



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS: TEORIA LITERÁRIA E
CRÍTICA DA CULTURA**

KARINE HELEN MENDES

**MITO DA BELEZA: UMA ANÁLISE SOCIOCOGNITIVA DO DISCURSO DA
BELEZA E A INFLUÊNCIA SOBRE AS RELAÇÕES DE PODER
EXPERIENCIADAS PELAS MULHERES**

**SÃO JOÃO DEL-REI
2025**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS: TEORIA LITERÁRIA E
CRÍTICA DA CULTURA**

KARINE HELEN MENDES

**MITO DA BELEZA: UMA ANÁLISE SOCIOCognITIVA DO DISCURSO DA
BELEZA E A INFLUÊNCIA SOBRE AS RELAÇÕES DE PODER
EXPERIENCIADAS PELAS MULHERES**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Letras
da Universidade Federal de São João del-Rei como requisito
parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras

Área de Concentração: Teoria Literária e Crítica da Cultura

Linha de Pesquisa: Discurso e Representação Social

Orientador: Prof. Dr.º Antônio Luiz Assunção

**SÃO JOÃO DEL-REI
2025**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS: TEORIA LITERÁRIA E
CRÍTICA DA CULTURA**

Ficha catalográfica elaborada pela Divisão de Biblioteca (DIBIB)
e Núcleo de Tecnologia da Informação (NTINF) da UFSJ,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M538m Mendes, Karine Helen.
Mito da Beleza: uma análise sociocognitiva do
discurso da beleza e a influência sobre as relações
de poder experienciadas pelas mulheres / Karine
Helen Mendes ; orientador Antônio Luiz Assunção. --
São João del-Rei, 2025.
104 p.

Dissertação (Mestrado - Letras) -- Universidade
Federal de São João del-Rei, 2025.

1. Mito da Beleza. 2. Estudos Sociocognitivos. 3.
Relações de Poder. 4. Beleza Feminina. 5. Dominação
Masculina. I. Assunção, Antônio Luiz, orient. II.
Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS: TEORIA LITERÁRIA E
CRÍTICA DA CULTURA

KARINE HELEN MENDES

Mito da Beleza:

Uma análise sociocognitiva do discurso da beleza e a influência sobre as relações de poder experienciadas pelas mulheres

Banca Examinadora

Prof. Dr. Antônio Luiz Assunção—UFSJ



Documento assinado digitalmente
ANTONIO LUIZ ASSUNCAO
Data: 06/05/2025 16:34:38-0300
Verifique em <https://validar.jf.gov.br>

(Presidente/Orientador)

Profª Drª Carla Leila Oliveira Campos –UNIFAL



Documento assinado digitalmente
CARLA LEILA OLIVEIRA CAMPOS
Data: 26/02/2025 20:51:34 -0300
Verifique em <https://validar.jf.gov.br>

Profª Drª Nádia Dolores Fernandes Biavati—



Documento assinado digitalmente
NADIA DOLORES FERNANDES BIAVATI
Data: 26/02/2025 21:37:41 -0300
Verifique em <https://validar.jf.gov.br>

(Titular Interna)

Profª Drª Miriam de Paiva Vieira

Coordenadora do PPG em Letras

FEVEREIRO
2025



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
SISTEMA INTEGRADO DE PATRIMÔNIO,
ADMINISTRAÇÃO E CONTRATOS

FOLHA DE ASSINATURAS

Emitido em 07/05/2025

HOMOLOGAÇÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO N° 14/2025 - PROMEL (13.20)

(N° do Protocolo: 23122.014823/2025-06)

(Assinado digitalmente em 07/05/2025 10:01)

MIRIAM DE PAIVA VIEIRA

COORDENADOR DE CURSO

PROMEL (13.20)

Matrícula: ###080#0

Visualize o documento original em <https://sipac.ufsj.edu.br/public/documentos/> informando seu número: **14**, ano: **2025**, tipo: **HOMOLOGAÇÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**, data de emissão: **07/05/2025** e o código de verificação: **76913f5679**

À memória de minhas ancestrais, todas as mulheres que existem em mim.

Ainda bem que mulher é desdobrável...

No passado elas foram. Hoje eu sou.

AGRADECIMENTOS

Nada escrito aqui será grandioso o bastante para significar o que essa dissertação representa na e para a minha vida.

Agradeço à vida, pela mulher que me tornei, de um modo mineiro raiz de se dizer, e como eu sou de fato, aos trancos e barrancos. Enfim chegou o momento de afirmar que sou a primeira mulher da minha história ancestral a conseguir o título de mestre. Que eu seja a primeira de muitas que ainda virão!

Iniciei os estudos de mestrado, em meio a pandemia da Covid-19. Foram horas, dias, meses e anos de muito esforço e dedicação, dividindo a minha concentração e força entre o trabalho para sobreviver e o sonho do mestrado, lutando na maioria das vezes, contra mim mesma, reforçando a cada leitura, estudo, ideia, frase e parágrafo como eu sou capaz.

Entendo-me ainda como uma menina, do interior de minas, rendida às paixões pela linguagem e pelo discurso. Mesmo hoje, após anos no processo, alinhado aos muitos caminhos que a vida me levou, continuo sendo e tendo honra de me enxergar como a mesma menina, porém agora, entendo-me como uma mulher capaz de problematizar, em meio a vários cenários, o espaço, as posições e, principalmente, os discursos que me rodeiam e me constroem, com a frase do filósofo e linguista Ludwig Wittgenstein, reverberando nas minhas convicções: “As fronteiras da minha linguagem são as fronteiras do meu universo”.

Faço questão de dividir a minha conquista com minha maior riqueza: a minha família. Ao meu pai Heleno, minha força e exemplo, obrigada por me mostrar e ensinar, todos os dias, que uma parte do nosso esforço vem de dentro da gente e, que esse é fortalecido pela família unida que somos, que o senhor tanto cuida e preserva. À minha mãe, Ademildes, por dedicar a vida à nossa família, cuidando tão bem de mim e do Mix, me incentivando diariamente a me tornar a mulher que você e nossas ancestrais não tiveram a oportunidade de ser. A senhora é a minha referência feminina, lutou e ainda luta, ao seu modo, para conquistar o espaço que ocupa. Ao meu irmão, Mix, por trazer representatividade e sensibilidade para minha vida, me fazendo descobrir que a força também é demonstrada nas delicadezas, que a luta pelo que acreditamos e somos começa a partir de nós mesmos. Você é meu orgulho, saiba disso! Menciono também, meus

amores de quatro patas, Rodolfo e Romeo, parte da minha família. Agradeço por me trazerem tantas alegrias, aconchego e companhia.

Regracio a todos com quem pude dividir e fortalecer minha significância, na representação de minha grande amiga, Tha, e do meu calmo amor prestante, Álvaro. Digo que as “sem-razões do amor” de Drummond são um dos meus versos preferidos e que me lembram de vocês, porque acredito e sinto que o amor existe por si só, quando “(...) é dado de graça, é semeado no vento, na cachoeira, no eclipse”.

Ainda quero expressar minha profunda gratidão a todos os educadores que influenciaram meu percurso acadêmico, tanto na graduação em Letras na UEMG - Campus Divinópolis, quanto no mestrado na UFSJ. Aprendi e continuo aprendendo de maneira significativa com cada um de vocês.

Registro os meus sinceros agradecimentos ao meu orientador Professor Doutor Antônio Luiz Assunção, a quem me refiro carinhosamente por Toninho, por direcionar, acreditar e conferir realidade ao sonho do mestrado. Toninho, muito obrigada por tudo! Ao PROMEL - Programa de pós-graduação em Letras e seus professores por proporcionar a mim o conhecimento e a contribuição do meu processo de formação e, por fim, à Universidade Federal de São João del-Rei pela grandiosa oportunidade.

RESUMO

Esta dissertação fundamenta-se nos pressupostos teóricos dos Estudos Críticos do Discurso (ECD), uma abordagem investigativa que analisa a participação da linguagem na constituição da vida em sociedade (Van Dijk, 2018). O foco deste trabalho é a discursivização sobre a mulher, a partir da perspectiva dos discursos que a colocam em um espaço social marcado pela obrigatoriedade da beleza, reafirmado pelo mito da beleza e pelo adestramento do corpo feminino, conforme os ideais de poder institucional dos homens e da dominação masculina. A pesquisa articula teoricamente a Semiologia de Roland Barthes (2013) e a teoria Sociocognitiva do Discurso de Teun A. Van Dijk (2016), fundamentais para o campo de estudo da relação entre discurso e sociedade. A partir dessa base teórica, explora-se como o mito da beleza se constrói e perpetua como um mecanismo de dominação. O objetivo central deste estudo é investigar, por meio de uma análise sociocognitiva, como o discurso da beleza se estabelece como uma orientação ideológica, impondo às mulheres obrigações delineadas e afirmadas pelo mito da beleza, e como o poder instrumentaliza esse discurso para sustentar a dominação masculina. O corpus da análise é composto por postagens de propagandas de procedimentos estéticos veiculadas na rede social *Instagram*, que abordam as simbologias, significados e discursos sobre o ideal de beleza, entendidos como formas de domínio e poder sobre as mulheres. As contribuições teóricas de Gerda Lerner (2019), Pierre Bourdieu (2019), Roland Barthes (2012; 2013; 2004), Michel Foucault (2010), Judith Butler (2019; 2020), Naomi Wolf (2019), Teun A. Van Dijk (2002; 2016; 2018; 2021), entre outros, fornecem a base para as discussões. Os resultados da pesquisa demonstram que o discurso da beleza, especialmente em plataformas como o *Instagram*, perpetua a normatização de padrões estéticos inatingíveis, reforçando a submissão feminina e a dominação masculina por meio da internalização de ideais de beleza. Dessa forma, a pesquisa evidenciou como esse discurso atua como uma ferramenta estratégica para a manutenção das estruturas de poder, manipulando a percepção feminina e fortalecendo o controle social sobre o corpo da mulher.

Palavras-chaves: Mito da Beleza. Estudos Sociocognitivos. Relações de Poder. Beleza Feminina. Dominação Masculina.

ABSTRACT

This dissertation is based on the theoretical framework of Critical Discourse Studies (CDS), an investigative approach that aims to critically analyze the role of language in the constitution of social life (VAN DIJK, 2018). The research focuses on the discursivization of women, specifically on the discourses that situate them in a social position marked by the obligation of beauty, reaffirmed by the beauty myth and the disciplining of the female body according to the ideals of male institutional power and masculine domination. The study theoretically articulates Roland Barthes's Semiology (2013) and Teun A. van Dijk's Sociocognitive Theory of Discourse (2016), both fundamental to the field that investigates the interface between discourse and society. From this perspective, the research explores how the beauty myth is constructed and perpetuated as a mechanism of domination. The main objective is to analyze, through a sociocognitive approach, how the discourse of beauty operates as an ideological orientation, imposing duties on women as prescribed by the beauty myth, and how power instrumentalizes this discourse to maintain masculine domination. The analysis corpus consists of Instagram posts advertising aesthetic procedures, which carry symbolic representations, meanings, and discourses that reinforce beauty ideals as instruments of control and domination over women. The theoretical contributions of Gerda Lerner (2019), Pierre Bourdieu (2019), Roland Barthes (2004; 2012; 2013), Michel Foucault (2010), Judith Butler (2019; 2020), Naomi Wolf (2019), and Teun A. van Dijk (2002; 2016; 2018; 2021), among others, support the theoretical discussions. The results demonstrate that the discourse of beauty, especially as disseminated through platforms like Instagram, reinforces unattainable aesthetic standards, contributing to female submission and male domination through the internalization of beauty ideals. Thus, this research highlights how such discourse acts as a strategic mechanism for maintaining power structures by influencing women's self-perception and reinforcing social control over the female body.

Keywords: Beauty Myth. Sociocognitive Studies. Power Relations. Female Beauty. Male Domination.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Esquema mítico barthesiano.....	51
Figura 02 - Postagem do perfil Espaço Laser (@espacolaser) na rede social Instagram.....	53
Figura 03 – Comparação entre postagem do perfil de Clínica de Esthetica (@clinicadeesthetica) x postagem do perfil de Phd do Brasil (@phddobrasil) na rede social Instagram.....	55
Figura 04 - Postagem do perfil Cursos Profissionais Online (@hydraglosslipsoficial) na rede social Instagram.....	57
Figura 05 - Postagem do perfil Emagrecimento em Divinópolis (@emagrecentrodivinópolis) na rede social Instagram.....	74
Figura 06 - Postagem do perfil Dr. Larissa Biomédica Esteta (@dr.larissasampaio) na rede social Instagram.....	78
Figura 07 - Postagem do perfil Fabiana Domingues (@fabianadominguestetica) na rede social Instagram.....	79
Figura 08 - Postagem do perfil Oral Face Clinic (@oralfaceclinic) na rede social Instagram.....	81
Figura 09 - Postagem do perfil Robson Lopes (@drobsonlopes_) na rede social Instagram.....	84
Figura 10 - Postagem do perfil Harmonização Orofacial - Dr. Staylany Prado (@harmonize_dra.stayprado) na rede social Instagram.....	85
Figura 11 - Postagem do perfil Gabrielle Dantas Harmonização - (@gabrielledantasestetica) na rede social Instagram.....	87
Figura 12 - Postagem do perfil Guilherme Santos - (@guilherme_sann) na rede social Instagram.....	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Sistematização da Metodologia	71
--	-----------

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 - O MITO DA BELEZA, ORIENTAÇÃO IDEOLÓGICA E RELAÇÕES DE PODER.....	17
1.1 - A representação histórica e simbólica da mulher.....	18
1.2 - O corpo como objeto e instrumento nas relações de poder.....	31
1.3 - O Mito da Beleza e as perspectivas sobre sua manifestação na sociedade contemporânea.....	35
2 - O MITO DA BELEZA: ENTRE A CONSTRUÇÃO SEMIOLÓGICA DISCURSIVA E A INTERNALIZAÇÃO SOCIOCognITIVA.....	46
2.1 - O Mito é uma fala definida pela sua intenção.....	47
2.2 - O Mito e a beleza: de que maneira estes dois elementos se manifestam?.....	56
2.3 - O triângulo Discurso-Cognição-Sociedade.....	60
2.4 - Mito, Discurso e Poder: Interfaces Discursivas e Sociocognitivas do Mito da Beleza entre Roland Barthes e Teun A. Van Dijk.....	65
3. A RELAÇÃO ENTRE AS ESTRUTURAS DISCURSIVAS E SOCIAIS: A BELEZA COMO ATRIBUTO INDISPENSÁVEL A MULHER E O PODER OPERADO PELO DISCURSO DA BELEZA.....	70
3.1 - Metodologia para a Análise Sociocognitiva do Discurso.....	71
3.2 - O Componente Discursivo: Estruturas Ideológicas do Discurso da Beleza.....	74
3.2.1 - Grupo de Imagens em Análise 01: #Emagrecimentosaudável.....	74
3.2.2.- Grupo de Imagens em Análise 02: #belezanatural.....	79
3.2.3 - Grupo de Imagens em Análise 03: #harmonizaçãofacial.....	83
3.4 - O Componente Social: A Beleza como Mecanismo de Poder e de Dominação... 93	
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	95
REFERÊNCIAS.....	98
BIBLIOGRAFIA.....	100

INTRODUÇÃO

A construção social do feminino é um fenômeno multidimensional que reflete e perpetua relações de poder enraizadas em sistemas culturais e ideológicos. Ao longo da história da humanidade as mulheres estiveram presentes como parte central dos acontecimentos sociais, políticos e culturais. No entanto, foram constantemente condicionadas e moldadas a internalizar e reproduzir, até os dias atuais, à dominação masculina e os valores patriarcais estruturantes da sociedade. Para que a mulher possa lutar por seus direitos e conquistar seu espaço social, continua sendo necessário desmistificar as formas de controle social que a colocam em posição de subordinação e inferioridade. Lerner (2022) define a consciência feminista como:

A percepção das mulheres de que pertencem a um grupo subordinado; de que elas sofreram injustiças como grupo; de que a condição de subordinação delas não é natural, mas determinada pela sociedade; de que elas devem se juntar a outras mulheres para reparar essas injustiças; e, por fim, de que podem e devem oferecer uma visão alternativa de organização social na qual as mulheres, assim como os homens, desfrutarão de autonomia e autodeterminação. (Lerner, 2022, p. 35)

Entre as diversas formas de controle social exercidas sobre as mulheres, destaca-se nesta dissertação, o discurso da beleza, que condiciona não apenas a percepção do corpo feminino, mas também o comportamento e a subjetividade das mulheres na contemporaneidade.

Nesse contexto, o objeto de pesquisa deste trabalho é a análise da discursivização sobre a mulher, tomando como eixo central os discursos que a posicionam socialmente na obrigatoriedade da beleza, conforme articulado pelo mito da beleza e reforçado pelos ideais de poder institucional masculino. O estudo investiga como essas dinâmicas discursivas moldam e normatizam as experiências femininas, explorando a interseção entre linguagem, poder e cognição.

Wolf (2019, p.10) afirma que “a cada geração em que houvesse um forte avanço por parte das mulheres, algum ideal surgia para sugar as energias e assim garantir que elas não progredissem demais”. À medida que as mulheres atingem níveis mais elevados de consciência, novos mitos surgem, como o da beleza, paradigma simbólico da contemporaneidade.

O mito da beleza, tema central deste estudo, termo popularizado pela jornalista e escritora feminista Naomi Wolf em sua obra: *O mito da beleza: como as imagens de*

beleza são usadas contra as mulheres, publicado pela primeira vez em 1991, caracteriza-se por sua natureza simbólica e normativa, estabelecendo padrões ideais de aparência física como exigência social. Ele opera como mecanismo de controle disciplinando corpos femininos e os inserindo em um sistema hierárquico de poder.

Dessa forma, o objetivo geral desta pesquisa é examinar, a partir da análise sociocognitiva, como o discurso da beleza se configura como orientação ideológica, impondo às mulheres obrigações delineadas pelo mito da beleza, e como o poder instrumentaliza esse discurso como mecanismo de reprodução e sustentação da dominação masculina.

Embora existam estudos sobre a relação entre beleza, gênero e poder, muitos deles concentram-se em aspectos históricos, psicológicos ou culturais de forma isolada, sem integrar uma análise aprofundada das estruturas discursivas perpetuadoras dessas dinâmicas, justificando assim a realização desta pesquisa. Esta dissertação propõe uma contribuição original ao aliar a abordagem dos Estudos Críticos do Discurso à Semiologia e à Teoria Sociocognitiva, oferecendo uma compreensão mais ampla e integrada de como o discurso da beleza opera como dispositivo de domínio e controle sobre as mulheres. Ao analisar propagandas de procedimentos estéticos em uma plataforma amplamente acessada como o Instagram, esta pesquisa também traz uma contribuição empírica atualizada, ao revelar como o mito da beleza é reproduzido e ressignificado nas redes sociais, impactando subjetividades e reforçando hierarquias de gênero.

Para cumprir esse objetivo, a pesquisa delinea como objetivos específicos: 1) refletir sobre o modo como o discurso da submissão feminina explora e evolui o discurso da beleza, para que esse aja como um mecanismo de orientação ideológica capaz de exercer e manter as relações de poder e o adestramento do corpo feminino na contemporaneidade; 2) explorar como a linguagem, diante da semiologia, constrói o mito como um sistema de comunicação suscetível de ser julgado por um discurso, por meio de uma construção de significação, impondo limites históricos e condições de funcionamento social à fala mítica do mito da beleza; 3) demonstrar, por meio das direções argumentativas dos Estudos Críticos do Discurso, sob o triângulo analítico Discurso-Cognição-Sociedade, como o poder pode ser exercido por intermédio do discurso, das suas estruturas discursivas e do seu contexto sociocognitivo dos modelos mentais; 4) descortinar, diante dos pressupostos teóricos dos Estudos Críticos do Discurso, a relação entre as estruturas discursivas e sociais, como instâncias mediadoras

de uma interface cognitiva, capaz de afirmar a beleza como atributo indispensável à mulher e como o poder é operado pelo discurso com a finalidade de instaurar o controle na mente dos indivíduos.

A análise será conduzida com base em um corpus composto por propagandas de procedimentos estéticos publicadas no *Instagram*, plataforma com natureza visual e interativa que desempenha papel central na disseminação de padrões de beleza e conta com aproximadamente 134.6 milhões de usuários¹ no Brasil. Tais propagandas oferecem um campo fértil para examinar a circulação e a instrumentalização do discurso da beleza, articulando ideais estéticos, promessas de transformação corporal e normatização de práticas.

Partindo da pergunta de pesquisa, “Como o discurso da beleza se estabelece como orientação ideológica, e como o poder circula e instrumentaliza o discurso da beleza como um mecanismo de reprodução e sustentação da dominação masculina?”, esta dissertação propõe uma abordagem interdisciplinar integrando Estudos Críticos do Discurso, a Sociocognição e a Semiologia. Essa integração permite uma análise aprofundada dos discursos em circulação, revelando como eles articulam significados sustentadores das estruturas de poder e moldam os modelos mentais e as representações sociais das mulheres.

A hipótese central é a de que o mito da beleza não apenas reflete, mas também reforça e evolui o discurso da beleza como mecanismo de manutenção do poder institucional dos homens, da submissão feminina e da dominação masculina. A partir do modelo Discurso–Cognição–Sociedade, a pesquisa busca demonstrar como as estruturas discursivas e sociais se entrelaçam na consolidação de ideologias, atuando diretamente sobre a percepção e a experiência corporal das mulheres.

Ao longo do trabalho, pretende-se demonstrar que os discursos sobre a beleza feminina, além de reproduzirem padrões estéticos, funcionam como dispositivos estratégicos de poder, responsáveis pela conformação de subjetividades e pela naturalização de comportamentos. Esta dissertação insere-se assim em um campo de debate interdisciplinar conectando a análise crítica do discurso à sociologia, à comunicação e aos estudos de gênero, contribuindo para a reflexão sobre as formas contemporâneas de dominação e resistência.

¹ Informação retirada do Relatório Global de Visão Geral Digital 2024, produzido em parceria entre a Meltwater e We Are Social e divulgado no início do ano de 2024.

O texto está organizado em três capítulos, além da apresentação, das considerações finais e das referências bibliográficas. No primeiro capítulo, intitulado *O Mito Da Beleza, Orientação Ideológica e Relações De Poder (1)* discute-se a interseção entre o mito da beleza, a orientação ideológica e as relações de poder. Examina-se os discursos e simbolismos estruturantes, historicamente, da percepção do corpo feminino, destacando como tais elementos sustentam a violência simbólica e naturalizam a dominação masculina. Ao longo das seções, aborda-se a representação simbólica da mulher, o corpo como objeto e instrumento de controle e a forma como o mito da beleza atua na contemporaneidade como um reforço dessas estruturas de poder.

No segundo capítulo, nomeado *O Mito Da Beleza: Entre a Construção Semiológica Discursiva e a Internalização Sociocognitiva (2)*, aprofunda-se a análise teórica sobre o mito da beleza, articulando a Semiologia e a Teoria Sociocognitiva do Discurso. Inicialmente, explora-se a concepção barthesiana do mito como sistema de significados que impõe limites históricos e sociais à comunicação. Em seguida, é apresentada a contribuição de Van Dijk (2016) para o entendimento da internalização e reprodução do mito por meio do discurso, estabelecendo uma interconexão entre as dimensões discursiva, cognitiva e social. Assim, evidenciamos como o discurso da beleza não apenas reflete, mas também reforça e perpetua padrões ideológicos de domínio.

No terceiro capítulo, *A Relação entre as Estruturas Discursivas e Sociais: A Beleza como Atributo Indispensável a Mulher e o Poder Operado pelo Discurso Da Beleza (3)*, analisa-se como o discurso da beleza opera a relação entre as estruturas discursivas e sociais, consolidando-se como um mecanismo de poder masculino e submissão feminina. A partir da Análise Sociocognitiva do Discurso, investiga-se a forma como os modelos mentais influenciam a percepção da beleza e reforçam estruturas ideológicas. Ao longo das seções, as interações entre os componentes discursivos, cognitivos e sociais foram discutidas, demonstrando como a beleza é projetada e perpetuada para manter a estrutura de domínio masculino.

Por fim, com o objetivo de retomar alguns aspectos discutidos ao longo da dissertação, apresenta-se as Considerações Finais sobre a pesquisa realizada.

1 - O MITO DA BELEZA, ORIENTAÇÃO IDEOLÓGICA E RELAÇÕES DE PODER

Não acredito que existam qualidades, valores, modos de vida especificamente femininos: seria admitir a existência de uma natureza feminina, quer dizer, aderir a um mito inventado pelos homens para prender as mulheres na sua condição de oprimidas. Não se trata para a mulher de se afirmar como mulher, mas de tornarem-se seres humanos na sua integridade.

Simone de Beauvoir (2008)

Neste capítulo serão traçadas observações acerca dos símbolos e dos discursos que, no decorrer da história, emergem na consciência social como princípios organizadores da percepção e divisão de natureza sexualizada da subjetividade feminina. Esses elementos estão interligados com o propósito de sustentar a violência simbólica, cujo desfecho resulta na naturalização da dominação masculina.

Nessa conjuntura, apresenta-se uma reflexão acerca dos simbolismos e dos discursos que permeiam a representação feminina apresentando, igualmente, como esses elementos são utilizados como mecanismos para legitimar o cenário de subordinação da mulher e de apropriação, controle e modelagem do corpo feminino.

Busca-se neste capítulo, atingir um dos primeiros objetivos específicos: refletir sobre o modo como o discurso da submissão feminina explora e evolui o discurso da beleza, para que esse aja como um mecanismo de orientação ideológica capaz de exercer e manter as relações de poder e o adestramento do corpo feminino na contemporaneidade.

