



O ESTEREÓTIPO DA OBJETIFICAÇÃO FEMININA E AS CONSEQUÊNCIAS SUBJETIVAS DE ASSUMIR ESTE PAPEL

THE STEREOTYPE OF FEMALE OBJECTIFICATION AND THE SUBJECTIVE CONSEQUENCES OF ASSUMING THIS ROLE

BECKER, Tamires Bittencourt ¹

OLIVEIRA, Carla de ²

Resumo: A objetificação feminina, enraizada em construções culturais e históricas, reduz a mulher à sua aparência física, desconsiderando sua subjetividade e intelectualidade. Esse processo, amplamente reforçado pela mídia e publicidade, contribui para a construção de estereótipos que legitimam práticas de controle e violência. O presente trabalho analisa como essa objetificação se conecta à cultura do estupro ao naturalizar a sexualização precoce e desumanizar corpos femininos desde a infância. Com base em referenciais teóricos contemporâneos, a discussão aponta os impactos psicológicos e sociais desse fenômeno, destacando a urgência de políticas públicas e ações educativas que promovam a valorização da mulher como sujeito pleno de direitos e dignidade.

Palavras-chave: Autoimagem. Cultura do estupro. Estereótipo. Objetificação feminina. Saúde mental.

Abstract: Female objectification, rooted in cultural and historical constructions, reduces women to their physical appearance, disregarding their subjectivity and intellectuality. This process, widely reinforced by the media and advertising, contributes to the construction of stereotypes that legitimize practices of control and violence. This paper analyzes how this objectification connects to rape culture by naturalizing early sexualization and dehumanizing female bodies from childhood. Based on contemporary theoretical frameworks, the discussion points out the psychological and social impacts of this phenomenon, highlighting the urgency of

¹ Formanda em Psicologia. Faculdade São Francisco de Assis. E-mail: tamiresbecker@hotmail.com

² Doutora em Medicina - Programa de Pós-Graduação em Ciências Médicas UFRGS. Professora da Faculdade São Francisco de Assis. E-mail: carla.oliveira@saofranciscocodeassis.edu.br

public policies and educational actions that promote the appreciation of women as subjects full of rights and dignity.

Keywords: Self-image. Rape culture. Stereotype. Female objectification. Mental health.

1 INTRODUÇÃO

A objetificação feminina é um fenômeno enraizado em construções históricas e sociais que, ao longo dos séculos, têm moldado a percepção do corpo feminino como um objeto a ser consumido e controlado. Desde os primórdios da mídia de massa, passando pela publicidade e pelo entretenimento, as mulheres são constantemente retratadas de maneira que privilegia a aparência física em detrimento de suas capacidades intelectuais e subjetivas.

Em primazia, as tradições culturais e religiosas contribuíram para que a mulher seja frequentemente associada à sua função reprodutiva e à sua capacidade de agradar. A literatura, a arte e, mais recentemente, os meios de comunicação têm colaborado para a construção dessa imagem. As obras de diversos pensadores, como Naomi Wolf (2018) e Ana Clara Pietrosk Marinho (2017), destacam como a cultura patriarcal tem moldado a identidade feminina, criando uma narrativa que valoriza o corpo em contrapartida do intelecto e da individualidade. Pierre Bourdieu (2012), em *A Dominação Masculina*, discute como a sociedade patriarcal historicamente impõe às mulheres um papel subalterno, utilizando seu corpo como forma de exercer poder e controle. Esse processo de objetificação, que se intensifica com o avanço da mídia de massa e da publicidade, reforça a ideia de que a mulher vale mais por sua aparência física do que por suas capacidades subjetivas. A partir dessa perspectiva, torna-se evidente que a objetificação feminina não é apenas uma questão de representação, mas também uma forma de manutenção de poder que perpetua desigualdades.

A mídia desempenha um papel central na perpetuação desse estereótipo. Segundo Guedes et al. (2024), a cobrança estética sobre as mulheres, impulsionada pelas mídias digitais e pela publicidade, é um dos maiores contribuintes para a objetificação feminina e a internalização de padrões irreais de beleza. Esse ciclo de reforço promove a auto-objetificação, levando as próprias mulheres a adotarem uma visão distorcida de si mesmas, baseada na validação externa.

Bragaglia et al. (2014), destacam ainda, que a objetificação feminina na publicidade é uma prática comum, onde o corpo da mulher é utilizado como ferramenta para vender produtos e manter o status de uma sociedade patriarcal que valoriza o corpo feminino apenas como objeto sexual. Esse processo impacta diretamente a maneira como as mulheres se percebem, criando um ciclo de validação externa que pode resultar em danos à autoestima e à construção de identidade.

Essa visão reducionista não apenas perpetua estereótipos, mas também afeta profundamente a saúde mental das mulheres, levando a um processo de auto-objetificação, em que elas próprias passam a se enxergar e se valorizar a partir do olhar externo. Além disso, estudiosos como Bercht (2018) e Santos et al. (2020) discutem as consequências psicológicas da objetificação, argumentando que as mulheres que internalizam essa visão de si mesmas frequentemente sofrem com problemas de saúde mental, como ansiedade, depressão e distúrbios alimentares, na tentativa de corresponder aos padrões irreais de beleza e comportamento impostos pela sociedade. Esse processo de autoavaliação constante, impulsionado pela busca por atender a padrões de beleza e comportamento irreais, gera um sofrimento psicológico intenso e duradouro. A repercussão na saúde mental é substancial, pois essas mulheres ficam presas em um ciclo de insatisfação e autocrítica, onde a necessidade de validação externa e o controle da aparência se tornam aspectos centrais de sua vida emocional, prejudicando seu bem-estar e autoestima.

Os impactos psicológicos da objetificação feminina são profundos e variados, refletindo uma construção social que não apenas desumaniza as mulheres, mas também molda suas experiências emocionais e identitárias. A internalização de padrões de beleza e comportamento impostos pela sociedade leva muitas mulheres a uma vigilância constante sobre suas aparências, resultando em um estado de ansiedade crônica e insatisfação corporal. Esse fenômeno está frequentemente associado a um ciclo vicioso em que a busca pela aceitação externa se torna um aspecto central da vida cotidiana, comprometendo o bem-estar emocional e a saúde mental.

Dessa forma, a análise do estereótipo da objetificação feminina revela um complexo emaranhado de pressões sociais e pessoais que afetam profundamente as mulheres. Essas consequências subjetivas precisam ser amplamente discutidas e

combatidas para que haja uma mudança efetiva na maneira como o feminino é representado e, mais importante, compreendido.

