

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA SAÚDE

Elisa de Souza Feliciano Monteiro

A violenta busca feminina pela beleza e juventude:
a cirurgia plástica sob o olhar da psicanálise

SÃO PAULO
2022

Elisa de Souza Feliciano Monteiro

A violenta busca feminina pela beleza e juventude:
a cirurgia plástica sob o olhar da psicanálise

Trabalho de conclusão de curso como exigência parcial para a graduação no curso de Psicologia, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Talitha Ferraz de Souza.

SÃO PAULO
2022

AGRADECIMENTOS

À minha família, em especial aos meus pais, Denise e Carlos, que me proporcionaram o privilégio de estudar e sempre foram um exemplo para mim. Também à minha irmã, Thais, que sempre esteve ao meu lado, me apoiando e me ensinando.

As inúmeras amizades que fiz ao longo da graduação, em especial à Catu, Gabi, Gi, Ju, Lu e Mi, que compartilharam as minhas angústias e conquistas desde o primeiro dia de aula na PUC. Também às minhas companhias de fora da PUC: Dre, Vitor, Oli, Vic, dentre tantas outras, que tiveram alguma participação e impacto na minha trajetória até aqui.

Ao Ricardo Radin, por ter me ajudado a desenhar o projeto deste trabalho, construindo uma base que foi essencial durante o ano de desenvolvimento da pesquisa.

Ao Paulo Carvalho, agradeço pelos momentos em sala de aula, pelos ensinamentos em pesquisa durante toda a graduação e por aceitar ser parecerista deste trabalho.

À PUC-SP e a todas as professoras e professores do curso de Psicologia com quem cruzei ao longo desses cinco anos e deixaram alguma marca que levarei ao longo da minha trajetória profissional.

Por último, agradeço à Talitha, por ter acreditado neste trabalho desde o início, me ajudando e me acalmando nos momentos de angústias durante esse ano e possibilitando este trabalho a se tornar realidade.

RESUMO

O presente trabalho propõe discutir a intensa e violenta busca feminina por um padrão de beleza através das cirurgias estéticas, e as questões psíquicas que atravessam esta questão. Atualmente o Brasil lidera o ranking mundial de país que mais realiza tais procedimentos, além da maior busca ser pelas mulheres. O apreço e esforços para se tornar bela atravessam o sujeito ao longo da história, mas vem atingindo uma intensidade cada vez maior, gerando um grande sofrimento. Para isso foi traçado um panorama histórico da beleza e da cirurgia no Brasil, e posteriormente foram analisadas propagandas voltadas para este universo. A mídia da beleza sempre esteve majoritariamente voltada para o feminino, se tornando um importante indicativo social possibilitando, a partir delas, compreender as questões apresentadas acima. A psicanálise foi a teoria utilizada para compreender os processos psíquicos envolvidos na busca pelas cirurgias, utilizando das teorias de Freud e Melanie Klein sobre o conceito de narcisismo e o desenvolvimento psíquico feminino.

Palavras-chave: Psicanálise. Beleza. Cirurgia. Publicidade. Mulher.

ABSTRACT

The present work has the purpose to discuss the intense and violent female search for a beauty standard through plastic surgeries, and the psychic issues that go through this issue. Currently, Brazil leads the world ranking of the country that most performs such procedures, in addition to the biggest search being by women. The appreciation and efforts to become beautiful accompanies people throughout history, but it has reached a great intensity, causing considerable suffering. Thereunto, a historical panorama of beauty and surgery in Brazil was drawn, and later advertisements aimed at this universe were analyzed. The beauty media has always been mostly focused on women, becoming an important social indicator, which makes it possible to understand the issues presented above, from it. Psychoanalysis was the theory used to understand the psychic processes involved in the search for surgeries, using Freud's and Melanie Klein's theories on the concept of narcissism and female psychic development.

Keyword: Psychoanalysis. Beauty. Surgery. Advertising. Women.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Retrato de Mona Lisa, La Gioconda (1503).....	21
Figura 2 - O Nascimento de Vênus (1486).....	21
Figura 3 - Instituto Ludovig (1903).....	27
Figura 4 - Segredo das Senhoras (1914).....	30
Figura 5 - Leite de Beleza Bourbon (1945).....	31
Figura 6 - Sabão Aristolino (1918).....	32
Figura 7 - Pó de Arroz Fermento (1951).....	32
Figura 8 - Revista Veja (1986).....	33
Figura 9 - Revista Veja (2011).....	34
Figura 10 - Revista Plástica e Beleza (2010).....	35
Figura 11 - Publicação no Instagram de Mc Mirella (2019).....	36

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
METODOLOGIA.....	9
1. O BELO E A PSICANÁLISE.....	10
1.1 Narcisismo.....	10
1.2 Feminilidade.....	15
2. SOBRE O CONCEITO DE BELEZA.....	19
2.1 Um pouco de história.....	19
2.2 A cirurgia estética.....	20
2.3 A construção da beleza no Brasil.....	23
3. A PUBLICIDADE DA BELEZA.....	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS.....	40

INTRODUÇÃO

Ao longo da minha vida, os assuntos relacionados a corpo e beleza sempre estiveram presentes nas conversas com amigas, me arriscando a dizer que é um dos, se não o principal assunto. As exigências que são colocadas nas meninas, desde pequenas, para estarem sempre mais arrumadas, causam constantemente uma forte angústia entre todas. Não é por acaso que ao entrar e traçar meu percurso durante a faculdade de psicologia, essa temática também se manteve ativamente sendo discutida em diferentes momentos. Não percebo o mesmo acontecendo de forma tão intensa nos meninos, o que fez surgir a primeira pergunta deste trabalho: o que há de diferente no desenvolvimento psíquico da mulher que a torna aprisionada tão fortemente na busca pela perfeição estética?