Para organizar tais discussões, o capítulo foi dividido em três seções contendo algumas noções históricas, simbólicas e discursivas que constituíram e constituem a representação da mulher, do seu corpo e seu papel social e lugar social. Na seção (1.1) cujo título é *A representação simbólica da mulher*, o foco foram os recortes históricos e apontamentos simbólicos institucionalizados, atentando-se para o modo como esses elementos desempenharam um papel significativo na configuração e percepção do corpo não só como objeto sexualizado, mas também para o modo como se exerce o poder com a intenção de modelar as ações e os comportamentos dos indivíduos. Em seguida, na seção (1.2) *O corpo como objeto e instrumento nas relações de poder*, procurou-se

pensar a dinâmica, de acordo com a qual o poder e as relações desiguais de controle são compreendidos como uma força normalizadora da historicidade e da existência feminina enquanto sujeito. Destaca-se, nesse contexto, a intrínseca interconexão dessas relações de poder e o exercício sobre o corpo da mulher. E por fim, na seção (1.3) *O Mito da Beleza e as perspectivas sobre sua manifestação na sociedade contemporânea*, explora-se o viés ideológico do mito da beleza, identificando-o como um mecanismo de atuação sobre o corpo feminino na contemporaneidade. Nesse sentido, o mito da beleza favorece, ao moldar a representação da mulher em conformidade com os padrões estéticos, a estrutura de poder, beneficiando, especificamente, o poder institucional masculino.

1.1 - A representação histórica e simbólica da mulher

Para pensar as implicações da representação histórica da mulher, é fundamental reconhecer a influência desses elementos na construção da identidade feminina e nas percepções sociais que moldam os gêneros. Ao refletir sobre os mecanismos pelos quais esses símbolos foram internalizados, é preciso fazer emergir questões fundamentais sobre o entrelaçamento entre a história, a cultura e a representação naturalizadas ao longo do tempo. Desse modo, o foco é refletir sobre como esses mecanismos contribuíram para a formação de uma visão social, unilateral, enviesada e, muitas vezes, excludente.

Em um contexto marcado pela reprodução e manutenção do patriarcado, cuja base repousa na preeminência do poder masculino, as mulheres foram sistematicamente relegadas a papéis sociais secundários e subalternos. Essa estrutura, ao conferir aos homens posição de liderança e controle, estabeleceu uma ordem que limitou substancialmente a condição das mulheres na sociedade.

Sob uma perspectiva analítica este estudo volta-se para o exame das adversidades enfrentadas pelas mulheres, principalmente aquelas relacionadas à apropriação e subordinação feminina por parte dos homens, tanto no que diz respeito ao poder de decisão sobre a reprodução, seja referente aos desejos e sexualidade. Essas demandas sobre a sexualidade feminina ou sobre a manutenção, ou não de uma gravidez indesejada, por exemplo, estão na pauta das discussões dos direitos da mulher até os dias atuais. Legitimadas por discursos reforçadores da ordem masculina, essas demandas favorecem a emergência de uma consciência social delimitada por esses ideais e valores do patriarcado e reproduzem as noções de gênero e de sexualidade. A partir desse modo de

gerenciamento dos corpos, sejam eles femininos ou corpos masculinos, a noção de gênero, bem como a de desejo passam a ser naturalizadas.

Tais premissas não derivam das leis inerentes à natureza nem às estruturas sociais, apesar de terem sido assimiladas pela legislação humana. Elas operam em estratos diferentes, manifestando-se de múltiplas maneiras, mecanismos e intensidades ao longo da história. Ao serem apresentadas como naturais, induzem à aceitação passiva como se as circunstâncias e perpetuação sempre sejam imutáveis, indefinidamente dessa maneira. Esse entendimento é construído, notavelmente, sob o silenciamento sistemático das vozes femininas, resultando em encadeamentos causais e efeitos que moldaram a estruturação das mulheres ao longo do tempo.

A historiadora Gerda Lerner (2019), descreve em uma de suas principais obras “*A criação do patriarcado: história da opressão das mulheres pelos homens*” apontamentos e fatos históricos que originaram e, até os dias atuais, sustentam a manifestação de forma institucionalizada da dominação masculina sobre as mulheres na sociedade, e como elas, participam desse processo de internalização da subordinação e da inferioridade. A relevância de seu trabalho se dá não somente pelo fato de defender que as mulheres, assim como os homens sempre foram agentes da história, mas por observar que as mulheres são e foram personagens principais para a criação da civilização e da vida em sociedade.

Na perspectiva de Lerner (2019) a relação das mulheres com a história torna-se ainda mais problemática, pois elas também desempenharam um papel ativo na preservação da memória coletiva, um fator social, entre o indivíduo e o coletivo. Isso se dá, pois a memória social² é formada por aspectos julgados importantes por determinados grupos, responsáveis por consolidar as tradições culturais e fornecer a conexão entre gerações passadas e futuras, por meio da interpretação e reinterpretação de simbolismos. Daí decorre a indagação se as mulheres são essenciais e peças centrais na perpetuação da civilização, o que mantém e sustenta esse quadro de submissão, dominação e opressão que perdura por milênios na historicidade?

Parece-nos relevante destacar, no entanto, a subsistência do debate há décadas e como as informações inerentes a ele viabilizam várias teorias, não apenas dos

² O conceito de memória social é complexo e tem suas raízes em várias áreas de conhecimento, como sociologia, antropologia, psicologia e história. Não há um único indivíduo a quem possamos atribuir a propriedade exclusiva desse conceito, pois ele se desenvolveu ao longo do tempo com contribuições de diversos estudiosos. Consideramos os estudos de Maurice Halbwachs (1877-1945) que entendia, por meio da teoria da memória coletiva, que a construção da memória é influenciada pela interação contínua entre o indivíduo e seu contexto social.

mecanismos e discursos que situam a mulher em uma posição social de subordinação, mas também da influência da mulher na formação da cultura, principalmente, ocidental. Essa distinção entre os gêneros teve consequências tanto no gerenciamento do próprio corpo, quanto aos comportamentos sociais.

Essas consequências afetaram diretamente a história da mulher: primeiro, por desconsiderar a relação intrínseca entre o corpo, a mente e, consequentemente, as emoções e sentimentos; segundo essas distinções foram incorporadas nos modos de pensar e agir, seja pela desvalorização, seja pelo apagamento. Por fim, essa negação do lugar social e histórico da mulher favoreceu e consolidou um sistema social baseado na dominação masculina e no patriarcado, tendo como base uma ideologia capaz de possibilitar as condições de sua subordinação. Lerner (2019), ao estudar a condição da mulher, empreende um estudo do conceito de patriarcado, considerando sua presença persistente na contemporaneidade.

Patriarcado, em sua definição mais ampla, significa a manifestação e institucionalização da dominância masculina sobre as mulheres e crianças na família e a extensão da dominância masculina sobre as mulheres na sociedade em geral. A definição sugere que homens têm o poder em todas as instituições importantes da sociedade e que as mulheres são privadas de acesso a esse poder. (Lerner, 2019, p.290)

Conforme perspectiva do autor, o patriarcado é interpretado como um sistema institucionalizado de supremacia masculina. Lerner (2019) ainda argumenta e ilustra que os temas relacionados à mulher e ao feminino foram abordados de maneira esporádica nas fundações das antigas ciências antropológicas e filosóficas. Quando mencionados, tais temas eram frequentemente tratados como irrelevantes, resultando na exclusão das mulheres dos processos de concepção dos sistemas simbólicos, do desenvolvimento científico e da formulação de leis. (Lerner, 2019, p. 28-29)

Nesse enquadramento de marginalização, a historiadora defende que a narrativa histórica preponderante é aquela articulada a partir da perspectiva masculina e alinhada aos interesses dos homens. A autora salienta como a ausência da mulher como sujeito do discurso bem como sua exclusão enquanto participante da formação do simbólico na sociedade tornaram-se mecanismos fundamentais de acordo com os quais o pensamento e a linguagem fossem delineados, e com isso, se perpetuasse a marginalização contínua das mulheres.

As mulheres foram impedidas de contribuir com o fazer História, ou seja, a ordenação e a interpretação do passado da humanidade. Como esse processo de dar significado é essencial para a criação e perpetuação da civilização, podemos logo ver que a marginalização das mulheres nesse esforço as coloca em uma posição ímpar e segregada. As mulheres são maioria, mas são estruturadas em instituições sociais como se fossem minorias. (Lerner, 2019, p. 29)

Parece-nos pertinente destacar a evolução do processo de representação da mulher com o passar do tempo e o avanço da sociedade mediante a incorporação de princípios simbólicos naturalizados. Tais simbolismos assumem notáveis disparidades entre o feminino e o masculino e, quando alinhados aos processos históricos e culturais, engendram uma perspectiva social de caráter arbitrário, moldada a partir dessas diferenças e do simbólico convencional a elas atribuído.

Em *A dominação masculina: a condição feminina e a violência simbólica*, publicada pela primeira vez em 1998, Bourdieu aborda as dinâmicas de gênero e o modo como as relações de poder se organizam na sociedade contemporânea. Para o autor, a dominação masculina caracteriza-se como parte integrante da estrutura de poder nas instituições e práticas sociais, na medida em que define o sistema de poder e desigualdade de gênero. Sob a dominação masculina, distribuem-se homens e mulheres em posições distintas, cabendo aos homens as posições de poder e às mulheres, lugar de subordinação. Para esse modo de organização, o sistema de poder utiliza mecanismos que atribuem significados com representações simbólicas e práticas discursivas, à cultura e às normas sociais estabelecendo, assim, a dominação simbólica.

A partir do conceito de dominação simbólica, como proposto pelo sociólogo francês, Pierre Bourdieu, podemos pensar o processo de produção das relações de poder e desigualdade sociais, mais especificamente, o modo como essas relações são mantidas e legitimadas na sociedade e, por conseguinte, a importância dos símbolos e da cultura na construção dessas relações.

Como proposta, a dominação simbólica consiste em uma forma de exercer o poder por via do controle dos símbolos, significados e valores em sociedade, ao invés de depender apenas da coerção física ou econômica. Essa dominação, como sugere Bourdieu (2019), opera no âmbito simbólico e cultural, resultando em diferentes modos de controle sobre o corpo, sobre a linguagem e, assim, sobre as representações culturais e um olhar sobre as normas sociais e, por fim, sobre as práticas rituais, modeladoras das percepções e comportamentos das pessoas no meio social.

Embora Bourdieu não tenha se concentrado exclusivamente no controle do corpo, suas ideias têm implicações significativas para a compreensão do corpo, relacionado ao gênero, na sociedade. Essas alusões, por sua vez, conferem aos corpos um estado socializado, altamente influenciado pelas disposições e significados internalizados que moldam as ações e os comportamentos dos indivíduos, e como consequência, utiliza do corpo para reforçar as identidades e papéis de gênero, bem como enrijecer as relações de poder existentes.

Para Bourdieu (2019, p.26), “o mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes”, implicando, segundo o autor, que essa divisão, sob uma concepção biológica, constrói diferenças e matrizes universais interligadas a um efeito de construção social na qual “o simbolismo que lhe é atribuído é, ao mesmo tempo, convencional e ‘motivado’ e assim percebido como quase natural”. Portanto, quem controla a produção e disseminação dos símbolos tem o poder de influenciar como os demais pensam, se comportam e se identificam, estabelecendo uma relação de dominante e dominado.

Embora esses teóricos tenham abordado diferentes aspectos da sociedade, direcionando suas atenções para abordagens e focos distintos, as contribuições teóricas de Lerner (2019) e Bourdieu (2019), possuem pontos convergentes, como, por exemplo, as questões levantadas acerca do poder, desigualdades e estrutura social. Ainda que os enfoques de Bourdieu e Lerner possam parecer inicialmente díspares, parece-nos inegável os objetivos de estudo com foco em como as estruturas sociais desempenham um papel fundamental na perpetuação das desigualdades, particularmente no que concerne à dominação masculina. Essa abordagem analítica, fundamentada em diferentes tradições disciplinares, proporciona uma base rica para a compreensão das complexidades envolvidas na construção e manutenção das estruturas de poder de gênero ao longo da história.

Bourdieu e Lerner evidenciam que determinadas formas de organização e ações coletivas são, sobretudo, fundamentadas em simbolismos. Os comportamentos considerados socialmente adequados para cada gênero, assim como a posição ocupada na construção social, são delineados por narrativas intrínsecas a um sistema explicativo que se autodenomina “natural” e eternizado. Esse sistema, ao legitimar a dominação masculina, perpetua-se harmonicamente, embutindo-se na ordem social e sendo assim reconhecido como legítimo.

O avanço ocorreu com a exploração de uma série de interpretações simbólicas que, embora não se apresentem de maneira linear, convergem para um padrão de representação da mulher. Ao longo da história essas interpretações fundamentam a justificação da dominação masculina por meio de um determinismo biológico, ancorando-se nas relações e atribuições de gênero como seu alicerce. Dessa forma, a delimitação de um marco histórico para início do patriarcado revela-se contraditória, pois para tal seria necessário supor, implicitamente, a concepção de que o patriarcado é uma ocorrência natural, simplesmente estabelecido, em vez de ser compreendido como o resultado de uma construção social.

O período do estabelecimento do patriarcado não foi um “evento”, mas um processo que se desenrolou durante um espaço de tempo de quase 2.500 anos, de cerca de 3.100 a 600 a.C. Aconteceu, mesmo no Antigo Oriente Próximo, em ritmo e momentos diferentes, em sociedades distintas. (Lerner, 2019, p. 32-33)

A prática de fazer história, envolvendo o registro e interpretação do passado, teve suas raízes na Antiga Mesopotâmia com o advento da escrita. Durante esse período, as classes intelectuais, historiadores, sacerdotes, escribas e outros membros das elites intelectuais, desempenhavam um papel crucial na seleção e interpretação dos eventos registrados moldados de maneira a adquirir significados e sentidos associados às ações específicas, contribuindo para a construção de narrativas históricas. (Lerner, 2019, p. 28)

A tradição de interpretação simbólica e construção narrativa também é evidente nas alegorias da mitologia grega, como exemplificado nas narrativas hesiódicas, do Mito de Pandora. Nele são destacadas as complexidades das representações de gênero e moralidade. A mencionada interpretação sugere uma conexão entre a figura feminina, sua criação e a responsabilidade pelo mal no mundo, destacando aspectos simbólicos presentes nas narrativas mitológicas.

No mito de Pandora, em síntese, Zeus, o deus supremo, movido por uma vingança contra Prometeu, ordena a criação da mulher (Pandora) e a entrega a Epimeteu, irmão de Prometeu, junto a um recipiente com todos os males da humanidade, alertando para este nunca ser aberto. Epimeteu, fascinado pela beleza de Pandora e seduzido pelo desejo, decide se casar com ela. Porém, movida pela curiosidade, Pandora abre o jarro enquanto o marido dorme, liberando assim todos os males sobre a humanidade.

O mito grego, então, não apenas fundamenta a dualidade entre homem e mulher, mas, além disso, explora a dinâmica entre a figura feminina e sua natureza sexual,

associando-a à responsabilidade por trazer a maldade para o mundo. Essa relação reforça a associação entre a figura da mulher e os aspectos negativos, sugerindo que as mulheres são inerentemente propensas a causar problemas, portanto são seres a serem controlados por forças superiores.

Outro ponto histórico significativo na formação dos símbolos de dominação masculina são as metáforas da civilização ocidental perpetuadas por filósofos como Aristóteles. Esses filósofos, embora tenham reinterpretado mitos de maneira racional e lógica, contribuíram para uma visão hierárquica e divisória dos gêneros e das classes, especialmente no que diz respeito ao Estado e à ordem na sociedade.

A herança filosófica e política resultante dessa interpretação é descrita como uma dicotomia na qual o homem é considerado um ser político, superior por natureza, enquanto a mulher é designada como inferior, também por natureza. Lerner (2019) destaca como o modelo de família patriarcal, escolhido e valorizado pelo Estado, estabelece posições de gênero de visão aristotélica. Este modelo hierarquiza e valoriza as atividades consideradas masculinas como política, filosofia e discurso racional, em detrimento das atividades associadas às mulheres, como servir às necessidades da vida. (Lerner, 2019 p. 256-257). A valoração desigual das contribuições de homens e mulheres perpetua a desigualdade de gênero e, também influencia, a construção da representação da figura da mulher na sociedade.

Controversas também são as declarações do cristianismo sobre a representação da mulher e a divisão entre os sexos, apontando para a maneira como as narrativas do Livro do Gênesis, na Bíblia, contribuíram para fortalecer e afirmar o patriarcado na civilização ocidental. A menção ao Livro do Gênesis ressalta como, por meio de metáforas e símbolos, a narrativa bíblica incorporou explicações e preceitos que sugerem a inutilidade, traição e submissão da mulher, assim como uma visão limitada de sua sexualidade. O texto aponta para a representação do princípio divino na narrativa bíblica como sendo exclusivamente masculino, personificada por Deus, uma figura autossuficiente e masculina. Não há, conforme a interpretação destacada, indicações na narrativa de alianças provenientes de fontes maternas ou Deusas na criação do universo, incluindo a vida na Terra.

Esse discurso ressalta a ausência de elementos femininos na narrativa da criação, que tem funcionado, muitas vezes, como uma contribuição para a legitimação de estruturas patriarcais e a subjugação da figura feminina. Lerner (2019, p. 223-224) afirma que este episódio é significativo para a interpretação patriarcal tradicional:

O fato é que há mais de 2.500 anos o Deus dos hebreus é tratado, representado e interpretado como um Deus-Pai masculino [...]. Esse foi, do âmbito histórico, o significado dado ao símbolo e, portanto, é ele que carrega autoridade e força. Esse significado passou a ter extrema importância na maneira como homens e mulheres conceituam as mulheres e colocam, ambos, homens e mulheres na ordem divina das coisas e na sociedade humana. (Lerner, 2019, p. 223-224)

Ainda, Lerner (2019) discute, em termos históricos, a metáfora da criação do humano como uma explicação sexista e tem um significado simbólico profundamente patriarcal com estabelecimento de uma hierarquia de gênero, posto que a interpretação “tem exercido um poderoso efeito ao definir valores e práticas relativos às relações de gênero” (Lerner, 2019, p. 227-228). Como exemplificação, é relevante mencionar o relato bíblico da descrição da criação da mulher a partir da costela do homem, enquanto Adão é moldado a partir da terra. Na narrativa, subsiste um indício de inferioridade, com a criação da mulher apresentada como dependente do homem e intrinsecamente ligada a ele. A ideia de que Eva foi formada a partir da costela de Adão tem sido, historicamente, utilizada para sugerir que as mulheres são, de alguma forma, secundárias, derivadas e subordinadas aos homens.

Além disso, ao longo da narrativa, Eva é retratada como uma figura sedutora e transgressora e o seu ato de consumir o fruto proibido é associado à queda da humanidade em desgraça, interpretada como um castigo divino, fundamentando, quase sempre, o controle e a subordinação da mulher. Tomando como base o relato, mais uma vez, delineia-se um padrão comportamental no contexto das relações de gênero, com atribuição ao gênero feminino características negativas legitimadoras dos estereótipos de gênero. (Lerner, 2019 p. 227)

Como consequência desse evento, Deus, conforme registrado em Gênesis 3:16, decreta como castigo: “multiplicarei grandemente a tua dor e a tua conceição; com dor darás à luz filhos; e o teu desejo será para o teu marido, e ele te dominará”. Essa passagem, quando interpretada de maneira patriarcal, tem sido utilizada como uma justificativa tendenciosa à supremacia masculina, desconsiderando qualquer reivindicação por igualdade de gênero e reforçando a ideia a destinação das mulheres, por natureza, a serem governadas pelos homens. Ademais, a expressão de que as mulheres serão “multiplicadas em dor” pode, em certo sentido, simbolizar as definições das atribuições de gênero no contexto patriarcal.

A classificação do homem como aquele que “planta no ventre” e a mulher como responsável pelas dificuldades inerentes à maternidade e ao parto, derivadas das

afirmações sobre como as mulheres devem suportar a serem “multiplicadas em dor e com dor darás à luz filhos” devido a um ato de transgressão, estabelece distinções nas funções biológicas entre os gêneros. Tal entendimento concebido como parte da criação divina, perpetua a falta de responsável pela dominação masculina.

Adicionalmente, a frase “o teu desejo será para o teu marido” (Gênesis 3:16) reflete a sexualidade feminina como um símbolo de fragilidade, bem como a negação da sexualidade feminina, com a sugestão de suprimir os desejos, em prol dos desejos e necessidades dos maridos. Tal concepção reforça estereótipos de gênero e sustenta abordagens que justificam práticas opressivas/ de dominação do homem sobre a mulher. A leitura da passagem bíblica contribui para a construção de uma estrutura cultural na qual as mulheres são submetidas a papéis subalternos, perpetuando assim desigualdades de gênero e estigmatizando a expressão da sexualidade feminina.

Dessa forma, podemos considerar à luz deste debate, dos recortes e dos argumentos de Lerner (2019), que as tradições interpretativas³ são predominantemente masculinas no curso da história. Além disso, como se percebe pelo conhecimento histórico, portanto, até pouco tempo atrás, a figura da mulher foi considerada sem importância na história das civilizações. É importante salientar, também, que vários grupos, ao longo da história foram marginalizados, mas para a historiadora Lerner (2019), “a questão é que homens e mulheres sofreram exclusão e discriminação por razões de classe. Mas nenhum homem foi excluído do registro histórico por causa de seu sexo, embora todas as mulheres tenham sido”. (Lerner, 2019, p. 29)

No entanto, podemos concluir que fatores simbólicos, culturais, religiosos e políticos são a base ideológica do poder e autoridade aos homens em detrimento das mulheres e, diante disso, fortalecem, mantêm e sustentam, até os dias atuais, um quadro de submissão. A interconexão entre a discriminação simbólica e os apagamentos históricos se tornaram armas eficazes para a consolidação do patriarcado, como um sistema social duradouro, que, por meio dos comportamentos organizados a partir do casamento, deu origem à família patriarcal e suas regras e valores frente ao gênero, na qual os homens passaram a ocupar papéis dominantes.

O patriarcado cria e reforça um padrão de comportamento fundamentado na monogamia e na construção de um significado específico de família que não desafia a dominação masculina. Lerner (2019, p. 126) defende que a subordinação das mulheres

³ Lerner utiliza deste termo ao retomar que as interpretações variam para se ajustarem às necessidades dos intérpretes, julgando a tradição interpretativa como patriarcal. (Lerner, 2019, p. 227)

pelos homens forneceu o modelo conceitual para a criação da servidão como instituição, a família patriarcal forneceu o modelo estrutural. E mais, no sistema patriarcal, as mulheres eram criadas e usadas como moedas de troca e compra pelas suas próprias famílias gerenciadas por homens.

O primeiro papel institucionalizado da mulher é o de esposa, e essa função envolvia, historicamente, a comercialização de funções sexuais e reprodutivas. Essa comercialização era vinculada ao alcance de um *status* social nos meios de reprodução e obtenção de recursos. A participação das mulheres nesses meios era mediada pelos homens, detentores do papel de donos e, através deles as mulheres se inseriam e mantinham a posição na sociedade. Aquelas que não atendiam satisfatoriamente às expectativas em relação às suas funções eram rapidamente substituídas, perdendo assim sua condição social. Na lógica patriarcal, a subordinação da mulher na família é vitalícia, durante uma parte de sua vida, a mulher é condicionada à autoridade do pai e em outra fase, ao marido. E assim, a sociedade mantém sua ordem comportamental, na hierarquia de classes baseada na família.

A complexa interação no funcionamento do patriarcado aponta para a participação das mulheres como um componente fundamental do sistema, pois ele só funciona com a presença das mulheres que, há milênios, enfrentam manipulações psicológicas responsáveis pela internalização da ideia de sua própria inferioridade.

O sistema do patriarcado só pode funcionar com a cooperação das mulheres. Assegura-se essa cooperação por diversos meios: doutrinação de gênero, carência educacional, negação às mulheres do conhecimento da própria história, divisão das mulheres por definição de “respeitabilidade” e “desvio” de acordo com suas atividades sexuais; por restrições e coerção total; por meio de discriminação no acesso a recursos econômicos e poder político e pela concessão de privilégios de classe a mulheres que obedecem. (Lerner, 2019, p. 267)

Conforme Lerner (2019), o patriarcado atua nos meios do campo social e impacta diversos aspectos da vida social e individual abrangendo dinâmicas de poder, estereótipos, normas culturais e expectativas associadas às relações de gênero. Na doutrinação de gênero, o patriarcado promove a ideia de funções fixas para homens e mulheres a partir de características específicas.

Os estereótipos resultantes dessa doutrinação contribuem para a divisão desigual das responsabilidades e tarefas com base no gênero, e assim as mulheres são frequentemente designadas para as tarefas domésticas e o cuidado com a família. Além disso, são ensinadas sobre como se vestir, se comportar e quais habilidades desenvolver.

Como consequência, essas delimitações restritivas limitam a expressão individual da mulher, assim como a sua autonomia e igualdade de oportunidades em comparação com os homens.

Sob a influência de uma perspectiva patriarcal, as mulheres, muitas vezes, assumem o papel de coadjuvantes nas ideologias impostas, internalizando julgamentos externos. Assim, estabelecem uma relação de divisão entre elas. A lente categorial de “respeitabilidade” e “desvio” em relação às atividades sexuais é utilizada pelo patriarcado para explorar a moralidade das mulheres. Nesse contexto, o patriarcado busca fazer com que as mulheres adotem comportamentos alinhados com os adjetivos de “recatada” e “respeitável”.

Aquelas que se adequam aos padrões são socialmente mais aceitas, enquanto aquelas que não o fazem ou não seguem as normas enfrentam estigmatização social. A imposição de padrões morais específicos relacionados à expressão e comportamento das mulheres reflete uma dinâmica atemporal em que a conformidade com as expectativas patriarcais é recompensada socialmente, enquanto a divergência pode resultar em julgamento e exclusão.

