ou restrita à dimensão estética, implicando sobretudo uma forma consolidada de controle que fortalece e perpetua estruturas patriarcais de poder e dominação.

Com esta perspectiva, propõe-se a realização de uma pesquisa virtual com jovens mulheres brasileiras, usuárias ativas de redes sociais. Para tanto, além da aplicação de questionário, a parte empírica da investigação analisa o ambiente e a dinâmica das redes sociais, com destaque para o Instagram e o TikTok, buscando compreender como essas redes impactam na relação das mulheres com sua subjetividade e com a sociedade em um contexto de imposição dos padrões de beleza.

No âmbito da pesquisa bibliográfica, este trabalho dialoga com Bourdieu (2019) para tratar da construção social do corpo, aborda também noções apresentadas por Foucault (2009) para discutir sobre o controle e a subordinação imposta aos corpos femininos e traz as reflexões de Beauvoir (2016) para fazer o recorte de gênero. Nestes termos, as reflexões apresentadas por Naomi Wolf (2022) são centrais para compreender os padrões estéticos como ferramentas que exercem esse controle. Ademais, faz-se

referência também à autores como Castells (1999) e Miskolci (2011) para contextualizar e trazer essa discussão para o atual cenário da tecnologia da informação e da comunicação.

2. CORPOS FEMININOS E PADRÃO ESTÉTICO

2.1 Corpo feminino e sociedade

Na abordagem das Ciências Sociais, corpo não se limita ao aspecto biológico, mas a várias outras dimensões que ele engloba. Ao tratar desse tema, o antropólogo Marcel Mauss (2003) afirma a existência de construção social por traz do corpo, que reflete os valores culturais. A cultura, por meio do aprendizado, é responsável por determinar as posturas corporais. Desse modo, é pela educação corporal que a estrutura social é introjetada nos indivíduos, assim, eles são preparados para a vida em sociedade (Mauss, 2003).

O sociólogo Pierre Bourdieu (2019) também entende o corpo humano não apenas por sua constituição biológica, mas, notadamente, como um produto social, moldado pelas normas, valores e práticas da sociedade. De acordo com o autor, as estruturas sociais são inscritas no corpo, que, com o decorrer do tempo e por meio das práticas cotidianas, internaliza e reproduz as normas sociais e as relações de poder e dominação.

Nesse sentido, ao optar por um recorte a respeito do corpo feminino, este texto parte da noção de que a classificação "masculino e feminino" não é produto direto de condições biológicas, mas de construções sociais. A importante filósofa feminista Simone de Beauvoir (2016), em sua clássica obra “O Segundo Sexo”, afirma:

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de feminino (idem, p. 9)

Diante disso, a partir da construção do corpo, nota-se que ser mulher consiste, efetivamente, em uma condição social, uma construção moldada por determinados padrões de conduta. Logo, ao tratar dos corpos femininos, este texto corrobora com a sua desnaturalização, valendo-se da noção central de que o feminino não resulta apenas das

condições biológicas e essencialismos, mas de construções sociais. Essa noção nos permite compreender o porquê de o corpo feminino ser marcado por intensa opressão e controle e também que não se pode pensá-lo em dissonância de moldes sociais como o patriarcalismo.

O patriarcalismo pode ser definido como um sistema de organização social, no qual os papéis de gênero são rigidamente definidos, sendo baseado, notadamente, na dominação dos homens sobre as mulheres, em praticamente todas as esferas da vida social e privada. Engels (2000) associa o início desse sistema ao surgimento da propriedade privada e mostra como a formação de núcleos familiares individuais foram responsáveis por uma transformação na estrutura social que acabou favorecendo o protagonismo e centralidade do sexo masculino. Além disso, o sociólogo aponta esse molde social como o responsável pela imposição do casamento sobre às mulheres, o controle acerca da sexualidade e da reprodução feminina, consolidando socialmente a subordinação feminina.

A estrutura formada a partir dos moldes patriarcais foi responsável por limitar a participação política, econômica e social das mulheres. Nesse cenário, as relações de gênero foram organizadas hierarquicamente e apropriadas por discursos religiosos, morais e científicos como forma de legitimar a dominação masculina e o controle sobre os corpos femininos, tornando-os submissos aos interesses do sistema. Essa lógica persistiu e se aprofundou nas sociedades ocidentais ao longo da Antiguidade, da Idade Média e da modernidade, sendo que as primeiras mudanças só foram sentidas após a tomada de consciência e ação feminina desenvolvida no decorrer do século XIX com o início da consolidação de um movimento político e social de mulheres (Perrot, 1998).

Historicamente, os privilégios foram concedidos aos homens, já as mulheres têm ocupado uma posição subserviente, tornando-se um objeto, passivo das vontades masculinas. De acordo com Bourdieu (2019), a “dominação masculina” é uma forma de "violência simbólica" sofrida pelas mulheres, mascarada nas relações e, muitas vezes, invisível inclusive para as vítimas. Para Bourdieu:

A força simbólica é uma forma de poder que se exerce sobre os corpos diretamente e, como que por magia, sem qualquer coação física; mas essa magia só atua com predisposições colocadas, como molas propulsoras, na zona mais profunda dos corpos (Bourdieu, 2019, p. 50)

Segundo esse sociólogo, a estrutura social é responsável por exercer uma dominação sobre o corpo feminino valendo-se de suas instituições como o Estado, a família, a igreja e a escola, para introjetar seus moldes de maneira, aparentemente, natural, fazendo com que os próprios dominados incorporem e reproduzam suas normas e padrões. Diante disso, pode-se dizer que os significados que englobam o corpo feminino estão, direta e indiretamente, relacionados ao meio social.

Nessa perspectiva, é possível mencionar a existência de determinado “padrão corporal” pregado pela sociedade, imbuída de certo controle sobre esses corpos. Há na sociedade uma série de aprendizados que incorporam valores, regras e orientações de comportamento e conduta nos indivíduos, ou seja, no meio social existem mecanismos de disciplina e controle (Rodrigues, 1979). Foucault (2009) adverte sobre o poder do mecanismo de controle e moldagem dos corpos, submetidos através da disciplina, que torna os indivíduos mais obedientes e mais úteis aos interesses daqueles que querem controlá-los.

Assim, diante dessa construção histórica e social, durante o decurso do tempo, o corpo feminino foi alvo de duras pressões, expectativas e controle simbólico, social e político. No contexto patriarcal, dominado pelo masculino, as mulheres são submetidas à rígidas restrições que regulam desde sua aparência até sua liberdade de expressão. Essa vigilância não se limita apenas ao julgamento moral, ela é reforçada por políticas e leis que atuam como ferramentas de poder para manter a desigualdade, restringir a liberdade e autonomia feminina, moldando e disciplinando seus corpos para continuarem servindo aos interesses do sistema.

2.2 Controle dos corpos femininos e padrão estético

Diante da vertente de pensamento que concebe o corpo a partir de valores e influências sociais e da proposição tecida por Foucault (2009) de que os corpos podem

ser modelados e disciplinados para se tornarem obedientes e úteis àqueles que desejam seu controle, já tratadas anteriormente, percebe-se que tal controle sobre os corpos femininos consiste em uma questão estrutural resultante do patriarcado, tendo por objetivo manter relações de poder e dominação.

No transcorrer da história, esse controle e regulação já assumiu as mais diversas formas, nos séculos XV e XVI, por exemplo, os primeiros debates acerca do corpo feminino pertenciam à esfera religiosa e moral, que rotulava o corpo das mulheres como algo privado e voltado apenas ao casamento e à maternidade, sendo exigido dele a castidade, o recato e uma postura que simbolizasse pureza e obediência (Frederici, 2019).

Nessa perspectiva, não se pode pensar a construção entorno do corpo feminino sem salientar sua relação com a divisão sexual do trabalho, tendo em vista que nas sociedades ocidentais, como fruto do patriarcado, o trabalho doméstico é, prioritariamente, destinado às mulheres. O corpo feminino era confinado ao privado, sendo destinado ao ambiente doméstico, cuidando e executando tarefas tratadas e naturalizadas como papel da mulher. Essa naturalização do trabalho doméstico, como uma função feminina, foi responsável por invisibilizar tais tarefas, o que tornou as relações de trabalho divididas e hierarquizadas entre os gêneros, relegando as mulheres a uma condição subalternizada e subserviente, excluindo-as da economia e das políticas públicas (Frederici, 2019).

A primeira grande mudança nessa condição feminina ocorreu nos séculos XVIII e XIX com a Revolução Industrial, quando as mulheres começaram seu ingresso no trabalho fabril. Engels (2000) destaca o caráter contraditório dessa inserção, que permitiu às mulheres participarem mais ativamente da economia e terem acesso à renda, todavia também as submeteu à jornadas de trabalho exaustivas e condições insalubres. Rodrigues (2009) destaca que, nesse período, as mulheres eram, frequentemente, submetidas a um ambiente de trabalho extremamente hostil e exploratório, o que reforçava sua posição de subalternidade social. Entretanto, esse mesmo autor afirma que essa nova realidade foi responsável por impulsionar nas mulheres à conscientização sobre seus papéis sociais historicamente impostos, e seria esse processo de conscientização o responsável por

levá-las a se organizarem em movimentos sociais pela defesa da igualdade e busca por direitos.