Além disso, a cultura do estupro está intrinsecamente ligada à objetificação feminina, pois naturaliza e tolera a violência sexual ao desumanizar o corpo da mulher desde a infância. A sexualização precoce e a redução da mulher a um objeto de desejo legitimam a violência e reforçam a culpabilização das vítimas, que acabam responsabilizadas pelo que lhes acontece. Esse contexto favorece a impunidade dos agressores e mantém as estruturas patriarcais que controlam e limitam a autonomia feminina. Para romper com esse ciclo, é fundamental desconstruir os padrões culturais que promovem a objetificação e a normalização da violência, reconhecendo as mulheres como sujeitos plenos de direitos e dignidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Definição e Conceito de Objetificação Feminina

A objetificação feminina é um conceito amplamente discutido no campo dos estudos de gênero, sociologia e psicologia, que se refere ao processo pelo qual as mulheres são tratadas como objetos de desejo sexual, desprovidas de individualidade e autonomia. Essa prática está fortemente enraizada em estereótipos de gênero que perpetuam uma visão reducionista e desumanizadora do corpo feminino, que é visto, muitas vezes, apenas como um instrumento para satisfazer padrões estéticos impostos pela sociedade.

Bragaglia, Artemenko e Lourenço (2014) destacam que a publicidade frequentemente recorre a estereótipos de gênero para impulsionar a venda de produtos e serviços, o que acaba contribuindo para a objetificação das mulheres. Essa prática reflete e reforça uma visão que limita o valor feminino à sua aparência física, perpetuando comportamentos que reduzem mulheres a meros objetos visuais.

Essa problemática é ainda mais evidente no contexto brasileiro, como observa Bercht (2018). A autora argumenta que a teoria da objetificação ajuda a compreender as pressões culturais e sociais que moldam a percepção do corpo feminino no país. No Brasil, tais pressões são amplificadas pela mídia e pela publicidade, que frequentemente promovem a ideia de que o valor de uma mulher está intrinsecamente ligado à sua aparência e à sua conformidade com padrões

estéticos estabelecidos pelo patriarcado. Esse cenário reforça uma cultura em que as mulheres são avaliadas prioritariamente por seu aspecto físico, perpetuando normas que dificultam a equidade de gênero e limitam a autonomia feminina.

Além disso, Bourdieu (2012) explora como a dominação masculina é sustentada por mecanismos simbólicos, como a objetificação feminina, que contribuem para a naturalização da subordinação das mulheres. Ele argumenta que, ao serem tratadas como objetos, as mulheres veem sua essência reduzida, o que reforça estruturas de poder que beneficiam os homens e perpetuam a desigualdade de gênero.

A objetificação das mulheres reflete as normas culturais que definem como percebemos e interagimos com as pessoas. Essa questão transcende a mera representação, englobando dinâmicas de poder, controle e as expectativas sociais que moldam o comportamento e a autoimagem das mulheres, conforme Loureiro (2014, p. 20) menciona:

Considerando que as mulheres aprendem desde a infância que os corpos femininos são objetos de constante observação, avaliação e potencial objetificação sexual, a Teoria da Objetificação propõe que esse ambiente cultural objetificante as leva a introjetarem esse comportamento e a tratarem a si mesmas como objetos a serem observados e avaliados de acordo com sua aparência.

A Teoria da Objetificação é realmente um tema profundo e relevante. Ela sugere que a constante avaliação da aparência feminina pode ter efeitos prejudiciais na autoimagem e na autoestima das mulheres, levando a uma internalização desses padrões. Isso não só impacta a forma como elas se veem, mas também como se comportam e interagem com o mundo. Essa problemática é ainda mais complexa quando consideramos que a objetificação e a cultura de beleza são fenômenos interligados que permeiam diversas esferas da vida cotidiana.

Para realmente entender o impacto da objetificação, é necessário abordar o tema de maneira abrangente, levando em conta tanto as experiências femininas quanto as masculinas. Essa análise crítica dos sistemas de poder que sustentam esses estereótipos é essencial para desconstruir as normas que frequentemente ditam o que é considerado belo.

Além disso, é fundamental buscar representações mais justas e diversas, que reconheçam a pluralidade das identidades e das formas de expressão. Para Marinho

(2017), promover uma mudança significativa requer não apenas questionar essas normas, mas também valorizar e empoderar diferentes perspectivas e vivências, contribuindo para um ambiente mais inclusivo e equitativo.

2.2 Estereótipos de Gênero e Sua Construção Social

Os estereótipos de gênero são construções sociais que delimitam papéis e comportamentos esperados de homens e mulheres com base em concepções culturais e históricas. Esses estereótipos reforçam a ideia de que há características inerentes a cada gênero, sendo as mulheres frequentemente associadas à fragilidade, docilidade e subordinação, enquanto os homens são vinculados à força, liderança e racionalidade. Bourdieu (2014) argumenta que essas construções reforçam a dominação masculina na sociedade, legitimando e naturalizando as desigualdades entre homens e mulheres por meio de estruturas simbólicas de poder.

Bragaglia et al. (2014) complementam essa perspectiva ao destacar que os estereótipos simplificam e generalizam as características de indivíduos ou grupos, frequentemente resultando em preconceitos e discriminações. Essas construções são sustentadas por categorias como gênero, raça, classe e etnia, propagando representações distorcidas da realidade. Nesse contexto, a mídia, a cultura popular e as interações sociais desempenham papéis cruciais na manutenção desses estereótipos, influenciando a autoimagem das pessoas e a percepção que os outros têm delas.

Pierre Bourdieu (2012) analisa como a dominação masculina se manifesta em diversas esferas da vida, incluindo as expectativas relacionadas à beleza e ao comportamento feminino. Essa dominação se apresenta não apenas de forma direta, mas também de maneira sutil, sendo perpetuada por normas culturais que legitimam a objetificação das mulheres. Os estereótipos de gênero funcionam como uma ferramenta poderosa para manter essa hierarquia social.

Além disso, estudos sobre gênero e objetificação evidenciam que as redes sociais têm um papel significativo na difusão de estereótipos. Muitas influenciadoras digitais acabam por reproduzir padrões de beleza que não capturam a verdadeira diversidade das experiências femininas. Essa representação distorcida, que frequentemente exalta tipos específicos de corpo e aparência, pode afetar negativamente a autopercepção de milhões de mulheres, diminuindo sua confiança

em suas capacidades. Ranyella (2019), observa que a comparação constante com essas imagens idealizadas pode levar a sentimentos de inadequação e insegurança, perpetuando uma cultura de descontentamento que impacta a saúde mental e emocional das mulheres.