Durante a execução de um seminário para uma disciplina de psicologia, cujo tema era sobre a beleza enquanto uma instituição, nos deparamos e questionamos aquilo que sempre esteve à nossa frente: o quanto a mídia está constantemente bombardeando a mente feminina com informações sobre novos procedimentos estéticos, celebridades com corpos irreais, propagandas dos mais diversos produtos para melhorar aspectos indesejados do corpo, dentre tantas outras. E mais uma vez surge a pergunta do porquê, quase que a totalidade das postagens referentes ao universo da beleza, são voltadas para as mulheres?

É perceptível que, ao longo dos anos, principalmente após a revolução feminista de 1970, as mulheres foram conquistando seu espaço no mundo, lutando pelos seus direitos de se igualarem socialmente aos homens. Porém, mesmo conquistando diversos direitos, as mulheres continuam a não se sentir tão livres. Segundo Naomi Wolf (1992) grande parte dessa sensação de falta de liberdade, atravessa questões vistas como fúteis, como é o caso da beleza. Porém, a autora discute durante o seu livro o quanto a beleza cada vez mais aprisiona a mulher e a faz retornar ou até permanecer em um lugar de submissão, mas de uma forma mascarada. É dado às mulheres a falsa ideia de que estas possuem o poder de escolha sobre seu corpo, enquanto estão sendo constantemente cobradas pelos homens, pela família, pelo trabalho, pela mídia, dentre tantos outros.

Sobre essa realidade, uma pesquisa realizada pelo Meu Patrocínio (2016) revelou que além das mulheres receberem apenas 70% em relação ao salário dos

homens, ainda gastam 54% deste salário mensal em produtos ou procedimentos relacionados à beleza. Sobre isso, Naomi Wolf (1992) menciona que quando a mulher conquistou seu lugar no ambiente de trabalho, isto não veio às custas de nada. Desde o início foi exigido da mulher trabalhar de forma impecável, desde as vestimentas até cabelo e maquiagem, muitas vezes perdendo oportunidades das quais possuem as qualificações por não possuir a aparência exigida pelo social. Não é à toa que toda essa pressão social, fez com que o Brasil se tornasse campeão em procedimentos estéticos cirúrgicos e com um mercado que movimenta bilhões anualmente. Dessa forma, compreende-se que apesar da história aparentemente mudar, e as mulheres conquistaram inúmeros direitos, o sofrimento psíquico diante de tal pressão permanece.

Para isso, buscou-se compreender, dentro da teoria psicanalítica, os conceitos que estariam relacionados com a problemática apresentada, como o narcisismo e o desenvolvimento psíquico da mulher. Freud, apesar de ser um dos primeiros a se arriscar em dar um lugar à escuta da fala das mulheres, seu lugar como homem o impossibilitou de ir muito adiante nos estudos da feminilidade, além de construir uma teoria voltada completamente para o falo. Neste lugar, Melanie Klein, além de outros autores contemporâneos a Freud, buscou olhar para o desenvolvimento feminino levando em consideração todas as suas particularidades.

Em seguida, a fim de relacionar as teorias psicanalíticas sobre a feminilidade e a busca pela beleza feminina, faz-se imprescindível ao presente estudo um olhar atento para os fenômenos sociais e a construção histórica da beleza, com um foco maior em como se deu essas questões no Brasil. De início foi traçado um panorama histórico geral, desde a Grécia Antiga, buscando compreender as mudanças e em que momento foi se dando, de forma mais violenta, a pressão na mulher para se submeter a um padrão estético. Também neste momento, buscou-se compreender como foi o surgimento e crescimento da prática da cirúrgica na área da beleza e os caminhos que levou tal especialidade a se tornar uma das maiores e mais lucrativas do país.

Por fim, para ilustrar as questões até então apresentadas, foi utilizada propagandas brasileiras, cuja temática era a beleza e os procedimentos estéticos cirúrgicos. De início foram analisadas propagandas históricas do século XX, passando por capas de revistas dos anos 2000 até chegar na atualidade, onde as redes sociais representam a maior concentração das propagandas atuais e os

impactos da população que está 24 horas por dia conectados e em contato com todas essas informações e imposições de produtos e procedimentos estéticos.

A partir disso, a proposta deste estudo é promover uma reflexão acerca das questões históricas e psíquicas que levam a mulher a se submeter, cada vez mais, aos inúmeros procedimentos estéticos, com foco nas cirurgias plásticas. Importante ressaltar que a pesquisa não esteve pautada em criticar a prática cirúrgica em si, mas busca discutir o quanto essa submissão incessante das mulheres pelas cirurgias está relacionada com um sofrimento psíquico primordial.

METODOLOGIA

A pesquisa em psicanálise é uma investigação sobre o inconsciente, que a princípio se dá através da prática clínica e a teoria, de maneira conjunta. No caso das pesquisas bibliográficas, tal como o presente estudo, entende-se que os textos são o caminho para a compreensão do fenômeno que remete à uma situação analítica. O pesquisador, nesse caso, tem como instrumento de trabalho, o seu próprio inconsciente (AGUIAR, 2006). Aguiar (2006) comenta que é possível uma leitura analítica dos escritos analíticos, de modo a conservar a ideia da neutralidade, mesmo que não seja possível se afastar completamente dos próprios julgamentos e saberes anteriores.