De acordo com a historiadora norte-americana Louise Tilly (1994), a história das mulheres está, intrinsecamente, relacionada à busca por reconhecimento e ao Movimento Feminista. Este movimento, consolidado no século XX, é considerado um marco na construção de uma perspectiva histórica que leva em conta os direitos das mulheres. A partir dessas mobilizações feministas, o cenário a respeito do corpo feminino e de seu entorno começaram a sofrer transformações. No início do século XX, parte significativa dos trabalhadores brasileiros eram mulheres que, de certa forma, já se mobilizavam. Segundo Rago (2010), nesse período, as mulheres começaram a utilizar da imprensa operária como meio de denúncia contra os abusos sofridos dentro das fábricas, além de questionar as condições que lhes eram impostas.

As transformações começaram a surgir, de forma mais efetiva, a partir de 1960, com a chegada da Segunda Onda Feminista. Com destaque para pensadoras como Simone de Beauvoir (2016), Betty Friedan (2020) e Nancy Fraser (2019), esse movimento trouxe à tona debates ligados à autonomia do corpo e à sexualidade feminina. Neste contexto, de acordo com Fraser (2019) a luta das mulheres se fez mais presente nos espaços públicos e foi, de forma gradativa, questionando e buscando romper com a mentalidade do corpo feminino idealizado pela sociedade patriarcal, que o destinava ao casamento, à maternidade e a uma vida subserviente, sem espaço para liberdade, desejo e prazer. As mobilizações feministas desse período resultaram em mudanças legais significativas, como a legalização do divórcio em diversos países e a ampliação do acesso à métodos contraceptivos.

Apesar de toda a mobilização das mulheres e de tantos avanços conquistados no decorrer da história, ainda não se pode afirmar que foram suficientes para reivindicar por completo a liberdade dos corpos femininos, e muito menos que já estejam livres de controle e dominação. Isso se deve ao fato de que, como apresentado alhures, o controle sobre corpos femininos está, imediatamente, ligado a uma questão estrutural que busca manter o poder e a dominação do sistema patriarcal ao limitar a autonomia das mulheres.

Dessa feita, o que se coloca em questão aqui é o modo como essa estrutura conseguiu perpetuar-se ao longo das transformações políticas e de mentalidades dos últimos séculos e como ainda se mantém na contemporaneidade.

Beauvoir (2016) assevera que as mulheres são educadas desde cedo para enxergarem seus corpos como objetos de avaliação. De acordo com essa filósofa, “o corpo feminino é vivido como uma prisão, pois a mulher é condicionada a vê-lo como um fardo, um obstáculo à sua liberdade” (idem, p. 292).

Ao afirmar o aprisionamento do corpo feminino, Beauvoir (2016) evidencia a forma como a sociedade impõe à mulher uma relação de alienação com o seu próprio corpo, tornando-o sinônimo de opressão. Diante dessa visão, é possível destacar o efeito nocivo da pressão impingida sobre os corpos femininos, levando as mulheres a perceberem seu corpo não como um meio de ação e autonomia, mas como um obstáculo, uma limitação a sua plena liberdade, já que ele deve ser corrigido e contido, transformando-se em objeto de vigilância e restrição. Isso ocorre, por exemplo, diante das cobranças e expectativas acerca da aparência feminina, que tem se mantido presente no decurso da história até os dias atuais.

Naomi Wolf (2022) argumenta que diante de todas as conquistas da luta feminista, as mulheres alçaram maior espaço e desafiaram muitos dos preceitos patriarcais, não obstante, foram erigidos novos mecanismos de dominação para continuar mantendo-as subordinadas, mesmo que de maneira mais sutil e inconsciente. De acordo com a autora, o principal deles é a imposição de padrões de beleza idealizados, o chamado “mito da beleza”, classificado por ela como uma forma de opressão moderna, elaborada para condicionar as mulheres a relacionarem seu valor à aparência e transformar a busca pela beleza uma prioridade constante. Essa lógica faz com que muitas mulheres gastem seu tempo, energia e recursos na tentativa de alcançarem essa estética irreal e inatingível, tornando o corpo feminino um fardo, um motivo de preocupação e vigilância e, conseqüentemente, um entrave a sua liberdade, assim como descreveu Beauvoir (2016).

Conforme Wolf (2022), a opressão feminina deriva não apenas de barreiras políticas e jurídicas, como leis restritivas de direitos ou falta de representação em cargos

de poder, mas também de um controle simbólico, que se manifesta, por exemplo, na existência de padrões estéticos rígidos perpetuadores da submissão e controle sobre as mulheres. Segundo ela:

A pressão estética sobre as mulheres funciona como um mecanismo de controle social; padrões de beleza inatingíveis perpetuam a insegurança, desviam energia e recursos e mantêm as mulheres em um ciclo constante de autovigilância e insatisfação. (Wolf, 2022, p. 36)

Essa vertente de pensamento é fundamental para a discussão proposta nesta pesquisa, pois a partir dela podemos refletir acerca da submissão do corpo feminino aos padrões estéticos, criados e disseminados pela sociedade patriarcal, agindo como um mecanismo de controle social cerceador da real emancipação das mulheres. Tal estereótipo é moldado com o intuito de acorrentar o valor da mulher enquanto indivíduo ao seu nível de adaptação a esse padrão, o que condiciona as mulheres a um processo de submissão, no qual elas se sujeitam voluntariamente à opressão, direcionando seus esforços e expectativas à satisfação desse sistema.

Nesse sentido, o padrão imposto aos corpos femininos não se limita a uma busca estética, implica essencialmente todo um sistema de controle social que disciplina as mulheres. Esse processo não incide apenas em âmbito individual, ele amplifica-se como um mecanismo de poder no sistema, transformando a busca pela beleza em um instrumento de docilização e subordinação desses corpos. Como Foucault (2009) argumenta, a disciplina imposta aos corpos não apenas os normaliza, mas os torna produtivos dentro de uma estrutura que reforça hierarquias sociais e de gênero. Destarte, o imperativo de um padrão de beleza feminino não se reduz à estética, trata-se de uma estratégia de controle que mantém as mulheres dentro de um modelo de comportamento esperado, restringindo sua autonomia e reforçando sua posição social de subserviência.

Portanto, para o foco deste trabalho, essas reflexões nos auxiliam a compreender como as expectativas e normas sobre o corpo feminino são, efetivamente, formas de perpetuar a opressão e reforçar a estrutura patriarcal, que mantém as mulheres em uma posição subordinada e inferior. Todo esse contexto é tirânico por criar um mecanismo que

se faz presente no imaginário coletivo, cuja ação, ainda que de modo sutil e inconsciente, oprime e limita as mulheres.

2.3 Padrão estético na Era Digital

A partir do arcabouço teórico delimitado até aqui, percebe-se que o ideal de beleza não é algo natural ou universal, mas derivado de construto social, moldado por relações de poder, normas culturais e interesses dominantes. Esses padrões marcaram as gerações femininas, ao longo dos séculos, agindo como instrumentos de dominação velada e simbólica que limitou a liberdade dessas mulheres e seu pleno controle sobre seus corpos (Wolf, 2022).

Na contemporaneidade, as tecnologias da informação, como apresentado por Castells (1999), transformaram os processos de socialização, tanto individual quanto coletivo, pois são capazes de mediar e influenciar a comunicação, as interações e a disseminação de informações. De acordo com o autor, essa inovação foi capaz de gerar tantas transformações devida a sua capacidade de introduzir-se na vida cotidiana. A velocidade de disseminação e universalidade dessas novas tecnologias fizeram com que elas se interligassem ao cotidiano, tornando-se uma ferramenta básica, essencial e naturalizada. Tais inovações passaram a exercer grande influência nas formas em que os indivíduos se relacionam entre si e com seus próprios corpos. Nesse cenário, questões como a pressão e o padrão estético ganharam nova expressão e alcance, tendo sua dinâmica de alienação potencializada nesse novo contexto de socialização.

O atual cenário comunicacional, marcado pelo surgimento e popularização das redes sociais, pode ser relacionado ao conceito de cultura, formulado por Jenkins (2011), que descreve as transformações tecnológicas, culturais e sociais pela forma como os meios de comunicação se integram na sociedade, fazendo com que o consumidor midiático contemporâneo seja, cada vez mais, ativo e não apenas um mero receptor. Tem-se, por consequência, a transição de uma era de meios de comunicação de massa para uma era na qual, por suposto, qualquer indivíduo pode tornar-se produtor de conteúdo, tendo seus próprios telespectadores. Nestes termos, se antes os padrões de beleza eram

ditados por revistas e pela televisão, hoje eles são apresentados pelas redes sociais, algoritmos, "tendências virais" e são disseminados e divulgados pelos próprios indivíduos que são seus usuários-consumidores.

Diante disso, atualmente, as redes sociais têm um papel fulcral na disseminação e manutenção dos padrões estéticos, pois hoje são os principais meios de consumo e compartilhamento de conteúdos midiáticos, colocando os próprios indivíduos e seu corpo no centro de toda essa dinâmica (Sibila, 2008). Isso pode ser observado pela forma de uso das redes mais famosas atualmente, como os aplicativos Instagram e o TikTok, cujo foco principal é a divulgação de imagens. Nesses contextos, os usuários se definem a partir dessas imagens, sendo seus corpos expostos ao julgamento e análise do outro.

A centralidade ocupada pela imagem nas redes sociais leva o corpo a ser, paulatinamente, construído como uma mercadoria visual, moldado para agradar o olhar alheio. Essa realidade, composta por aplicativos que permitem modificar o rosto e o corpo, com o uso de filtros e imagens cuidadosamente aprimoradas, contribui para a construção de uma estética artificial e padronizada que se apresenta como um ideal a ser seguido e cultuado. Tal estética instaura um padrão amplamente reproduzido, desejado e internalizado, levando os indivíduos, especialmente as mulheres que já sofrem com uma maior pressão estética, a serem alvos de constante insatisfação e sofrimento (Souza; Duarte, 2020).