Isso se dá ainda com o alinhamento aos pensamentos sobre as estruturas patriarcais e suas influências na historicidade⁴, história⁵ e na sociedade de Lerner (2019), mas, doravante, sob um olhar de como os indivíduos incorporam à construção cultural da feminilidade e da masculinidade associada à ideia de condições para a legitimação e o papel da reprodução nesse processo por meio das representações simbólicas e dos sistemas de significados. Bourdieu (2019), afirma que as instituições dos símbolos no decorrer da história são, evidentemente, responsáveis pela violência simbólica, tendo como produto a perpetuação da dominação masculina. Sob essa perspectiva bourdieusiana, em outras palavras, os símbolos, mitos e narrativas culturais são dotados de interpretações, como as mencionadas anteriormente, contribuindo para a reprodução das estruturas de poder e hierarquias de gênero. Para ele, a violência simbólica é uma submissão paradoxal:

(...) sempre vi na dominação masculina, e no modo como é imposta e vivenciada, o exemplo por excelência daquilo que eu chamo de violência simbólica, violência suave, insensível, insensível a suas próprias vítimas que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou mais precisamente,

⁴ Implica a compreensão de que as coisas têm uma história e são moldadas por fatores históricos.

⁵ Refere-se ao conjunto de eventos que o levou ao seu estado atual.

do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento”. (Bourdieu, 2019, p. 12)

Essa visão social se relaciona com os estudos de Lerner (2019), ao tornar evidente que, desde os tempos das antigas sociedades, marcas de superioridade têm sido associadas ao corpo masculino. Essa perspectiva aponta para a persistência de noções de superioridade masculina como uma construção social profundamente enraizada, influenciando não apenas as dinâmicas de poder, mas também as percepções culturais e as normas que moldam as experiências de homens e mulheres na sociedade.

Ao examinar criticamente essas construções conservadoras da relação entre os sexos, Bourdieu (2019) argumenta que a “(...) oposição entre o masculino e o feminino recebe sua necessidade objetiva e subjetiva da inserção em um sistema de oposições homólogas” que

(...) são suficientemente concordes para se sustentarem mutuamente, no jogo e pelo jogo inesgotável de transferências práticas e metáforas; e também suficientemente divergentes para conferir, a cada uma, uma espécie de espessura semântica, nascida da sobredeterminação pelas harmonias, conotações e correspondência. (Bourdieu, 2019, p. 21)

Sendo assim, determinados movimentos e deslocamentos revestem os corpos divididos em dois gêneros de significações do corpo socializado. Terminologias e comportamentos como, por exemplo, os vocábulos alto/em cima/ativo, numa interpretação do ato sexual entre os corpos masculino e feminino, teria a ereção e a posição superior atribuída ao homem, enquanto ao feminino, no mesmo contexto, as configurações de baixo/embaixo/passivo, com o objetivo de traçar a vagina como órgão desfavorecido e, conseqüentemente, sua posição de submissão, formando assim, interpretações antagônicas e um jogo incansável de oposições distintas entre os gêneros. (Bourdieu, 2019, p. 20-21)

Essas oposições, como no exemplo mencionado do ato sexual, fazem parte de um sistema de diferenças naturalizadas confirmadas pelo curso do mundo, começando pelo próprio corpo considerado como uma realidade biológica.

Percebe-se essas oposições naturalizadas como base de um sistema da ordem social, que até os dias atuais, determinam formas de percepção, pensamento e ação dos indivíduos. Isso implica que todo o mundo social e as representações dos sujeitos inseridos nele, foram construídas a partir de uma realidade sexuada e princípios divisórios sexualizantes, em que as diferenças biológicas são bases para as diferenças

sociais e, por meio delas a ocorrência de formas de percepção, pensamentos e ações foram condicionados aos indivíduos.

A falta de percepção em relação aos mecanismos que sustentam a concordância entre as estruturas cognitivas, formas de pensar e perceber, e as estruturas sociais podem levar os símbolos a ordenarem representações de maneira, mais ou menos, consciente e intencional, favorecidas pelos discursos e ideologias, e sobretudo, sem necessidade de justificação. Portanto, para Bourdieu (2019), a visão androcêntrica impõe-se por meio de uma ordem social:

A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão sexual do trabalho, distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, de seu local, seu momento, seus instrumentos; é a estrutura do espaço, opondo o lugar de assembleia ou de mercado, reservado ao homens, e a casa, reservada às mulheres; ou, no próprio lar, entre a parte masculina, com o salão, e a parte feminina, com o estábulo, a água e os vegetais; é a estrutura do tempo, as atividades do dia, o ano agrário, ou o ciclo de vida, com momentos de ruptura, masculinos, e longos períodos de gestação, femininos. (Bourdieu, 2019, p. 24)

As posições atribuídas ao feminino e masculino na ordem social são, propriamente, resultados da divisão sexual da tarefa de produção e reprodução, que subitamente legitimaram, como natural e inevitável, as posições de hierarquia dos gêneros na divisão do trabalho, no conjunto de atividades e nos rituais coletivos. Nessa perspectiva, aos homens é conferido o lado exterior adjetivado de dominante e a mulher o inferior tido como o dominado. Consequentemente, a naturalização histórica de produção da dominação masculina organiza as relações de poder presentes até os dias atuais, pois “os dominados aplicam as categorias construídas do ponto de vista dos dominantes às relações de dominação, fazendo-se assim serem vistas como naturais” (Bourdieu, 2019, p. 64). Portanto, à violência simbólica é operativa e automática com efeitos duradouros e inscrita no mais íntimo dos corpos.

Ainda, é importante abordar sobre a violência simbólica não circulante na relação do ato consciente, ela perpassa pelas discriminações e exclusões atribuídas à feminilidade, simbolicamente categorizada como “sexo frágil”. Esse tipo de violência é exercido de maneira invisível, sem o uso direto da força física, visto que sua manifestação ocorre mediante mecanismos culturais e sociais, e estes modos genuinamente, convenciam pressurosamente ao gênero feminino as vocações de

submissão, docilidade, delicadeza, na qual, ainda, devem cumprir de forma prazerosa as tarefas designadas por suas “virtudes”, reforçando a dicotomia sexual. (Bourdieu, 2019, p. 68-69)

Há, como se pode ver, no decorrer da história, a ausência de uma tradição, simbólica e cultural com contemplação da mulher como autossuficiente ao invés da subserviência. A visão da mulher foi desconectada de si mesma, negando-lhe não só um lugar na sua própria história, mas também de uma representação na construção dessa história, de modo que as concepções passadas, atuais e mesmo as futuras, bem como suas experiências, foram e ainda continuam sendo, marginalizadas. Esse processo de negação da história da mulher se constitui a partir de um movimento de discriminação simbólica e os apagamentos históricos como mecanismos facilitadores da perpetuação do patriarcado. Por mais que existam lutas femininas em busca de uma emancipação, elas ainda são encaradas e interpretadas como peças marginais, e os homens são pensados e tratados como centro da história e do mundo por todas essas razões.

1.2 - O corpo como objeto e instrumento nas relações de poder

Como observado e citado nas discussões anteriores, a dinâmica de poder tem sido uma parte integral da vida humana desde os primórdios da civilização até os dias atuais. As relações de poder estão profundamente enraizadas em todas as interações humanas diárias até as estruturas organizacionais mais complexas, manifestando-se de forma multifária e intrincada. Um dos objetivos centrais neste trabalho é explorar como a influência do poder é ubíqua e como ele se torna frequentemente invisível e normalizado na historicidade e na vida da mulher enquanto sujeito.

Como se sabe, os trabalhos de Foucault (2010), principalmente aqueles que tratam do poder e de suas relações com o discurso, mudaram a percepção do que se entende sobre o seu funcionamento no meio social. Para Foucault (2010), o poder não pode ser definido apenas como uma força repressiva exercida por uma autoridade sobre um indivíduo ou grupo social. Em vez disso, o poder se mostra como uma força que permeia toda a estrutura social e está intrinsecamente ligada à produção do conhecimento e, consequentemente, ao discurso.

Judith Butler (2020), filósofa feminista, cujo trabalho é centrado principalmente em questões de gênero, sexualidade, identidade e poder, reflete em seu trabalho *A vida psíquica do poder: Teorias de Sujeição* que nós estamos habituados a “pensar no poder

como algo que pressiona o de fora, que subordina, submete e relega uma ordem inferior”. (Butler, 2020, p. 9-10)

Sob essa perspectiva, Butler (2020), embasada nos estudos foucaultianos, levanta questionamentos precípuos referentes aos modos de controle sobre o corpo da mulher, como: afinal, o que é um corpo? Um corpo pode ser configurado biologicamente? Quais são os efeitos das relações de poder no corpo da mulher? Como é construída a figura de corpo e beleza em relação à mulher? A autora depreende que a concepção de corpo é erigida sob os ditames históricos, os que escrevem ou imprimem valores culturais. (Butler, 2019)

Nessa esteira, Goellner (2015) salienta que o corpo é uma construção cultural, social e histórica, por isso, ao corpo é atribuído diversificadas marcas em distintos espaços, tempos, contextos políticos e econômicos e grupos sociais.

[...] é provisório, mutável e mutante, suscetível a inúmeras intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura, bem como suas leis, seus códigos morais e sua linguagem, visto que ele é construído também a partir daquilo que dele se diz. (Goellner, 2015, p. 135)

Corpo é, destarte, algo instituído e, como tal, um corpo sociocultural. Por esse motivo, o corpo da mulher resulta de um processo pedagógico, que assume um discurso patriarcal verticalizado determinando as maneiras de ser, pensar e se comportar. Mais que ossos, pele, músculos, o corpo da mulher é impingido pela aparência, pela moda, pelos acessórios, pelas mídias. Nesse sentido, as intervenções no corpo, produzem nele um processo de instrumentalização, de modo que o corpo se transmuta em um objeto, no qual se operam imagens, ideários, padrões.

Le Breton (2013), por sua vez, depreende que o corpo é um fenômeno social, cultural e biológico, uma espécie de vinculação do sujeito com o mundo, isso é, alicerce da existência individual e coletiva. Embora haja essa constatação pelo autor, ele também analisa que o corpo, atualmente, se constitui como um objeto dúbio e instrumento de controle, em função dos discursos da modernidade. É nesse entendimento que o corpo introjeta em si a ideia de ser uma mercadoria.

Interessante pensar aqui a relação desse corpo enquanto construção cultural sob uma perspectiva da biopolítica, como pensada por Foucault (2010). Para o autor, o controle na sociedade não se opera de modo ideológico, mas se principia pelo corpo. É no corpo que se dão e se iniciam as relações de poder e que, por sua vez, a sociedade

neoliberal investe. Nesses termos, o corpo é uma realidade biopolítica e, em função disso, deve ser calculado, esquadrinhado, medido, estereotipado, classificado. Fundamentalmente, nessa atuação biopolítica, ao estruturar os corpos, exerce-se a relação de poder sobre a vida das pessoas, o que implica tornar a vida das pessoas medida e calculada de forma racionalizada e objetivada. Nesses moldes, a biopolítica dá azo a julgamentos, classificações, condenações, correções, em síntese, ela cria modos de viver e de ser pautados em discursos que atravessam os corpos.

À guisa de exemplo, a construção de uma imagem do corpo da mulher, nas redes sociais (*Instagram* ou *Facebook*), é impregnada por fatores socioculturais presentes na sociedade patriarcal. Esses fatores impõem uma ordem da aparência, um “marketing da rostificação”, a imposição de um padrão corpóreo, o mito da beleza feminina. Passa, então, a circular discursos legitimadores que fomentam uma relação assimétrica, uma relação de poder suprimindo os espaços de jogo abertos ou imprevisíveis. Nesses espaços em que se manifestam as relações de poder, atualizam-se espaços estratégicos, basicamente, de comunicação acelerada e efêmera que primam pela difusão de discursos e imagens acerca da mulher. Emergem-se as classificações, condenações e estereótipos (da mulher para si mesma, dos outros para a mulher, e das próprias mulheres entre si), com a imposição da subordinação feminina a uma ditadura do corpo perfeito. Um corpo subordinado aos pressupostos da moda ditadores de regras para apresentação e conduta, oferecendo produtos como roupas, sapatos, maquiagens e tatuagens, passando por perfumes, modos de pintar as unhas e cortes de cabelo, mas também com a imposição de uma necessidade de acessórios nomeados e classificados segundo as marcas vigentes no mercado.

Ao mesmo tempo, esse corpo se submete a critérios que o enquadram nos discursos responsáveis por uma padronização da beleza física, a saber, altura, peso, traços físicos, qualidades estéticas (dentes, musculatura modelada, cor dos olhos, cabelo). Desse modo, o corpo feminino surge controlado e assujeitado a um conjunto de condições que refletem as relações de poder atuantes sobre a mulher.

À vista disso, tais discursos se ancoram e se fortalecem também em uma indústria biotecnológica, alicerçada nos meios midiáticos (TV, redes sociais, canais de entretenimento na internet, etc.), que rechaçam a singularidade de cada corpo feminino, em prol de uma economia de mercado, instrumentalizando esse corpo. Assim, se constitui um ideal de beleza veiculado como uma mercadoria que, por consequência, gera modos de dominação e atuação do poder sobre as mulheres. Nessa configuração da

sociedade patriarcal, portanto, o corpo da mulher se sujeita a normas, padrões e condutas predeterminadas.

Nesse entendimento, as redes sociais, a título de exemplo, inventam meios de exploração cada vez mais refinados, uma ação biopolítica, como mecanismo de controle sobre o corpo da mulher. Os meios, em pauta, trazem à baila, para as mulheres, modos de comportamento, preceitos de moda e paradigmas de beleza que, para ser alcançados, torna-se essencial realizar transformações corporais de natureza estética, tais como procedimentos cirúrgicos, implantes, medicamentos, próteses, práticas esportivas, dietas restritivas, entre outras atuações sobre o corpo. Nesse contexto, o corpo da mulher se vê permeado por códigos culturais de beleza e se torna um objeto de exploração, de ajuste às normas sociais em voga.

A normatização dos corpos femininos, no bojo da sociedade patriarcal, corrobora para cunhar um tipo de cultura, induzindo as pessoas a compreenderem certos tipos de comportamento e padrões estéticos como ideais. Isso compõe uma maneira de generalização e, subsequentemente, de naturalização. Por seu turno, as mulheres se tornam o foco de cobranças sociais, que priorizam a beleza, a juventude, o corpo desejável, o corpo com vestimentas e acessórios da moda (Goldenberg; Ramos, 2002; Monteiro, 2008).

Nesse viés, Han (2018, p. 40), aborda que o corpo é um “[...] objeto de otimização estética”. Destarte, a construção de um corpo feminino, dá-se por meio de “[...] cirurgias plásticas e academias”. Todavia, a otimização corporal significa muito mais que mera prática estética. Os termos *sexys* e *fitness* tornam-se recursos econômicos que devem ser multiplicados, comercializados e explorados. Portanto, sob os ditames de uma sociedade patriarcal, o corpo da mulher é transformado em um espetáculo de imagens, que vai da aceitação à exclusão, da satisfação à insatisfação, do elogio ao escárnio. Esse corpo é sempre medido, esquadrinhado e avaliado. E o lócus para que isto ocorra são precisamente os meios midiáticos (TV, redes sociais, canais na internet etc.). É nesse espaço inflacionado de signos, que se instaura nas mulheres o discurso de um corpo belo (mito da beleza), dentro de determinados padrões estéticos, e que deve se submeter a uma moda (vestuário, acessórios, etc.).

Nossos corpos, quando nos arrastamos todos os dias para a ginástica e resistimos ferozmente às nossas fomes e aos nossos desejos de gratificar e mimar a nós mesmas, também estão se tornando cada vez mais habituados com as virtudes “masculinas” de controle e

autodomínio. As anoréxicas as perseguem com dedicação ingênua, inabalável. [...] O ideal de esbeltez, junto com a dieta e os exercícios emagrecedores que se tornam inseparáveis da mesma, oferece a ilusão de cumprir, através do corpo, as exigências contraditórias da ideologia contemporânea da feminidade. (Bordo, 1997, p.26)

Nessa perspectiva, ao considerarmos as relações entre corpo e biopolítica, os discursos acerca do corpo das mulheres se formam por uma rede de fios discursivos, os quais fazem com que este corpo seja uma função enunciativa do biopoder. O corpo das mulheres, então, se constitui culturalmente sob a sentença de uma perversidade funcional, limitante e pedagógica, expressando uma mensagem de domínio soberano patriarcal e uma ação biopolítica, porquanto se volta não só para os corpos femininos, mas também por se voltar para a gestão dos discursos de dominação, objetificando esses corpos.

Em linhas gerais, esta seção teve como objetivo pensar o corpo no âmbito da biopolítica, buscando entender os modos de ação e controle sobre o corpo da mulher. Na ótica de que a biopolítica se constitui a partir de um conjunto de estratégias de controle dos corpos sob a organização de normas e padrões regentes da sociedade, compreende-se que os discursos difundem modos de agir, pensar e ser, sob uma ordem política de gestão dos corpos femininos. Há uma imposição às mulheres de um mito da beleza, visando o controle do corpo da mulher e opera tanto em termos mercadológicos (indústria da beleza), quanto em termos de objetificação (regras para um corpo belo, que expressa juventude).

1.3 - O Mito da Beleza e as perspectivas sobre sua manifestação na sociedade contemporânea

O mito da beleza⁶ está presente em muitos estudos contemporâneos sobre gênero, cultura e mídia. Com o advento das mídias sociais e as novas formas de representação feminina, o mito explora e evolui o discurso do padrão de beleza para que este aja como um mecanismo capaz de exercer e manter o poder. Ao transformá-lo em um mecanismo de controle social, sustentado por discursos que se adaptam e se sofisticam ao longo do

⁶ O termo "mito da beleza" foi amplamente popularizado por Naomi Wolf em *The Beauty Myth* (1990), no qual a autora argumenta que os padrões estéticos funcionam como um mecanismo de controle social sobre as mulheres. No entanto, a noção de que a beleza pode ser usada como ferramenta de opressão já havia sido discutida anteriormente por teóricas feministas, como Betty Friedan em *The Feminine Mystique* (1963). Embora Wolf tenha consolidado uma expressão no debate contemporâneo, sua obra se insere em um contexto mais amplo de crítica feminista à normatização da aparência feminina.

tempo, esse discurso evolui de maneira estratégica para manter as mulheres constantemente preocupadas com sua aparência, desviando seu foco de questões políticas, econômicas e sociais. A obra *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*, publicada pela jornalista e escritora feminista Naomi Wolf em 1991, oferece uma análise crítica do modo como padrões rígidos e inatingíveis de beleza física foram estabelecidos na sociedade contemporânea, especificamente no ocidente, e são usados como um meio de repressão e controle sobre as mulheres.

No entanto, é válido notar que obras que ganham destaque, como *O Mito da Beleza*, frequentemente recebem tanto elogios quanto críticas de diversas fontes, incluindo acadêmicos, críticos literários, feministas e outros leitores. A natureza diversificada das reações destaca a complexidade e a subjetividade das interpretações literárias, especialmente em obras que abordam questões culturais e feministas.

É comum que em contextos acadêmicos e culturais ocorram debates intensos, e diferentes perspectivas e críticas emergem conforme os leitores recebem a obra a partir de suas próprias lentes interpretativas. Essa variedade de interpretações enriquece o diálogo em torno da obra, contribuindo para uma compreensão mais abrangente das complexidades do tema abordado.

Essa observação também destaca a importância da diversidade de vozes na discussão crítica de obras, pois diferentes perspectivas podem oferecer *insights* valiosos e enriquecer a compreensão coletiva. Em última análise, a recepção variada de uma obra demonstra a riqueza e a vitalidade do debate intelectual em torno de temas fundamentais para a sociedade.

No contexto apresentado, não nos cabe discutir as críticas frequentemente abordadas em relação à obra em análise. Como pesquisadores do Discurso, nossa responsabilidade reside em compreender como a linguagem é empregada como ferramenta social e de que maneira ela molda a nossa percepção do mundo, assim como as dinâmicas de poder presentes em seu interior. E por meio dessa perspectiva, a análise integra-se em partes ao primeiro objetivo de pesquisa, que consiste em analisar o discurso da beleza como um mecanismo de orientação ideológica e de adestramento do corpo feminino.

O conceito de mito da beleza, discutido pela autora, como observamos acima, diz respeito à aparência física, saúde mental, ao corpo, ao rosto, ao cabelo, às roupas e principalmente à liberdade e ao poder das mulheres contemporâneas. Para Wolf, a tirania do mito da beleza “de fato sempre determina o comportamento, não a aparência” (Wolf,

2019, p. 31). Ela apoia sua abordagem relacionando o surgimento do mito da beleza à segunda onda do movimento feminista, ocorrida principalmente nas décadas de 1960 e 1970. Esse movimento foi caracterizado por uma ampla gama de preocupações, incluindo a luta por igualdade de direitos, acesso a oportunidades, autonomia reprodutiva e uma crítica profunda às normas de gêneros tradicionais. Portanto, à medida que as mulheres começaram a conquistar mais direitos e igualdade após a segunda onda do movimento feminista, houve uma ênfase cultural na beleza e na juventude das mulheres reforçada como uma maneira de limitar seu poder.

O mito da beleza, que como muitas ideologias da feminilidade, muda para se adaptar a novas circunstâncias e põe em xeque o esforço que as mulheres fazem para aumentar seu próprio poder. (Wolf, 2019 p. 23).

Não é objetivo deste estudo abordar a temática específica das ondas do feminismo, nem mesmo defini-los, classificá-los em uma única perspectiva ou mesmo delimitar a ampla movimentação e articulação feminista ao longo do tempo, dada a complexidade de fatores e devidas importâncias. Refere-se aqui ao entendimento mais amplo das lutas feministas, nas quais vários grupos de mulheres decidiram combater em conjunto para potencializar pontos presentes em suas pautas.

No entanto, é interessante compreender que por meio dos movimentos feministas, alguns dispositivos de submissão e controle antes solidificados, foram desmistificados, devido à liberação das mulheres provocada a partir da segunda onda do feminismo. Sendo assim então, o mito da beleza com uma função na relação com a maternidade, domesticidade, castidade e passividade - ser bela, recatada e do lar - que promovia o ‘estar bela para o marido’, ‘estar bela para esperar o marido em casa’, passa a funcionar de maneira diferente, atingindo outros aspectos sociais do universo feminino, embora continue ideologicamente da mesma forma como controle do comportamento dessas mulheres.

Isso posto, com base na argumentação utilizada pela autora, é possível estabelecer pontos de desacordo com o feminismo mais amplo e aprofundado. Esse desacordo se manifesta principalmente na crítica às generalizações e concentração majoritária da experiência de mulheres brancas, heterossexuais e de classe média, relacionando-se à necessidade de uma abordagem mais complexa e inclusiva que leve em consideração uma variedade de questões, como raça, classe, orientação sexual e outros. Ainda, as generalizações apresentadas podem, em certos aspectos, representar as experiências das

mulheres em relação à beleza de forma única, sugerindo que todas as mulheres enfrentam as mesmas pressões e os mesmos desafios relacionados à beleza. Em contrapartida, compreendemos a generalização como uma estratégia de apresentação de questões complexas de maneira acessível a um público mais amplo de leitores. Esse recurso contribui para a influência e a dimensão do impacto social gerado pelo discurso sobre a temática.

A partir da leitura de Wolf (2019), é possível compreender a extensão discursiva do mito da beleza como uma das “mentiras” propagadas ao longo dos anos. Ele se revela como um mecanismo de controle social aplicado principalmente às mulheres, com o propósito de impedir a realização dos ideais feministas de emancipação intelectual, sexual e econômica. Sua função consiste em atuar como uma forma de mecanismo com o objetivo de sustentar a dominação masculina ao reprimir as manifestações no lar e no trabalho, na literatura e na mídia, assim como nas relações entre homens e mulheres e entre mulheres e mulheres.

Para explicar o surgimento do mito da beleza, Wolf (2019) fundamenta-se na trajetória histórica da mulher na sociedade, quando a figura feminina se fortaleceu, abrindo espaço para que ela pudesse desempenhar seu papel na esfera pública social. Consequentemente, a cada geração de avanços femininos, impunha-se algum ideal de feminilidade, como os mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade, visando assegurar que a mulher não progredisse excessivamente. Diante das lutas da revolução social feminina, a mulher moderna enfrenta desafios hoje:

Estamos em meio a uma violenta reação contra o feminismo que emprega imagens da beleza feminina como uma arma política contra a evolução da mulher: o mito da beleza. Ele é a versão moderna de um reflexo social em vigor desde a Revolução Industrial. À medida que as mulheres se liberaram da Mística Feminina da domesticidade, o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social. (Wolf, 2019 p. 27)

Nesse contexto, consequentemente, as mulheres emancipadas voltaram a ser submetidas a todas as limitações de perfeição, cada vez mais inatingíveis. Isso resultou em uma competição entre elas, ao mesmo tempo em que as afetava negativamente em aspectos físicos e mentais.

A reação contemporânea é tão violenta porque a ideologia da beleza é a

última remanescente das antigas ideologias do feminino que ainda tem o poder de controlar aquelas mulheres que a segunda onda do feminismo teria tornado relativamente incontroláveis. Ela se fortaleceu para assumir a função de coerção social que os mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade já não conseguem impor. Ela procura neste instante destruir às ocultas e em termos psicológicos tudo de positivo que o movimento proporcionou às mulheres abertamente e em termos tangíveis. (Wolf, 2019 p. 27)

Como Wolf (2019) argumenta, a beleza é, portanto, transformada em uma forma de moeda, podendo até mesmo ser considerada como uma espécie de “dinheiro” que as mulheres são instadas a buscar, manter e valorizar acima de outras realizações ou características. Esse fenômeno desvela uma série de problemas sociais, tais como discriminação no local de trabalho, baixa autoestima, transtornos alimentares e comprometimento da saúde mental.

A “beleza” é um sistema monetário semelhante ao padrão-ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. Ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo as quais mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriam. (Wolf, 2019, p. 29).