Para Violante (2000), o importante é problematizar o objeto de estudo de tal modo que só a psicanálise possa dar respostas ou, ao menos, que ela seja imprescindível para a efetivação do estudo” (p. 117). Com isso, ao estudar a violenta busca das mulheres por cirurgias estéticas, implica em compreender as questões atreladas ao feminino que buscam explicar o porquê dessa busca tão incessante e o porquê da discrepância entre a busca pelas mulheres e pelos homens, questões essas que se encontram estudadas dentro da psicanálise.

Para essa discussão será feita, em um primeiro momento, uma apresentação dos conceitos que atravessam a problemática apresentada a partir das teorias de Freud e Melanie Klein. O primeiro colocado em um lugar de pioneirismo nos pensamentos psicanalíticos, enquanto Melanie Klein contribui com o presente trabalho por trazer a questão da feminilidade a partir de seu olhar próprio como mulher.

Em um segundo tempo, propõe-se uma retomada histórica da construção do padrão de beleza feminino, com um foco especial no Brasil e da introdução e crescimento da prática da cirurgia estética no país, partindo especialmente das obras de Naomi Wolf (1992), Vilhena (2013) e Sant’Anna (2014). Em seguida, por fim, serão utilizadas propagandas e capas de revistas brasileiras para dialogar e ilustrar a teoria psicanalítica com a problemática apresentada.

1. O BELO E A PSICANÁLISE

1.1 Narcisismo

O conceito de Belo é primeiro introduzido por Platão na Grécia antiga. Em sua teoria ele divide o mundo em duas categorias, sendo elas o Mundo das Ideias e o Mundo Sensível, onde o belo poderia ser visto como um fenômeno de natureza não sensorial, de categoria inata e universal. Já o sofista Hípias, em sua primeira definição diz que "belo é uma bela mulher" ou "o belo é o que é útil ou conveniente". (KATZ, 2004). Dessa forma, é possível perceber que o conceito de belo é de difícil definição e desde os primórdios esteve atrelado à mulher, que como veremos adiante, acabam sendo aprisionadas na busca pela perfeição da beleza.

Na psicanálise, o belo surge dentro da teoria de Freud das pulsões e da produção de desejo. Dentro dessa concepção, o Belo é determinado pelas "qualidades sentir" onde, de um lado estaria o agradável e prazeroso, e de outro o da repulsa e horror, denominado de Feiura. O sujeito pautado na busca pelo desejo se vê evitando as dores e desprazer, o que o leva na constante busca e esforços para modificar os aspectos considerados feios e indesejáveis, desde mudanças nas posturas, roupas, cheiros, até a correção plástica imediata (KATZ, 2004).

Neste momento, se faz necessário compreender melhor a noção de corpo para a psicanálise, uma vez que é esse corpo que está sendo alvo das agressivas modificações cirúrgicas. A primeira forma de modificação corporal conhecida foi a tatuagem, sendo encontrados corpos tatuados que viveram no período neolítico. As sociedades primitivas utilizavam da tatuagem como representações místicas, medicinais, biográficas ou decorativas, podendo ser compreendida aqui como uma forma de representação do funcionamento social. Dessa forma, a tatuagem simboliza a formação de um corpo social, para além de um fechamento de cada um em sua própria pele. Vemos, portanto, que o corpo não pode ser reduzido a um corpo meramente biológico e orgânico, mas um corpo que é utilizado e representa o social e a psique da época em que se está inscrito (KATZ, 2004). Freud, ao se debruçar sobre o estudo do corpo para a psicanálise, tem uma clara concepção de que o corpo e alma só podem ser conhecidas quando colocadas uma em relação a outra: "o corpo é a fonte de impulsos sexuais e de autoconservação que, ao se acumularem, ganham representação no psiquismo. O que age no corpo, age também no psiquismo, e vice-versa" (SORIA, 2016).

O corpo na psicanálise, então, também é visto como um corpo sexual, que ocupa um lugar de fronteira entre o mundo externo e o mundo interno, entre o eu e o outro. É neste lugar que se dará a formação das marcas identitárias que irão situar o sujeito no mundo, tanto em relação a si mesmo, quanto em relação aos outros (CUNHA, 2004). A forma, portanto, como nosso corpo é olhado pelo outro, impacta diretamente na subjetividade do sujeito. A frustração de não ter o olhar do outro desejante e acolhedor pode impactar nos esforços do sujeito em buscar alterar esse lugar, muitas vezes através das modificações corporais cirúrgicas. Dessa maneira, o olhar desejante do outro é buscado e conquistado por meio da aparência bela (DA SILVA; REY, 2011).

Ademais, o corpo é o lugar que marca a finitude do sujeito e a concretização da realidade da morte. É ele que marca o envelhecimento e indica que o tempo e a morte se aproximam, que este corpo que foi um dia jovem e saudável, se extingue, se transforma. As modificações corporais, nessa concepção, entram como uma forma de camuflar para o psiquismo, a própria finitude. Não é à toa que os procedimentos estéticos, em sua maioria, buscam entregar uma aparência jovem, em uma tentativa de alguma forma afastar o sujeito de sua própria morte. Segundo Cunha (2014), "A modificação corporal retira o corpo de sua natureza e o transforma em objeto", este corpo modificado não se vê mais ameaçado pelo tempo e pela morte, podendo ser recriado infinitas vezes.