Desse modo, pode-se dizer que no contexto atual, os padrões estéticos e o seu controle sobre os corpos femininos continuam existindo, todavia, agora de maneira ainda mais enraizada e presente nas novas relações. Na era digital, esse controle assume novas formas, com tecnologias da informação potentes promovendo uma estética padronizada e irreal, geradora de insatisfação, ansiedade, insegurança e uma relação alienada e nociva das mulheres com o seu próprio corpo. As redes sociais, junto com toda sua lógica de valorização da imagem, fazem com que o corpo seja, constantemente, exposto, julgado e comparado, intensificando a vigilância das mulheres sobre sua aparência. Logo, esse novo cenário não apenas reafirma o controle sobre os corpos femininos, como também atua

reafirmando os mecanismos estruturais de dominação de gênero, mas agora com o auxílio, em tempo integral, da tecnologia digital em dispositivos móveis na palma da mão.

Se em um parâmetro geral, ao longo da história, as mulheres já se sentiam pressionadas e, muitas vezes, desconfortáveis em relação a sua aparência, com uma mídia não tão presente, hoje com todas as tecnologias e a forte presença das mídias digitais em seu cotidiano, elas são, constantemente, bombardeadas com estéticas idealizadas, rotinas rígidas, produtos milagrosos e uma ideia de sucesso e realização, intimamente, ligada à aparência.

Diante disso, o que cabe para esta análise é observar como a nova dinâmica digital tem agido na manutenção desse controle estético, buscando apreender de que forma e até que ponto as redes sociais são capazes de influenciar e agir sobre as mulheres e sua percepção acerca dos seus próprios corpos. Para assim, compreender as configurações dos mecanismos de controle e dominação reafirmados pela tecnologia na subjugação das mulheres.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa empírica deste trabalho de conclusão de curso foi desenvolvida com base nos pressupostos da Sociologia digital, um campo emergente que analisa como as práticas sociais são configuradas e expressas por meio das tecnologias digitais. A Sociologia digital permite compreender fenômenos sociais contemporâneos a partir da observação e interpretação de interações mediadas por dispositivos e plataformas digitais, especialmente redes sociais, fóruns e outros espaços virtuais de circulação de informação e formação de identidade (Recuero, 2020).

Trata-se de uma pesquisa com abordagem quantitativa e qualitativa, de caráter exploratório e descritivo. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário estruturado, elaborado com questões fechadas e abertas, aplicado por meio da plataforma Google Forms. A pesquisa foi direcionada a mulheres estudantes do Ensino Médio e do Ensino Superior de instituições públicas e privadas da cidade de Uberlândia, Minas Gerais, com idades entre 15 e 30 anos, ativas nas redes sociais, justamente com o objetivo de investigar a influência das redes sociais na construção de seus ideais estéticos e na percepção de seus próprios corpos.

A escolha pela aplicação online do questionário justifica-se tanto pela facilidade de acesso quanto pela coerência com o objeto de estudo, uma vez que as questões abordadas remetem ao comportamento em ambientes digitais. A divulgação e distribuição do questionário foi feita também de forma on-line, pelas redes sociais e grupos virtuais, buscando espaços, como grupos acadêmicos ou grupos só de mulheres, onde o público-alvo da pesquisa encontra-se ativo.

A coleta dos dados foi realizada entre abril e julho de 2025 e contou com a participação de 38 respondentes, um número relativamente baixo, mas razoável, tendo em vista que diante da falta de contato direto, é possível apenas solicitar que se responda o questionário, ficando, de certa forma, refém do interesse do público, questão com a qual encontrei certa dificuldade. Levando isso em consideração e somando ao fato de que tive receio de não dispor de tempo suficiente para a análise dos dados e escrita do trabalho, optei por encerrar esse processo e seguir com o que obtive de dados dentro desse tempo,

mesmo não sendo a quantidade esperada. Não obstante, vale notar que as respostas dos questionários trouxeram pistas interessantes para se repensar vários dos aspectos tratados no arcabouço teórico deste estudo.

Quanto à análise, as respostas fechadas foram interpretadas com base na estética descritiva (Gil, 2019), adequada para fazer a síntese de dados quantitativos, já as questões trazidas pelas respondentes no campo aberto foram examinadas por meio da análise de conteúdo (Bardin, 2016), que permite sintetizar essas falas e interpretá-las gerando sentido na pesquisa. De maneira geral, os dados coletados foram analisados com base na Sociologia digital (Miskolci, 2011), considerando não apenas a objetividade das respostas, mas também os sentidos totais e as percepções do ambiente virtual. Na execução da pesquisa empírica foi priorizada a análise de perguntas que possibilitaram compreender questões como a ideia das respondentes sobre como a estética e os padrões de beleza aparecem e são tratados no ambiente das redes sociais e a capacidade de influência das redes sociais sobre a percepção dessas mulheres sobre seus próprios corpos, seu comportamento quanto a sua aparência e hábitos de consumo. Questões considerados importantes para cumprir os objetivos propostos pela pesquisa.

4. ESTUDO EMPÍRICO SOBRE PADRÃO DE BELEZA E REDES SOCIAIS

4.1 Redes sociais e padrão estético

Com base na observação das dinâmicas de interação e comportamento nesses ambientes virtuais, juntamente com as respostas obtidas pela pesquisa empírica deste trabalho, foi possível elucidar algumas questões que serão destacadas neste capítulo.

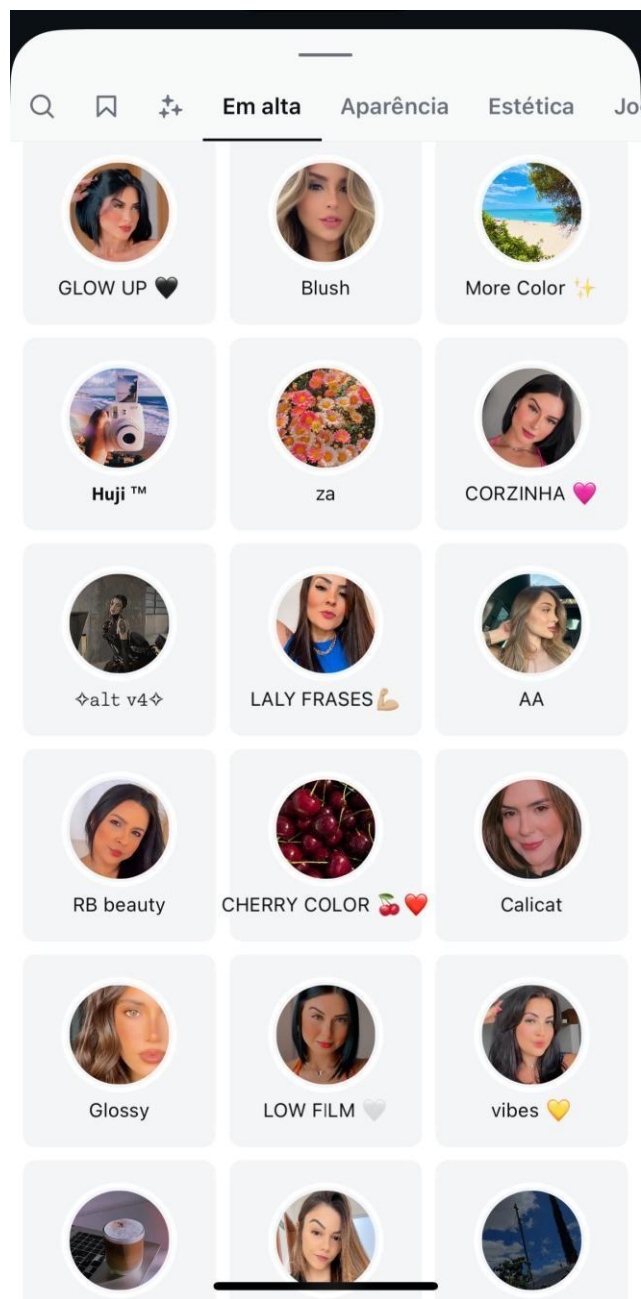
A princípio, a partir do questionário aplicado, que tomou o Instagram e o TikTok como as principais redes utilizadas pelas respondentes e dado o espaço e a relevância assumidos por essas plataformas na atualidade, elas foram tomadas como referência para compreender como se constroem e disseminam as ideias estéticas dentro dos ambientes digitais.

Para o contexto deste estudo, o que mais importa é a dinâmica dessas duas redes e a forma como elas criaram ambientes nos quais a estética assume uma posição de relevo. No que tange à interface e à dinâmica das redes sociais analisadas, deve-se destacar, em razão da proporção e do espaço que comportam na vida cotidiana de suas usuárias, que a principal observação reside no fato dessas plataformas desempenharem um papel central na construção das ideias e percepções individuais e coletivas a respeito da estética e do corpo.

Nesta análise, percebeu-se que tanto o Instagram, quanto o TikTok, embora sejam redes diferentes, com seus próprios estilos, organização e propostas distintas, guardam vários pontos em comum. Ambas as redes têm diversos conteúdos sobre beleza, maquiagem, cuidado com a pele e rotina de exercícios físicos, além de uma dinâmica de vitalização rápida e responsável por disseminar diversas das tendências estéticas atuais. Outro ponto é que as próprias redes contam com filtros, editores e recursos que modificam desde a tonalidade ou contraste de fotos, até a correção de imperfeições e mesmo mudanças e “aprimoramento” estético na imagem da pessoa exibida como modelo. Embora apresentem um discurso de espontaneidade e uma forma de representar a realidade, tais plataformas recorrem a edições que produzem conteúdos totalmente

editados, criando uma realidade alterada e uma estética corporal feminina artificial, logo, inalcançável.