Como mencionado acima, a mídia desempenha um papel fundamental na formação de estereótipos e de acordo com Belmiro et al. (2015), a exposição constante a imagens idealizadas gera expectativas irreais, levando muitas mulheres a experimentarem sentimentos de inadequação. Com frequência, as campanhas publicitárias priorizam a beleza superficial em detrimento de qualidades mais significativas, como inteligência e empatia, reforçando a ideia de que a aparência é o atributo mais valorizado na vida de uma mulher.

O estigma enfrentado por aquelas que não se encaixam em estereótipos tradicionais resulta em marginalização e discriminação, limitando suas oportunidades e reforçando a ideia de que seu valor está atrelado à aparência. Dessa forma, a objetificação não é apenas um desafio individual, mas uma questão social que exige uma reflexão crítica e ações concretas para promover mudanças significativas (Gonzalez, 2020).

O conceito de estereótipos se amplia ao considerar as interseccionalidades entre raça, classe e gênero, revelando como essas dimensões se entrelaçam e impactam as vivências das mulheres. Mulheres de diversas origens étnicas não apenas enfrentam os estereótipos de gênero, mas também são alvo de preconceitos específicos que intensificam a discriminação e a marginalização. Por exemplo, as mulheres negras muitas vezes são estereotipadas de maneiras que desumanizam suas experiências e identidades, reduzindo-as a características superficiais e ignorando a complexidade de suas realidades. Essa intersecção de estereótipos contribui para um ciclo de opressão que dificulta a luta por igualdade e reconhecimento, como destacado por Gomes (2018).

A desconstrução dos estereótipos exige um esforço coletivo que abrange indivíduos, comunidades e instituições. É crucial capacitar as pessoas a questionarem e desafiarem esses padrões estabelecidos, pois esse empoderamento é um passo essencial para a construção de uma sociedade mais justa e respeitosa. Ao reverter a narrativa sobre beleza e objetificação, podemos caminhar em direção a um futuro em que cada pessoa seja valorizada por suas habilidades e caráter, em vez de ser julgada apenas pela aparência (Santos; Kurpel, 2021). Essa mudança de

paradigma é vital para promover uma cultura que celebre a diversidade e a individualidade, permitindo que cada um se sinta aceito e reconhecido em sua essência.

A compreensão e a desconstrução dos estereótipos são, portanto, tarefas urgentes que demandam um compromisso constante com a educação, a reflexão crítica e a ação. Combater a objetificação e os estereótipos vai além da justiça social; é também uma questão de promover o bem-estar e a dignidade de todos os indivíduos, independentemente de gênero, raça ou classe social (Wolf, 2018).

2.3 A Representação da Mulher na Mídia e na Cultura Popular

A representação da mulher na mídia e na cultura popular tem sido historicamente marcada pela objetificação e pela reprodução de estereótipos que limitam sua autonomia e reforçam papéis tradicionais de gênero. A mídia, como um dos principais veículos de comunicação de massa, desempenha um papel crucial na formação e disseminação dessas representações, influenciando a percepção social sobre as mulheres e seus papéis na sociedade. Padoa (2015), afirma que o corpo feminino, na cultura midiática, é frequentemente utilizado como um recurso visual para vender produtos e ideias, reduzindo a mulher a um objeto de desejo e consumo.

Essa objetificação e redução das mulheres a corpos "perfeitos" perpetuam uma visão distorcida sobre o valor feminino, atrelando-o unicamente à sua aparência física. Wolf (2018) aborda essa questão ao discutir o "mito da beleza", uma construção social que promove padrões estéticos irrealistas e inatingíveis, especialmente veiculados pela publicidade e pela indústria cultural. Segundo a autora, a mídia constrói imagens de mulheres que estão sempre jovens, magras e sexualmente atraentes, o que gera uma pressão constante para que as mulheres se conformem a esses ideais.

No campo da publicidade, essas representações tornam-se ainda mais evidentes. Bragaglia et al. (2014) analisam a objetificação feminina em campanhas publicitárias, destacando como as mulheres são frequentemente retratadas em poses sexualizadas e com papéis subordinados, reforçando a ideia de que seu valor está diretamente ligado à sua capacidade de agradar ou atrair o olhar masculino. Esse tipo de representação não só contribui para a perpetuação de estereótipos de

gênero, mas também consolida a desigualdade entre homens e mulheres na esfera pública e privada.

A cultura popular, por sua vez, também é um espaço em que as representações das mulheres são limitadas por padrões de comportamento e beleza. Marinho (2017), em seu estudo sobre a objetificação do corpo feminino na imagem, ressalta como o olhar patriarcal estrutura essas representações, tratando as mulheres como objetos passivos, desprovidos de agência. A autora aponta que, mesmo em filmes e programas de televisão, as mulheres muitas vezes aparecem em papéis coadjuvantes ou sexualizados, reforçando a noção de que o protagonismo e a complexidade emocional são reservados aos homens.

Essas representações têm consequências diretas na vida das mulheres, afetando sua autoestima, seu lugar na sociedade e suas oportunidades. Belmiro et al. (2015), em um estudo sobre campanhas publicitárias de cerveja, destacam como as marcas Devassa e Itaipava reforçam a objetificação da mulher, associando-a diretamente à satisfação masculina e ao consumo de produtos. As campanhas publicitárias não apenas exploram o corpo feminino para atrair o público masculino, mas também normalizam a objetificação como parte do discurso cultural, contribuindo para a construção de uma sociedade que valoriza a mulher pela sua aparência e não pelas suas habilidades ou competências.

Gomes (2018), ao discutir a categoria de gênero como uma análise decolonial, destaca que a mídia frequentemente exclui mulheres negras, indígenas e periféricas de suas representações, privilegiando um padrão de feminilidade branco, europeu e de classe média. Esse processo não só invisibiliza as experiências das mulheres marginalizadas, mas também reforça um ideal de feminilidade que é excludente e inatingível para a maioria.

Portanto, a representação da mulher na mídia e na cultura popular é marcada por uma série de limitações e reduções que perpetuam estereótipos de gênero e padrões estéticos opressores. Para além da objetificação, essas representações consolidam papéis tradicionais de gênero, privando as mulheres de protagonismo e complexidade em suas representações culturais.