A relação do sujeito com seu corpo é introduzida em Freud a partir do conceito de narcisismo, sobre isso, Laplanche (1985) diz:

Numa perspectiva genética, podemos conceber a constituição do ego como unidade psíquica, correlativamente à constituição do esquema corporal. Podemos ainda pensar que tal unidade é precipitada por uma determinada imagem que o indivíduo adquire de si mesmo segundo o modelo do outro, e que é precisamente o ego. O narcisismo seria a captação amorosa do indivíduo por essa imagem (p. 366).

Freud, define o narcisismo como sendo "a conduta em que o indivíduo trata o próprio corpo como se este fosse o de um objeto sexual" (FREUD, 1914). Nessa concepção, Freud traz a ideia do narcisismo primário, como sendo o investimento libidinal do Eu, que será posteriormente transferido aos objetos. Esse estado corresponderia a um estado de onipotência e completude da criança e uma perfeição da mesma, construída a partir desse ideal projetado principalmente pelos

pais (MAGALHÃES, 2011). Esse narcisismo estruturado neste primeiro momento da vida é determinante para a constituição do Eu do sujeito, que não existe como unidade desde o início, sendo necessário que o ego se desenvolva através do narcisismo.

Aquele que cuida da criança, representado pela figura materna, normalmente se constitui como o primeiro objeto sexual da criança, sendo denominado de escolha objetal do tipo "de ligação". Freud acrescenta, um possível desenvolvimento libidinal perturbado, onde o sujeito adota seu próprio eu como objeto primordial, evidenciando um tipo de escolha objetal narcísica. Nesse caso, a pessoa pode amar a si mesma, o que ela própria foi, o que ela própria gostaria de ser ou até alguém que foi uma vez parte dela mesma (um bebê, por exemplo) (FREUD, 1914). Porém, ambas as saídas estão abertas como possibilidade para o sujeito, mas que cada um irá demonstrar uma preferência sobre a outra. Sobre isso, Freud (1914), aponta:

Dizemos que o ser humano tem originalmente dois objetos sexuais: ele próprio e a mulher que o cria, e nisso pressupomos o narcisismo primário de todo indivíduo, que eventualmente pode se expressar de maneira dominante em sua escolha de objeto. (p. 104)

Com isso, há uma distinção entre uma libido que é própria do Eu, daquela que se coloca diante dos objetos, em uma relação em que quanto mais emprega em uma, mais empobrece a outra (FREUD, 1914). Aqui surge o questionamento de que se, no mundo contemporâneo, a busca pela beleza e pelas modificações corporais se intensifica, cada vez mais, fazendo com que o sujeito se volte mais para si, estaria ele, cada vez menos, investindo em suas relações objetais?

Ademais, há uma diferença entre a escolha objetal masculina e feminina. A escolha de amor objetal do tipo "de ligação", em referência ao cuidado primordial do bebê, é característica do homem, onde há uma transferência do narcisismo original para o objeto sexual. Já no caso das mulheres, mais frequentemente, ocorre uma escolha objetal do tipo narcísica, uma vez que ao se tornarem bela, surge uma autossuficiência que para ela compensa a pouca liberdade que a sociedade lhe impõe na escolha de objeto. A mulher ama a si mesma com a mesma intensidade que são amadas pelos homens, o desejo não está em amar, mas de serem amadas - pelos homens (FREUD, 1914).

Durante o desenvolvimento sexual da criança, esta passa pelo complexo de Édipo, que será melhor abordado mais à frente. Porém, nos interessa neste

momento compreender a relação que este momento desempenha no narcisismo infantil. Dessa relação inicial com as figuras parentais, se constituem duas instâncias psíquicas denominadas de Ego Ideal e Ideal de Ego, desenvolvidas a partir da internalização das proibições externas, em especial, pela proibição do pai do desejo da criança pela mãe. Esses conceitos surgem na tentativa de compreender o que ocorre com esse amor absoluto da criança por si mesma, durante o narcisismo primário.

O eu ideal, pode ser compreendido como essa imagem idealizada do bebê que ressurgiu após a saída do narcisismo primordial. Sobre isso Freud (1914) diz: "Esse ego ideal é agora alvo do amor de si mesmo desfrutado na infância pelo ego real. O narcisismo do indivíduo surge deslocado em direção a esse novo ego ideal, o qual, como o ego infantil, se acha possuído de toda perfeição de valor" (p.111).

Já o ideal de eu, se constitui como uma instância que se desdobra do eu ideal, sendo aqui, algo externo ao sujeito e pautado nos esforços do sujeito de restituir a perfeição narcísica perdida (GARCIA-ROZA, 2008). Neste caso o sujeito não se enxerga na completude primordial, mas se esforça para atingir tal sentimento.

Como acontece sempre que a libido está envolvida mais uma vez aqui o homem se mostra incapaz de abrir mão de uma satisfação de que outrora desfrutou. Ele não está disposto a renunciar à perfeição narcísica de sua infância; e quando, ao crescer, se vê perturbado pelas admoestações de terceiros e pelo despertar de seu próprio julgamento crítico, de modo a não mais poder reter aquela perfeição, procura recuperá-la sob a nova forma de um ego ideal. O que ele projeta diante de si como sendo o seu ideal é o substituto do narcisismo perdido de sua infância na qual ele era o seu próprio ideal. (Freud 1914/1969, p. 111)

A partir desses conceitos, sendo o sujeito, um ser inserido em uma cultura, ele se vê diante de uma referência de valores que vão ser determinantes nesta busca pela completude e perfeição narcísica. Um desses valores é a beleza, que através de um padrão, determina o que a mulher precisa ter para ser considerada bela e mais próxima da perfeição (DA SILVA; REY, 2011). Dessa forma, o ideal de beleza impacta diretamente em seu psiquismo, principalmente nas mulheres, onde esse ideal é mais fortemente cobrado. As relações primordiais parentais e a passagem pela castração serão determinantes na forma como cada um irá elaborar e enfrentar as pressões sociais para se encaixar nesse ideal almejado.