Figura 1 – Lista de filtros mais usados no Instagram



<https://www.instagram.com>

Figura 2 – Lista de filtros mais usados no Tiktok



Descubra efeitos

Q Populares



cybershot light makeup
88,3M vídeos



Natural Blue Tone
13,9M vídeos



hawaii flower
97,1M vídeos



Nose Piercing
13,2M vídeos



BONITA
3,8M vídeos



classic
77,1M vídeos



Ranking Hugs by D.A.
1,8M vídeos



green eyes💎💕
2,3M vídeos



<https://www.tiktok.com>

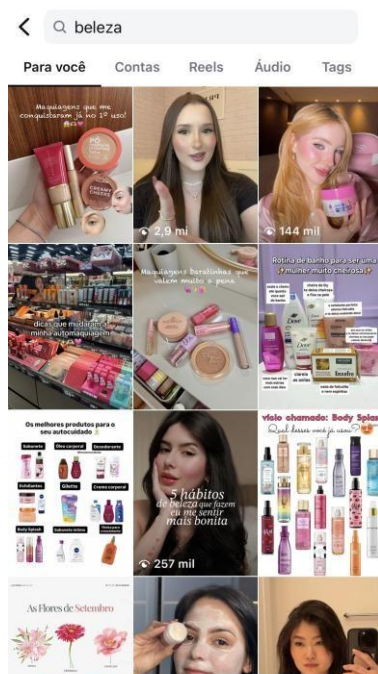
Como pode ser observado nas duas figuras apresentadas acima, que contêm alguns dos filtros mais populares no Instagram e no TikTok, a maioria é voltada ao público feminino e resultam de edições sobre a imagem, suavizando, adicionando efeitos de maquiagem ou modificando os traços originais, para que fiquem mais próximos do perfil estético esperado nessas redes.

A lógica de seus algoritmos e ferramentas, como é o caso dos filtros, favorecem a visibilidade e alcance de determinados perfis, conteúdos e aparências, gerando um processo de padronização e reforçando ideias estéticas que se tornam referências para milhões de usuárias. Como apresentado por Souza e Duarte (2020), essas redes são responsáveis por amplificar valores de uma estética que já é dominante, ao mesmo tempo que inviabiliza corpos e traços fora de um modelo padrão.

Quando se pesquisa pelo termo “beleza” na aba de buscas de ambas as plataformas isso fica mais evidente, pois os conteúdos sugeridos pelas próprias plataformas seguem um padrão: mulheres brancas, magras, de cabelos lisos e traços caucasianos. Além disso, é possível observar também resultados com sugestões de produtos e dicas para atingir a estética desejada.

Figura 3 - Interface da busca por “beleza” no Instagram (primeira à esquerda)

Figura 4 – Interface da busca por “beleza” no TikTok (segunda à direita)



<https://www.instagram.com>



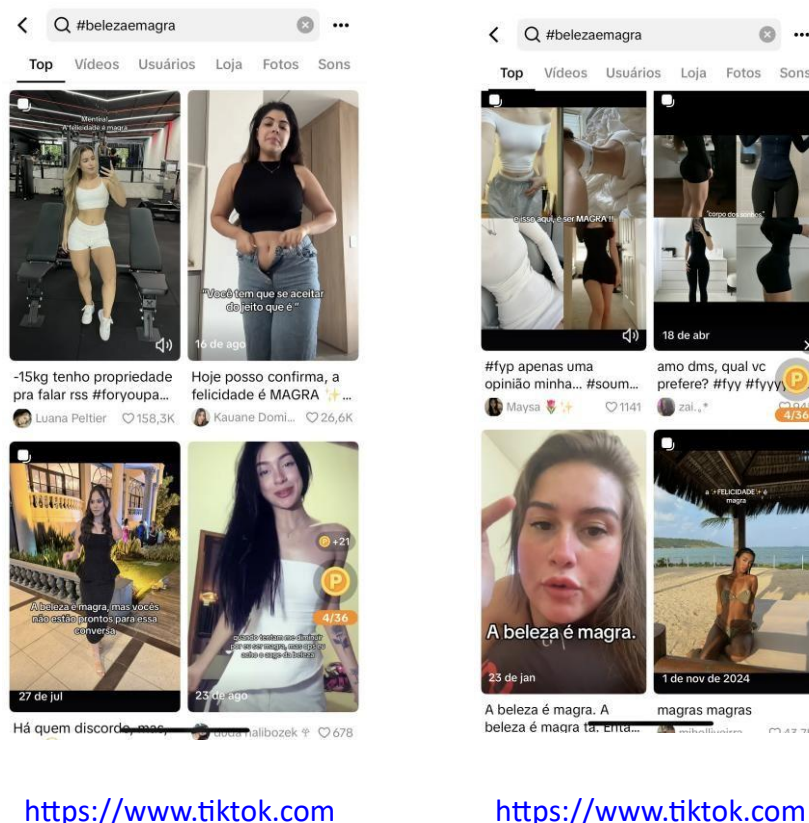
<https://www.tiktok.com>

Desse modo, plataformas extremamente populares, como é o caso do Instagram e do TikTok, são espaços nos quais a construção de identidades visuais e a exposição da aparência física são deveras relevantes, o que, ao lado da disseminação e valorização de uma estética ideal, reforça as comparações, o sentimento de inadequação e a busca pelo aperfeiçoamento da aparência, em especial para as mulheres que, como apresentado alhures, são historicamente mais afetadas do que os homens pelas questões ligadas à beleza e à estética.

Um exemplo dessa perspectiva é um conteúdo que, recentemente, viralizou na plataforma do TikTok com a *#abelezaémagra*, que consistiu em uma série de postagens nas quais as usuárias eram encorajadas a postar fotos de seus corpos magros com a frase “A beleza é magra”. Algumas dessas mulheres, aproveitaram dessa repercussão para postar fotos do seu antes e depois de passar por um processo de emagrecimento, validando a ideia de que, realmente, a felicidade só pode ser alcançada se o seu corpo estiver dentro desse padrão de magreza. Isso demonstra o poder de alcance dessas redes sociais em centralizar e disseminar ideias como essa e, assim, reforçar padrões estéticos.

Figura 5 - Interface da busca pela *#abelezaémagra* no TikTok (primeira à esquerda)

Figura 6 - Mais resultados da busca #abelezaémagra no TikTok (segunda à direita)



A valorização de uma estética dominante também foi observada na análise das respostas obtidas com a aplicação dos questionários nesta pesquisa, nos quais 69% das participantes reconhecem que, apesar de alguma diversidade, ainda há um padrão dominante de beleza nas redes sociais (Gráfico 1, Apêndice I). Além disso 74% das respondentes consideram o ideal de beleza online inacessível à maioria e 13% acham que ele só é possível com mudanças significativas, seja por meio de dietas, uma rotina de cuidados e até mesmo procedimentos e cirurgias estéticas (Gráfico 2). Esses pontos mostram que essas mulheres têm consciência da padronização estética nas redes e estão cientes sobre a inacessibilidade desse padrão, rompendo, assim, com a ideia de uma total alienação, ao se colocarem a par dessa dinâmica.

Não obstante, mesmo diante dessas afirmações, quando questionadas sobre quais os conteúdos mais consomem nas redes: beleza, moda e maquiagem são os tópicos favoritos (Gráfico 3), ainda 66% delas afirmam seguir influenciadoras digitais ou celebridades de beleza/moda/estética feminina (Gráfico 4). Demonstrando que, mesmo conscientes, parte das mulheres continuam a consumir conteúdos voltados à estética e à aparência, levando a refletir sobre como essas questões ainda são intimamente relacionadas à construção social do feminino e a sua performance esperada (Beauvoir 2016).

Nesse sentido, outro ponto observado com a aplicação do questionário e que vale ser destacado é quanto ao investimento na aparência e ao desejo de ampliar cuidados, tendo em vista que a maior parte das respondentes (47%) afirmam destinar de 5 à 10% do seu orçamento mensal para beleza (Gráfico 5), todavia, 92% delas investiriam mais se o dinheiro não fosse um problema (Gráfico 6). Além disso, 66% delas disseram que gostariam de dedicar mais tempo de sua rotina à beleza (Gráfico 7). Essa questão remete ao que já fora apresentado por Wolf (2022): a aparência ainda é muito importante para as mulheres, que destinam parte significativa de seu tempo e dinheiro para esse fim. Algo que até pode ser positivo e uma forma de autocuidado, porém, como visto anteriormente, também reflete uma expectativa social, que historicamente recai sobre as mulheres e segue, sutilmente, sendo reafirmada.

Ademais, vale ressaltar o impacto negativo das redes sociais sobre a percepção dessas mulheres acerca dos seus próprios corpos, também abordado nesta pesquisa: 84% das respondentes consideram-se afetadas, negativamente, pelas redes sociais quanto à percepção de sua aparência (Gráfico 8) , enquanto 90% delas admitiram já ter mudado algo em sua aparência motivadas por conteúdos digitais (Gráfico 9). Isso reforça a análise já apresentada a respeito do papel dessas redes na disseminação da pressão estética e sua influência sobre a forma como indivíduos percebem a si mesmos, impactando sua autoestima e identidade. A pressão para corresponder ao padrão criado pelos filtros reforça comparações constantes e sentimentos de inadequação (Souza; Duarte, 2020).