2.4 Impactos Psicológicos da Objetificação na Subjetividade Feminina

A objetificação feminina tem implicações profundas na saúde mental e na formação da subjetividade das mulheres. Quando são reduzidas a meros objetos de desejo, essa percepção ultrapassa o olhar externo e é internalizada, moldando a

forma como elas se veem. Esse fenômeno, conhecido como auto-objetificação, ocorre quando a mulher passa a adotar o ponto de vista de um observador externo em relação ao próprio corpo, avaliando-se prioritariamente pela aparência em vez de suas habilidades e personalidade.

O desejo de alcançar padrões de beleza inatingíveis frequentemente leva ao surgimento de transtornos alimentares e outros distúrbios psicológicos, como depressão e ansiedade. Santos et al. (2020) ressaltam a relação direta entre a objetificação feminina e o desenvolvimento de distúrbios alimentares, evidenciando como a pressão para atender a esses padrões afeta a saúde mental das mulheres.

A vigilância constante sobre o corpo e a auto-objetificação estão associadas a uma série de problemas psicológicos, como baixa autoestima, insatisfação e vergonha corporal. Estudos, como os de Loureiro (2014), Samuel e Polli (2020) indicam que mulheres submetidas a essa pressão estética têm uma maior predisposição a desenvolver transtornos como anorexia e bulimia, que surgem como respostas ao desejo de controle sobre o corpo e à busca por validação externa. Esse ciclo perpetua uma dinâmica prejudicial, onde o valor pessoal é condicionado à aparência, impactando profundamente a qualidade de vida e o bem-estar psicológico.

Além de afetar a saúde mental das mulheres, a objetificação tem sérias implicações sociais. Quando as mulheres são vistas principalmente como objetos, essa percepção pode justificar comportamentos agressivos e perpetuar a violência de gênero, tanto física quanto emocional. Os impactos dessa objetificação vão além da esfera simbólica e têm consequências profundas na vida das mulheres. Carvalho et al. (2020) destacam que a cultura de dominação e objetificação está intimamente ligada ao feminicídio, uma forma extrema de violência de gênero. Essa cultura cria um ambiente que não apenas desumaniza as mulheres, mas também facilita e legitima a violência contra elas, uma vez que, ao serem reduzidas a objetos, perdem sua humanidade aos olhos da sociedade.

Dessa forma, a objetificação feminina deve ser compreendida não apenas como uma questão individual que afeta a autoestima e a saúde mental, mas também como um problema estrutural que reforça desigualdades e fomenta um ciclo de violência e marginalização. É crucial que a sociedade reconheça essas implicações e promova ações que busquem desconstruir esses padrões objetificantes, criando

um ambiente onde as mulheres possam ser valorizadas por sua integralidade, sem a constante ameaça de desvalorização e agressão.

Além disso, é importante ressaltar que a objetificação não atinge todas as mulheres de maneira uniforme. Mulheres de diferentes origens étnicas, classes sociais e orientações sexuais podem enfrentar formas específicas e agravadas de objetificação e suas consequências. A interseccionalidade, nesse contexto, ajuda a compreender como esses fatores se sobrepõem e amplificam os impactos da objetificação, revelando a necessidade de uma abordagem que considere a diversidade das experiências femininas.

2.5 Cultura do Estupro e Objetificação Feminina: Conexões Perigosas

A cultura do estupro é um fenômeno que se estrutura a partir da tolerância e normalização da violência sexual contra mulheres, sendo sustentada por um conjunto de práticas sociais que banalizam, relativizam ou justificam esse tipo de agressão. Como destacam Sommacal e Tagliari (2021), trata-se de um arcabouço simbólico que naturaliza a violência por meio de discursos que culpabilizam a vítima, deslegitimam seu relato e reforçam a impunidade dos agressores.

Nesse cenário, a objetificação feminina - compreendida como a redução da mulher a um corpo ou a um objeto de desejo sexual - ocupa papel central. Segundo Franchini (2018), a mídia, ao apresentar constantemente imagens de mulheres em poses hipersexualizadas, reforça a ideia de que o corpo feminino existe para satisfazer o olhar masculino. Esse processo contribui para a desumanização das mulheres e para a construção de um imaginário coletivo que justifica, silencia ou relativiza a violência contra seus corpos.

A objetificação não apenas antecede, mas fundamenta a cultura do estupro. Isso se manifesta já na infância, quando meninas são expostas à sexualização precoce por meio de roupas, brinquedos e conteúdos midiáticos que associam sua identidade à estética e à sensualidade. De acordo com o Instituto Brasileiro de Direitos Humanos (IBDH, 2020), a sexualização infantil, ao naturalizar o corpo feminino como um objeto de desejo desde os primeiros anos de vida, contribui diretamente para a tolerância social à violência sexual.

Outro aspecto central da cultura do estupro é a culpabilização da vítima. Souza (2017) afirma que essa culpabilização funciona como um mecanismo

ideológico de manutenção do patriarcado, deslocando a responsabilidade do agressor para a mulher. Isso ocorre quando, por exemplo, a sociedade questiona a roupa, o comportamento ou o local em que a vítima estava insinuando que ela “provocou” a violência.

A análise comportamental também oferece uma compreensão relevante desse fenômeno. Conforme Freitas e Morais (2019), a cultura do estupro pode ser interpretada como um conjunto de contingências culturais que reforçam comportamentos violentos ao longo do tempo. Em outras palavras, práticas como o assédio, a culpabilização e a impunidade são mantidas porque são constantemente reforçadas em ambientes sociais e institucionais.

Portanto, a relação entre objetificação e cultura do estupro não é apenas causal, mas estrutural: ambas operam em um sistema patriarcal que reduz a mulher à sua aparência e legitima a violência contra ela. Desconstruir esse sistema exige ações educativas, políticas públicas efetivas e uma revisão crítica dos meios de comunicação e das representações culturais. Como afirma Franchini (2018), só será possível romper com a cultura do estupro quando as mulheres forem reconhecidas como sujeitos plenos de direitos, e não como objetos disponíveis à dominação masculina.

2.6 Reconfigurando o Feminino: Resistência e Ressignificação

O papel feminino na sociedade tem sido historicamente marcado por normas patriarcais que impuseram limitações à participação das mulheres em várias esferas da vida, como a social, política, econômica e cultural. Essas normas reduziram as mulheres a papéis restritos, frequentemente ligados à maternidade e ao cuidado, enquanto a autonomia e a liberdade de escolha foram cerceadas.