Enfim, se houve uma falha na constituição do eu ideal da mulher, o ideal de eu sofrerá os efeitos disso, visto que ele é um desdobramento do eu ideal e corresponde aos ideais culturais. Sendo o ideal de beleza obstinadamente difundido na cultura, a relação da mulher com esse ideal estará diretamente relacionada à instituição de seu eu ideal. Dessa forma, havendo uma deficiência naquele período inicial, essa situação poderá se repetir na forma como ela se coloca frente a esses padrões: por mais que ela se esforce, os resultados serão sempre insuficientes, frente à falta de investimento narcísico que o agente materno inscreveu em seu corpo (DA SILVA; REY, 2011, p.565).

A busca pela beleza em si, porém, não deve ser vista necessariamente como algo negativo desse desenvolvimento do eu do início da vida, podendo ser uma forma saudável de elaboração de sua própria castração. O patológico se dá, a medida que essa busca se torna incessante e gera um sofrimento psíquico que acaba por aprisionar a mulher na busca por um padrão estético, onde os resultados sempre são insuficientes, devido à uma falta de investimento narcísico que o agente materno inscreveu em seu corpo. Vale ressaltar, também, que a completude narcísica, como mencionado anteriormente, não pode ser atingida, e a mulher acaba "estabelecendo uma relação persecutória com o próprio corpo e sua imagem e lançam-se, sem medir esforços, à pretensão de corresponder aos padrões estéticos" (DA SILVA; REY, 2011).

1.1. Feminilidade

Se desejarem saber mais a respeito da feminilidade, indaguem da própria experiência de vida dos senhores, ou consultem os poetas, ou aguardem até que a ciência possa dar-lhes informações mais profundas e mais coerentes. (Freud, 1932/1969. p. 165)

O conceito de feminilidade em psicanálise é polissêmico e complexo, de difícil delineamento e de significados poucos precisos (HOLOVKO, 2018), mas necessário de ser abordado neste trabalho, uma vez que, como mencionado anteriormente, as mulheres são o maior público consumidor das modificações corporais cirúrgicas. Sigmund Freud faz algumas tentativas de compreender o desenvolvimento psíquico da mulher, porém de forma breve e com uma concepção da mulher sempre atrelada e comparada ao desenvolvimento do homem. Sua teoria da feminilidade é marcada pela ideia do falo no centro do desenvolvimento psíquico, ou seja, uma teoria desenvolvida ao redor do órgão masculino e pela sua falta nas mulheres. No entanto, Freud, não pode ser separado do seu contexto histórico, inserido em uma

sociedade fortemente patriarcal e que pouco se havia espaço para abordar tal temática. Mas assume, durante toda sua tentativa de se debruçar sobre o assunto, seus próprios limites.

Para Freud (1931), o desenvolvimento psíquico feminino, se dá de forma distinta à dos meninos. O complexo de Édipo, no primeiro caso, é resultado de um longo desenvolvimento, onde a fase pré-edípica possui uma importância tão grande quanto o complexo de Édipo em si. Portanto, isto marca a particularidade da constituição da vida sexual das meninas, que se dá em duas fases, uma de caráter masculino e a outra exclusivamente feminino. A complexidade do desenvolvimento sexual da mulher se dá pelo fato da primeira zona erógena da menina ser o clítoris e posteriormente acontecer o abandono desta para a zona erógena vaginal, que estava até então tida como inexistente. Da mesma forma, a menina que primariamente tem a mãe como objeto original, passa em algum momento, durante o seu desenvolvimento, a ter o pai com essa função. Sobre isso, Freud (1931) coloca "a mudança (das meninas) em seu próprio sexo deve corresponder uma mudança no sexo do seu objeto". No caso dos meninos, estes também possuem a mãe como objeto original, justamente por ser essa quem também fornece os cuidados primordiais de afeto. Mas, diferentemente do primeiro caso, a mãe permanece neste lugar de amor objetual até ser substituída por alguém semelhante a ela (FREUD, 1931). É justamente na busca por explicar como se dá essa mudança de objeto para as meninas que Freud irá apoiar a sua teoria sobre a sexualidade feminina.

Há três possíveis caminhos no desenvolvimento da menina, segundo Freud (1931), marcados pela percepção da falta do pênis. Ao perceber essa falta, a menina admite a superioridade orgânica do homem e a sua própria inferioridade, mas também se revolta diante disso. Na primeira linha possível de desenvolvimento, a menina desenvolve uma repulsa à sexualidade, abandonando-a junto com parte de sua masculinidade. Uma outra possibilidade é a da intensificação da masculinidade, que se vê ameaçada nas meninas, como forma de autoafirmação e a espera de um dia conseguir desenvolver o falo. Já em um último caminho, considerado por Freud como sendo "a atitude feminina normal final" (FREUD, 1931), o pai substitui o lugar da mãe como objeto de amor, alterando a rivalidade colocada sobre o pai no primeiro momento. A mãe se torna o símbolo da feminilidade, agora, tão desvalorizada, se tornando àquela que não deu à menina um genital verdadeiro, aquela que a trouxe ao mundo como mulher, e portanto, inferior.