Esse aspecto também foi reforçado por algumas das falas das respondentes que afirmaram:

Acho que as redes sociais criam um padrão de beleza que não é real, e isso acaba fazendo a gente se sentir insegura. Mesmo que a gente saiba que tem muito filtro, edição e que muitas vezes essas mulheres tem vários procedimentos, acaba que a gente se compara e tenta de alguma forma ser daquele jeito para se sentir realmente bonita. (Participante 23 – 16 anos, cursando o segundo ano do Ensino Médio de rede pública)

Na pergunta 17 respondi que as redes já impactaram na minha percepção sobre aparência, mas na 18 eu respondi que nunca fiz nenhuma mudança. O que quero dizer com isso é que quando estou com o Instagram instalado no celular percebo que fico me comparando bastante com outras mulheres e o corpo delas. Mas isso nunca chegou a um ponto de eu levar pra prática alguma mudança corporal. De qualquer maneira percebo que quando fico longe do Instagram meu nível de comparação praticamente zera. Então acho que as redes tem forte impacto na nossa percepção e autoimagem, mesmo que não percebamos sempre. (Participante 30 - 25 anos, cursando o Ensino Superior no curso de Ciências Sociais)

À vista desses dados, é possível apreender que essas plataformas não apenas exibem padrões, mas também agem como mecanismos disciplinadores, tomando de empréstimo noções de Foucault (2009), que, por sua vez, sujeitam os corpos femininos aos interesses hegemônicos. Toda a visibilidade e acesso às imagens idealizadas levam as mulheres a incorporarem normas externas como se fossem questões e desejos internos, fazendo-as vigiarem e corrigirem a si mesmas. Com isso, a busca pelo aperfeiçoamento estético, disseminado nas redes, torna-se também um artifício de controle social que manipula e disciplina os corpos femininos por meio dos ajustes contínuos de sua aparência.

4.2 As plataformas Instagram e TikTok e a comercialização da estética feminina

Ao longo das análises e observações deslindadas aqui sobre ambientes digitais juntamente com as respostas dos questionários, percebe-se uma relação intrínseca entre as ideias difundidas pelas plataformas Instagram e TikTok e a lógica capitalista de consumo.

O sociólogo francês Jean Baudrillard (2008) afirma que a sociedade de consumo se mantém por meio de signos e símbolos criadores de demanda incessante por produtos que prometem atingir o inalcançável. Nota-se que, ao fabricar e disseminar uma estética ideal, desejável e distante da maioria, gera-se uma eterna onda de comparação, insatisfação e um ciclo de consumo contínuo.

Nestes termos, a produção de referências visuais ideais nessas redes não só reforça padrões de beleza homogêneos, mas também é responsável por engendrar grande influência no consumo, principalmente quando se trata de produtos voltados à estética. Isso ocorre porque muitos dos conteúdos, altamente disseminados pelas plataformas, não somente divulgam um padrão estético como também o comercializam sob forma de produtos ou procedimentos promissores de uma estética desejada. A publicidade está muito presente nesses ambientes, nessa lógica, cujos produtos e serviços são apresentados de forma integrada ao conteúdo.

Essa questão também foi observada na pesquisa empírica deste estudo, onde 33% das respondentes afirmam consumir, frequentemente, por influência das redes sociais (Gráfico 10), enquanto 66% dizem que a influência digital tem alto impacto em suas escolhas de consumo (Gráfico 11).

Além dos dados numéricos, algumas das respostas abertas também revelaram a percepção das respondentes quanto a essa questão, como demonstra o depoimento abaixo:

O problema é que muitas vezes as redes sociais acabam nos colocando que para sermos bonitas precisamos dedicar muito tempo e ter muitos produtos para cuidar da aparência, o que é muito frustrante e nada acessível para quem trabalha e recebe um salário. (Participante 38 - 22 anos cursando o Ensino Superior no curso Pedagogia)

Como se percebe, essas plataformas são responsáveis tanto para consolidar e disseminar um padrão estético, quanto também comercializá-lo. Na abordagem de Souza e Duarte (2020), a lógica por traz dessa beleza padronizada e difundida em redes virtuais está articulada a interesses comerciais, uma vez que as plataformas se beneficiam da

reprodução desses padrões, que vendem uma estética e geram interesse por produtos e serviços relacionados à beleza e ao bem-estar corporal.

Desta feita, conforme exposto por Wolf (2022), o padrão de beleza não é somente uma questão estética, mas também econômica e política, um mecanismo de dominação sustentado pela lógica do consumismo que leva à exploração do corpo feminino pelas grandes indústrias. Diante dessa esteira de pensamento, no cenário atual, as redes sociais funcionam como vitrines, que tanto consolidam, quanto vendem um padrão e tornam o corpo feminino um objeto de constante modificação e investimento. Mantendo uma lógica estrutural mantenedora da opressão de gênero, que exige das mulheres o investimento do seu tempo, de sua energia e, cada vez mais, recursos financeiros em sua aparência, perpetuando relações de dependência, insegurança e submissão.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho de conclusão de curso buscou compreender como o padrão estético feminino, socialmente estabelecido e perpetuado, age sob a forma de mecanismo de controle sobre os corpos e o imaginário das mulheres, com destaque para a sua atual configuração, cuja lógica é mantida e reforçada pela nova dinâmica de sociabilidade digital.

A partir do diálogo estabelecido entre Mauss (2003) e Bourdieu (2019), na parte teórica desse trabalho, foi possível perceber como os corpos, para além de características biológicas, também aglutinam aspectos sociais capazes de moldá-los de acordo com as imposições culturais, refletindo valores da sociedade na qual estão inseridos. Em um contexto social que valoriza a aparência como uma virtude feminina, isso se reflete também sobre a construção corporal desses indivíduos. Especialmente no caso das

mulheres, premidas por sua condição de gênero, entende-se, a partir da perspectiva de Beauvoir (2016), que o ser mulher é socialmente construído, compreendendo, assim, o porquê de o corpo feminino ser marcado por intenso controle, enraizado nos moldes sociais, bem como incidir-lhe maior pressão estética. Questão que também foi validada pelas respostas do questionário aplicado nesta pesquisa, nas quais as respondentes reafirmaram o fato de a estética e todas as questões que a envolvem recaírem mais sobre o feminino.

Diante dessas percepções e tomando como aporte a teoria de Wolf (2022), compreendeu-se que a pressão estética atua como um tipo de "dominação simbólica", sendo um mecanismo moderno de controle mantenedor das estruturas sociais de poder e subordinação. Dialogando com a proposição discorrida por Foucault (2009) de que os corpos podem ser modelados e disciplinados para se tornarem obedientes e úteis àqueles que os desejam sob controle, infere-se que a construção da beleza está, intimamente, ligada às relações de poder, sendo usada como uma ferramenta de manipulação dos indivíduos, especialmente as mulheres.

Nesse sentido, trazendo para o contexto atual e retomando a ótica de Castells (1999) de que as mudanças tecnológicas transformaram os processos de socialização, e considerando toda a análise tecida aqui sobre a dinâmica das redes sociais Instagram e TikTok, notou-se que a pressão estética tem sido amplificada por tais ferramentas contemporâneas de comunicação, que disseminam e reforçam os padrões de beleza hegemônicos. Conforme as respostas do questionário, essas redes propagam um determinado padrão corporal gerador de comparação e insatisfação, ao mesmo tempo criador de um desejo de mudança e “aperfeiçoamento”, colocando a aparência sempre em foco para as mulheres. Nesse ponto, as articulações elencadas por Souza e Duarte (2020) permitiram entender como a lógica algorítmica dessas plataformas favorecem a visibilidade de determinados perfis, estilos e representações, gerando um processo de padronização reforçador de ideais estéticos que se tornam referência para milhões de usuárias.

Ademais, este trabalho de análise sobre as configurações do corpo feminino nos ambientes virtuais, bem como os resultados obtidos com a aplicação de questionários, trouxeram à tona também a questão da comercialização da estética realizada dentro das redes sociais, já que, como aludido anteriormente, essas plataformas não apenas criam um padrão desejado, como também o vendem por meio de produtos, serviços e um estilo de vida que prometem às mulheres uma estética ideal. Em consonância com o que fora enunciado por Baudrillard (2008), sobre a sociedade de consumo, a lógica por trás dessas plataformas é responsável por elaborar e propagar uma referência estética geradora de desejo e de demanda constante por produtos e serviços propagadores de promessa do inalcançável, reforçando um mercado lucrativo com a insatisfação e a subordinação perpétuas das mulheres.

Ao longo deste trabalho foram levantadas discussões de extrema relevância sobre uma realidade que, mesmo após diversos avanços e conquistas femininas, ainda exerce controle estético sobre as mulheres. Também foram trazidas contribuições para reflexões acerca dos padrões de beleza reforçarem as dinâmicas de consumo e reproduzirem a opressão de gênero. Todavia, considerando o caráter inicial deste estudo, o pequeno número de interlocutores diante da amplitude do tema examinado, as considerações retratadas aqui não devem ser tomadas como conclusivas e nem fechadas.

Por fim, as questões abordadas neste estudo refletem, de modo introdutório e inicial, sobre novas formas de sociabilidade e organização social dentro desses espaços digitais, suscetíveis de serem mais exploradas no âmbito das Ciências Sociais. Nesse sentido, pesquisas futuras podem aprofundar essa investigação, buscando compreender melhor a amplitude e a complexidade da estética corporal feminina nas redes sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Tradução de Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo:

Nova Fronteira, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 19. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.