Contudo, ao longo do tempo, diversas formas de resistência e ressignificação do papel feminino começaram a emergir, desafiando essas estruturas e buscando a liberdade, a igualdade e o reconhecimento das múltiplas identidades femininas. Tanto em movimentos sociais coletivos quanto por meio de práticas individuais, as mulheres têm reafirmado o direito de definir seu lugar no mundo, desconstruindo as expectativas tradicionais.

Os movimentos sociais feministas têm sido fundamentais nessa luta, pois, o feminismo, em suas diversas vertentes, representa uma das formas mais

estruturadas de resistência ao patriarcado, questionando normas e estruturas que historicamente limitaram as ações e escolhas das mulheres. Silva e Cardoso (2020, apud Céli Pinto, 1992) destacam ainda que o movimento feminista transforma as mulheres em "novos sujeitos", desafiando os padrões tradicionais e criando novas dinâmicas de poder. Esse enfrentamento no espaço público é paradoxal, dado o histórico de confinamento das mulheres ao lar.

Desde as primeiras mobilizações das sufragistas, que garantiram o direito ao voto, até as lutas por direitos reprodutivos, as mulheres têm desempenhado um papel crucial na transformação cultural e social. Esses movimentos não apenas buscam a conquista de direitos formais, mas também uma mudança nas percepções culturais sobre as mulheres. Elas reivindicam o direito de serem vistas como agentes de transformação, com autonomia sobre seus corpos, carreiras e sexualidade (Duarte; Beleza, 2022).

A filósofa e ativista Djamila Ribeiro (2017) também aborda a importância do feminismo cotidiano e das práticas individuais das mulheres como formas de resistência, com foco na desconstrução de estereótipos de gênero e nas escolhas que refletem uma recusa a papéis tradicionais, como o de mãe ou esposa sacrificada. Observa-se que, atualmente, muitas mulheres têm adotado estilos de vida mais autônomos e independentes, rompendo com as expectativas tradicionais que as associam aos papéis de esposa ou mãe sacrificada. Decisões como optar por não ter filhos, escolher a adoção ou a co-parentalidade, e até mesmo a redefinição da maternidade, desafiam as normas sociais sobre a família e o papel da mulher. Essas escolhas representam uma recusa em se submeter a papéis preestabelecidos, permitindo que as mulheres definam suas próprias trajetórias.

Além do feminismo em sua forma coletiva, outras frentes de resistência têm se destacado, como os movimentos de mulheres negras e indígenas. Estes movimentos trazem à tona a interseção entre raça, classe e gênero, abordando a opressão de forma ampla, e não apenas dentro da lógica do patriarcado. Rodrigues e Freitas (2021) destacam que a luta das mulheres negras, por exemplo, não é apenas contra o machismo, mas também contra o racismo estrutural. Neste contexto, Silva (2021) aponta que as mulheres indígenas resistem à colonização cultural e à exploração dos recursos naturais, reafirmando seu papel central nas comunidades.

Passando para a discussão da crescente participação das mulheres no mercado de trabalho e em espaços fora do campo e do lar, locais que eram destinados unicamente as mulheres, Siqueira e Azevedo (2020) salientam que:

A inserção feminina, nas escolas e no mercado de trabalho, fora do ambiente de casa, lhes permitiu desejar e buscar outras aspirações e empregos mais relacionados à função intelectual tornaram-se possíveis, deixando de ser a vida no campo a ocupação feminina mais comum. (Siqueira e Azevedo, 2020, p. 155 apud Perrot, 2007, p. 114).

A presença feminina em posições de liderança e decisão, especialmente em áreas historicamente dominadas por homens, quebra estereótipos e amplia as possibilidades para as novas gerações de mulheres. Embora ainda haja muitas batalhas pela frente, essa visibilidade no espaço público fortalece a ideia de que as mulheres podem ocupar qualquer posição, independentemente dos estigmas de gênero (Silva, 2024).

Outro campo importante de resignificação é a busca pela saúde mental e o bem-estar. Muitas mulheres estão rejeitando o modelo tradicional que impõe o sacrifício pessoal em prol dos outros e estão buscando uma vida mais equilibrada, onde o autocuidado, o prazer e a felicidade pessoal são igualmente valorizados. Essa mudança de paradigma desafia a ideia de que a mulher deve viver para os outros, e não para si mesma, e reflete uma busca por uma autonomia mais profunda e integral, Conforme Samuel e Polli (2020, p. 98) “Estimular hábitos e comportamentos saudáveis diz respeito a outras questões que vão além de cuidados corporais e preocupação com alimentação. Cuidar do sono, saúde financeira e saúde mental são exemplos de práticas de autocuidado.”

A resignificação do papel feminino, portanto, vai além da simples oposição ao patriarcado. Trata-se de um processo contínuo de criação de novas narrativas sobre o que significa ser mulher. Esse movimento busca reconhecer as diferentes experiências femininas, que não precisam seguir um único modelo ou padrão. As mulheres podem ser femininas ou não, podem escolher ser mães ou não, podem ser profissionais, ativistas, artistas, ou qualquer outra coisa. A eliminação de normas restritivas e a luta pela liberdade de expressão proporcionam um novo espaço para que as mulheres redefinam suas identidades em uma sociedade contemporânea, plural e inclusiva. Nesta perspectiva destacam-se as campanhas publicitárias da

Dove, que promovem a representação da diversidade dos corpos femininos, enfatizando a pluralidade e a beleza única de cada mulher (Franco, 2024).

Diante disso, as representações culturais do feminino estão em constante transformação. A literatura, o cinema, a música e outras formas de expressão cultural têm ampliado as vozes das mulheres, permitindo que suas histórias e experiências sejam retratadas com mais diversidade e profundidade. As mulheres de diferentes origens, etnias, classes sociais e orientações sexuais agora ocupam o centro das narrativas culturais, desafiando as visões limitadas que anteriormente as viam como figuras secundárias ou estereotipadas.

Em suma, as formas de resistência e ressignificação do papel feminino são múltiplas e dinâmicas, refletindo uma busca constante pela liberdade, igualdade e reconhecimento. Cada ação, seja no contexto de movimentos sociais ou nas escolhas individuais, representa uma transformação profunda e contínua. A luta por equidade de gênero não se limita a um esforço coletivo, mas também envolve uma redefinição pessoal da mulher, que, ao se reinventar, cria novas possibilidades para o futuro.