Seja como for, ao final dessa primeira fase de ligação à mãe, emerge, como motivo mais forte para a menina se afastar dela, a censura por a mãe não lhe ter dado um pênis apropriado, isto é, tê-la trazido ao mundo como mulher. Uma segunda censura, que não remonta tão atrás, é bastante surpreendente. É que sua mãe não lhe deu leite bastante, não a amamentou o suficiente. (Freud, 1932/2969. p. 151)

Ademais, durante seu desenvolvimento, a menina descobre a masturbação clitoriana, muitas vezes durante os cuidados primordiais da mãe. A proibição desse ato nas meninas, que culturalmente ocorre muito mais fortemente do que nos meninos, acaba por intensificar a rivalidade pela mãe, uma vez que àquela "que primeiro despertou a sua atividade sexual e depois a proibiu" (FREUD, 1931).

Aqui, é importante trazer brevemente a resolução do complexo de Édipo nos meninos. Para Freud (1924), durante a fase fálica, os meninos, ao se voltarem para seus órgãos genitais, eventualmente se veem diante de uma ameaça de perder este falo, tão valorizado até então. Este medo se concretiza principalmente quando o menino se depara com a falta de um órgão análogo ao seu, no corpo de uma menina, menina esta que até então possuía um corpo semelhante ao seu. Diante dessa descoberta, o menino percebe a possibilidade de perda do pênis como uma punição resultante de sua masturbação, ato que é também reprimido pela figura materna.

A teoria Freudiana, portanto, traz o feminino associado primordialmente ao mundo interno por uma questão anatômica, onde as mulheres se percebem como seres já castrados por não possuírem o pênis, desenvolvendo um sentimento de inveja e inferioridade perante os homens, se enxergando como seres incompletos. Nessa perspectiva, como visto anteriormente há uma ignorância da existência da vagina em um primeiro momento, a partir. A mulher, através do casamento e da maternidade estaria, portanto, em busca de preencher o vazio deixado pela ausência do órgão masculino (FILHO, 2018). Nesse ponto, surge o questionamento de que a busca pela beleza ideal também poderia estar atrelada com essa busca de completude e de um dia ser suficientemente bela.

É importante salientar que na teoria de Freud, a mulher é definida pela falta, por aquilo que ela não possui, definição esta que marca uma inveja do próprio Freud, que falhou em buscar na mulher atributos próprios que dessem um valor único para ela (FILHO, 2018). Além disso, ele coloca para o homem um lugar de

olhar a mulher como aquela que não possui aquilo que faz dele "poderoso", marcando um lugar de inferioridade para a mulher desde o nascimento e um esforço dela durante a vida para se tornar suficientemente boa para o marido, filho, trabalho, apesar de sua falta.

Já Melanie Klein, partindo de um lugar próprio do ser mulher, mas influenciada pela obra de Freud, avança na teoria psicanalítica, mas, diferentemente, procura dar um lugar e um significado próprio para a vagina, buscando uma equiparação da trajetória edípica masculina à trajetória feminina e levando em conta as especificidades do feminino (RIBEIRO, 2018). Para Klein, haveria uma vivência da vagina desde o início da vida, onde as mulheres teriam a percepção da vagina como um órgão receptivo, análogo à boca. Por essa semelhança entre a boca e a vagina, a mulher teria uma maior força de introjeção do que os meninos, levando a um superego mais violento e cruel. Esse caráter interno e receptivo dos órgãos femininos, faria com que o mundo da mulher estivesse voltado para o interno e o subjetivo (FILHO, 2018).

Dentro dessa concepção, as violentas fantasias para com os pais do bebê, se dariam de formas diferentes entre as meninas e os meninos. Os bebês, frente a vontade de se apoderar do seio da mãe ou ao pênis do pai por rivalidade e ciúmes, criam vivências persecutórias como forma de retaliação. Os meninos, por possuírem seus genitais externos, ficam menos inquietos e menos voltados para esse mundo interno, se assegurando através do pênis. Já no caso das meninas, há uma maior dificuldade desse reassuramento e acabam muito mais voltadas para o interior. O nascimento de um bebê portanto, seria uma forma, para a mulher, de se aliviar do medo de estarem estragadas por dentro. A beleza por sua vez, seria uma outra forma das mulheres enfrentarem esse medo, já que um exterior belo e agradável poderia corresponder a um mundo interno análogo, sendo, portanto, uma forma de retaliação com o corpo da mãe que fora previamente atacado (FILHO, 2018).

Sendo assim, a feminilidade está atravessada pela questão da beleza cultural, onde a mulher, diante da ausência do falo, busca essa concretude, necessária para sua existência, através de seu corpo. Os adereços e modificações corporais podem ser vistos como um complemento no processo de se tornar mulher, como uma espécie de compensação fálica (DA SILVA; REY, 2011). De outra forma, a escravizante busca por essa perfeição, também pode ser compreendida como uma tentativa de encobrir essa falta, de modo a marcar uma "recusa da castração" ou até

uma dificuldade de a mulher encarar a própria finitude, como mencionado anteriormente.

2. SOBRE O CONCEITO DE BELEZA

2.1. Um pouco de história

Ao longo da história, a aparência física sempre desempenhou um papel importante, porém para cada cultura e valores de determinada época foi se desenvolvendo particularidades, que sempre estiveram pautadas em um ideal de beleza a ser buscado. Para compreender a problemática atual, dessa busca por beleza através de procedimentos intensamente violentos, se faz necessário compreender a história que levou a chegarmos nos padrões atuais, com um foco principal na história do Brasil, um dos países que domina o mercado da beleza.