Além disso, Wolf (2019) justifica que a cultura contemporânea internalizou a avaliação da beleza como um recurso para assegurar que as engrenagens do sistema patriarcal e da dominação masculina não se tornem ameaçadoras para a estrutura de poder estabelecida. Nessa conjuntura, o mito da beleza é considerado um fenômeno sociocultural que permeia diversos cenários, como no mercado de trabalho, na religião, na economia, na saúde, na sexualidade e em outras instâncias sociais nas quais a mulher está inserida.

O sistema monetário informal do mercado matrimonial, formalizado no local de trabalho, foi sacramentado pela lei. No momento em que as mulheres escapavam da venda de sua sexualidade num mercado matrimonial ao qual estavam confinadas pela dependência econômica, sua nova busca de independência econômica se defrontou com um sistema de permuta quase idêntico. E quanto mais as mulheres galgaram nesse período os degraus das hierarquias profissionais, tanto mais o mito da beleza se encarregou de atrapalhar cada passo. (Wolf, 2019, p. 40-41)

Ao considerar a beleza como o ponto central da opressão feminina moderna, esta que se relaciona diretamente com a garantia da permanência dos valores tradicionais do

casamento, valorização da mãe de muitos filhos, da “educadora” do lar, as outras diversas formas de opressão enfrentadas pelas mulheres contemporâneas são desconsideradas. Isso inclui questões relacionadas diretamente à educação, ao mercado de trabalho, à disparidade salarial, à autonomia reprodutiva, entre outras. Torna-se imperativo ressaltar que, para além da ênfase na beleza, uma abordagem mais abrangente é necessária. Mesmo que esse não seja o ponto de vista principal da autora, é preciso levar em consideração uma variedade de outras questões, como desigualdades econômicas e políticas, que desempenham um papel igualmente significativo na subjugação das mulheres.

Não se pode negar que o discurso de Wolf (2019) amplia a conscientização e revela o mecanismo da beleza subjacente às pressões sociais impostas às mulheres em relação à sua aparência. Além disso, a autora estabelece uma crítica à indústria da beleza e da moda, destacando como essas indústrias frequentemente perpetuam padrões inatingíveis que podem ser prejudiciais à saúde mental e ao bem-estar das mulheres.

Nessa perspectiva, compartilhamos da compreensão de Wolf (2019) de que a beleza, de fato, influencia comportamentos, disseminando-se de mulher para mulher e se estabelecendo como uma forma oportuna de submissão à estrutura de poder. Esse discurso do mito da beleza busca nulificar a liberdade, evitando o reconhecimento da diversidade de corpos e rostos, ao mesmo tempo que legitima a discriminação contra as mulheres em diversos âmbitos da vida pública e social. Associada à ideia de beleza, há também a instauração de rivalidades dentro do próprio grupo das mulheres, promovendo a competição e, conseqüentemente, a divisão entre elas. Isso ocorre porque a beleza passa a ser entendida como parte necessária e naturalmente biológica, levando a crer que mulheres consideradas belas são bem-sucedidas no processo de seleção sexual, um atributo visto como crucial pelo poder institucional dos homens, como já mencionado nesse capítulo.

Nesse sentido, o mito da beleza caracteriza-se como um mecanismo que contribui para afastar as mulheres da emancipação política, econômica, emocional e sexual. Ele não trata da beleza em si, mas representa uma contraofensiva contra as mulheres em prol da estrutura de poder que beneficia as instituições masculinas e o poder institucional dos homens. Para evidenciar como a beleza atua como mecanismo de poder em favor da dominação masculina constatamos, conforme defende Wolf (2019), a influência do mito da beleza nas principais relações que envolvem a vida pública e social da mulher contemporânea.

Na esfera do trabalho, o mito da beleza atua internalizando a ideia de que as mulheres devem atender a determinados padrões de aparência para serem consideradas comprometidas com seu emprego e dignas de respeito. Isso envolve aspectos como aplicação de maquiagem, manter um peso específico, usar certos estilos de roupa, ou ter um penteado em particular, mesmo que esses não tenham relação direta com a capacidade profissional de cumprir seu trabalho e de ser respeitada. Em alguns casos, a aparência pode influenciar decisões de promoção, melhores salários e oportunidades de liderança, perpetuando estereótipos de gênero no ambiente de trabalho. O mito da beleza também se entrelaça com expectativas de gênero mais amplas, associando características femininas estereotipadas a comportamentos no trabalho.

Outro ponto relevante sobre a manifestação do mito da beleza no mercado de trabalho é a institucionalização de uma terceira jornada para as mulheres, que se caracteriza em instaurar no cotidiano da mulher elementos como *skincare*, cuidados com unhas e alongamentos, maquiagens, dietas e exercícios físicos intensos, procedimentos estéticos e cirurgias plásticas, entre outros. Pois, anteriormente, mesmo sobrecarregadas com a dupla jornada do trabalho doméstico e do trabalho profissional, elas ainda conseguiram se introduzir nas estruturas do poder. A reação violenta do sistema, como forma tática de obstrução, atribuiu a elas um novo fardo, uma qualificação legítima e necessária da beleza “para que lhes sugassem as energias e lhes reduzissem a confiança, uma ideologia que formasse as trabalhadoras de que o sistema precisa, mas somente nos moldes que ele determina”. (Wolf, 2019. p. 47)

O mito da beleza também explora, reprime, distorce e objetifica a sexualidade feminina, tornando mais difícil para que a mulher possa desfrutar de sua sexualidade de forma saudável e cultivá-la em seus próprios termos. O modo como a beleza é valorizada pelo mito, reduz as mulheres e sua sexualidade a objetos sexuais consumíveis, anulando a sua expressão pessoal e corporal de prazer, pois, além de serem valorizadas, principalmente, por sua aparência física, também são pressionadas a se conformarem a certos ideais de comportamento sexual, esses muitas vezes derivados de representações distorcidas, manipuladas na mídia e na pornografia. Além disso, o mito da beleza afeta a autoimagem e a autoestima da mulher, que por sua vez, causa impactos em suas experiências sexuais, seja reprimindo suas necessidades e desejos sexuais, ou até mesmo, instituindo na forma de sentimento de insegurança e vergonha sobre sua aparência e seu próprio corpo.

De igual natureza, a saúde da mulher também é atingida pelo mito da beleza enquanto mecanismo de poder. Wolf (2019) argumenta que, ele contribui para uma forma de “fome” que é tanto física quanto emocional. A fome, neste sentido defendido pela autora, não se refere apenas à fome física ou à negação de alimento que perpassam por dietas extremas, a prevalência de distúrbios alimentares como a anorexia e a bulimia, ou até mesmo a comportamentos destrutivos como cirurgias plásticas perigosas e o uso prejudicial de produtos de beleza ou drogas para perda de peso. Para ela, a temática em questão, também diz respeito à fome emocional e psicológica das mulheres. À medida em que buscam se adequar a esses ideais de beleza inatingíveis e insalubres, esse comportamento direciona as mulheres à insatisfação corporal, baixa autoestima, depressão e ansiedade.

Diante do nosso entendimento, Wolf (2019) estabelece uma convergência de argumentos e pensamentos alinhados aos estudos teóricos de Lerner (2019) e Bourdieu (2019) ao defender que, na cultura em geral, o mecanismo do mito da beleza se perpetua de várias maneiras e formas, mas todas elas têm como objetivo e produto a intenção de descartar a mulher enquanto indivíduo e manter o poder condicionado aos homens. A representação da mulher na cultura e nos símbolos atribuem valor à mulher com base principal no seu corpo, na sua aparência física e no valor conferido à beleza, dado que quando as mulheres demonstram personalidade e vontade própria, nas narrativas e símbolos culturais, elas passam a ser não desejáveis e indignas de admiração por parte dos homens. As listas de características condicionadas às mulheres como um objeto de arte ingênuo e sem malícia as estereotipam para que elas se adaptem ao mito, “nivelando o que é feminino em beleza-sem-inteligência ou inteligência-sem-beleza. É permitido às mulheres uma mente ou um corpo, mas não os dois ao mesmo tempo”. (Wolf, 2019, p. 94)

Atualmente, a tecnologia, a mídia e a publicidade, alinhadas à indústria da beleza e da moda, têm desempenhado um papel significativo na propagação da cultura e dos símbolos modernos de perpetuação do mito da beleza como um mecanismo de poder. Embora a publicação da obra de Wolf (2019) seja da década de 1990, época em que o feminismo experimentou um ressurgimento significativo, com muitos debates sobre os papéis tradicionais de gênero e normas culturais, as discussões da obra entorno das normas de beleza, do corpo e das pressões sociais ainda são pertinentes e apresentam uma relevância temática contínua.

No contexto social atual, os discursos que promovem um ideal de beleza inatingível e pouco saudável são manifestados em imagens de mulheres manipuladas e editadas conforme o padrão estético imposto pelo mito. Além disso, inclui-se neste aspecto a promoção de produtos e tendências que vão desde cosméticos e cuidados com a pele até dietas e cirurgias plásticas, uma vez que o mito está diretamente relacionado ao consumismo. Todas essas manifestações são mecanismos utilizados pelo mito da beleza para contribuir significativamente para a sustentação da dominação masculina e, ao mesmo tempo, intensificar a pressão para que as mulheres se conformem e se adaptem a essa ideologia.

Diante da propagação tecnológica, a manifestação do mito da beleza é especialmente evidente na prevalência e promoção de procedimentos estéticos nas redes sociais. Uma análise desta situação pode envolver vários aspectos. As redes sociais, incluindo plataformas como *Instagram*, *Facebook* e *TikTok*, têm desempenhado um papel crucial na disseminação e fortalecimento de padrões de beleza. Elas, repetidamente, servem como um meio pelo qual normas de beleza estreitas e frequentemente inatingíveis são propagadas e reforçadas. Os usuários, as celebridades e os influenciadores a todo momento apresentam visões idealizadas de si, por meio de fotos e vídeos editados, e essas imagens podem contribuir para uma sensação de inadequação ou pressão para alcançar uma aparência semelhante.

As cirurgias plásticas e outros procedimentos estéticos são promovidos ou glorificados nessas plataformas. Essa promoção pode incluir fotos de antes e depois, discussões sobre o processo de recuperação e até mesmo vídeos demonstrando os procedimentos sendo realizados. Essa promoção aberta, muitas vezes positiva, de procedimentos estéticos pode incentivar a visão de que tais intervenções são normais, desejáveis e necessárias para alcançar o “padrão de beleza” apresentado nas redes sociais.

De outro lado, a adoção de filtros de beleza nas redes sociais, além de contribuir para o mito da beleza, são eles a própria consequência do mito, ou seja, por que se usa filtros de beleza nas redes sociais senão para apagar as marcas que não são agradáveis? Esses filtros permitem que os usuários alterem significativamente suas aparências em fotos e vídeos. Com efeito imediato, visto que estes alteram momentaneamente os sinais de envelhecimento do rosto, os filtros de beleza manipulam as marcas e linhas da pele para se tornarem pouco ou não visíveis, além de modificar as formas e o tamanho dos lábios, nariz, olhos e formato do rosto.

Todas essas modificações se assemelham a um ideal de beleza padronizado que é quase impossível de se alcançar na realidade. Nesse sentido, os discursos do mito da beleza impactam diretamente na pressão estética, levando uma massa de indivíduos a recorrerem aos procedimentos estéticos na tentativa de replicar o efeito de um filtro de beleza como os expostos nas redes sociais. Além disso, a comercialização e a monetização dos procedimentos estéticos nas redes sociais apresentam preocupações relevantes. Muitos influenciadores digitais recebem procedimentos gratuitos ou com desconto em troca de promoção em suas plataformas, o que pode levar a uma representação distorcida da necessidade e dos riscos destes procedimentos.

Esses fatores, combinados com a natureza altamente visual e imediatista das redes sociais, são de grande relevância para a pesquisa contemporânea sobre gêneros, cultura, mídia e discurso. O mito da beleza continua a evoluir com o advento das mídias sociais, e, em decorrência disso, novas formas de pressão e expectativas relacionadas ao mecanismo da beleza estão surgindo em nossa sociedade digital. As formas e discursos se alteram, mas as implicações para a saúde mental e física dos indivíduos envolvidos, em detrimento das relações de poder, continuam significativas, principalmente no que se diz respeito às mulheres.

Por fim, para entender como o conceito de mito da beleza proposto por Wolf (2019), ao abordar os padrões de beleza como uma construção social instrumentalizada para controle e opressão das mulheres se manifesta discursivamente, bem como a sua interpretação e implicações sociais, no próximo capítulo ele será relacionado à semiologia e, posteriormente, a teoria sociocognitiva do discurso.

Barthes (2012) nos mostra que o mito é um sistema de significação capaz de transformar conceitos históricos e ideológicos em algo aparentemente natural, e sua existência depende de ferramentas discursivas que associam signos culturais a significados ideológicos. Já Van Dijk (2016), enfatiza o elemento cognitivo que complementa essa análise ao destacar que o discurso não só reflete, mas também molda os modelos mentais compartilhados em uma sociedade, servindo como mecanismo de reprodução de normas e estruturas de poder. Dessa forma, o mito da beleza se consolida discursivamente ao se ancorar em narrativas que associam o corpo feminino à normatização estética, e cognitivamente, ao internalizar essas normas nos modelos mentais das mulheres e da sociedade como um todo. A articulação entre as duas abordagens teóricas permite compreender que o mito da beleza não é apenas um sistema

de signos, mas também um instrumento sociocognitivo, indispensável para a formação e a manutenção de mitos sociais, que naturaliza e reforça dinâmicas de poder e dominação.

2 - O MITO DA BELEZA: ENTRE A CONSTRUÇÃO SEMIOLÓGICA DISCURSIVA E A INTERNALIZAÇÃO SOCIOCOGNITIVA

(...) bem antes de servir para comunicar, a linguagem serve para viver. Se nós colocamos que à falta de linguagem não haveria nem possibilidade de sociedade, nem possibilidade de humanidade, é precisamente porque o próprio da linguagem é, antes de tudo, significar. Pela importância desta definição pode-se medir a importância que deve caber à significação.

Émile Benveniste (2006)

“As fronteiras da minha linguagem são as fronteiras do meu universo”.

Ludwig Wittgenstein (1921)

O presente capítulo busca estabelecer uma articulação teórica entre a Semiologia de Roland Barthes (2013) e a teoria Sociocognitiva do discurso de Teun A. Van Dijk (2016), que são os pressupostos teóricos, relacionados ao campo de estudos da relação entre o discurso e o social, fundamentais à esta pesquisa, para explorar como o mito da beleza se constrói e se perpetua como um mecanismo de dominação.

Tal aprofundamento teórico visa levantar reflexões acerca das postulações relativas às teorias da linguagem e do discurso, com o intuito de estabelecer aproximações com o primeiro capítulo, destinado ao estudo do simbolismo do corpo da mulher na historicidade e seus impactos nas relações de poder, tendo a apropriação do mito da beleza como um mecanismo de dominação na sociedade contemporânea.

A partir da semiologia, Barthes (p. 199, 2013) define o mito como “um modo de significação, uma forma”, que “será necessário, (...) impor a esta forma limites históricos, condições de funcionamento, revestindo nela a sociedade”. Sua abordagem reconhece a relação entre o discurso e a sociedade, mas não considera o papel de um sujeito com capacidades cognitivas no processo de internalização e reprodução do mito.

Nesse sentido, a teoria sociocognitiva de Van Dijk (2016), nesta dissertação, busca complementar essa lacuna ao introduzir uma abordagem multidisciplinar que une o discurso, a cognição e a sociedade para compreender como os textos e as práticas discursivas do mito, refletem, moldam e se reproduzem nas estruturas sociais.

Este capítulo, portanto, busca demonstrar, com base nas direções teóricas desses autores, como a linguagem, enquanto sistema discursivo e sociocognitivo, constrói e

naturaliza o mito da beleza, impondo limites históricos e normativos à sua reprodução social.

Busca-se abordar mais dois objetivos específicos da pesquisa. O primeiro trata-se de explorar como a linguagem, por intermédio da semiologia, constrói o mito como um sistema de comunicação suscetível de ser julgado por um discurso, por meio de uma construção de significação, que delimita condições históricas e sociais ao funcionamento da fala mítica, com especial atenção ao mito da beleza. Já o segundo objetivo visa demonstrar por meio das direções argumentativas da teoria Sociocognitiva do discurso, como o triângulo analítico Discurso-Cognição-Sociedade, como o poder pode ser exercido por intermédio do Discurso, considerando suas estruturas, dinâmicas argumentativas e contexto sociocognitivo.

Para uma melhor compreensão, dividimos o capítulo em quatro partes. Na seção (2.1) *O Mito é uma fala definida por sua intenção*, dedica-se ao estudo do Mito, buscando compreender, por meio da Semiologia barthesiana, como o mito se organiza como um sistema de significação. Em seguida, (2.2) *O Mito e a Beleza: de que maneira estes dois elementos se manifestam?* A proposta é sistematizar o modo como o mito impõe ao discurso da beleza um curso ideológico de controle social do corpo feminino. Em (2.3) *O triângulo Discurso-Cognição-Sociedade*, busca-se conceber, por meio da Teoria Sociocognitiva de Van Dijk (2016), como o discurso pode ser compreendido como uma prática social que vai além da simples estrutura de palavras e frases sendo uma forma de construção de sentidos e de compartilhamento de conhecimento, convicção e valores dentro de uma sociedade. Assim, acredita-se elucidar como os componentes discursivos refletem e influenciam os componentes cognitivos e os componentes sociais. Por fim, na última parte do capítulo 02, (2.4) *Mito, Discurso e Poder: Interfaces Discursivas e Sociocognitivas do Mito da Beleza entre Roland Barthes e Teun A. Van Dijk*, estabeleceremos um diálogo entre as duas principais abordagens teóricas desta dissertação, na busca de compreender como o mito da beleza é construído, naturalizado e reproduzido, justificando sua persistência como uma ferramenta de controle ideológico e social.

2.1 - O Mito é uma fala definida pela sua intenção

Para Barthes, a Semiologia está envolvida nos modos de significações e, portanto, o autor concebe a Semiologia como uma ciência das formas significantes. Como um

instrumento de análise crítica, a Semiologia busca analisar e compreender os sistemas de signos e símbolos e seu funcionamento na produção de significados e, consequentemente, na construção da realidade, tanto dentro de sociedades particulares, como em um contexto cultural mais amplo. Ferdinand de Saussure (1857-1913), considerado o pai da linguística, em seu livro *Curso de Linguística Geral*, propôs e definiu a semiologia como uma ciência do signo no meio social, o que implicava uma preocupação com o modo como os signos se relacionam e interagem uns com os outros dentro de um determinado sistema.

Roland Barthes (2012), por sua vez, retomando as concepções de Semiologia de Saussure, propõe que a Semiologia se coloque dentro da Linguística, dado o caráter da linguagem verbal como elemento que possibilitaria traduzir todos os outros sistemas de signos. Nessa perspectiva, a Semiologia barthesiana busca pensar qualquer forma de representação observada ou atestada por um indivíduo, ou grupo. Barthes (2012), em sua obra *Elementos da Semiologia*, considerando a variedade signos com que se poderia trabalhar, entendia os estudos da semiologia como “a linguagem que questiona continuamente a linguagem” e atribui duas tarefas à pesquisa semiológica, “liquidar (as antigas ideologias) e teorizar (o novo saber, o novo agente, a nova relação social)”. Afinal, para Barthes, esses estudos teriam no mundo atual “uma responsabilidade humana, histórica, filosófica, política”. (Barthes, 2012, p. 11)

Na perspectiva do autor, todos os aspectos da vida cotidiana podem ser vistos como um sistema de signos carregados de significados que podem ser usados para construir, reproduzir, fortalecer ou questionar as estruturas de poder⁷ e as ideologias⁸ presentes na sociedade. Barthes foi fortemente influenciado por Foucault, compreendendo o poder como uma rede entre os indivíduos que está ligado a todos os aspectos da vida humana, pois é onipresente porque é constitutivo da linguagem⁹:

(...) O poder está presente nos mais finos mecanismos do intercâmbio social: não somente no Estado, nas classes, nos grupos, mas ainda nas modas, nas opiniões correntes, nos espetáculos, nos jogos, nos esportes, nas informações, nas relações familiares e privadas, e até mesmo nos impulsos liberadores que tentam contestá-lo: chamo discurso de poder todo discurso que engendra o erro e, por conseguinte, a culpabilidade

⁷ Barthes aborda a concepção de poder como a habilidade da classe dominante de legitimar suas representações específicas, fazendo com que tais representações sejam universalmente reconhecidas como verdades.

⁸ Noção de ideologia clássica do marxismo, entendida como falsa consciência e como instrumento de dominação, o que a torna um mecanismo de poder.

⁹ Barthes (2013, p. 201) entende “por linguagem, discurso, fala etc. toda unidade ou síntese significativa.

daquele que o recebe (...) plural no espaço social, o poder é, simetricamente, perpétuo no tempo histórico: expulso, extenuado aqui, ele reaparece ali; nunca perece; façam uma revolução para destruí-lo, ele vai imediatamente reviver, re-germinar no novo estado de coisas. A razão dessa resistência e dessa ubiquidade é que o poder é o parasita de um organismo transsocial, ligado à história inteira do homem, e não somente à sua história política, histórica. Esse objeto em que se inscreve o poder, desde toda eternidade humana, é: a linguagem — ou, para ser mais preciso, sua expressão obrigatória: a língua. (Barthes, 2004, p. 10-11)

Os estudos semiológicos englobam uma gama de signos de natureza diversa, signos verbais e signos não-verbais, como imagens, gestos e símbolos compostos de significados implícitos em diferentes formas que, presentes no discurso, moldam a maneira como entendemos e interpretamos o mundo ao nosso redor, refletindo e influenciando as estruturas sociais e culturais em que estamos inseridos. Em outras palavras, o objeto de estudo da semiologia é a própria linguagem que, ao construir representações da realidade, acaba por possibilitar o exercício do poder.

Em seus estudos, mais precisamente em *Mitologias*, publicado pela primeira vez em 1957, Barthes pensa o conceito de “mito” como um segundo nível de significado do esquema linguístico tradicional composto por sua própria sintaxe e significado. Essa ideia deriva da sua compreensão da semiose como formada por duas ordens de significação, em que em uma primeira ordem o significado seria aquilo que está manifesto, caracterizado pelo processo de denotação; em uma segunda ordem de significação entra em jogo o processo de conotação. Barthes exemplifica com a fotografia, observando que o signo icônico, a imagem que se apresenta, seria um significado de primeira ordem, produzido pelo processo mecânico de reprodução, ao passo que a iluminação e a pose, por exemplo, produziriam significados de segunda ordem.

Barthes (2013), desenvolve seu conceito de Mito influenciado pela abordagem semiológica, na qual propõe que os mitos não são apenas narrativas antigas ou lendas, muito menos narrativas vinculadas ao falso ou ao irreal, mas sim à transformação de eventos ou objetos, que por meio de um processo de mitificação, em que os significados de primeira ordem se tornam significados de segunda ordem, culturalmente construídos e, portanto, ideologicamente carregados. Partindo desse pressuposto, Barthes entende Mito como uma apropriação, uma fala roubada do seu signo original, primeira ordem e imposta a um novo modo de significação, segunda ordem. O mito não se caracteriza por ser uma fala qualquer, já que são necessárias condições especiais de acordo com as quais

um significado de primeira ordem se transforme em mito. O mito se organiza, pois, como uma mensagem, um sistema de comunicação que possibilita trazer valores de uma cultura, valores de funcionamento ideológico. É suscetível de ser julgado por um discurso, já que, conforme afirmado por ele, “cada objeto no mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei [...] pode impedir-nos de falar das coisas”. (Barthes, 2013, p. 200)

Desse modo, a Mitologia, nas concepções barthesianas, tem como objeto tudo aquilo que está aberto ao uso social. Posto que tudo pode se transformar em linguagem de apoio à fala mítica a partir do momento em que a matéria, quer seja verbal ou visual, passiva de uma consciência, passa a significar alguma coisa e impõe ao discurso um curso ideológico. Assim, para construção do produto da significação, a mitologia depende expressivamente e simultaneamente da Semiologia, como ciência formal, “visto que estuda as significações independentemente do seu conteúdo” e da “ideologia como ciência histórica” tendo como objeto final de estudo as “ideias-em-forma”, (Barthes, 2013, p. 202-203) postulado, como todo sistema semiológico, na relação entre os termos Significante, Significado e Signo.