3 MARCO METODOLÓGICO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é um estudo pautado em análise qualitativa com o descritivo realizado a partir da revisão bibliográfica buscando discutir as consequências psicológicas e sociais da objetificação feminina e como a auto-objetificação impacta a saúde mental e emocional das mulheres, identificando também os possíveis caminhos de resistência a esses estereótipos.

A coleta dos dados foi realizada nas seguintes plataformas científicas: ScientificElectronic Library Online - SciELO, Google Acadêmico e Periódicos Eletrônicos de Psicologia (PePSIC), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS) e Medline (Medical LiteratureAnalysisandRetrieval System Online). Para a elaboração da pesquisa, foram seguidas as etapas como orientam Prodanov e Freitas (2013): a) formulação e planejamento do projeto de pesquisa; b) A escolha do assunto e a delimitação do tema; c) revisão de literatura; d) justificativa; e) problema de pesquisa; f) determinação dos objetivos: geral e específicos; g) coleta de dados; h) análise e discussão dos dados; i) construção textual e j) conclusão. De acordo com Marconi e Lakatos (2007), a pesquisa bibliográfica abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A objetificação feminina é uma prática cultural profundamente enraizada que reduz as mulheres à sua aparência física, desconsiderando sua individualidade e subjetividade. Esse processo está atrelado a estereótipos de gênero que perpetuam uma visão fragmentada e desumanizadora do corpo feminino. De acordo com Bragaglia, Artemenko e Lourenço (2014), a publicidade frequentemente utiliza tais estereótipos para impulsionar o consumo, reforçando uma lógica que vincula o valor da mulher à sua estética. No contexto brasileiro, como observa Bercht (2018), essa objetificação é intensificada por pressões socioculturais e midiáticas que reforçam a hegemonia de padrões de beleza eurocêntricos.

Essa realidade repercute diretamente na subjetividade das mulheres. A Teoria da Objetificação, como apresentada por Loureiro (2014), aponta que, em uma cultura onde os corpos femininos são constantemente observados e avaliados, as mulheres acabam internalizando essa vigilância, adotando um olhar externo sobre si mesmas. Esse fenômeno, chamado auto-objetificação, impacta a autoestima, gera insegurança e contribui para distúrbios alimentares, como discutido por Santos et al. (2020). Ranyella (2019) também destaca o papel das redes sociais nesse processo, ao promoverem comparações com imagens idealizadas e inatingíveis, intensificando sentimentos de inadequação.

Os estereótipos de gênero, sustentados por estruturas simbólicas de poder, legitimam a desigualdade entre homens e mulheres. Bourdieu (2012) analisa como a dominação masculina é mantida por meio de práticas culturais que naturalizam o controle sobre o corpo e a representação feminina. A mídia, segundo Belmiro et al. (2015), reforça essa lógica ao exaltar qualidades superficiais em detrimento de atributos intelectuais ou emocionais, condicionando o valor da mulher à sua aparência. Isso gera impactos não apenas psicológicos, mas também sociais, uma vez que a desumanização da mulher abre espaço para comportamentos violentos, como evidenciado por Carvalho et al. (2020) ao relacionar a cultura da objetificação ao feminicídio.

A cultura do estupro também está intimamente ligada à objetificação feminina e, sustenta-se na normalização e tolerância da violência sexual, alimentada por discursos que culpabilizam a vítima e reforçam a impunidade dos agressores (Sommacal e Tagliari, 2021; Souza, 2017). A objetificação, ao reduzir as mulheres a

meros corpos ou objetos sexuais, desumaniza-as e legitima essa violência, processo que inicia desde a infância pela sexualização precoce (Franchini, 2018; IBDH, 2020). Tal cultura é mantida por práticas culturais e sociais que reforçam o assédio, a culpabilização e a impunidade, consolidando um sistema patriarcal de controle sobre o corpo feminino (Freitas e Moraes, 2019; Bourdieu, 2012).

Entretanto, esse cenário tem sido contestado por movimentos sociais e práticas de resistência. O feminismo, como destacam Silva e Cardoso (2020), transforma as mulheres em sujeitos políticos ativos, desafiando normas patriarcais e reivindicando autonomia. Essa transformação ocorre tanto no plano coletivo quanto individual. Djamilia Ribeiro (2017) enfatiza a importância do feminismo cotidiano, em que escolhas como não seguir papéis tradicionais representam formas de resistência. A valorização do autocuidado, conforme apontado por Samuel e Polli (2020), também se insere nesse processo, ressignificando a forma como as mulheres cuidam de si, priorizando o bem-estar emocional e mental.

Além do feminismo tradicional, os movimentos de mulheres negras e indígenas ampliam a compreensão das opressões vividas por diferentes grupos femininos. Segundo Rodrigues e Freitas (2021), essas mulheres enfrentam, simultaneamente, o racismo estrutural e o machismo, o que torna suas lutas ainda mais complexas. Da mesma forma, a invisibilidade de suas experiências na mídia e na cultura popular é uma forma de opressão simbólica, como analisa Gomes (2018). Essas interseccionalidades mostram que a objetificação não é um fenômeno uniforme, e sim atravessado por múltiplas camadas de desigualdade.

A crescente inserção das mulheres no mercado de trabalho e em espaços de liderança, como observado por De Siqueira e De Azevedo (2020), também representa uma ruptura com os papéis historicamente atribuídos ao feminino. Essa transformação contribui para ampliar o protagonismo das mulheres na sociedade e desconstruir as normas que antes restringiam suas possibilidades. A cultura, nesse sentido, também tem se reconfigurado, com campanhas publicitárias mais inclusivas, como as da Dove, que promovem a diversidade dos corpos femininos (Franco, 2024), sinalizando um movimento de mudança nas representações do feminino.

Assim, ao mesmo tempo em que a objetificação feminina revela os mecanismos de controle simbólico e estético sobre o corpo da mulher, as práticas de resistência e ressignificação apontam para novas possibilidades. A construção de uma sociedade mais justa passa pela desconstrução dos estereótipos de gênero,

pela valorização da diversidade e pela promoção da autonomia. Essa mudança exige um esforço coletivo, mas também individual, em que cada mulher possa se reconhecer não como objeto, mas como sujeito pleno de direitos, desejos e potencialidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se que esta pesquisa contribua significativamente para o entendimento dos impactos multifacetados da objetificação feminina sobre a saúde mental e a formação da subjetividade das mulheres. O estudo pretende destacar como a internalização desse processo, reforçado cotidianamente por discursos sociais e representações culturais, resulta em consequências psicológicas importantes, como baixa autoestima, ansiedade, distúrbios alimentares e sentimento de inadequação. Tais efeitos comprometem diretamente a forma como as mulheres se percebem, constroem sua identidade e se relacionam com o mundo, afetando tanto sua autoconfiança quanto o valor que atribuem a si mesmas.