A concepção de padrão de beleza ao longo da história foi se transformando a partir de motivações políticas, econômicas e religiosas daqueles que detinham o poder social da época, tornando a beleza um importante indicativo histórico das relações sociais (CASSIMIRO; GALDINO, 2012). Mundialmente, a história da beleza ocidental se inicia na Grécia antiga, onde esse conceito vai sendo construído a partir da arte e da filosofia. Neste momento, a beleza estava relacionada aos homens, o que indica a construção da mulher como o "sexo belo" uma ideia que surge apenas na modernidade (CASTRO, 2020). Há a concepção de que corpo e alma estariam intrinsecamente relacionados, onde um corpo belo indicava um bom equilíbrio com o interior (SENKO, 2013).

Já na Idade Média, o corpo passa a ser visto de forma negativa, pela influência da Igreja Católica. Desta forma, a beleza da mulher era vista como a responsável pelos pecados dos homens, além de que, imperfeições físicas eram consideradas resultados de pecados. Aqui compreende-se que ainda há uma forte ligação entre corpo e alma, mas, diferente da Grécia Antiga, o corpo simboliza a negatividade da alma e da ligação com o divino (CASTRO, 2020).

É a partir do Renascimento, que a mulher passa a ser considerada como o "belo sexo" e objeto de adoração, tendo a Europa como principal palco para essa transformação. A beleza da mulher para de ser considerada como um símbolo do Mal e passa a ser, além de admirada, uns dos principais atributos para conquistar um homem e ser assim, minimamente reconhecida socialmente. Retomando aqui a ideia da beleza como indicador das relações sociais, nesse momento em que ocorre a divisão das classes, a beleza da mulher passa a ser um luxo do meio aristocrático,

onde o tempo ocioso dava lugar a tarefa de embelezamento, através de roupas, penteados e outros ornamentos que foram se tornando cada vez mais detalhado ao longo do tempo (CASTRO, 2020).

2.2. A cirurgia estética

Definir a cirurgia estética é uma tarefa complexa e paradoxal, onde de um lado é marcada como um instrumento de autonomia do indivíduo em relação ao próprio corpo, capaz de aliviar o sofrimento do sujeito causado por baixa autoestima (VILHENA, 2013). Por outro lado, a cirurgia marca essa imposição social de padrões de beleza e como veremos mais adiante, nem sempre a cirurgia acaba com o sofrimento, e esse alívio momentâneo acaba fazendo com que muitas pessoas se submetam cada vez mais a tais procedimentos. Segundo Vilhena (2013, p.137): "podemos compreender a cirurgia plástica como uma forma de o indivíduo forjar, por meio de suas transformações corporais, novos contornos para a construção de sua imagem corporal, quiçá de uma nova identidade".

É no mesmo contexto do Renascimento, quando a beleza começa a se desenvolver fortemente no universo feminino, que surgem as primeiras cirurgias plásticas. A arte como grande influência desse momento passa a ter um foco na representação humana, o corpo passa a ser representado como fonte de beleza e admiração, se contrapondo ao foco religioso da Idade Média. Outra característica forte da arte desse período é a valorização da simetria e proporção, característica essa que vai influenciar a cirurgia estética. O quadro da *Monalisa* (DA VINCI, 1503) e *O Nascimento de Vênus* (BOTTICELLI, 1486) foram duas obras que marcaram o período e trazem essa nova concepção artística.

Figura 1 - Retrato de Mona Lisa, La Gioconda (1503)



Fonte: Domínio público

http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=5095 (Acesso em 12 nov 2021)

Figura 2 - O Nascimento de Vênus (1486)



Fonte: Domínio público

http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=5098 (Acesso em 12 nov 2021)

Porém, é no século XVII, com o advento do Iluminismo, que a prática da cirurgia estética de fato começa a ganhar força, quando são resgatados os ideais estéticos renascentistas de simetria como medida para o belo (VILHENA, 2013). Não se sabe ao certo a origem exata dessa prática, mas a hipótese mais aceita é de que a primeira cirurgia desse tipo tenha sido feita na Índia. Na tradição hindu, as mulheres adúlteras eram castigadas tendo seus narizes amputados e a cirurgia era utilizada para a reconstrução nasal dessas desviantes. Essa prática, portanto, desde os primórdios, evidencia a submissão feminina, que tem seu corpo marcado como forma de regulação social.

Com o fortalecimento da ideia de livre-arbítrio, as cirurgias estéticas vão ganhando cada vez mais espaço, devido a uma busca pela autonomia e o poder de decidir sobre o próprio corpo, apesar dessa busca ser por um ideal que é imposto socialmente.

No início dessa prática ela estava associada aos ideais raciais da medicina higienista, que busca através de tais procedimentos, corrigir traços característicos de raças inferiores, com o objetivo de alcançar a "pureza" da raça branca (VILHENA, 2013). Até os dias atuais isso se mantém bastante presente, um exemplo sendo as cirurgias de rinoplastia que em sua maioria buscam diminuir narizes grandes e grossos, característicos da raça negra, para modelos mais finos, pequenos e arrebitados.