CASTELLS, Manuel. A Revolução da Tecnologia da Informação. In: **A sociedade em rede - A era da informação, economia, sociedade e cultura**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. x-x ?.

ENGELS, Friedrich. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado: trabalho relacionado com as investigações de L. H. Morgan**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

FEDERICI, Silvia. **O ponto zero da revolução: trabalho doméstico, reprodução e lutas feministas**. São Paulo: Elefante, 2019.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 2009.

FRASER, Nancy; ARRUZZA, Cinzia; BHATTACHARYA, Tithi. **Feminismo para os 99%: um manifesto**. Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019.

FRIEDAN, Betty. A mística feminina. Tradução de Carla Bitelli, Flávia Yacubian, Libânio Bhuví e Marina Vargas. São Paulo: Rosa dos Tempos, 1. ed., março de 2020

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2011.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: _____. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003. p. 399–422.

MISKOLCI, Richard. Novas Conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Cronos** - Revista do Programa de Pós-Graduação da UFRN, Natal, vol. 12, 2011, p. 9-22.

PERROT, Michelle (org.). **História das mulheres no Ocidente: da Antiguidade à Idade Média**. São Paulo: Contexto, 1998.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORE, Mary Del Priore (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 578–606.
RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2020.

RODRIGUES, José Carlos. **Tabu do corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979.

RODRIGUES, Paulo Jorge. **O trabalho feminino durante a Revolução Industrial**. São Paulo: Editora História & Sociedade, 2009.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. São Paulo: Nova Fronteira, 2008.

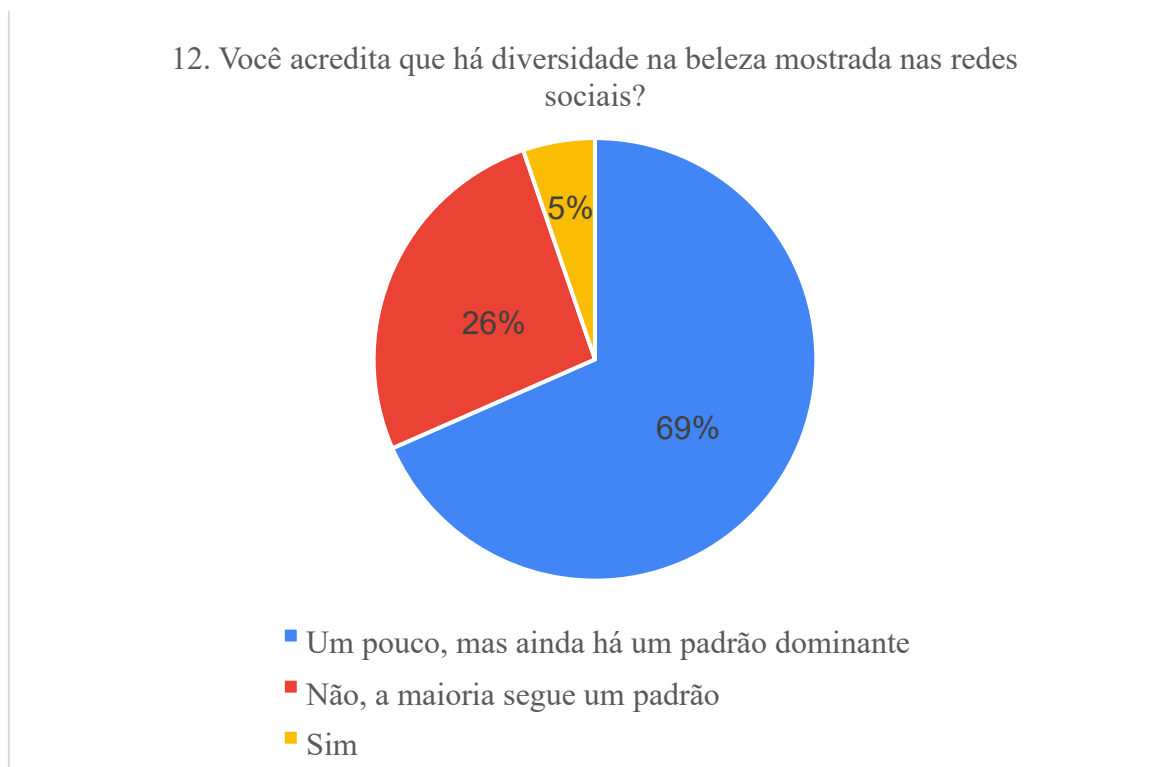
SOUZA, Fernanda; DUARTE, Juliana. Estética digitalizada: o uso de filtros e a construção de padrões de beleza nas redes sociais. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 17, n. 50, p. 134–154, 2020.

TILLY, Louise. Gênero, história das mulheres e história social. **Cadernos PAGU**, n. 3, p. 29–62, 1994.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução de Waldéa Barcellos. 19. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2022.

APÊNDICE I - Gráficos

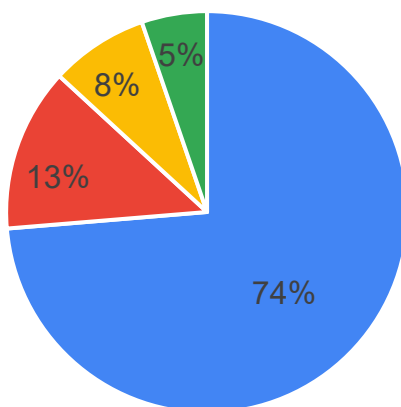
Gráfico 1 – Percepção das respondentes sobre o padrão de beleza nas redes sociais



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

Gráfico 2 – Ideias das respondentes sobre a acessibilidade do padrão de beleza online

13. Você acredita que o ideal de beleza visto nas redes sociais é acessível a maioria das pessoas?

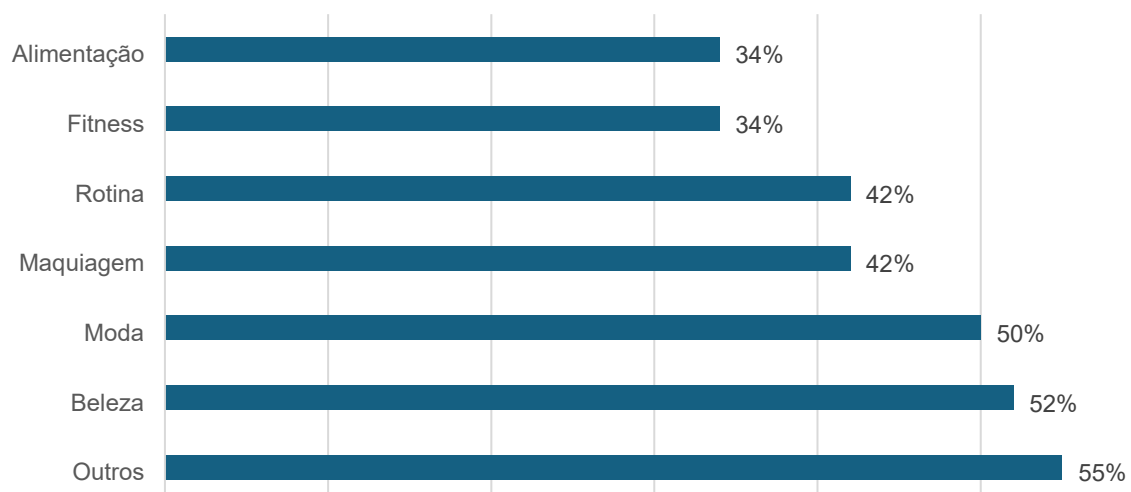


■ Não, são inacessíveis a maioria das pessoas ■ Sim, mas exigem mudanças significativa
 ■ Sim, com esforço e cuidados pessoais ■ Nunca pensei sobre isso

Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

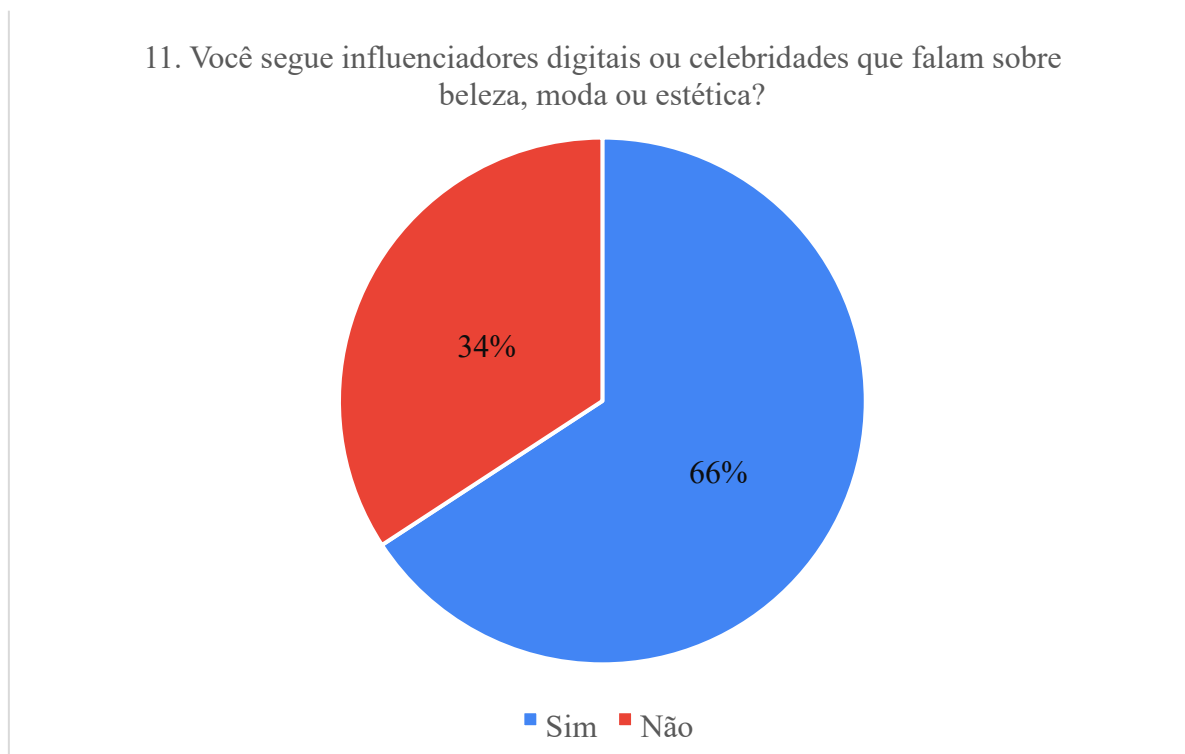
Gráfico 3 – Conteúdos mais consumidos pelas respondentes nas redes sociais