Além disso, busca-se evidenciar que a objetificação feminina não pode ser reduzida a uma simples questão de representação midiática ou estética. Trata-se de um elemento estrutural profundamente enraizado nas relações de poder que organizam a sociedade patriarcal. Esse mecanismo atua como ferramenta de controle simbólico e social, reforçando desigualdades de gênero e sustentando uma lógica que posiciona as mulheres em papéis subalternos. Espera-se que os resultados desta investigação ajudem a ampliar o debate sobre como a cultura da objetificação contribui para a manutenção de um sistema que naturaliza a desvalorização do feminino e impacta negativamente tanto a esfera íntima quanto a esfera pública da vida das mulheres.

A pesquisa também pretende ressaltar a importância da abordagem interseccional, evidenciando que os impactos da objetificação não são homogêneos, mas variam significativamente entre diferentes grupos de mulheres. Fatores como etnia, classe social, orientação sexual, idade e corporalidade interagem com as experiências de objetificação, intensificando vulnerabilidades e desigualdades. A análise interseccional busca, portanto, oferecer um olhar mais abrangente e sensível às múltiplas dimensões da opressão, reconhecendo como essas camadas se

entrelaçam e aprofundam os efeitos subjetivos da objetificação em contextos historicamente marginalizados.

No campo prático, almeja-se que esta pesquisa impulse a formulação de estratégias eficazes de conscientização, bem como a criação e o fortalecimento de políticas públicas comprometidas com a equidade de gênero. Isso inclui ações que visem à desconstrução dos padrões objetificantes disseminados pela mídia e pela cultura de massa, promovendo uma valorização da mulher que contemple suas habilidades, saberes, singularidades e contribuições sociais. Pretende-se que os resultados possam subsidiar campanhas educacionais, projetos pedagógicos e movimentos culturais que desafiem os estereótipos prejudiciais, fomentando a construção de uma sociedade mais crítica, plural e respeitosa.

Por fim, espera-se que este estudo inspire futuras investigações sobre os efeitos da objetificação feminina, tanto em sua dimensão subjetiva quanto em suas implicações sociais e institucionais. Ao lançar luz sobre as consequências imediatas e de longo prazo desse fenômeno, o objetivo último é encorajar transformações que ultrapassem o campo teórico, contribuindo para práticas mais éticas, inclusivas e emancipatórias. Que este trabalho possa, assim, fortalecer o compromisso com uma realidade onde as mulheres possam desenvolver suas potencialidades em plenitude, livres das pressões, das imposições normativas e das limitações simbólicas impostas pela cultura da objetificação.

REFERÊNCIAS

BELMIRO, Dalila Maria Musa et al. **Empoderamento ou objetificação**: um estudo da imagem feminina construída pelas campanhas publicitárias das marcas de cerveja Devassa e Itaipava. In: XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Rio de Janeiro, RJ, 4-7 set. 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1863-1.pdf>. Acesso em: 21 out. 2024.

BERCHT, Ana Maria. **Teoria da objetificação**: aplicabilidades no contexto brasileiro. 2018. 76 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia). – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/15481/4/DIS_ANA_MARIA_BERCHT_COMPLETO.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Edições BestBolso, 2012.

BECKER, T. B.; OLIVEIRA, C. O estereótipo da objetificação feminina e as consequências subjetivas de assumir este papel. **RGSN - Revista Gestão, Sustentabilidade e Negócios**, Porto Alegre, v. 13, n. 2, p. 169-190, out. 2025.

BRAGAGLIA, Ana Paula; PEREIRA ARTEMENKO, Natália; SILVA LOURENÇO, Ana Carolina. A “objetificação” feminina na publicidade: uma discussão sob a ótica dos estereótipos. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Vila Velha, PR, maio de 2014. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-1169-2.pdf>. Acesso em: 28 set. 2024.

CARVALHO, Ana Luíza Duarte de et al. Feminicídio como reflexo da cultura de objetificação e dominação da mulher. **Revista Relicário**, v. 7, n. 13, p. 116-135, 2020. Disponível em: <https://revistarelicario.museudeartesacrauberlandia.com/index.php/relicario/article/view/156/143>. Acesso em: 18 out. 2024.

DUARTE, Madalena; BELEZA, Teresa Pizarro. Desafios feministas ao Direito: resistências e possibilidades. **Ex æquo**, n. 45, p. 9-13, 2022. Disponível em: https://baes.uc.pt/bitstream/10316/107266/1/Desafios%20feministas%20ao%20Direito_resistencias%20e%20possibilidades.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

FRANCHINI, Bruna Santiago. **Mídia, patriarcado, capitalismo e a perpetuação da cultura do estupro**. Anais do V Simpósio Gêneros e Políticas Públicas, v. 5, p. 207–218, 2018. Disponível em: <https://anais.uel.br/portal/index.php/SGPP/article/view/1026/911>. Acesso em: 31 maio 2025.

FRANCO, Amanda Alves. **Campanhas publicitárias da dove**: imagens de corpos que representam a diversidade feminina na marca. 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/41955/1/CampanhasPublicit%c3%a1riasDove.pdf>. Acesso em: 28 set. 2024.

FREITAS, Júlia Castro de Carvalho; MORAIS, Amanda Oliveira de. Cultura do estupro: considerações sobre violência sexual, feminismo e análise do comportamento. **Acta Comportamentalia: Revista Latina de Análisis del Comportamiento**, v. 27, n. 1, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/2745/274560588008/274560588008.pdf>. Acesso em: 31 maio 2025.

GOMES, Camilla de Magalhães. Gênero como categoria de análise decolonial. **Civitas**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 65-82, jan.-abr. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/civitas/a/bRTKvzGxYtDbtrFyLm5JNj/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 set. 2024.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro latino americano**: ensaios, intervenções e diálogos. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

GUEDES, Alessandra et al. Padrões De Beleza Impostos Pelas Redes Sociais Em Mulheres No Brasil. **Revista Ciências Sociais Aplicadas**, v. 28, ed. 135, 2024. Disponível em: <https://revistaft.com.br/padroes-de-beleza-impostos-pelas-redes-sociais-em-mulheres-no-brasil/>. Acesso em: 28 set. 2024.