O autor entende que a distinção desses termos é fundamental para suas implicações funcionais dentro do estudo do mito como esquema semiológico:

[...] é preciso não esquecer que, contrariamente ao que sucede na linguagem comum, a qual me diz simplesmente que o significante exprime o significado, devem-se considerar em todo o sistema semiológico, não apenas dois, mas três termos diferentes; pois o que se apreende não é absolutamente um termo, um após o outro, mas a correlação que os une: temos, portanto, o significante, o significado e o signo, que é o total associativo dos dois primeiros termos. (Barthes, 2013, p. 203)

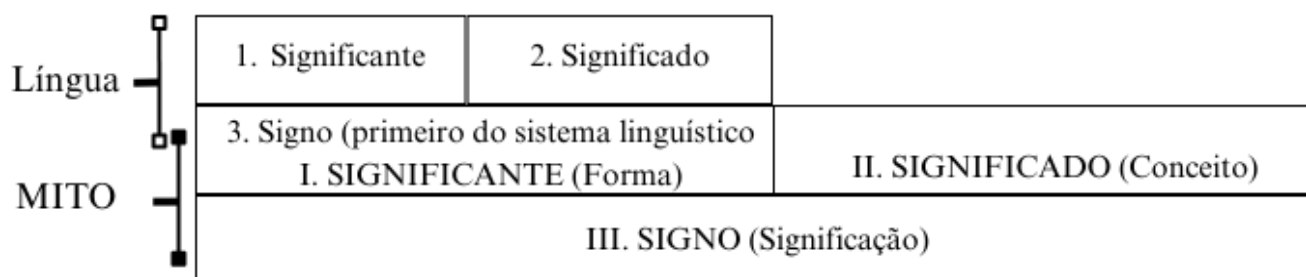
Nesse sentido, o plano de análise do sistema mítico parte sistematicamente do mesmo esquema tridimensional. Contudo, é tido como um sistema particular, um sistema semiológico segundo, dado que para produzir seu significado, ele se constrói a partir de uma cadeia semiológica que existe antes dele:

[...] O que é signo (isto é, a totalidade associativa de um conceito e de uma imagem) no primeiro sistema transforma-se num simples significante no segundo. É necessário recordar, nesse ponto, que as matérias-primas da fala mítica (língua propriamente dita, fotografia, pintura, cartaz, rito, objeto etc.), por mais diferentes que sejam inicialmente, desde o momento em que são captadas pelo mito, reduzem-se a uma pura função significante: o mito vê nelas apenas uma mesma matéria-prima; a sua unidade provém do fato de serem

todas reduzidas ao simples estatuto da linguagem. Quer se trate da grafia literal ou da grafia pictural, o mito apenas considera uma totalidade de signos, um signo global, o termo final de uma primeira cadeia semiológica. E é precisamente esse termo final que vai se transformar em primeiro termo ou termo parcial do sistema aumentado que ele constrói. Tudo se passa como se o mito deslocasse de um nível o sistema formal das primeiras significações. (Barthes, 2013, p. 205)

Como pode-se observar no quadro abaixo, o mito é compreendido como um sistema de signos coexistente em dois sistemas semiológicos: um primeiro sistema linguístico, a partir do qual o signo, composto de significante e significado, serve ao mito para construir seu sistema particular e, um segundo sistema, sendo o mito uma linguagem segunda, o que leva à noção do mito como uma metalinguagem¹⁰, em que a linguagem é usada para falar sobre si mesma. Esse processo dinâmico e complexo vai além do simples relacionamento entre um significante e um significado sendo necessário aprofundarmos a discussão sobre a ordem dos termos do sistema mítico.

Figura 01 - Esquema mítico barthesiano



Fonte: Mitologia, 2013, p.205

O Significante do Mito apresenta-se simultaneamente como Sentido e Forma. Enquanto Sentido (Signo linguístico) possui uma racionalidade, pois já é constituído de uma conjunção completa de significação. Entretanto, ao ser tomado pelo mito, transforma-se em Forma (significante mítico) dado que se esvazia do seu sentido completo anterior, o que leva à necessidade de uma significação que a preencha. Ainda que o signo deixe de ser completo por si mesmo para tornar-se significante, ainda preserva uma história, uma memória de significação, de modo que a Forma possa

¹⁰ A ideia de metalinguagem tem suas origens em debates filosóficos e linguísticos ao longo da história. O termo “Metalinguagem” é atribuído ao filósofo e linguista britânico Alfred North Whitehead (1910-1913) que utilizou o termo em seu livro “Principia Mathematica”. A concepção fundamental por trás da metalinguagem é que a linguagem pode ser usada para falar sobre a própria linguagem. A metalinguagem permite discussões e análises acerca dos aspectos formais e estruturais da linguagem, bem como a reflexão sobre como a linguagem funciona como meio de comunicação e expressão.

abster-se ou servir-se de um significado já anteriormente constituído. (Barthes, 2013, p. 208-209)

O segundo termo do sistema, por sua vez, chamado de Conceito ou Significado mítico, é determinado pela memória preservada da Forma mítica, que se dá pela coexistência da história e da intencionalidade que impulsiona o mito. Há no Conceito, uma implicação de causa e efeito e está latente a determinada situação, pois é algo aberto à apropriação de saberes constituídos por associações do real. Logo, Barthes (2013) afirma que “pode-se dizer que a característica fundamental do conceito é a de ser apropriado” (Barthes, 2013, p. 210), ou seja, sua função é a propensão, que leva alguém a seguir um determinado caminho, a própria intenção de um comportamento. Por ser assim histórico, é algo aberto à apropriação por parte da sociedade, o conceito mítico se dá, se modifica e se desfaz.

O terceiro termo no sistema mítico, assim como na Semiologia, é o produto final da associação dos dois primeiros termos, a presença da forma correlacionada ao conceito, que se apresenta de maneira plena e suficiente, sendo ele o próprio mito, uma fala sugestiva aberta a um discurso de uso social e efetivamente consumida pelo leitor, é chamado de Significação por Barthes (2013). O modo como o conceito e a forma mítica se correlacionam, criam e definem os mitos.

Para compreender a maneira de constituição da significação no sistema mítico, requer revisar os aspectos que produzem a ligação funcional entre os dois termos. Em *Mitologias*, Barthes expõe essa manifestação sob três importantes faces inerentes ao sistema que provocam a significação. Antes é importante notar, em primeiro lugar, que, no mito, os dois primeiros termos são manifestos e que não é necessário um inconsciente para explicá-lo, já que “o mito não esconde nada: tem como função deformar, não fazer desaparecer”. (Barthes, 2013, p. 213)

A primeira face é a relação de deformação, na qual o conceito distorce o sentido da forma. Sabemos que o significante mítico é formado por uma face plena, que é o sentido (produto do sistema linguístico) e uma face vazia, que é a forma, à vista disso, que o conceito mítico faz é deformar a plenitude do sentido e não apagar sua existência. Essa deformação, no sentido de Barthes, deriva do processo de esvaziamento do signo linguístico para que ele possa funcionar com o primeiro termo do sistema mítico sem, contudo, perder sua história, que deve repercutir no conceito.

Para exemplificar essa relação de deformação, em um *post* apresentado na rede social *Instagram*, é possível visualizar a imagem de uma mulher jovem, de cor branca e

magra, usando vestes íntimas femininas, com as mãos entrelaçadas aos seus próprios cabelos longos e com uma expressão facial de despreocupação, ao lado estão os dizeres em letras garrafais “3 mitos sobre a depilação a laser na virilha”. Essa descrição caracteriza o sentido básico da imagem. Em que pese a descrição como sentido primeiro, por outro lado, pode-se perceber que a imagem significada deve ir além desse sentido primeiro. Afinal, compreende-se que o objetivo da postagem não é falar de uma mulher com aparência despreocupada. Claramente, a significação está em uma outra ordem, ainda que preserve a memória primeira, e se impõe intencionalmente com uma mistura de “um corpo esteticamente ideal” e a “beleza” atrelado à “feminilidade” e “sexualidade”, mas também aos dizeres acerca do processo de depilação.

Figura 02 - Postagem do perfil Espaço Laser (@espacolaser) na rede social *Instagram*



Fonte: @espacolaser (2023)

Em outras palavras e com base no exemplo mencionado, a significação nessa fase constrói-se a partir da relação do conceito tido como “um corpo esteticamente ideal”, “beleza”, “feminilidade” e “sexualidade” que faz com que imagem da mulher seja desprovida de sua história, na medida em que não se fala de uma mulher em particular. Assim, ao deformar o seu sentido e condensar por meio do conceito mítico uma consciência simultaneamente representativa, imaginária, arbitrária e naturalizada sobre a mulher, cumpre o seu funcionamento de fazer reverberar o sentido que, no caso, seria afirmar a existência dos “mitos” sobre a depilação a laser, para poder negar essa afirmação.

É preciso levar em consideração que no enunciado verbal o mito tem uma concepção de senso comum como algo que não possui fundamento. Deve-se levar em conta, no entanto, que esse sentido já retoma valores, já destitui o significado de mito para fazer reverberar o sentido de “sem fundamento” que, por sua vez, se caracteriza com ou significado de segunda ordem e aciona um saber que presume um valor que se quer atribuir ao produto, mais especificamente, a depilação a laser. Nesse sentido, o enunciado linguístico não está lá para reforçar ou delimitar a falta de fundamentação naquilo que se diz sobre a depilação a laser, mas para afirmar o valor positivo desse procedimento.

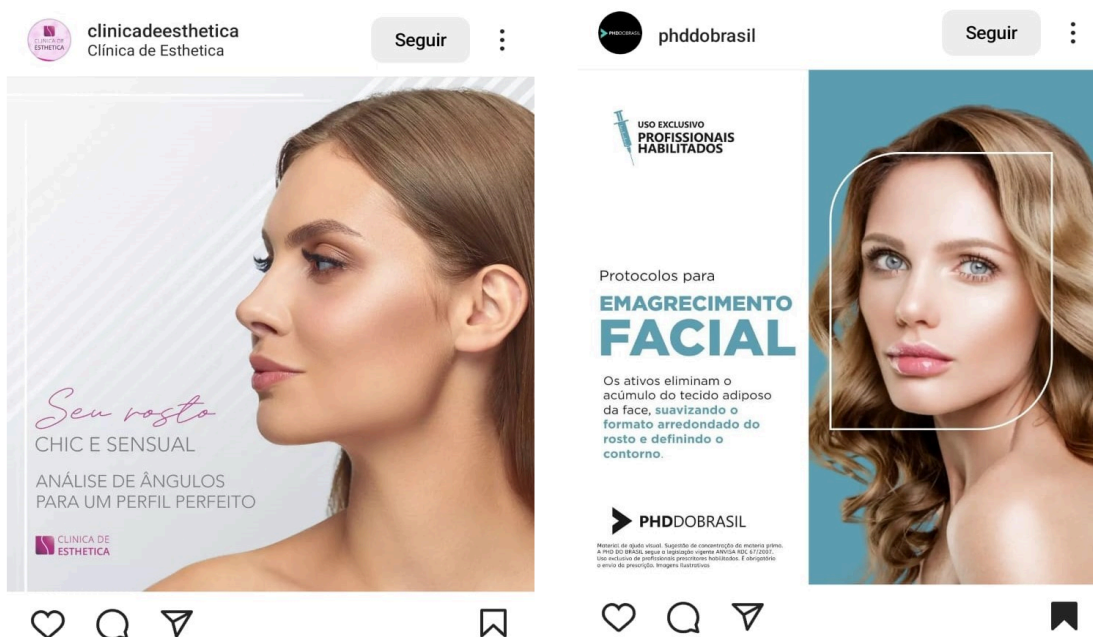
Ainda, por meio da relação de deformação entre os termos, a significação, que é o próprio mito, pode-se se esconder voluntariamente, pois o “outro lado” do sentido ainda continua ausente de significação e, no entanto, pleno, pois ao se focalizar em cada um deles como um objeto distinto do outro e se aplicar o mito, teremos uma dinâmica de mitólogo a leitor do mito. Nas palavras de Barthes (2013 p. 215-216) “o mito é um valor; não tem a verdade como sanção” e “esta vai se apresentar simultaneamente como uma notificação e uma constatação”.

A segunda face da significação mítica se dá pelo seu caráter de interpelador, tendo surgido de um conceito histórico e direcionado intencionalmente ao seu leitor, obrigando-o a perceber sua ambiguidade e a reconhecer o corpo de intenções que o motivou. Barthes afirma que “o mito é uma fala roubada e restituída” definida por sua “relação de intencionalidade” (Barthes, 2013, p. 217). Isso ocorre porque, no sistema mítico, a literalidade da forma provoca naturalmente um conceito histórico de modo contingente: como se um determinado conceito provocasse inocentemente no leitor do mito uma constatação, uma obrigatoriedade de reconhecer a forma como um fato. Na postagem, temos a imagem de um corpo feminino, uma mulher em particular, que precisa ter sua história apagada, para se tornar o significante dos valores culturais que deve

representar na fotografia que une beleza, feminilidade, sensualidade e tranquilidade e conforto com o corpo que tem, como parece demonstrar a pose e as mãos sobre os cabelos aparentando uma certa despreocupação. Ter esse esvaziamento, deixar de ser uma mulher em particular, para se tornar o conceito de mulher que será bela, feminina e sensual. Sob essa operação mítica, o signo – a imagem de uma mulher, um modelo em particular, torna-se um significante de segunda ordem para ser preenchido e fazer repercutir o mito.

Nos *posts* de tratamentos e/ou procedimentos estéticos veiculados na rede social, essa intencionalidade do mito pode ser entendida nas apresentações de rostos femininos com traços estéticos padronizados e semelhantes. Dessa maneira, as ideologias do padrão de beleza feminino instituem a beleza feminina que se manifesta e se apropria da imagem de rostos femininos, cuja historicidade se perde para que o leitor do mito os reconheça prontamente como a definição do ideal de beleza. Esse ideal de beleza em uma face feminina que naturaliza essa forma como um instrumento da própria essência da beleza feminina. Observem as duas postagens de perfis diferentes, Figura 02 e Figura 03, feitas na rede social *Instagram* da Clínica de Esthetica (@clinicaeesthetica) e Phd do Brasil (@phddobrasil), respectivamente. Essas postagens caracterizam-se por serem direcionadas pela e para a mesma intencionalidade:

Figura 03 – Comparação entre postagem do perfil de Clínica de Esthetica (@clinicaeesthetica) x postagem do perfil de Phd do Brasil (@phddobrasil) na rede social *Instagram*



Fonte: @clinicaeesthetica (2023) e @phddobrasil (2023).

Em última instância, cabe lembrar que a significação é o produto da relação do significante e significado mítico, por isso há uma relação de motivação. A significação mítica, diferentemente do signo linguístico, não é completamente arbitrária, ou seja, o mito estabelece uma analogia entre os dois termos do sistema, de modo que o sentido da forma é motivado pelo conceito, e assim, um conceito pode conferir uma significação a muitos outros significantes. Nas palavras de Barthes (2013, p. 219), “o mito é um sistema ideográfico puro no qual as formas são ainda motivadas pelo conceito que representam, sem, no entanto, cobrir a totalidade representativa desse conceito”.

Nessa lógica, é perceptível que os ideais e normas de beleza, também possam conferir a outros tipos de formas, que podem aderir a esta significação e apresentar padrões específicos que são prestigiados. Esses padrões estão sempre com sua representação em fluxo e sofrem alterações ao longo do tempo por se tratar de uma percepção altamente subjetiva e condicionada a valores políticos, históricos, econômicos e culturais sob um viés ideológico. Na sociedade atual, imagens que apresentam tendências gerais, como a magreza, a pele lisa, a juventude, a simetria em rostos e corpos, entre outros, são formas representativas para o mito da beleza, e esse, por sua vez, entendemos como um mecanismo de poder.

2.2 - O Mito e a beleza: de que maneira estes dois elementos se manifestam?

Como visto, há uma dinâmica envolvida entre os símbolos, as ideologias e a perpetuação dessas significações, que moldam a sociedade em favor das instituições masculinas e do poder institucional dos homens e, além disso, essa dinâmica transforma esses discursos e suas representações em algo natural e universal. Com o objetivo de compreender o funcionamento do mito enquanto metalinguagem proposto por Barthes, segue-se uma análise da Figura 03, explorando as concepções teóricas citadas. Essa imagem, indexada na plataforma de rede social *Instagram*, foi coletada por meio do filtro de pesquisas com a *hashtag* (#) beleza feminina. Para essa análise, alinha-se a discussão aos estudos historiográficos e simbólicos de Lerner (2019, 2022) e Bourdieu (2019), mas também as concepções de relações de poder e controle do corpo, de acordo com as propostas de Foucault (2010, 2021) e Butler (2020) e, por fim, ao mito da beleza de Wolf

(2019), entendida como a remanescente ideologia de controle social do feminino na sociedade, indexada na plataforma de rede social.

Figura 04 - Postagem do perfil Cursos Profissionais Online (@hydraglosslipsoficial) na rede social *Instagram*.



Fonte: @hydraglosslipsoficial (2022)

Inicialmente, podemos definir a boca como parte exterior da cavidade bucal, que nos vertebrados, situa-se na cabeça e é delimitada pelos lábios e seus contornos. Por meio do sistema linguístico, compreendemos o termo em questão como uma entidade completa, um signo que é produto da relação entre o significante e o significado. Na

figura 03, temos a imagem dos lábios que, como sabemos, enforma a boca. Essa imagem apaga o sentido de primeira ordem, como, por exemplo significado do que seriam os lábios e que papel cumpriam na fisiologia humana primeira, na medida em que a imagem significa além, compreendendo que está em um espaço – um gênero textual – em que não cabem as descrições fisiológicas da boca humana. Essa imagem extrapola o significado dos lábios projetados que, na própria imagem, já está destituído de um lugar e de uma história: são lábios que aparecem fora de um rosto.

Esse esvaziamento de sentido primeiro torna essa imagem um significante mítico, por transformá-lo em matéria-prima do mito, pois passa a se apresentar na ambiguidade do sentido e da forma. Nessa abordagem, ao ser tomado pelo mito, a forma empobrece o sentido, na qual este deixa de ser absoluto, ou seja, não interessam os lábios na sua função fisiológica, bem como não interessa a face a que pertence. São lábios genéricos, sem história, que enformam uma boca, também destituída de história. Caracteriza-se, portanto, como uma matéria trabalhada que, ao ser tomada pelo mito, tem sua significação estendida no intuito de requerer um valor próprio. Desse modo, o sentido passa a ser para a forma uma espécie de maquiagem, é necessário que a forma não suprima o sentido em sua totalidade, mas que apenas o conserve à sua disposição, para que ela possa se esconder nele.

Para além de uma memória de significação, há um esquema de significação global, dado que a boca apresentada é investida de uma aparência sem vincos, brilhante, homogeneamente rosada, de espessura simétrica e delimitada. É necessário visualizar que a forma se manifesta literalmente por meio de uma matéria, quer seja, verbal ou visual como na imagem multidimensional exibida anteriormente. A matéria é necessária, mas não lhe é suficiente, pois a imagem, mesmo que de forma abstrata, desprende de uma certa impressão capaz de naturalizar e persuadir o leitor de que esta boca se trata de uma representação de lábios femininos na qual, por meio do mito, tomado como uma fala, será associada ao conceito, de acordo com o qual as ideologias constituirão o ideal estético feminino, no qual não cabe o ressecamento dos lábios, marcas do tempo, na medida em que essa ideologia preserva a juventude como valor.

Desse modo, agrega-se a esta forma um conceito e, por sua vez, como mencionado anteriormente, estabelece um encadeamento de causa e efeito históricos e intencionais. Esta é a condição principal para o pleno funcionamento do mito, o saber histórico como ponte para interligar associações propositais do real instituídas no campo social. Logo, podemos confirmar que há uma boca na imagem, cujos atributos

representam características do ideal estético feminino apropriadas a uma situação histórica, temporal e discursivamente intencional, sob o funcionamento ideológico que valoriza a juventude em detrimento das marcas do tempo. Presume-se que a beleza feminina não escapa ao tempo que passa.

Se observamos os lábios apenas como forma, teremos o seu sentido limitado e isolado de uma boca, porém com conceito do ideal estético feminino, os lábios apresentados na imagem entram em conexão com os saberes representados e vinculados a ideologias de domínio patriarcais que, por sua vez, têm como integrante central deste sistema social, a representação simbólica da figura da mulher como subordinada ao poder dos homens. Portanto, a imagem representa muito mais do que simples lábios, ou boca, pois, diante desse raciocínio, há na contemporaneidade, expectativas de um comportamento associado a algumas atribuições da aparência física da mulher, submetendo-as a um padrão físico, uma beleza obrigatória na qual devem corresponder e que deve superar o tempo.

No conceito existe uma intencionalidade comportamental, e este pode não ser somente representado por uma única forma, dado seu caráter apropriativo podem existir inúmeros significantes revestidos desse conceito mítico, visto que ele é sustentado por meio de uma linguagem articulada, podendo apresentar-se de diferentes formas, neste caso, indo ao encontro de outros significantes atribuídos ao ideal de beleza do gênero feminino como corpos magros, cinturas delineadas, rostos simétricos, lábios vultosos, rosados e brilhantes. Dado que existe uma intencionalidade comportamental, o conceito pode ser facilmente construído, remanejado, reconduzido e desfeito. Ainda, o conceito mítico é capaz de conservar e naturalizar, por meio da repetição, um comportamento como a busca da mulher por acatar um determinado padrão de beleza, pois é parte de suas atribuições. E, em concordância, revela a sua intenção discursiva na constituição das representações sociais e manutenção das relações de poder vigentes.

No movimento descrito na análise acima, o sistema mítico, ao fazer funcionar o próprio mito enquanto fala, expressa uma representação amplamente aceita, compreendida e naturalizada dentro de uma cultura. As ideologias do patriarcado e da dominação masculina utilizam o esquema mítico como um instrumento, para consolidar na sociedade e no inconsciente dos indivíduos nela inseridos, significações e proposições políticas¹¹ e ideológicas. Como na imagem analisada, o mito da dominação masculina, do

¹¹ Para Barthes (2013, p. 235) a política é definida como o “conjunto das relações humanas na sua estrutura real, social, no seu poder de construção do mundo;

patriarcado, se mascara na substância da beleza para encobrir seu real significado, ele produz uma metalinguagem inocente que fundamenta o seu significado em natureza. Logo, o leitor do mito constata a necessidade de seguir o conceito de ideal de beleza, que é de natureza histórica, em variadas imagens potencialmente motivadas, sem demandar explicações.

Portanto, o mito se dá e se modifica, ao longo dos anos, mediante diversos discursos sociais, propagados principalmente, por aqueles que necessitam vender uma história falsa ou ilusória como uma história legítima e, através da absorção massificada dessa ideia, impor uma realidade inverossímil às pessoas. Tal situação pode ser facilmente visualizada no âmbito da beleza, algo extremamente passível de sofrer a ação de um ou mais mitos, que visam obter poder sobre uma classe ou um grupo social determinado. O propósito do mito consiste em imobilizar o mundo e fixar as hierarquias das posses, buscando, continuamente, bloquear os homens por meio dos mitos, a todo instante e seja aonde for, determinando os limites da sua atividade sem que ele modifique o mundo.

2.3 - O triângulo Discurso-Cognição-Sociedade

A análise da linguagem ultrapassa os limites de uma única área de conhecimento, devido à complexidade inerente à comunicação humana que vai além das fronteiras dos aspectos estruturais e que podem ser compreendidos a partir da noção de sistema. No entanto, como se sabe, a Linguística enquanto estudo do sistema linguístico resulta de uma opção que deixa de fora o tratamento da fala. Desse modo, pode-se compreender que do surgimento da Linguística como ciência da linguagem no início do século XX, passando pelos estudos da Sociolinguística até o desenvolvimento da Análise do Discurso (AD), da Análise Crítica do Discurso (ACD) e dos Estudos Críticos do Discurso (ECD), reflete uma evolução significativa na forma como entendemos e investigamos a linguagem em seus contextos sociais. Esses novos campos, portanto, buscaram compreender a linguagem em contextos sociais mais amplos e enfatizaram as relações de poder manifestadas através do discurso. (Wodak, 2000c; Benke, 2000)

Até a década de 1960, a Linguística estava majoritariamente centrada nos limites da sentença. Na década de 60, com as preocupações para com o sentido, como algo que vai além da noção de signo e da relação significante e significado, aliadas a uma visão marxista da história e a uma visão da psicanálise freudiana, surge a Análise de Discurso,

como uma proposição dos filósofos franceses Michel Foucault e Michel Pêcheux. Mais adiante, nas décadas de 1970 e 1980, surgiram os estudos de Linguística Crítica (LC) e, derivada desses estudos, a Análise Crítica do Discurso (ACD). O surgimento da LC e da ACD caracterizam-se como uma reação às limitações que consideravam presentes nas abordagens da corrente estruturalista ao desconsiderarem a problemática do sentido e da abordagem da sociolinguística que, embora considerassem a relação entre linguagem e sociedade, não atentavam para as relações de poder presentes no uso da linguagem.

Para Van Dijk (2018), os Estudos Críticos do Discurso, em linhas gerais, são como “um movimento científico especificamente interessado na formação de teoria e análise crítica da reprodução discursiva de abuso de poder”. Afirma-se, portanto, que não se trata de qualquer relação de poder existente na sociedade, na medida em que, “os ECD não estão meramente interessados em qualquer tipo de poder, mas especificamente se concentram no abuso de poder, isto é, nas formas de dominação que resultam em desigualdades e injustiças sociais”. (Van Dijk, 2018, p. 09 e 10)

Sob essa perspectiva, os Estudos Críticos do Discurso enfatizam o papel da linguagem na construção e manutenção das relações de poder e no modo como a linguagem reproduz as ideologias sociais. Para isso, é preciso contar com noções teórico-discursivas que possibilitem uma análise holística e que levem em conta o contexto em que se dá o evento comunicativo, abordando não apenas o que é dito, mas também como, por quem e quais consequências daquilo que se diz. Como uma disciplina interseccional, os Estudos Críticos do Discurso emergem, dialogam com a sociologia, a antropologia, a ciência política, entre outras, para desvendar as camadas de significado que permeiam a linguagem em uso. Essa perspectiva teórica não só enriquece a compreensão da linguagem, mas também oferece ferramentas para a análise crítica da sociedade contemporânea, permitindo uma visão das dinâmicas de poder e resistência que moldam nossas interações diárias.