10. Qual tipo de conteúdo você mais consome nas redes sociais ?
 (Selecione os que se aplicam)



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025

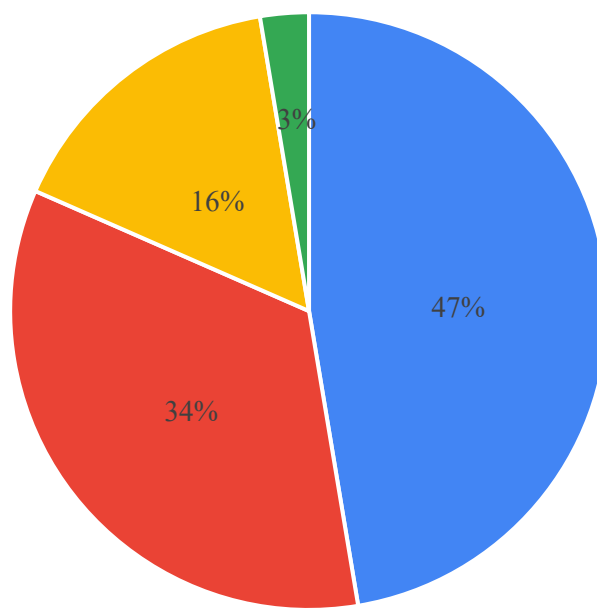
Gráfico 4 – O consumo de conteúdos de influenciadores do nicho da estética



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

Gráfico 5 – Porcentagem mensal de gastos das respondentes com estética

21. Em média, qual porcentagem do seu orçamento mensal é destinada a produtos/ serviços de beleza?

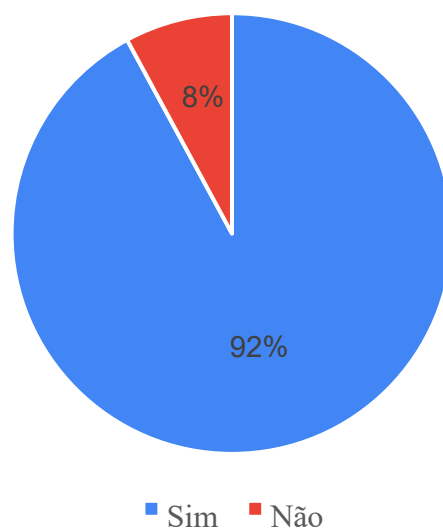


■ Entre 5% e 10% ■ Menos de 5% ■ Entre 20% e 30% ■ Mais de 30%

Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

Gráfico 6 – Desejo das respondentes de maior investimento em sua estética

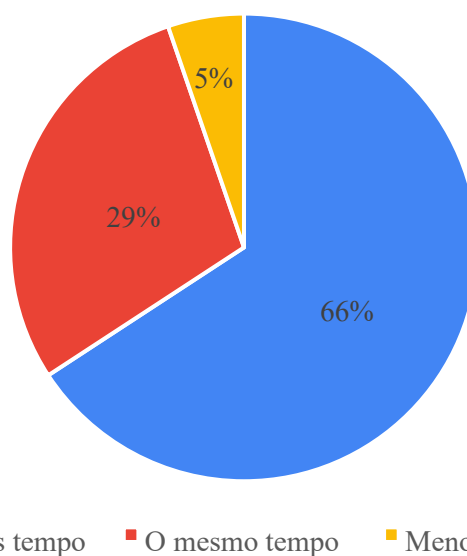
22. Se dinheiro não fosse uma questão, você investiria mais em produtos/ serviços de beleza?



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

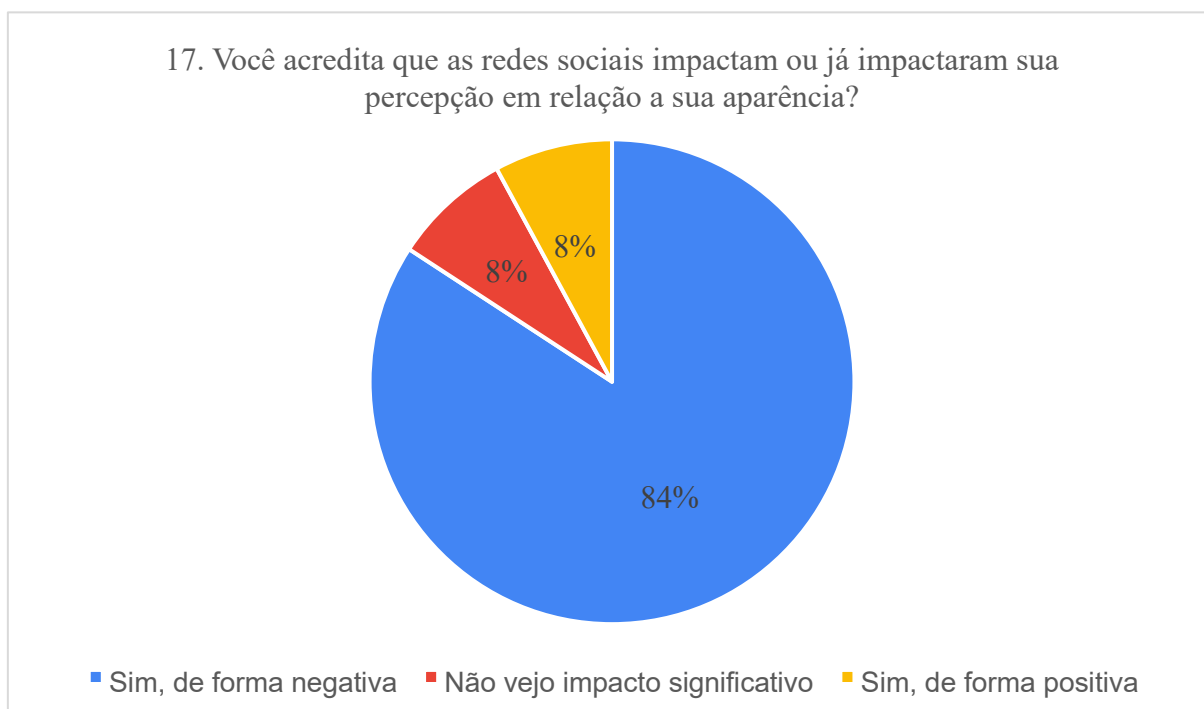
Gráfico 7 – Desejo das respondentes de dedicar mais tempo aos cuidados com a aparência

25. Se pudesse você dedicaria mais ou menos tempo com uma rotina de beleza?



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025

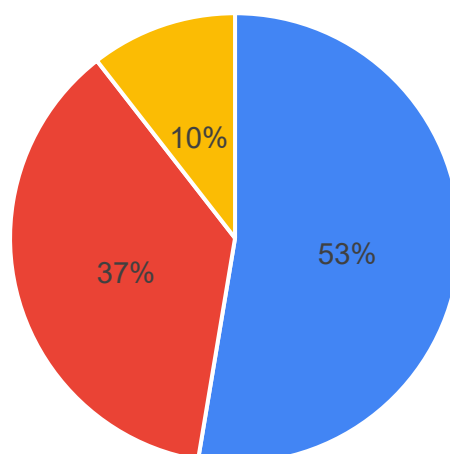
Gráfico 8 – Impacto das redes sociais na percepção das respondentes quanto a própria aparência



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

Gráfico 9 – Mudanças estéticas das respondentes, influenciadas pelas redes sociais

18. Você já fez mudança em sua aparência por alguma influência das redes sociais?

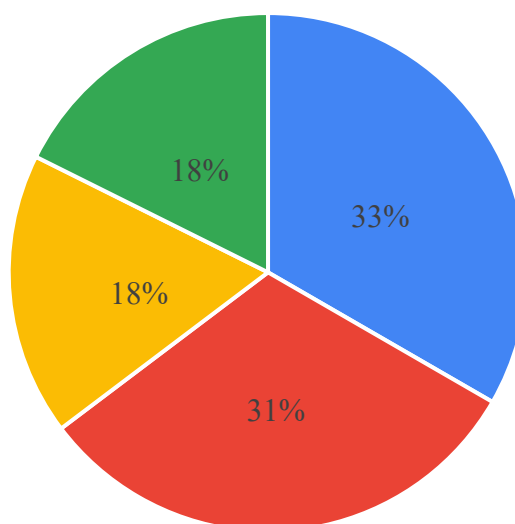


- Sim, fiz mudanças nos cabelos, maquiagem ou roupas e calçados
- Sim, fiz dietas ou exercícios para mudar o corpo
- Não, nunca senti essa influência
- Sim, recorri a procedimentos estéticos

Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

Gráfico 10 – Frequência no consumo influenciado pelas redes sociais

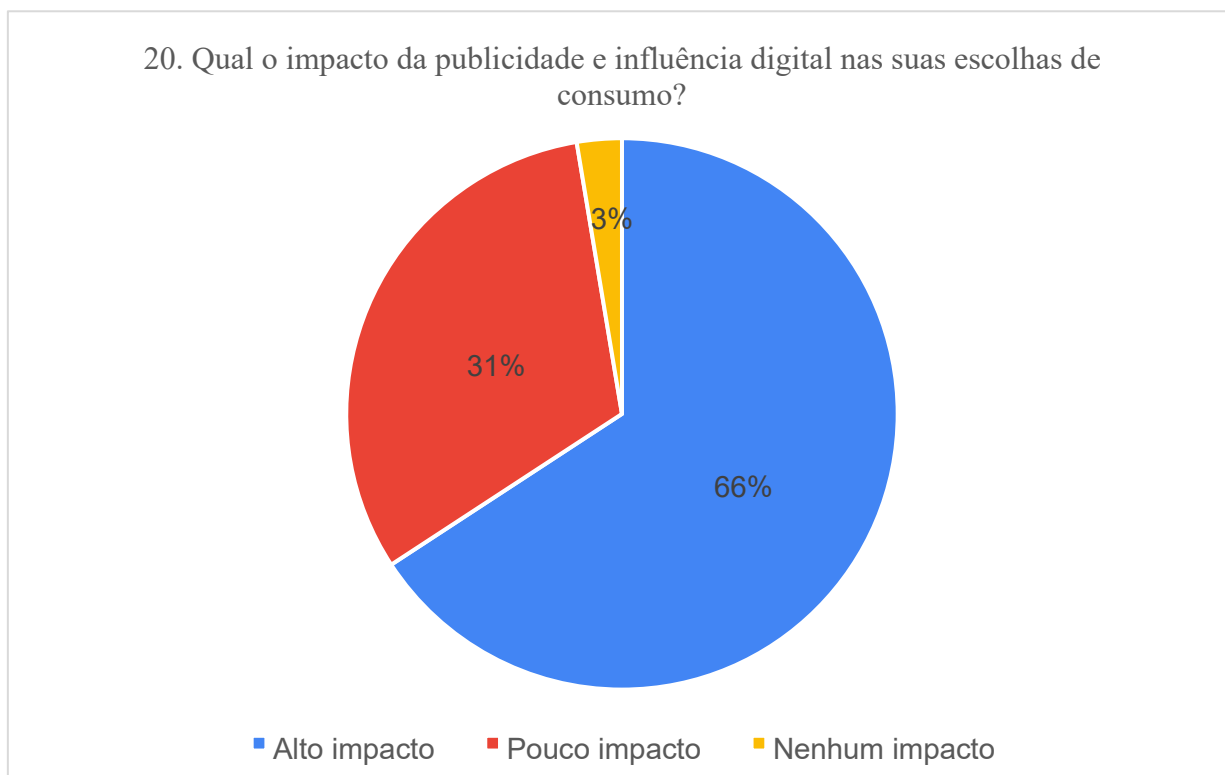
19. Você já comprou um produto de beleza / estética (maquiagem, skincare, cabelo, cosméticos, vitaminas, suplementos, etc) por que viu recomendações online?



■ Sim, frequentemente ■ Raramente ■ Sim, algumas vezes ■ Não

Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

Gráfico 11 – Impacto de influência digital nas escolhas de consumo das respondentes



Fonte: Dados da pesquisa da autora, 2025.

APÊNDICE II- Perguntas do questionário

Questionário para Trabalho de Conclusão de Curso

Objetivo: Este questionário foi desenvolvido para um Trabalho de Conclusão de Curso e busca aprender como os padrões de beleza são percebidos e induzidos pelo ambiente digital, visando compreender especificamente as formas de influência das redes sociais sobre a percepção de beleza, autoestima e consumo feminino. Valendo destacar que as respostas serão anônimas e usadas apenas para fins de pesquisa.

Público-alvo: Estudantes do ensino médio e superior do gênero feminino de Uberlândia.

Seção 1: Perfil da respondente

01. Idade: _____

02. Cor/ raça:

() Branca

- ☐ Preta
- ☐ Parda
- ☐ Indígena
- ☐ Amarela

03. Grau de escolaridade:

- ☐ Ensino Médio Cursando
- ☐ Ensino Médio Completo
- ☐ Ensino Superior Cursando
- ☐ Ensino Superior Completo

04. Se está no Ensino Médio, qual série você cursa?

- ☐ 1º ano (
-) 2º ano
- ☐ 3º ano

05. Se está no Ensino Superior, qual curso você faz? _____

06. Sua escola/faculdade é da rede:

- ☐ Pública
- ☐ Privada

07. Qual é sua faixa de renda familiar mensal considerando o valor do salário mínimo atual?

- ☐ Menos de 1 salário mínimo

- ☐ De 1 a 2 salários mínimos
- ☐ De 3 a 4 salários mínimos
- ☐ Mais de 4 salários mínimos

Secção 2: Hábitos nas redes sociais

08. Quais redes sociais você mais utiliza? (Marque as que se aplicam)

- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter/X
- ☐ YouTube
- ☐ Outras: _____

09. Quanto tempo, em média, você passa por dia nas redes sociais?

- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ 1 a 3 horas
- ☐ 4 a 6 horas
- ☐ Mais de 6 horas

10. Qual tipo de conteúdo você mais consome?

- ☐ Rotina
- ☐ Alimentação
- ☐ Fitness
- ☐ Moda
- ☐ Maquiagem
- ☐ Beleza
- ☐ Outro: _____

11. Você segue influenciadores digitais ou celebridades que falam sobre beleza, moda ou estética? () Sim

- ☐ Não

Se sim, pode dar um exemplo de quais acompanha? _____

Secção 3: Percepção sobre padrão de beleza e consumo nas redes sociais

12. Você acredita que há diversidade na beleza mostrada nas redes sociais?

☐ ()

☐ () Sim

Um pouco, mas ainda há um padrão dominante

☐ () Não, a maioria segue um padrão

13. Você acredita que o ideal de beleza visto nas redes sociais é acessível a maioria das pessoas?

☐ () Sim, com esforço e cuidados pessoais

☐ () Sim, mas exigem mudanças significativas

☐ () Não, são inacessíveis a maioria das pessoas

☐ () Nunca pensei sobre isso

14. Para você o ideal de beleza apresentado pelas redes sociais está relacionando a:

☐ () Características naturais

☐ () Um equilíbrio entre características naturais e cuidados estéticos

☐ () Mudanças e aprimoramentos estéticos

☐ () Não sei dizer

15. Sob sua percepção, nas redes sociais, qual categoria recebe mais expectativa e enfoque sobre sua aparência?

☐ () Mulheres

☐ () Homens

☐ () Os dois igualmente

16. Em sua opinião os conteúdos e publicidades de moda e beleza são voltados, principalmente, a qual público?

☐ () Feminino

☐ () Masculino

☐ () Aos dois igualmente

Seção 4: Reflexão

17. Você acredita que as redes sociais impactam ou já impactaram sua percepção em relação a sua aparência?

☐ () Sim, de forma negativa

☐ () Sim, de forma positiva

☐ () Não vejo impacto significativo

18. Você já fez mudança em sua aparência por alguma influência das redes sociais?

- ☐)
- ☐) Sim, fiz mudanças nos cabelos, maquiagem ou roupas e calçados
- ☐) Sim, fiz dietas ou exercícios para mudar o corpo
- ☐) Sim, recorri a procedimentos estéticos
- Não, nunca senti essa influência
19. Você já comprou um produto de beleza / estética (maquiagem, skincare, cabelo, cosméticos, vitaminas, suplementos, etc) por que viu recomendações online?
- ☐) Sim, frequentemente
- ☐) Sim, algumas vezes
- ☐) Raramente (
- ☐) Não
20. Qual o impacto da publicidade e influência digital nas suas escolhas de consumo?
- ☐) Nenhum impacto
- ☐) Pouco impacto
- ☐) Alto impacto
21. Em média, qual porcentagem do seu orçamento mensal é destinada a produtos/ serviços de beleza? () Menos de 5%
- ☐) Entre 5% e 10%
- ☐) Entre 10% e 20 %
- ☐) Mais de 20%
22. Se dinheiro não fosse uma questão, você investiria mais em produtos/ serviços de beleza? () Sim
- ☐) Não
23. Quanto tempo, em média, você dedica diariamente aos cuidados de beleza?
- ☐) Menos de 15 minutos
- ☐) 15 – 30 minutos
- ☐) 30 min - 1h
- ☐) Mais de 1h
24. Como você se sente em relação ao tempo que investe nesses cuidados?
- ☐) Satisfeita/ Realizada
- ☐) Cansada
- ☐) Indiferente

- ☐ 25. Se pudesse você dedicaria mais ou menos tempo com uma rotina de beleza?
- ☐ Mais tempo
- ☐ Menos tempo
- ☐ O mesmo

Secção 5: Espaço aberto

26. Caso se sentia confortável você pode compartilhar mais alguma experiência/informação sobre o tema.