IBDH – Instituto Brasileiro de Direitos Humanos. **A cultura do estupro**. 2021. Disponível em: <https://ibdh.org.br/a-cultura-do-estupro/>. Acesso em: 31 maio 2025.

BECKER, T. B.; OLIVEIRA, C. O estereótipo da objetificação feminina e as consequências subjetivas de assumir este papel. **RGSN - Revista Gestão, Sustentabilidade e Negócios**, Porto Alegre, v. 13, n. 2, p. 169-190, out. 2025.

LOUREIRO, Carolina Piazzarollo. **Corpo, beleza e auto-objetificação feminina**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, Espírito Santo, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufes.br/server/api/core/bitstreams/dfdceb33-a29e-4cf4-86b8-1e0adf1ed633/content>. Acesso em: 18 out. 2024.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARINHO, Ana Clara Pietroski. A estrutura patriarcal do olhar: uma análise da objetificação do corpo da mulher na imagem. **O Mosaico | Revista de Pesquisa em Artes**, Curitiba, n. 14, p. 1-262, jul./dez. 2017. Disponível em: https://periodicos.unespar.edu.br/mosaico/article/view/1884/pdf_58https://periodicos.unespar.edu.br/mosaico/article/view/1884/pdf_58. Acesso em: 12 out. 2024.

PADOA, Isadora Rodrigues. A representação da mulher na mídia e suas influências. **Revista Eletrônica Materializando Conhecimentos**. v. 6, 2015. Disponível em: https://www.redeicm.org.br/wp-content/uploads/sites/36/2019/06/a5_representacaomulher.pdf. Acesso em: 24 out. 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2.ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RANYELLA, Cristina de Siqueira. **Os estereótipos de papéis de gênero feminino nos retratos das influenciadoras digitais no Instagram e a arte de Cindy Sherman**. 2019. Dissertação (Mestrado em Educação Sexual) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista – Unesp, Araraquara. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/6f018ecb-bbcf-4818-8317-503773ed0126/content>. Acesso em: 21 out. 2024.

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

RODRIGUES, Cristiano; FREITAS, Viviane Gonçalves. Ativismo Feminista Negro no Brasil: do movimento de mulheres negras ao feminismo interseccional. **Revista Brasileira de Ciência Política**, p. e238917, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/NFdhTdVLSRPHzdDzVpBYMq/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 set. 2024.

SAMUEL, Ligia Ziegler; POLLI, Gislei Mocelin. Representações sociais e transtornos alimentares: revisão sistemática. **Bol. - Acad. Paul. Psicol.**, São Paulo, v.40, n.98, p. 91-99, jun. 2020. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/bapp/v40n98/a10v40n98.pdf>. Acesso em: 30 set. 2024.

SANTOS, Ana Caroline Hessab; NEVES, Fernanda de Barros Camargo; REIS, Thais Leite. A objetificação dos corpos femininos: uma reflexão fenomenológica existencial. **Revista Mosaico**, v. 11, n. 2, p. 154-160, 2020. Disponível em: <https://editora.univassouras.edu.br/index.php/RM/article/view/2311/1494>. Acesso em: 28 set. 2024.

BECKER, T. B.; OLIVEIRA, C. O estereótipo da objetificação feminina e as consequências subjetivas de assumir este papel. **RGSN - Revista Gestão, Sustentabilidade e Negócios**, Porto Alegre, v. 13, n. 2, p. 169-190, out. 2025.

SANTOS, Juliana Andreza Soares dos; TRINDADE, Vanessa Lima Rodrigues da; PEREIRA, Ondina Pena.; SANTOS, Luciana da Silva. Transtorno alimentar e objetificação feminina: um resultado das relações de poder? **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, v. 3, n. 7, p. 123-142, 2020. Disponível em: <https://revistajrg.com/index.php/jrg/article/view/44/59>. Acesso em: 28 set. 2024.

SANTOS, Paula Fernanda Savitras dos; KURPEL, Denise de Fátima. **Objetificação dos corpos das mulheres**: o ser-em-si e o objeto, um estudo de representações sociais. Disponível em: https://editorarealize.com.br/editora/anais/desfazendo-genero/2021/TRABALHO_COMPLETO_EV168_MD_SA_ID_10122021210929.pdf. Acesso em: 21 out. 2024.

SILVA, Giovana da et al. **Desenvolvimento de lideranças femininas em ambientes corporativos**. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/20888/1/recursoshumanos_2024_1_giovanadasilva_desenvolvimentodeliderancasfemininasemambientescorporativos.pdf>. Acesso em: 27 set. 2024.

SILVA, Joselaine Raquel. Protagonismo feminino nos movimentos indígenas no Brasil. **Revista Espirales**, v. 5, n. 1, p. 97-114, 2021. Disponível em: <https://revistas.unila.edu.br/espirales/article/view/2682/2468>. Acesso em: set. 2024.

SILVA, Márcia Alves; CARDOSO, Adriana Lessa. Trajetórias biográficas de mulheres feministas atuantes em movimentos sociais. **CONJECTURA: filosofia e educação**, v. 25, 2020. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/conjectura/v25/2178-4612-conjectura-25-edossie17.pdf>. Acesso em: 27 set. 2024.

SIQUEIRA, Carolina Bastos; DE AZEVEDO BUSSINGUER, Elda Coelho. As ondas do feminismo e seu impacto no mercado de trabalho da mulher. **Revista Thesis Juris**, v. 9, n. 1, p. 145-166, 2020. Disponível em: <https://uninove.emnuvens.com.br/thesisjuris/article/view/14977/8270>. Acesso em: 28 set. 2024.

SOMMACAL, Clariana Leal; TAGLIARI, Priscila de Azambuja. A cultura de estupro: o arcabouço da desigualdade, da tolerância à violência, da objetificação da mulher e da culpabilização da vítima. **Revista da ESMESC**, v. 24, n. 30, p. 245–268, 2021. Disponível em: ile:///C:/Users/tamir/Downloads/A_cultura_de_estupro_o_arcabouco_da_desi.pdf. Acesso em: 31 maio 2025.

SOUZA, Renata Floriano de. Cultura do estupro: prática e incitação à violência sexual contra mulheres. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 25, n. 1, p. 9–29, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/6pdm53sryMYcjr-FQr9HNcnS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 31 maio 2025.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres a. Rio de Janeiro: Rocco, 2018.