Ao adotar os Estudos Críticos do Discurso como um campo teórico para esta análise, cabe explicitar a abordagem assumida e seus pressupostos teóricos para tratar de forma adequada as relações entre discurso, cognição e sociedade. Esse enfoque apresentou-se mais adequado na análise da construção simbólica do corpo da mulher e do mito da beleza como um mecanismo de reprodução e sustentação do poder e da dominação masculina nas relações de poder, por compreender o “poder social em termos de controle, isto é, de um grupo que sobre outros grupos e seus membros”. (Van Dijk, 2018, p. 17)

Dentro dos Estudos Críticos do Discurso (ECD), a abordagem Sociocognitiva de Van Dijk (2016) caracteriza-se pela relação triangular entre Discurso-Cognição-Sociedade. Diferentemente de outras concepções da Análise Crítica do Discurso, embora tenha como objeto de estudo as relações entre as estruturas discursivas e as estruturas sociais, a abordagem sociocognitiva compreende que a relação entre o discurso e a sociedade deve ser explicada a partir de uma interface cognitiva. Para Van Dijk, a natureza da relação entre estruturas sociais e estruturas discursivas requer a mediação de um componente cognitivo, mais especificamente, a relação entre discurso e sociedade seriam mediadas por estruturas cognitivas individuais e socialmente compartilhadas. (Van Dijk, 2016)

Nesse sentido, Van Dijk (2018) esclarece que “o discurso não é analisado apenas como um objeto ‘verbal’ autônomo, mas também como uma interação situada, como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política”. Portanto, concentra-se nessa dissertação, nas condições e nas consequências sociais das estruturas discursivas que podem “variar ou ser influenciadas pela estrutura social”. (Van Dijk, 2018, p. 12 e 13)

Assim, como um evento comunicativo se dá em uma interação social situada, o discurso caracteriza-se como uma prática social que envolve a produção de textos, sejam eles orais ou escritos, em contextos específicos que

(..) expressa e comunica estruturas mentais complexas, incluindo intenções, objetivos, conhecimentos, opiniões, atitudes, normas, valores e ideologias. Assim, o discurso (...) não apenas possui estruturas discursivas específicas como tópicos, temas, argumentos, narrativas, metáforas ou léxico (...) mas também é baseado em cognições (...) específicas como atitudes, normas, valores e ideologias que reproduz. (Van Dijk, 2021)

Como se sabe, independentemente da situação social, o discurso movimenta e expressa uma carga ideológica manifestada pelas escolhas das estruturas linguístico-discursivas produzidas pelo falante. Os usos linguísticos e discursivos disponibilizados pelos sistemas semióticos geram significados a partir dessas estruturas discursivas decisivas que devem influenciar a recepção e compreensão da mensagem pelos ouvintes e/ou leitores. O discurso, portanto, é o ponto de partida para analisar como certos significados são produzidos e interpretados para a construção e manutenção das relações de poder.

Na análise do processo de produção, manutenção e reprodução das relações de poder sob uma abordagem sociocognitiva, torna-se necessário atentar para o papel do

componente cognitivo como interface entre o discursivo e o social. Para Van Dijk (2016), a interface cognitiva abrange os processos mentais individuais e coletivos mediadores da produção e a compreensão do discurso. No quadro sociocognitivo, deve-se atentar para as relações complexas entre as estruturas dos discursos e as formas que podem influenciar as mentes das pessoas. Portanto o componente discursivo diz respeito aos processos cognitivos e às representações envolvidas na produção e compreensão do discurso. (Van Dijk, 2016, p.142)

Para compreender essa dimensão do componente cognitivo, tem-se que, conforme Van Dijk (2021), atentar para o fato de que o conhecimento compartilhado socialmente constitui a base de toda cognição. Sem conhecimento, o ser humano não é capaz de se envolver na ação e interação, incapaz de produzir ou entender discursos e, portanto, de compreender o mundo em que vive. Esse conhecimento do mundo é construído ao longo da vida e gerado a partir de experiências multimodais, interação e discurso.

Assim, Van Dijk compreende a cognição como uma interface que seria responsável pela relação entre discurso e sociedade. A interface cognitiva atua sobre a produção e interpretação dos discursos, articulando as estruturas sociais com as estruturas discursivas. Essa articulação presume que os indivíduos têm uma cognição individual constituída a partir de uma cognição social e essa é constituída a partir de um sistema de crenças envolvendo ideologias, valores e normas que vão atuar diretamente no conhecimento dos indivíduos e nas suas atitudes nas suas interações sociais. Para Van Dijk (2002), esses conhecimentos caracterizam-se como estruturas mentais de crenças compartilhadas pelo grupo ou cultura a qual o indivíduo pertence, cujo critério de validade varia historicamente e depende dos grupos de pertencimento. Saberes tidos como verdadeiros e legítimos para um grupo podem ser vistos como meras opiniões, saberes que não podem ser tratados sob critérios de verdade de uma determinada comunidade, por outros grupos. Além desse conhecimento compartilhado, Van Dijk afirma que se deve levar em consideração ainda o conhecimento de base comum, pressuposto no discurso, que possibilita a interação e a comunicação social. De base avaliativa, as opiniões se organizam sob estruturas mais amplas, as atitudes, o que implica que tanto as opiniões quanto às atitudes dos falantes são de ordem avaliativa e não podem ser submetidas a valores de verdade e, portanto, excluídos do saber comum de um determinado grupo social.

Situadas no espaço da cognição social, as ideologias caracterizam-se não apenas por se constituírem de valores e crenças, mas por possuírem uma determinada estrutura

que atenta tanto para a organização dos sujeitos em um dado grupo, definindo quem são esses indivíduos, passando por ações e objetivos que os caracterizam, por seus valores sob a base da avaliatividade, posições e recursos, compreendidos respectivamente como lugar social e modo de relação com outros grupos e os recursos, aquilo que se possui e se quer defender e manter como valores para o grupo. Com base nessa estrutura ideológica, como Van Dijk observa, os grupos sociais definem a oposição NÓS vs. ELES, em uma matriz ideológica que visa afirmar os valores positivos do NÓS, negando ou desprezando os valores negativos e, por outro lado, busca afirmar os valores negativos do ELES, enganando ou diminuindo seus valores positivos.

Esse funcionamento opera sob a construção de modelos mentais que são representações subjetivas de eventos e situações organizadores dos processos de interação entre os indivíduos de um determinado grupo e entre indivíduos de grupos distintos. Compreende-se, portanto, que os modelos de situação, por exemplo, resultam da experiência vivenciada por indivíduos que, durante sua vivência, participaram de diversas interações e esses modelos refletem o aprendizado social. Resultantes de participação ou observação de eventos, esses modelos mentais possibilitam a produção, compreensão e interpretação dos discursos, na medida em que esses modelos recortam aquilo que é tomado como real no decorrer da vida. Nesse sentido, os modelos mentais são independentes do discurso, embora sejam fundamentais, como vimos, para sua produção e compreensão, na medida que são correlatos da experiência cotidiana dos indivíduos.

Sob essa perspectiva, os modelos mentais são construções cognitivas fundamentais no arcabouço teórico de Van Dijk (2016). Eles podem ser definidos como representações internas criadas pelos indivíduos para organizar, interpretar e compreender eventos, situações e interações sociais. Essas representações são de natureza dinâmica e multifacetada, interligando informações contextuais, experiências passadas e expectativas futuras. Os modelos de contexto, por exemplo, são configurações mentais construídas a partir da experiência do indivíduo com um evento comunicativo, seja como participante, seja como observador. Esses modelos se caracterizam por serem pragmáticos e refletirem o modo como se pensa a interação e os lugares dos sujeitos nesses intercâmbios. Como modelos mentais, eles se voltam tanto para os aspectos que caracterizam o evento comunicativo, como os comportamentos sociais que os sujeitos devem assumir em uma determinada interação. Atitudes referentes ao uso da língua, mas

também no que diz respeito, como vimos, aos comportamentos sociais regularizados pela prática discursiva no meio social.

2.4 - Mito, Discurso e Poder: Interfaces Discursivas e Sociocognitivas do Mito da Beleza entre Roland Barthes e Teun A. Van Dijk.

Busca-se neste texto estabelecer um diálogo entre as duas teorias centrais desta dissertação, O Mito de Roland Barthes (2013) e a Teoria Sociocognitiva do Discurso de Teun A. Van Dijk. Entende-se aqui que, Barthes (2013) e Van Dijk (2016) se complementam teoricamente para explicar como o mito da beleza se manifesta discursivamente e viabiliza dinâmicas nas relações de poder. Assume-se nesta dissertação que o Mito fornece a base Semiológica e ideológica, enquanto a teoria Sociocognitiva do discurso detalha os processos cognitivos e sociais que sustentam o mito da beleza.

Tanto Barthes (2013) quanto Van Dijk (2016) compartilham a visão de que a linguagem é mais que um meio de comunicação, pois oferece condições para que o discurso seja entendido como prática sociocultural. Para Barthes (2013) linguagem é entendida como “toda unidade ou síntese significativa” e a relaciona a fala mítica ao afirmar que o mito é um modo de significação da linguagem:

A fala mítica é formada por uma matéria já trabalhada em vista de uma comunicação apropriada: todas as matérias-primas do mito - quer sejam representativas, quer gráficas - pressupõe uma consciência significativa, e é por isso que se pode raciocinar sobre elas, independentemente da sua matéria. (Barthes, 2013, p. 201)

Assim, para a existência do mito são necessárias condições especiais para que a linguagem se aproprie dele e se torne suscetível de ser julgada por um discurso. Nas palavras de Barthes (2004) “a linguagem é por onde se manifesta o Poder, mas isso costuma passar despercebido. Além de classificar e limitar o que é permitido dizer, a linguagem obriga como dizer”. (Barthes, 2004, p. 13)

Van Dijk (2002, p. 192), por sua vez, entende o discurso como “um evento comunicativo específico, em geral, e uma forma escrita ou oral de interação verbal, sou de uso da linguagem, em particular”, ou seja, uma prática discursiva inserida em um contexto sociocognitivo. Ele propõe que o discurso interaja com os modelos mentais (representações cognitivas individuais) e os esquemas sociais (estruturas compartilhadas culturalmente) para moldar crenças e atitudes. Enquanto Barthes foca nos significados

produzidos culturalmente, Van Dijk revela como esses significados são internalizados e sustentados por processos cognitivos.

No caso do mito da beleza, essas abordagens se complementam: Barthes (2013) demonstra como a linguagem, por meio do mito, atribui valores simbólicos ao discurso da beleza, como a juventude, a autoestima, a felicidade, o sucesso, apresentando-a como “natural”, enquanto Van Dijk (2016) explica como esses valores são absorvidos pelos indivíduos cognitivamente e reproduzidos na sociedade.

A naturalização e motivação ideológica são elementos centrais para ambos os autores, embora eles o abordem de formas distintas. Barthes (2013) argumenta que os mitos mascaram as intenções ideológicas ao se apresentarem como verdades inquestionáveis. Por exemplo, o mito da beleza não revela suas raízes culturais ou econômicas, ao contrário, ele se disfarça de “essência” humana, sugerindo que certos padrões de aparência são universalmente desejáveis. Essa naturalização faz com que o mito seja encarregado de transmitir um conceito intencional, como um instrumento que tem como princípio “transformar a história em natureza” (Barthes, 2013, p. 221). Assim, o discurso do mito da beleza existe é reproduzido porque ele naturalmente se comporta como um estatuto natural criando uma significação, ou seja, quanto mais o discurso da beleza propaga suas representações, carregadas de um sistema de valores ideológicos, mais elas se tornam naturais e legítimas.

Van Dijk (2016) complementa essa perspectiva ao explorar como a naturalização ocorre cognitivamente explicando que a exposição repetida dos discursos promove e cria modelos mentais levando-os a internalizar essas normas como verdades, dado que:

As relações entre conhecimento e discurso são cruciais para ambos: nosso conhecimento não experiencial é adquirido por meio do discurso, e a produção e a compreensão do discurso exigem grandes quantidades de conhecimento socialmente compartilhado. Várias estruturas discursivas exigem descrição e explicação em termos epistêmicos, como a articulação (...) evidências (indicando a fonte de nosso conhecimento), implicaturas, implicaturas, pressuposições ou argumentação, entre muitas outras. (Van Dijk, 2016, p. 174, *tradução nossa*)

Ainda Van Dijk (2016, p. 174 e 175) considera que “o conhecimento social é definido como as crenças compartilhadas por todos ou quase todos os membros de comunidades epistêmicas” e que as “formas de crenças sociais (geralmente avaliativas) que são compartilhadas apenas por alguns grupos específicos: são atitudes e ideologias”. Assim sendo, a estrutura mental precisa de atitudes socialmente compartilhadas, que ao

serem organizadas ideologicamente, conferem às formas do discurso a naturalização de um conhecimento específico compartilhado pelos membros das organizações sociais. Assim, a linguagem não apenas naturaliza ideologias no nível simbólico, como no Mito, mas também no nível cognitivo e social, moldando o conhecimento e as atitudes nas percepções e práticas.

Outra convergência importante nas duas linhas teóricas é o papel do discurso na reprodução do poder, afinal para ambas questões, o discurso se opera como um mecanismo para que o ciclo de produção, reprodução e perpetuação de significados da elite simbólica se torne incessante, de forma que a teoria do mito desmascara em significações as dimensões culturais e ideológicas do poder e a teoria sociocognitiva explica como essas dimensões se tornam práticas cotidianas por meio da reprodução discursiva em níveis também discursivos, cognitivos e sociais.

Para Barthes (2004, p.11), o discurso é um veículo de ideologias, usado para perpetuar relações de poder ao transformar construções sociais em mitos, “chamo discurso de poder todo discurso que engendra o erro e, por conseguinte, a culpabilidade daquele que o recebe”.

O mito, nesse sentido, funciona como uma ferramenta para mascarar desigualdades, apresentando-se como “ordem natural”, pois a omissão da história é parte essencial para que o mito possa ser retórico e dizer tanto da dominação masculina sem parecer ser.

Quando o mito fala sobre um objeto, despoja-o de toda a história. Nele, a história evapora-se, transformando numa empregada ideal: prepara, traz, coloca; o patrão chega, e ela desaparece silenciosamente: podemos usufruir desse belo objeto sem nos questionarmos sobre a sua origem. (Barthes, 2013, p.243)

O mito da beleza, por meio do discurso publicitário, por exemplo, transforma produtos e serviços em símbolos de *status* ou de virtude, reforçando o consumo e a preocupação de estar em consonância com os padrões disseminados como parte da busca por beleza e validação.

Van Dijk (2016), por outro lado, amplia essa análise ao demonstrar como o discurso torna-se legítimo e opera sobre relações de poder em múltiplos níveis, inclusive no que se refere ao abuso de poder, pois, Van Dijk (2018, p.17) entende o “poder *social* em termos de *controle*, isto é de controle de um grupo sobre outros grupos e seus membros” e esclarece que “se esse controle se dá também no interesse daqueles que

exercem tal poder, e contra os interesses daqueles que são controlados, podemos nos falar de abuso de poder”. O autor argumenta ainda que as ações comunicativas interagem com contextos sociais, consolidando que justificam posições e exclusões dado que “o exercício do poder não se limita simplesmente a uma forma de ação, mas consiste em uma forma de interação social”. (Van Dijk, 2018, p. 43)

No caso da beleza, os discursos que exaltam padrões corporais específicos não apenas promovem discriminação contra o corpo fora do padrão, mas também reforçam sistemas de consumo e controle social.

Em seu último livro publicado “*Discurso Antirracista no Brasil: da abolição às ações afirmativas*”, Van Dijk (2021) menciona que a estrutura do referencial teórico na perspectiva dos ECD continua triangular com “estruturas sociopolíticas com estruturas de discurso, por meio de uma interface de estruturas sociocognitivas. (...) a novidade no presente livro (...) é introduzir uma quarta dimensão: a história”. Van Dijk (2021) qualifica que cada um dos três componentes tem sua própria dimensão histórica. (Van Dijk, 2021, p. 19-20)

Ao compreender o mito como uma mensagem dotada de significação, Barthes (2013) concebe a história como uma condição importante para que a linguagem possa se transformar em mito: só pode ter um funcionamento histórico,

pois é a História que transforma o real em discurso, é ela e só ela que comanda a vida e a morte da linguagem mítica. Longínqua ou não, a mitologia só pode ter fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela História: não poderia de modo algum surgir da “natureza” das coisas. (Barthes, 2013, p. 200)

Nesse sentido, compreender a história da mulher e da sua representação ao longo do tempo, como foi abordado no capítulo um desta dissertação, apresenta o mito da beleza como um macromovimento relacionado diretamente com a história e o social, sendo capaz de fomentar e fortalecer na sociedade contemporânea a dominação masculina e a submissão feminina, mesmo que por meio de mecanismos discursivos cada vez mais elaborados, para parecer ser, sem a intencionalidade de ser percebido e, ao mesmo tempo, se perpetuar a várias formas.

Por fim, o diálogo entre Roland Barthes e Teun A. Van Dijk oferece uma análise robusta do mito da beleza como mecanismo de poder. Barthes desvela os aspectos culturais e simbólicos que sustentam o mito, enquanto Van Dijk amplia essa compreensão ao explicar como essas dimensões interagem com processos cognitivos e contextos sociais. Juntas, essas abordagens revelam como o mito da beleza é construído,

naturalizado e reproduzido, justificando sua persistência como uma ferramenta de controle ideológico e social.

3. A RELAÇÃO ENTRE AS ESTRUTURAS DISCURSIVAS E SOCIAIS: A BELEZA COMO ATRIBUTO INDISPENSÁVEL A MULHER E O PODER OPERADO PELO DISCURSO DA BELEZA

Quando uma mulher é forçada a se enfeitar para conseguir ser ouvida, quando ela precisa de boa aparência para proteger sua identidade, quando passa fome para manter o emprego, quando precisa conquistar um amante para cuidar dos filhos, é exatamente isso o que faz com que a “beleza” doa. 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. (...) Não está em questão o que é “natural” ou “não natural”. A verdadeira luta é entre a dor e o prazer, a liberdade e a obrigação.

Naomi Wolf (2019)

O terceiro e último capítulo busca, por meio da Análise Sociocognitiva do Discurso, analisar como o discurso do mito da beleza opera a relação entre as estruturas discursivas e sociais, de modo que a beleza seja compreendida como um mecanismo de poder masculino e submissão feminina, bem como representada como um atributo e um comportamento indispensável da mulher.

A intenção é, mais precisamente, de descortinar, diante dos pressupostos teóricos dos Estudos Críticos do Discurso, a relação entre as estruturas discursivas e sociais, como instâncias mediadoras de uma interface cognitiva, capaz de afirmar a beleza como atributo indispensável à mulher e como o poder é operado pelo discurso com a finalidade de instaurar o controle na mente dos indivíduos, sendo esse nosso último objetivo específico da dissertação.

Na tentativa de cumprir nosso objetivo específico proposto por este capítulo, bem como responder nossa pergunta de pesquisa: como o discurso da beleza se estabelece como orientação ideológica, e como o poder circula e instrumentaliza o discurso da beleza como um mecanismo de reprodução e sustentação da dominação masculina, percorremos as seguintes questões: (3.1) *Metodologia frente a Análise Sociocognitiva do Discurso*, na qual especifica-se o objeto de análise, as limitações e os procedimentos teóricos-metodológicos. Em (3.2) *O Componente Discursivo: Estruturas Ideológicas do Discurso da Beleza* a proposta é evidenciar as estruturas e práticas discursivas apresentadas no *corpus* de análise e como elas se relacionam com os componentes cognitivos e sociais que perpetuam a ideologia da beleza. Na sequência, em (3.3) *O*

Componente Cognitivo: A Influência dos Modelos Mentais buscamos compreender mais profundamente como os modelos mentais de beleza influenciam não apenas a percepção individual da própria aparência, mas também as interações sociais e as dinâmicas de poder que permeiam a sociedade. E, por fim, em (3.4) *O Componente Social: A Beleza como Mecanismo de Poder e de Dominação*, procura-se compreender a complexidade do mito da beleza e de como ele é projetado e perpetuado de forma a manter a estrutura de dominação masculina e a submissão feminina.

Ao explorar as dimensões discursivas, cognitivas e sociais do mito da beleza, sustenta-se a hipótese de que ele explora e evolui o discurso da beleza e do padrão de beleza para que esse aja como um mecanismo capaz de exercer e manter o poder institucional dos homens, a submissão feminina e a dominação masculina.

3.1 - Metodologia para a Análise Sociocognitiva do Discurso

Toma-se como objeto de análise, nesta pesquisa, postagens da rede social *Instagram* que funcionam como propagandas de procedimentos estéticos voltados ao corpo feminino. A escolha pelo *Instagram* justifica-se por ser uma plataforma de ampla circulação de imagens e discursos voltados à construção de identidades e representações sociais, sobretudo no que se refere ao corpo e à beleza da mulher. O *corpus* foi composto por postagens que articulam linguagem verbal e não verbal com o objetivo de promover práticas estéticas, observando-se uma regularidade discursiva na forma de representação do corpo feminino e nos valores simbólicos atribuídos à beleza e à juventude.

A seleção das postagens partiu de um recorte metodológico baseado no uso de *hashtags*, recursos linguístico-discursivos característicos das redes sociais e que funcionam como mecanismos de categorização temática, indexação e engajamento. As *hashtags* adotadas — **#Emagrecimentosaudável**, **#Belezanatural**, **#Harmonizaçãofacial** e **#Rejuvenescimento** — foram selecionadas com base em um levantamento exploratório prévio, quando se observou sua alta recorrência em postagens voltadas à promoção de procedimentos estéticos. Não se tratou de uma escolha arbitrária, mas sim fundamentada na densidade simbólica desses marcadores e em sua função enquanto operadores discursivos que acionam representações sociais específicas da beleza feminina.

A *hashtag* **#Emagrecimentosaudável** está relacionada a discursos que associam o emagrecimento à saúde, disciplina e autocuidado, ativando valores morais como meritocracia corporal e controle de si. A *hashtag* **#Belezanatural**, por sua vez, mobiliza ideias de autenticidade e pureza, mesmo quando vinculada a procedimentos artificiais, evidenciando a construção discursiva de uma "naturalidade" idealizada. A *hashtag* **#Harmonizaçãofacial** reflete a centralidade do rosto como *locus* da identidade e da atratividade, evocando conceitos de simetria, perfeição e padronização estética. Já **#Rejuvenescimento** ativa valores associados à juventude, vitalidade e atratividade, reforçando o envelhecimento como elemento negativo, especialmente no contexto da representação social da mulher.

Tais *hashtags* foram selecionadas não apenas por sua popularidade, mas pela regularidade com que aparecem associadas a imagens de mulheres submetidas a intervenções corporais e faciais, funcionando como chaves discursivas para a disseminação e naturalização de padrões estéticos. Em termos teóricos, compreende-se que esses discursos se inscrevem em modelos mentais individuais e em esquemas sociais coletivos, conforme propõe a abordagem sociocognitiva de Van Dijk (2018).

As postagens analisadas, embora distintas quanto ao tempo de publicação, autoria e formato, apresentaram regularidades discursivas que justificam sua constituição como corpus. A ausência de um recorte temporal rígido foi uma escolha metodológica deliberada, com o objetivo de identificar permanências nos discursos que atravessam diferentes contextos e momentos, revelando um funcionamento ideológico persistente na representação do corpo feminino.

Levou-se em consideração os textos das legendas e os elementos verbais inseridos nas imagens, pois são componentes do gênero textual "propaganda digital", como se manifesta no *Instagram*. Analisa-se a recepção, excluindo assim os comentários das publicações. As análises propõem-se a observar a articulação entre linguagem verbal e não verbal sob a perspectiva sociocognitiva, compreendendo o discurso não apenas como estrutura linguística, mas como prática social situada em contextos culturais, históricos e ideológicos.

Por fim, interessa o que perpassa pelas descrições qualitativas, dos detalhes da estrutura discursiva. Dessa forma, o discurso não é analisado apenas como um objeto "verbal" autônomo, mas como uma interação situada, como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política. (Van Dijk, 2018, p. 12)

Utiliza-se a abordagem do **Componente Discursivo** na estrutura do discurso midiático e publicitário, que frequentemente promove ideologias de beleza que induzem as mulheres a buscar corpos idealizados. A análise do discurso se concentra em identificar essas estruturas ideológicas e como elas são manifestas e legitimadas através da linguagem. Assim, o foco neste componente buscará confirmar a presença de: **Vocabulário**: Termos como “perfeição”, “ideal”, “transformação” reforçadores de ideais de beleza; **Estrutura textual**: Narrativas que associam sucesso e felicidade com a aparência física idealizada e **Estratégias argumentativas**: justificativas que vinculam a busca pela beleza com saúde e autoestima.

No **Componente Cognitivo** busca-se examinar como esses discursos ideológicos moldam os modelos mentais das mulheres. Modelos mentais são representações internas que guiam o comportamento e a percepção dos indivíduos, tendo como referência as **influências cognitivas**: **Internalização de Padrões**: As mulheres internalizam padrões de beleza como metas a serem alcançadas e **Autoimagem e Autoestima**: O discurso impacta diretamente a autoimagem e autoestima, frequentemente levando a comportamentos de autocritica e insatisfação corporal.

Não obstante, o **Componente Social** tem por objetivo destacar como esses modelos mentais influenciados pelos discursos ideológicos resultam em práticas sociais que perpetuam a desigualdade e o abuso de poder. Considerando os seguintes **aspectos sociais**: **Abuso de Poder**: Grupos dominantes utilizam normas de beleza para exercer controle social e econômico; **Mecanismos de Poder**: A beleza é usada como um mecanismo de poder, onde aqueles que definem os padrões (mídia, indústria da moda, etc.) mantêm sua posição dominante. **Exclusão e Discriminação**: Mulheres que não se encaixam nos padrões idealizados muitas vezes enfrentam exclusão e discriminação social.

De modo pragmático, o quadro a seguir tem a finalidade de sistematizar a metodologia diante da Análise Sociocognitiva do Discurso:

Quadro 01: Sistematização da Metodologia

Componente discursivo	Linguagem Persuasiva Representações Visuais Apelos emocionais	Identificação Polarização Ênfase na descrição negativa Normas e valores
Componente Cognitivo	Expectativas e normas Autoestima e identidade Comparação social	Modelos mentais

Componente Social	Normatização da Beleza Controle Social e Exclusão Instrumentalização do Corpo Feminino Exploração econômica	Abuso de poder dominação Poder Legitimação
-------------------	--	---

Fonte: Elaborado pela autora com base nos estudos da Teoria Sociocognitiva

3.2 - O Componente Discursivo: Estruturas Ideológicas do Discurso da Beleza

3.2.1 - Grupo de Imagens em Análise 01: #Emagrecimentosaudável

Figura 05 - Postagem do perfil Emagrecimento em Divinópolis (@emagrecentrodivinópolis) na rede social *Instagram*



Fonte: @Emagrecentrodivinópolis (2023)

Van Dijk (2016) define que a principal categoria das ideologias de grupo é a sua identidade, ou seja, os membros de determinados grupos ideológicos. Esses, por sua vez, se identificam de várias maneiras relacionadas. Na figura 04, no espaço da imagem, tem-se uma mulher escondendo o rosto com as mãos e ao lado uma estrutura interrogativa “Você já deixou de sair de casa porque se sentiu desconfortável com suas

roupas?”. Essa estrutura sintática, tem como pressuposto, pelo uso da interrogação, que um determinado corpo faz a pessoa se sentir mal, ou seja, há corpos que não trazem mal-estar e localiza o sujeito a quem se refere, como aquele que está fora e, portanto, se sente mal.

O modelo de contexto que rege essa publicidade seria aquele de uma conversa próxima entre dois indivíduos: o pronome “você” assegura essa interação coloquial entre duas pessoas próximas. Pelo modelo contextual também o interlocutor percebe a estrutura da publicidade como uma simulação de uma conversa, mas reconhece que essa conversa na realidade consiste em uma ação persuasiva comum na publicidade.

Se passa pela pressuposição do desconforto do corpo como uma possibilidade, na medida em que interroga, no terceiro enunciado, ao falar do Método 4 fases, o locutor já se direciona para um “você” assumindo que a pergunta feita anteriormente foi respondida positivamente, instituindo o outro como aquele que está em uma realidade que quer mudar, em uma situação de não possuir autoconfiança, e que, essa autoconfiança pode ser recuperada. São pressuposições que se produzem a partir do léxico “recuperar”, pressuposto, foi perdida; ou pela interrogação, como vimos acima.

Na primeira estrutura, a pergunta organiza o dizer do locutor do texto da publicidade, criando a situação de desconforto, falando para um “você” que pode ser qualquer, um “você” des-historizado. No entanto, o que se segue seria a historização do sujeito, através de um sujeito que assume o desconforto com o corpo, que assume que se sente “mal com seu corpo”, um sujeito desconfortável, a intensidade marcada pela escolha lexical “até que ponto” que evita “sair de casa”. Nos enunciados posteriores, o locutor situa um “você” historicizado, com características claras, dadas pela pressuposição quando diz “você conquista o corpo dos seus sonhos”, pressupõe que esse “você” historicizado tenha um corpo que não é dos seus sonhos e, ao afirmar “de forma saudável, sem passar fome”, que os métodos usados por esse “você” historicizado não é saudável e o faz passar fome.

Falamos de um “você” historicizado, porque o locutor não lhe pergunta sobre sua situação, conforme o enunciado inicial, mas afirma que “chegou a hora”, implicando que esse “você” deixou de ser uma possibilidade e passa a ser um sujeito real com uma realidade de falta de autoconfiança e que o produto oferecido pode conceder a sua recuperação. Da mesma forma, os outros três enunciados usam do imperativo falando para um sujeito histórico em uma determinada situação - aquela do mal-estar com seu corpo, aquela em que deve mudar a realidade e recuperar a autoconfiança - sendo

interpelada a “conquistar o corpo”. Essa historização fica mais forte quando se considera o uso do imperativo “esqueça as dietas restritivas” e “invista em uma reeducação alimentar”. Aqui a hipótese de que há uma alimentação ruim, despersonalizada e não adaptada ao estilo de vida. O mesmo acontece com o último enunciado com “envie” e “descubra” como verbos também no imperativo. Por fim, demarca-se aqui um saber do locutor, de um “nós” positivo, em oposição a uma ausência de saber de um “você”, representado, como vimos, negativamente.

A ausência do pronome “nós” e a escolha lexical do pronome “você” implicitamente referencia e cria uma posição de uma pessoa com quem se fala. Essa por sua vez, não é incluída como parte do “nós”, criando um distanciamento discursivo entre esses dois pronomes e, conseqüentemente, entre os agentes envolvidos no discurso. Nessa representação discursiva e ideológica, a escolha dos pronomes, sob o olhar da análise sociocognitiva, caracteriza o efeito discursivo que estrutura a identificação de um grupo e, continuamente, a polarização de outro, dividindo-se assim entre “nós” e “eles”. A polarização entre os grupos perpassa, nesse sentido, pela continuidade do discurso. Ao relacionar o pronome “você” com a frase “mal com o seu corpo”, observa-se que há uma representação positiva do grupo interno, ou seja, aqueles que não se sentem mal com o seu corpo, e uma representação negativa do grupo externo, aqueles que supostamente se sentem bem com o seu corpo. Ainda, o discurso produz um padrão ideológico, no sentido de que ao sentir-se mal e “desconfortável” com o seu corpo, a pessoa com quem se fala já “deixou de sair de casa”, destacada em cores alaranjadas e caixa alta para capturar a atenção do leitor e reforçar a urgência e a importância do problema apresentado.

Junto aos elementos textuais, observam-se os elementos visuais da mensagem que corroboram para uma descrição negativa do exogrupo, representada pela imagem de uma mulher, na qual há evidências de que é a vestimenta da parte inferior do corpo feminino. A calça é nitidamente representada pelo zíper aberto e o botão da calça fechado, de modo que, pela dobradura da pele e pelo não fechamento do zíper, indica um corpo inadequado diante do tamanho da vestimenta. Ainda, as mãos sobre a face da mulher tendem a ser atenuadas e relacionadas a uma condição e sentimento de desapontamento, ocultando a visão e a expressão real da face feminina. Logo, essa combinação e atenuação do que é bom e ruim são descritos no quadro ideológico da análise sociocognitiva.

Por essa razão, presume-se que as outras mulheres, pertencentes ao oposto do padrão físico evidenciado na imagem, possam sentir-se bem e confortáveis com seus

corpos, dada a ênfase na descrição representada pela palavra “desconfortável” sublinhada. E mais, a indagação é um exemplo claro de como o discurso é construído para instigar uma preocupação específica na mulher.

“Chegou a hora de mudar essa realidade e recuperar sua autoconfiança”. Na perspectiva analítica sociocognitiva do discurso, os grupos ideológicos tendem a se identificar pelo que fazem. Portanto, os dizeres “chegou a hora de mudar essa realidade” indicam mecanismos discursivos de controle do comportamento do grupo externo a fim de que suas ações, quando adeptas a outra realidade e a outro comportamento — realidade está do endogrupo, ou seja, aquelas que possuem o padrão corpóreo evidenciado pelo mito da beleza e que, por assim serem, possuem autoconfiança — possam proporcionar aos membros do exogrupo, Esses, por sua vez inseguros, uma possibilidade de recuperação e de serem inseridos como membros parte do grupo que se sente bem com o seu corpo e que possuem autoconfiança.

Assim sendo, ao se condicionar as normas de boa conduta e valores expressos implicitamente no discurso do *post*, alcançar o objetivo de avaliar-se bem com o seu corpo e autoconfiante, esse comportamento, quando reproduzido e alcançado, terá o poder de modificar as avaliações de sujeitos, colocando-os em uma suposta condição de membros do endogrupo e, nesse sentido, a uma suposta mudança social, inclusive sugerindo que esse é um passaporte para a vida social na qual não precisa esconder-se ou envergonhar-se, pois, ao seguir o padrão, ele “pode transformar sua vida.”

A estrutura ideológica subjacente ao discurso é a promoção de um ideal de beleza específico. A imagem e o texto juntos sugerem que o valor de uma mulher está ligado ao seu corpo e à sua aparência física. Essa ideologia é propagada através da suposição de que se sentir desconfortável com as roupas é um problema significativo, a ponto de evitar sair de casa. O discurso promove a ideia de que a solução para este problema é buscar serviços com a promessa de modificar o corpo para atender aos padrões sociais de beleza.

Figura 06 - Postagem do perfil Dr. Larissa | Biomédica Esteta (@dr.larissasampaio) na rede social *Instagram*



Fonte: @dra.larissasampaio (2024)

Diante do componente discursivo, a imagem utiliza tanto elementos visuais quanto textuais para promover um tratamento estético para emagrecimento. A frase “por 10x de 169,00” seguida de “2 meses de tratamento para emagrecimento” apresenta uma proposta de mudança física com um custo acessível, destacando a acessibilidade financeira do tratamento. A ideologia de um padrão estético é expressa e afirmada por essa estrutura discursiva, uma vez que sugere, de várias maneiras, que a busca pelo ideal corpóreo feminino é um valor a ser perseguido por uma mulher. Ao marcar o tempo em meses para o emagrecimento e oferecer um valor parcelado, sugere-se a facilidade em cumprir o procedimento estético e atingir o padrão de beleza corporal.

Além disso, por meio da legenda “Que tal emagrecer em 60 dias?!” que acompanha o texto principal, sugerindo uma transformação rápida e eficaz, reforçada pelo acompanhamento nutricional e cardápios personalizados mencionados no texto descritivo, há a promessa de uma perda rápida de peso e medidas sem o “efeito sanfona”. Tudo isso, é usado para atrair indivíduos que buscam soluções rápidas e eficazes para o emagrecimento e reduzir medidas no abdômen.

O uso de uma tipografia elegante e minimalista, juntamente com a imagem de um corpo feminino esbelto, magro e delineado no fundo do post, serve para criar uma associação entre o procedimento e a obtenção de um corpo idealizado. Não obstante, a ideologia subjacente ao discurso, marcada pelas ideologias que sustentam o mito da beleza, é a valorização da magreza e a promoção de um padrão de corpo ideal. A mensagem implícita é que a magreza é um objetivo desejável e que a obtenção desse objetivo traz benefícios como a aceitação social e a autoestima. A frase “De uma forma totalmente saudável” tenta mitigar qualquer percepção negativa sobre métodos rápidos de emagrecimento, sugerindo que o tratamento não só é eficaz, mas também seguro e benéfico para a saúde.

3.2.2.- Grupo de Imagens em Análise 02: #belezanatural

Figura 07 - Postagem do perfil Fabiana Domingues (@fabianadominguestetica) na rede social *Instagram*



Fonte: @fabianadominguesestetica (2024)

Dentro do componente discursivo, observa-se que a imagem publicada pelo perfil em questão também evidencia elementos visuais e textuais para a promoção de um tratamento estético de redução de medidas. A frase “Tratamento de redução de medidas”, em letras maiúsculas e destacadas em amarelo, chama a atenção para o objetivo principal do tratamento. A imagem de um corpo feminino esbelto, com uma fita métrica ao redor da cintura, sugere a eficácia do tratamento em alcançar a forma corporal desejada.

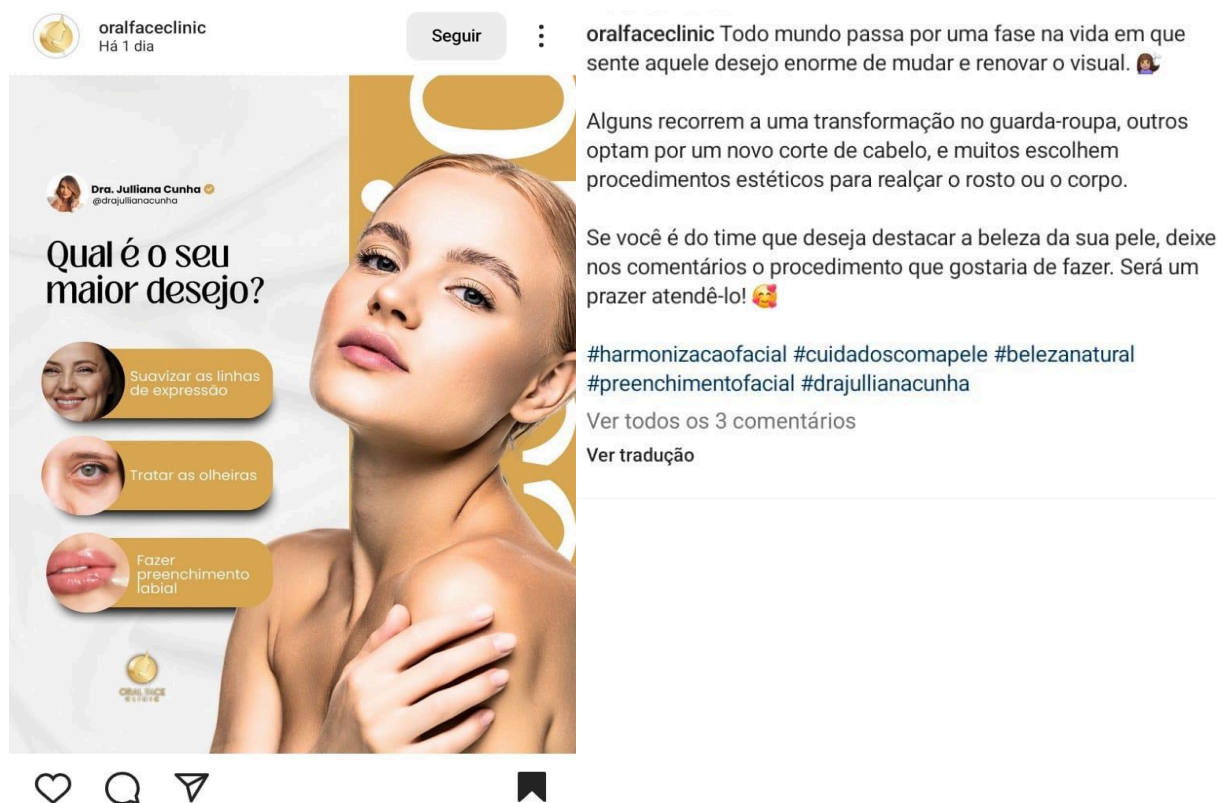
A imagem mostra o corpo de uma mulher com características correspondentes aos padrões de beleza sustentados pelo viés ideológico do mito da beleza, apresentando magreza, pele firme e sem evidências de ondulações na pele ou acúmulo de gordura. Importa observar que a forma corporal evidenciada no *post* destaca nitidamente o contorno da estrutura óssea da costela na região da barriga, uma cintura com aspecto plano e tonificado, bem como a marcação dos ossos do quadril. Entende-se ainda que, a fita métrica posta em volta da cintura, simboliza o controle e a medição da conformidade com um padrão corporal.

Em contrapartida ao corpo feminino exposto de forma centralizada e adequado aos padrões de beleza acordados com o mito da beleza, é necessário observar o traçado de linhas brancas em volta do corpo feminino, que, em consequência aos padrões estéticos, estabelece uma ênfase na descrição de forma negativa, pois se diferencia do real da imagem, delimitando e representando um corpo feminino maior e com aspectos ondulados, especialmente na região da barriga, referenciando um corpo fora do padrão estético que necessita de um “tratamento de redução de medidas” para se adequar ao padrão estético corporal. Esse discurso promove uma relação de identificação do interlocutor com uma forma física diferente da imagem central e, no entanto, semelhante à forma traçada pelas linhas brancas.

No que tange a legenda do *post* nota-se que a linguagem utilizada no texto é claramente persuasiva, com termos como “impulso na sua jornada rumo a um corpo mais esbelto e saudável”, “resultados eficazes e duradouros” e “tonificação e firmeza da pele”. Esses termos visam criar uma percepção positiva e desejável do tratamento. Ademais, o texto recorre a apelos emocionais que perpassam pela transformação pessoal e a superação de inseguranças, sugerindo que o tratamento estético em questão pode levar a uma melhor autoimagem e maior aceitação social.

Estas estratégias discursivas, evidenciadas na análise, desviam a atenção das reais construções sociais e culturais dessas normas estéticas, fazendo-as parecer inevitáveis, universais e naturais, legitimando as normas de beleza como parte do senso comum.

Figura 08 - Postagem do perfil Oral Face Clinic (@oralfaceclinic) na rede social *Instagram*



Fonte: @oralfaceclinic (2024)

A imagem apresenta uma publicidade com o questionamento “Qual é o seu maior desejo” em destaque. Do ponto de vista discursivo, a pergunta é retórica, pois ela não visa uma resposta do interlocutor a quem esse locutor se dirige. Assim, do ponto de vista desse componente, são estratégias discursivas organizadas pelas perguntas retóricas, mas também por recomendações que visam apenas a situar o outro na relação com o dizer do locutor da publicidade.

Do ponto de vista sociocognitivo, há que considerar o modelo de contexto que situa um cenário, um locutor que se dirige a seu interlocutor, e presume um conhecimento compartilhado, uma cognição social, em busca de apresentar uma determinada situação, na qual faz sentido a interpelação do interlocutor "você". Esse saber diz respeito à insatisfação das pessoas em um determinado momento de sua vida, por exemplo. O funcionamento desse saber compartilhado requer que se ative a memória

daquele a quem se dirige o locutor, pois ele precisa reconhecer esse saber como verdadeiro para que ele possa compreender o discurso e agir segundo o discurso, respondendo ou pensando sobre o seu maior desejo. Essa memória episódica, semântica, precisa acionar os modelos mentais de acordo com as quais o interlocutor, a quem se dirige a publicidade, possa se reconhecer como pertencente ao time, ou se lembrar que em algum momento se sentiu desconfortável com seu corpo, enfim, são as memórias de suas experiências que constituem esses modelos mentais que vai ativar um cenário no qual ele tenha se sentido desconfortável, recuperando suas relações sociais e os ambientes e situações nas quais teve um desejo enorme o sentiu um desconforto consigo mesmo. Assim, ao considerar essas propagandas, é passível de observação que, no início, o locutor aciona o modelo situacional em que descreve uma situação específica, como observamos acima, o desconforto com o corpo, a situação de perder a autoconfiança, mas também a situação de estar em um momento em que se tem um desejo enorme que pode mudar sua vida ou modo como enxerga sua vida. Esse modelo situacional ou semântico estabelece as condições para a compreensão do discurso e, no caso específico da publicidade, leva o sujeito a uma demanda, a necessidade de emagrecer, a necessidade de mudar seu rosto. Esse passa a ser o significado do discurso: construir as demandas para que o interlocutor aja conforme os interesses do locutor, no caso a compra do produto que a publicidade vende.

Com visto acima, o modelo de contexto, cria essa configuração de uma interação amigável em que o locutor aconselha seu interlocutor e se aproximar dele de forma coloquial, mas com alguém que conhece seu interlocutor e sabe de suas insatisfações de forma a criar as demandas e oferecer as respostas. A produção do discurso nessas duas publicidades começa pela construção de um saber acerca das experiências pessoais de um interlocutor que se constitui a partir do modelo mental situacional, descrevendo uma situação de necessidade daquele com que se fala. Para depois, através do modelo mental do contexto simular uma interação que presume, como observado acima, a proximidade entre os interlocutores.

Na representação feminina exposta, observa-se a importância dada ao rosto da modelo, estrategicamente posicionado para enfatizar características como a pele de cor e textura uniformes, luminosidade, ausência de linhas ou marcas de expressões faciais, pálpebras e região dos olhos sem manchas ou bolsas de gordura. Os contornos do rosto são evidenciados, destacando um rosto magro e estreito e um nariz afinado.

A ideologia subjacente ao discurso é a valorização da juventude e da perfeição facial. A mensagem implícita é que a aparência física, particularmente do rosto, é crucial para a autoestima, a aceitação social e, conseqüentemente, contribui para uma visão idealizada e inatingível de beleza, fomentando uma narrativa de inadequação e a conseqüente busca por intervenções estéticas.

Abaixo da pergunta principal, são posicionados os procedimentos oferecidos, que incluem “suavizar linhas de expressão”, “tratar olheiras” e “fazer preenchimento labial”. Esses são apresentados como soluções para alcançar um ideal estético. O discurso publicitário promove os procedimentos estéticos como a solução para os sinais naturais de envelhecimento e cria uma narrativa de que a intervenção estética é não apenas desejável, mas necessária para manter ou melhorar a aparência. Essa ideologia perpetua a ideia de que a juventude e a perfeição são estados ideais que devem ser buscados ativamente.

Por meio do enfoque na aparência física, normas e valores são discursivamente direcionados ao interlocutor. A figura feminina representada na imagem e os procedimentos oferecidos reforçam um padrão de beleza que valoriza uma pele sem rugas, sem olheiras e lábios volumosos.

No que se refere à normatividade, os elementos discursivos transferem a mensagem de que é normal e desejável buscar esses padrões estéticos, induzindo um comportamento conformista entre as mulheres que se sentem pressionadas a corresponder a esses ideais.

3.2.3 - Grupo de Imagens em Análise 03: #harmonizaçãofacial

Figura 09 - Postagem do perfil Robson Lopes (@drrobsonlopes_) na rede social *Instagram*



O post da Figura 09 apresenta a imagem de uma mulher em processo fisiológico de envelhecimento, cuja aparência não identifica em qual fase do envelhecimento se encontra. No entanto, os traços faciais estão visivelmente alterados e rejuvenescidos devido às intervenções estéticas. A imagem da modelo é cuidadosamente escolhida para representar um ideal de beleza madura, mas ainda dentro dos padrões estéticos vigentes relacionados ao mito da beleza, o que pode influenciar a percepção das mulheres em relação ao envelhecimento.

Acompanhando os elementos visuais mencionados, temos um texto que, além de promover procedimentos estéticos faciais, sugere um cronograma para manutenção de tais procedimentos. Esse tipo de discurso é comum em campanhas de *marketing* para produtos e serviços de beleza, em que a linguagem é cuidadosamente moldada para persuadir o leitor, transmitindo a ideia de que a beleza ideal é alcançável e mantida através de intervenções regulares, independentemente do estágio do processo fisiológico de envelhecimento.

A utilização do termo “*checklist*” em cores brancas e formatação itálica indica uma lista de verificação que detalha uma sequência de itens a serem checados. Em seguida, a pergunta “quando devo fazer?” e a legenda do post “você sabe quando deve retocar os procedimentos?” estabelecem uma comunicação direta e pessoal com o leitor, sugerindo que a manutenção regular dos procedimentos estéticos é necessária.

A lista de procedimentos estéticos com termos técnicos é utilizada para conferir autoridade e cientificidade ao discurso, sugerindo que a aparência é manipulável com conhecimento técnico e científico. A frequência indicada dos procedimentos “botox de 4 a 6 meses”, “bioestimuladores a cada 1 ou 2 anos” e “fios de PDO de 8 a 18 meses” fornece informações específicas que reforçam a ideia de que a beleza, em conformidade com os padrões estéticos, exige o compromisso de uma intervenção contínua e regular, o que também pode induzir a um comportamento de consumo constante nas mulheres.

Figura 10 - Postagem do perfil Harmonização Orofacial - Dr. Staylany Prado (@harmonize_dra.stayprado) na rede social Instagram



Fonte: @harmonize_dra.stayprado (2024)

A imagem em análise promove uma definição específica de “lábios perfeitos”, destacando características como a forma, a simetria, a proporção e a aparência. O texto associado afirma que os “lábios perfeitos” são definidos pelo equilíbrio e pela naturalidade, demonstrando que o preenchimento labial é o caminho para alcançar essa suposta harmonia.

No componente discursivo, a publicação utiliza de representações por meio de elementos visuais, quanto textuais, mediante a linguagem persuasiva e aos apelos emocionais, para a promoção de procedimentos estéticos labiais. A frase “O que define ter LÁBIOS PERFEITOS?” está em destaque, com as palavras-chave “lábios” e “perfeitos” em letras garrafais. Isso confere ao discurso uma ênfase e identificação da perfeição na beleza ideal, uma vez que a imagem detalha as características específicas dos chamados “lábios perfeitos”, como o arco do cupido definido, a proporção, a simetria e o canto da boca voltado para cima, apontando que esses são os padrões desejáveis para serem alcançados.

A ideologia da valorização da perfeição e simetria facial é subjacente ao discurso. A mensagem implícita é que a aparência dos lábios é fundamental para a beleza, e que a intervenção estética é necessária para alcançar este padrão idealizado, ou seja, a perfeição. A apresentação de características específicas e a descrição dos “lábios perfeitos” criam uma narrativa que normatiza a beleza, indicando que há uma fórmula exata para atingi-la. Isso perpetua a ideia de que a perfeição é um objetivo concreto e atingível por meio de procedimentos estéticos, corroborando a necessidade artificial que o mito da beleza impõe às mulheres.

A legenda complementa a imagem ao afirmar que “lábios perfeitos são definidos pelo equilíbrio e pela naturalidade”, legitimando a ideia de que a perfeição labial pode ser obtida através do preenchimento labial. Além disso, a frase “preenchimento labial é a chave para alcançar essa harmonia” sugere que uma intervenção estética não é apenas desejável, mas necessária para atingir os padrões de beleza estabelecidos e, conseqüentemente, a harmonia e a beleza prometidos pelo discurso persuasivo. A promoção de procedimentos estéticos, como o exemplificado preenchimento labial, evidencia a existência de um mercado lucrativo que se beneficia ao naturalizar o discurso em torno do mito da beleza, reforçando a insegurança das mulheres em relação à sua aparência, fortalecendo a polarização do que é considerado belo em diferentes grupos e minimizando a percepção da imposição cultural, bem como o envolvimento social movimentado pela intencionalidade do discurso.

3.2.4 - Grupo de Imagens em Análise 04: #rejuvenescimento

Figura 11 - Postagem do perfil Gabrielle Dantas | Harmonização - (@gabrielledantasestetica) na rede social *Instagram*



Fonte: @gabrielledantasestetica (2023)

A publicação em questão promove tratamentos estéticos para rejuvenescimento facial, destacando quatro procedimentos estéticos faciais específicos: bioestimuladores de colágeno, botox, preenchimento facial e *peeling* químico. O discurso aplicado está carregado de ideologias que sugestionam juventude e beleza como processos homólogos a saúde e bem-estar. Essa associação implícita entre aparência física e normas e valores, combinada à comparação entre descrições positivas e negativas, é um artifício discursivo eficaz para moldar percepções e comportamentos.

A imagem de um rosto dividido ao meio, mostrando um lado envelhecido e o outro rejuvenescido, utiliza de uma representação visual de comparação do “antes e depois”, que juntas integram aos elementos textuais e, a partir disso, formam uma posição discursiva persuasiva. O lado rejuvenescido do rosto da mulher retratada, adepta aos procedimentos estéticos propostos, apresenta uma aparência visivelmente mais jovem e atrativa. Essa comparação visual e textual visa sugerir a eficácia dos tratamentos e criar

uma expectativa de transformação, além de exclusão dos sinais naturais e diversidade de idade.

A promoção da conexão entre os procedimentos estéticos faciais e o rejuvenescimento da pele, tem por objetivo articular a valorização da juventude e a manutenção da aparência jovem como um padrão estético desejável. A frase “Qual é o procedimento indicado para quem quer rejuvenescer a pele?” estabelece uma expectativa de transformação e melhoria estética construída supostamente pela realização e eficácia dos procedimentos em proporcionar uma aparência mais jovem.

A ideologia subjacente ao discurso é a valorização da juventude e a manutenção da aparência jovem como um padrão estético. A mensagem implícita é que a aparência física, especialmente a juventude da pele, é crucial para a autoestima e a aceitação social. Frases como "os melhores tratamentos estéticos para rejuvenescimento facial" e a imagem de transformação sugerem que os sinais naturais de envelhecimento são problemas a serem corrigidos. Essa ideologia perpetua a ideia de que a juventude é um estado ideal a ser buscado e mantido ativamente, incentivando o consumo de tratamentos para rejuvenescimento, e gerando insegurança em relação ao próprio corpo.

Figura 12 - Postagem do perfil Guilherme Santos - (@guilherme_sann) na rede social *Instagram*



Fonte: @guilherme_sann (2024)

O post apresenta um discurso de “REJUVENESCIMENTO DE MÃOS” que destaca a oferta de tratamento estético focado em uma área específica do corpo. De imediato, pode-se ter a impressão de que essa parte do corpo é negligenciada nos cuidados diários, dado o tom persuasivo da linguagem empregada.

A frase na legenda “Quais os cuidados que você tem com suas mãos?” seguida do destaque à importância do cuidado com as mãos, que muitas vezes são esquecidas em comparação com o rosto, juntamente com a ênfase nos fatores externos e químicos que contribuem para o envelhecimento dessa região, como exposição solar e produtos de limpeza, cria um senso de urgência. A narrativa construída sugere uma necessidade de atenção não apenas à estética, mas também à saúde das mãos, utilizando estratégias discursivas que apelam às emoções para persuadir o leitor.

No entanto, a ideologia subjacente ao discurso é a valorização da aparência jovem e bem-cuidada, não apenas no rosto, mas também nas mãos e em qualquer outra parte do corpo feminino. A mensagem implícita é que a aparência das mãos é essencial para a beleza global e que a intervenção estética é uma resposta eficaz e necessária para manter essa aparência, perpetuando a ideia de que a juventude é um estado ideal a ser mantido de forma ativa. Frases como “inúmeros métodos para tratar e devolver o brilho que suas mãos merecem” sugerem que a intervenção estética não é apenas desejável, mas indispensável para alcançar e preservar uma aparência jovem e saudável.

Além disso, a imagem reforça essa narrativa ao representar mãos “perfeitas”, caracterizadas por uma pele excessivamente branca, jovem, com unhas rosadas e simétricas. No entanto, pele, mãos e unhas são naturalmente diversificadas em termos de textura, coloração e formato, influenciados por genética, saúde e estilo de vida.

Esse ideal reforça a ideia de que é necessário ajustar ou corrigir a aparência natural das mãos para que correspondam a um padrão estético específico, gerando uma demanda desnecessária por tratamentos estéticos e perpetuando um ciclo de insatisfação com a aparência natural feminina.

3.3 - O Componente Cognitivo: A Influência dos Modelos Mentais

O componente cognitivo, representado na tríade da análise sociodiscursiva pelo termo Cognição, examina como os discursos ideológicos moldam as representações internas que orientam o comportamento e a percepção dos indivíduos, ou seja, no foco

desta dissertação, os modelos mentais, especificamente, das mulheres. Entende-se que na faceta da tríade, operam processos mentais subjacentes que não apenas guiam a produção e a interpretação do discurso da beleza, mas também refletem e reforçam as estruturas de poder.

Isso posto, cabe-nos ressaltar que os modelos mentais de beleza não surgem de maneira espontânea, eles são meticulosamente construídos e reforçados por uma complexa rede de discursos e práticas sociais tanto no nível consciente quanto no nível inconsciente, devido à forma como o conhecimento e as experiências sociais são internalizados e utilizados automaticamente nas interações. É precisamente por proporcionar o elo de interação contínua entre o contexto social e discursivo, que os processos cognitivos individuais, atrelados aos modelos mentais de beleza são, em grande parte, produtos de uma socialização intensa e repetitiva.

Embora as postagens analisadas apresentem estruturas discursivas variadas e representações diversas, a mensagem subjacente é padronizada: incentivar a percepção de que modificar o corpo é uma condição para a aceitação social da mulher. Essa padronização revela-se na forma como os discursos moldam os modelos mentais, orientando-os para que a conformidade com os padrões de beleza seja vista como um imperativo, essencial não apenas por razões estéticas, mas para a obtenção de *status* e reconhecimento nas esferas social, profissional e pessoal.

Nos discursos das publicações mencionadas, as pessoas, principalmente as mulheres, são levadas a acreditar que a conformidade com os padrões de beleza não é apenas conveniente, mas crucial para o acesso nas esferas da vida tornando esta busca incessante, não meramente por uma questão de gosto pessoal, mas sim, a uma resposta cognitiva que associa este modelo mental ao valor pessoal e até mesmo ao sucesso profissional e pessoal. O mito da beleza sustenta que a aparência física de uma mulher é uma das suas maiores fontes de valor e, para isso, é preciso que ela se submeta a padrões inatingíveis de juventude e beleza.

Assim, esses modelos mentais, portanto, não ditam apenas o que é considerado belo, mas também promovem um circuito de comportamentos voltados para a aquisição e manutenção desses padrões. Dietas, cirurgias plásticas, intervenções estéticas, consumo de cosméticos e moda são exemplos de práticas e comportamentos que emergem como resposta a este processo cognitivo, fortalecendo a ideia, de modo implícito, de que a beleza é uma meta a ser alcançada e um valor intrínseco ao sucesso feminino.

As imagens discursivas criam e reforçam, visualmente, sobre como o corpo

feminino deve ser. Ao promover um modelo mental de um padrão estético idealizado, cria-se uma necessidade artificial para que as mulheres busquem produtos e serviços que lhes permitam alcançar essa imagem, ou seja, que prometem aproximá-las desse ideal de beleza. A pressão estética é intencionalmente explorada pelo mito da beleza para movimentar a economia de produtos e procedimentos estéticos, o que contribui para que as pessoas se sintam insatisfeitas com sua aparência natural e incentivadas a consumir em busca de um padrão ideal.

Assim, as mulheres, ao internalizar essas expectativas, como, por exemplo, a pressão para rejuvenescer, reflete a ideia de que envelhecer é “inaceitável” para as mulheres, reforçando o controle sobre como elas devem aparentar, e nessa lógica elas ajustam seus comportamentos e autoimagem para se alinharem com esses modelos, ou caso contrário, se sentem não realizadas com a sua própria imagem. Esse padrão se torna uma norma internalizada, que orienta suas percepções e comportamentos.

É importante reforçar que ao estabelecer um modelo mental de beleza como um valor fundamental, frequentemente associada à beleza e ao valor das mulheres, o mito da beleza capitaliza a necessidade de manter um ideal estético por meio de estruturas internas que organizam e interpretam o mundo. Esse compartilhamento de modelos mentais na esfera social, se refere a uma visão internalizada do esteticamente desejável e aceitável, transformando esse conceito, além da estética individual, por meio dos meios de comunicação, pelos discursos e normas culturais, uma “norma cognitiva” na sociedade, influenciando a forma como homens e mulheres percebem e julgam a aparência de si mesmos e dos outros.

Pari passu, essa exposição constante aos padrões de beleza afeta diretamente a autoestima e a personalidade pessoal das mulheres, dado que elas passam a valorizar características específicas como determinantes para sua autovalorização e ascensão social, resultando frequentemente em um ciclo de insatisfação corporal, constante busca por validação e baixa autoestima se não atenderem a esses padrões.

Tais padrões expostos nas mídias, através das propagandas, em sua maioria, correspondem a uma aparência personalizada por meio de procedimentos estéticos e intervenções cirúrgicas e isso as leva a comparar-se com os modelos apresentados, o que gera insatisfação com o próprio corpo e a submeter-se às práticas que buscam alterar a aparência para se aproximar do ideal de beleza. Além disso, esse discurso proporciona ao modelo mental uma associação positiva, pois associa características específicas com aspectos positivos como autoestima, felicidade, sucesso e ascensão social, que reforça e

legítima a crença de que atingir esses padrões é necessário para ser bem-sucedida e apreciada pela sociedade.

Esse processo é facilitado porque os modelos mentais mantêm o controle ideológico através de uma internalização que dispensa coerção direta. As mulheres acabam sendo “educadas” a aceitar o mito da beleza como norma desejável e natural, perpetuando a ideologia de que a aparência define o valor da mulher. Esse controle é ainda mais potente quando age inconscientemente, já que as normas são seguidas sem que o indivíduo perceba que está sendo influenciado.

Em suma, percebe-se que todos os *posts* compreendem um discurso ideológico voltado ao corpo feminino, que independe da parte do corpo na qual é explicitado, pois o componente cognitivo representa uma interpretação interna, e, ao mesmo tempo coletiva, que os indivíduos constroem ao interagirem com o discurso. Assim sendo, por mais que as estruturas discursivas sejam singulares, dado a semântica e a pragmática, estas são controladas pelos modelos mentais de modo a instanciar e orientar o controle do corpo por meio das intervenções estéticas.

O que realmente contribui para a internalização do discurso é o produto cognitivo do modelo mental que mantêm o controle ideológico por meio de uma internalização que pode dispensar o pensamento crítico, perpassando pelas diversas representações, mas com o único objetivo de estabelecer normas a serem seguidas, que dispensa a coerção direta, fazendo com que o indivíduo não perceba que está sendo influenciado. E caso não permaneçam implícitas e sejam descobertas, este produto cognitivo pode ser estrategicamente adaptado ou negado, pois as estruturas e as narrativas discursivas são o meio através do qual as ideias e ideologias são expressas, assim sendo, a vasta gama de representações visuais e textuais, como, por exemplo, as diversas partes do corpo feminino, bem como os discursos preocupados com a saúde e o bem-estar, como podemos observar em todas as postagens, conferem ao componente cognitivo a capacidade de reprodução do conhecimento e da ideologia em diversos textos e contextos comunicativos disseminados na sociedade.

Em outras palavras, o valor fundamental da beleza, conforme o mito da beleza de Wolf (2019) e o modelo sociocognitivo de Van Dijk (2016), sugere que as mulheres precisam corresponder a um padrão, pois ele é parte de uma identidade socialmente aceita. Esse ideal é continuamente reforçado por discursos midiáticos em uma sociedade que condiciona o valor feminino à aparência física, especialmente sob a ótica masculina, que, por sua vez, também reproduz esse modelo mental coletivo, perpetuando o ciclo de

controle social através de normas que, frequentemente, são aceitas e perpetuadas pelos próprios indivíduos envolvidos.

3.4 - O Componente Social: A Beleza como Mecanismo de Poder e de Dominação

Observamos ao longo das análises do contexto discursivo e cognitivo, sob o olhar da linguística sociocognitiva de Teun A. Van Dijk (2016), que o conceito de beleza e as ideologias a ele associadas transcendem a mera aparência física, sendo, no entanto, estruturado por uma série de convenções sociais que definem, não só discursivamente, mas cognitivamente, o que é desejável e aceitável nos contextos sociais.

O componente social implica o contexto mais amplo, no qual as representações de beleza são coletivamente construídas e internalizadas, contribuindo ativamente para a manutenção ou transformação das estruturas sociais. Este componente busca compreender como as estruturas discursivas, ou seja, os meios pelos quais as ideias são expressas, alinhado às estruturas cognitivas, sendo o modo como as pessoas percebem e interpretam a si mesmas e aos outros, são concretizadas e moldadas pelas práticas e relações de poder na sociedade.

Em outras palavras, diante do conjunto de análises e suas respectivas discussões, tem-se que as normas de beleza não surgem de uma avaliação meramente individual, mas sim de convenções e comportamentos sociais coletivos, a fim de instrumentalizar o mito da beleza como um mecanismo de poder que reforça a dominação masculina e a submissão feminina.

Isso posto, o componente social opera o discurso da beleza como uma orientação ideológica ao propagar padrões estéticos específicos socialmente normatizados e amplamente difundidos pelas mídias, repetidos e enfatizados no discurso, criando modelos mentais que induzem as mulheres a buscarem constantemente e se comportarem de modo a atender esses padrões idealizados e inatingíveis. E essa construção transforma o mito da beleza em um mecanismo de poder que também opera os critérios de valor social, ao estabelecer um padrão condicionante a aceitação e o reconhecimento, bem como busca manter aqueles que defendem os padrões na posição de dominante.

Para Van Dijk (2016), esse processo é facilitado pelo componente social, que atua através de uma internalização coletiva dessas normas e padrões. A partir disso, a sociedade é levada a aceitar a beleza como um critério de valor, estabelecendo uma base para a dominação social e a exclusão daqueles que não atendem a esses padrões.

Além disso, de acordo com Wolf (2019), na medida em que as mulheres ganharam maior acesso a direitos civis e oportunidades no mercado de trabalho, o mito da beleza se fortaleceu como um meio de controle, impondo um padrão de aparência feminina, que além de alimentar a indústria da beleza e do consumo, também objetiva, nesta análise e diante da perspectiva sociocognitiva do discurso, agir como um mecanismo de poder disseminando uma autoavaliação e a crítica pessoal, minando a autoestima e o potencial de resistência feminina.

Considera-se que mito da beleza gera um impacto psicológico individual e, sobretudo social, utilizando das ideologias sociais disseminadas por meio do discurso, absorvidas e legitimadas individualmente, para a promoção da beleza como um mecanismo de controle que age “de dentro para fora” levando mulheres a internalizar uma visão de si mesmas baseada em autoavaliação negativa e inadequação resultante. O padrão de beleza imposto pelo mito da beleza é irreal e idealizado, porque performa padrões estéticos não reais, mesmo que em diferentes níveis, que causam a todas as mulheres contatos de discriminação social e situações de exclusão. Vigilantes de si mesmas, a atenção feminina é intencionalmente canalizada para a conformidade com o padrão estético e assegura que as mulheres estejam mais focadas em sua aparência do que em posições de poder ou autonomia, fortalecendo, assim, as estruturas de dominação masculina.

Portanto, ao compreender o mito da beleza como um mecanismo de poder e de dominação, considera-se que esse, por sua vez, apodera-se diretamente do componente social para sustentar o abuso de poder na esfera social, na qual os grupos dominantes utilizam das normas de beleza para operar e concretizar o cenário de práticas sociais em que o corpo feminino é instrumentalizado como culto do controle social e econômico por meio das normas de beleza.

Dessa forma, a sugestão de que as mulheres precisam corresponder a um padrão, é parte de uma identidade socialmente aceita que legitima a figura da mulher como inferior e submissa ao controle social e econômico instituído pela dominação masculina, perpetuando uma espécie de ciclo em que o discurso influencia a cognição, que por sua vez reflete e sustenta o contexto social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações teóricas e as análises realizadas ao longo desta dissertação permitiram apresentar ponderações sobre os resultados obtidos, bem como propor contribuições para os estudos do discurso enquanto mecanismo de poder, das representações simbólicas e da historicidade da mulher.

A delimitação do objetivo geral da pesquisa partiu do seguinte questionamento: como o discurso da beleza se estabelece como orientação ideológica, e como o poder circula e instrumentaliza o discurso da beleza como um mecanismo de reprodução e sustentação da dominação masculina?

Tal recorte justifica-se diante da ampla disseminação de padrões de beleza na mídia contemporânea, os quais reforçam orientações ideológicas condicionando as mulheres a submeterem-se a procedimentos estéticos, dietas restritivas, treinos intensos, fármacos e cirurgias plásticas. Trata-se da busca por um ideal estético artificial e padronizado, cuja força simbólica atua na internalização de normas sociais e de controle do corpo feminino.

Nesse sentido, estabeleceu-se para este trabalho o objetivo geral de examinar, a partir da análise sociocognitiva, como o discurso da beleza atua como uma orientação ideológica, impondo às mulheres obrigações delineadas e afirmadas pelo mito da beleza e, como o poder instrumentaliza o discurso da beleza como um mecanismo de reprodução e sustentação da dominação masculina. Para tanto, investigaram-se propagandas de procedimentos estéticos veiculadas no *Instagram*, com o intuito de compreender como o discurso da beleza, ao ser incorporado ao mito, torna-se um mecanismo de manutenção das relações de poder.

A dissertação foi estruturada em três capítulos, além da introdução, das considerações finais e das referências e cada capítulo correspondeu a um objetivo específico e contribuiu para o detalhamento do objetivo geral.

O primeiro capítulo apresentou os fundamentos teóricos necessários à compreensão da problemática e foram discutidos os símbolos e discursos que, historicamente, compõem uma percepção social de inferioridade da mulher, bem como os mecanismos de poder que legitimam o controle do corpo feminino. Destacou-se o mito da beleza como uma das principais estratégias ideológicas contemporâneas de reprodução da desigualdade de gênero. Refletiu-se, ainda, sobre a maneira como o discurso da

submissão feminina se articula ao discurso da beleza, reforçando a naturalização de práticas de controle e adestramento do corpo. Desse modo, refletiu-se sobre o objetivo específico: o modo como o discurso da submissão feminina explora e evolui o discurso da beleza, para que esse aja como um mecanismo de orientação ideológica capaz de exercer e manter as relações de poder e o adestramento do corpo feminino na contemporaneidade.

No segundo capítulo, delineou-se o referencial teórico com base na articulação entre a semiologia de Roland Barthes (2013) e a teoria sociocognitiva do discurso de Teun A. van Dijk (2016). A proposta de diálogo entre os autores se justifica pela possibilidade de compreender, de forma integrada, como a linguagem atua como sistema de significação e como prática social na construção do mito da beleza. A análise semiológica permitiu compreender o mito como um sistema de comunicação e de construção simbólica, enquanto a perspectiva sociocognitiva evidenciou como as estruturas discursivas se relacionam com os modelos mentais e com as estruturas sociais, revelando o funcionamento ideológico por trás da linguagem.

Portanto, cumpriu-se os objetivos específicos como a proposta de explorar como a linguagem, diante da semiologia, constrói o mito como um sistema de comunicação suscetível de ser julgado por um discurso por meio de uma construção de significação, que impõe limites históricos e condições de funcionamento social à fala mítica do mito da beleza e a demonstrar, por meio das direções argumentativas do Estudos Críticos do Discurso, sob o triângulo analítico Discurso-Cognição-Sociedade, como o poder pode ser exercido por intermédio do Discurso, das suas Estruturas Discursivas e do seu Contexto Sociocognitivo dos modelos mentais.

No terceiro capítulo foram desenvolvidas as análises do *corpus*, composto por postagens do *Instagram* que promovem procedimentos estéticos voltados ao público feminino. A investigação se concentrou na identificação de estratégias discursivas e visuais que sustentam a representação da beleza como atributo indispensável à mulher. A análise demonstrou como as estruturas discursivas operam na interface entre cognição e sociedade, atuando na naturalização de ideais inatingíveis e na consolidação de padrões que favorecem a submissão feminina e a manutenção do poder masculino. Cumprindo o último objetivo específico desta pesquisa concentrou-se em descortinar, diante dos pressupostos teóricos dos Estudos Críticos do Discurso, a relação entre as estruturas discursivas e sociais, como instâncias mediadoras de uma interface cognitiva, capaz de

afirmar a beleza como atributo indispensável à mulher e como o poder é operado pelo discurso com a finalidade de instaurar o controle na mente dos indivíduos.

Com base nas discussões a partir de cada objetivo específico desta pesquisa, confirmou-se a hipótese levantada de que o mito da beleza explora e evolui o discurso da beleza e do padrão de beleza para que esse aja como um mecanismo capaz de exercer e manter o poder institucional dos homens, a submissão feminina e a dominação masculina.

O mito da beleza não se refere diretamente à aparência feminina, mas sim à construção de um ideal inatingível que condiciona as mulheres à autocritica e à autoavaliação constantes. Esse processo configura um controle simbólico e indireto, operado pelo discurso atuando na constituição das subjetividades femininas. O mito da beleza, assim, emerge como uma ferramenta estratégica de consolidação de estruturas de poder, por meio de discursos que naturalizam a dominação e normatizam comportamentos, exercendo um papel central na regulação social e na manutenção das desigualdades de gênero.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 2013.
- BARTHES, Roland. **Elementos da semiologia**. Tradução de Izidoro Blikstein. 19. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.
- BARTHES, Roland. **Aula**. Tradução de Leyla Perrone-Moisés. 14. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.
- BENKE, Gerlinde. **Language, power, and ideology**. London: SAGE Publications, 2000.
- BENVENISTE, Émile. **A forma e o sentido na linguagem**. (1966). In: _____. Problemas de linguística geral II. Tradução de João Wanderlei Geraldi. Campinas: Pontes, 2006. p. 220-242.
- BORDO, Susan. **O corpo e a reprodução da feminilidade: uma apropriação feminista de Foucault**. In: JAGGAR, A. M.; BORDO, Susan. Gênero, corpo, conhecimento. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kuhnner. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.
- BUTLER, Judith. **Corpos que importam: os limites discursivos do “sexo”**. São Paulo: n-1 edições, 2019.
- BUTLER, Judith. **A vida psíquica do poder: teorias da sujeição**. Tradução de Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.
- FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2021.
- GOELLNER, Silvana Vilodre. **Corpo**. In: BRUSCHINI, Cristina et al. (org.). **Dicionário crítico de gênero**. Dourados: UFGD, 2015.
- GOLDENBERG, Mirian; RAMOS, Mirian S. **A civilização das formas: o corpo como valor**. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). **Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Áyiné, 2018.
- LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**. In: NOVAES, Adauto (org.). **A homem máquina: a ciência manipula o corpo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- LERNER, Gerda. **A história da opressão das mulheres pelos homens**. Tradução de Luiza Sellera. São Paulo: Cultrix, 2019.
- LERNER, Gerda. **A criação da consciência feminista: a luta de 1.200 anos das mulheres para libertar suas mentes do pensamento patriarcal**. Tradução de Luiza Sellera. São Paulo: Cultrix, 2022.
- VAN DIJK, Teun A. **Discurso y racismo**. Tradução de Christian Berger. *Persona y Sociedad*, Universidad Alberto Hurtado, Instituto Latinoamericano de Doctrina y Estudios Sociales – ILADES, v. 15, n. 3, p. 191-205, 2002. Disponível em:

<<http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20y%20racismo.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2024.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e poder**. Organização de Judith Hoffnagel e Karina Falcone. 2. ed., 4. reimpr. São Paulo: Contexto, 2018.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso-cognição-sociedade**: estado atual e perspectivas da abordagem sociocognitiva do discurso. Letrônica, Porto Alegre, PUCRS, p. s8-s29, 2016. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/letronica/article/view/2>>. Acesso em: 5 abr. 2021.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso antirracista no Brasil**: da abolição às ações afirmativas. São Paulo: Contexto, 2021.

WODAK, Ruth. **Discourses and contexts**. London: SAGE Publications, 2000.

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

BIBLIOGRAFIA

- AGAMBEN, Giorgio. **Homo Sacer: o poder soberano e a vida nua**. Belo Horizonte: UFMG, 2007.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1998.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1972.
- DINIZ, Francisco Rômulo Alves; OLIVEIRA, Almeida Alves de. **Foucault: do poder disciplinar ao biopoder**. *Scientia*, v. 2, n. 3, p. 1-217, 2013.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **O sujeito e o poder**. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- FOUCAULT, Michel. **Sexualidade e poder**. In: FOUCAULT, Michel. *Ditos e escritos V: ética, sexualidade, política*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 39. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- IRINEU, Lucineudo Machado et al. (org.). **Análise de discurso crítica: conceitos-chave**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.
- MONTEIRO, Paulo. **A beleza do corpo na dinâmica do envelhecer**. Belo Horizonte: Gutenberg, 2008.
- PRINS, Baukje; MEIJER, Irene Costera. Como os corpos se tornam matéria: entrevista com Judith Butler. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 155, 2002.
- RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. **Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.
- RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. **Análise crítica do discurso**. São Paulo: Contexto, 2006.
- SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2021.
- SAUVY, Alfred. *Mythologie de notre temps*. Paris: Petite Bibliothèque Payot, 1971.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil**. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.
- SOUZA, Daniela Márcia de. **Mais que uma menina que se veste de menino – Uma análise discursivo-crítica das representações de Tereza Brant**. 2017. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2017. Orientadora: Maria Carmen Aires Gomes.
- VAN DIJK, Teun A. **Critical discourse studies: a sociocognitive approach**. In: WODAK, Ruth; MEYER, Michael (ed.). *Methods of critical discourse studies*. London: Sage, 2015. cap. 3, p. 63-85.

VAN DIJK, Teun A. **Cognição, discurso e interação.** Organização e apresentação de Ingedore V. Koch. 7. ed., 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2019.

VAN DIJK, Teun A. **Racismo y discurso en América Latina.** Barcelona: Gedisa Editorial, 2016.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e contexto:** uma abordagem sociocognitiva. São Paulo: Contexto, 2012.

VIGARELLO, Georges. **Histoire de la beauté:** le corps et l'art d'embellir de la Renaissance à nos jours. Paris: Éditions du Seuil, 2004.

WODAK, Ruth (ed.). **Methods of critical discourse analysis.** London: SAGE Publications, 2001.