Vale ressaltar que grande parte das cirurgias plásticas são feitas com o objetivo de reconstrução e não apenas estética, muitas vezes devido a acidentes que deformaram alguma parte do corpo. A prática da cirurgia passou a ser considerada como especialidade médica após a Primeira Guerra Mundial, onde os médicos buscavam recuperar os corpos machucados nos ferimentos da guerra e dar ao paciente uma aparência mais próxima do "normal" (YOUSSEF, 2021). É também nesse período que ocorre o advento da anestesia e antibióticos, que também contribuem para o crescimento da técnica.

Atualmente as tecnologias e avanço da medicina tem contribuído para o constante crescimento da prática das cirurgias plásticas. Hoje é possível simular os possíveis resultados das cirurgias virtualmente, fazendo com que os pacientes enxerguem o procedimento como algo simples de ser feito e tomem a decisão de algo tão invasivo cada vez mais rápido (VILHENA, 2013).

2.3. A construção da beleza no Brasil

No Brasil, a história da beleza está intrinsecamente relacionada com os padrões europeus, que desde o início marcaram forte influência em nossa cultura. No século XIX, antes da Proclamação da República, a beleza se dava através de perucas, perfumes, roupas e jóias. Cabeleireiros e costureiras já eram ofícios bastante presentes. Produtos, eram importados da Europa, fortemente requisitados pela alta sociedade, mas as classes sociais mais baixas se valiam de produtos caseiros fabricados e comercializados amplamente. Porém, algumas influências europeias acabaram chocando com a realidade brasileira. A água encanada era benefício de poucos e os espartilhos não se encaixavam à forma corporal da mulher brasileira, fazendo com que suas cinturas ficassem extremamente apertadas e machucadas. Ademais, as roupas e perucas utilizadas na Europa não eram adaptadas ao clima tropical do país, o que fazia com que as mulheres fossem submetidas a um intenso e constante desconforto (SANT'ANNA, 2014).

Até o século XX, o embelezamento se limitava à indumentária, ou seja, ao uso de alguns produtos para o rosto e cabelo, mas com um foco nas roupas e posturas corporais. A concepção de beleza antes da introdução de cirurgias estéticas, se dava a partir desses esforços e adereços utilizados para embelezamento que eram retirados no fim do dia. O próprio uso da maquiagem era visto muitas vezes como algo negativo, que demonstrava um caráter artificial da mulher, sugerindo uma moral duvidosa. É a partir da segunda metade do século XX que se inicia uma mudança maior nos cuidados com os corpos, influenciado principalmente pelo avanço da mídia e da imprensa. Os cosméticos evoluíram e passaram a ocupar as prateleiras das casas, "das sobancelhas às genitálias, tudo no corpo tornou-se objeto de embelezamento" (SANT'ANNA, 2014, p.15).

A beleza, com o desenvolvimento da publicidade, do cinema e televisão, foi se desenvolvendo com uma rapidez, chegando atualmente a ocupar um lugar significativo na sociedade, que se mostra através da necessidade de estar bela em qualquer ocasião e lugar. A "feiura vende mal", e esse fato fez com que o Brasil conquistasse um lugar de destaque nesse lucrativo negócio. Segundo Sant'Anna (2014): "entre os brasileiros de diversas classes sociais e regiões do país, o embelezamento virou um gigantesco e lucrativo negócio, envolvendo o fim de vários limites entre o que está fora e o que está dentro da pele".

As cirurgias estéticas, entram nesse contexto, como uma forma de tornar a beleza permanente e natural, rompendo com a concepção anterior da beleza que se desfazia no fim do dia, quando a mulher tirava suas roupas e maquiagens para se deitar.

Recentemente, o Brasil se tornou o país que mais realiza cirurgias plásticas no mundo (ISAPS, 2018). Além disso, em 2017 houve um aumento de 4% nas cirurgias estéticas (ISAPS, 2017), enquanto em 2018 houve um acréscimo de 0,6%, totalizando um número alarmante de 1.498.327 procedimentos. Este dado chocante evidencia a urgência de buscarmos compreender as questões psíquicas e culturais que levam os sujeitos a buscarem tais cirurgias.

Além do número de procedimentos cirúrgicos, outro dado importante para levar em consideração é que, de acordo com uma pesquisa realizada pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica (ISAPS, 2018), 84,7% das cirurgias estéticas são realizadas por mulheres, trazendo à tona também, uma questão de gênero relacionada à busca por esses procedimentos. A partir disso, surge um questionamento das particularidades da psique da mulher que levam a essa intensa busca por um padrão de beleza.

No livro *O Mito da Beleza* (1992), Naomi Wolf debate essa incessante busca por um ideal de beleza. Segundo a autora, a beleza ideal não seria possível ser alcançada por seu caráter político, onde o padrão de beleza seria a arma utilizada pelos homens para manter seu poder e aprisionar as mulheres, colocando-as em um lugar de inferioridade. A rapidez com que os padrões de beleza se modificam, é um indicativo desse sistema, onde se torna impossível acompanhar as mudanças sem ter que recorrer a procedimentos estéticos e cirúrgicos, tornando essa busca a uma beleza ideal, infinita e inatingível. O capítulo do livro que levanta esse debate é denominado “violência”, onde a autora busca denunciar e explicar esse uso exacerbado das cirurgias plásticas em mulheres.

Para a autora, o campo da cirurgia plástica foi se desenvolvendo de modo a considerar o corpo sadio como um corpo doente, submetendo as mulheres a uma pressão para consertar características que nunca estiveram “quebradas”. Sobre isso, Wolf (1992) traz uma questão sobre a dor permanente na história das mulheres, onde antes era uma dor relacionada ao sexo e ao parto, agora é colocada nas cirurgias. Com violentas incisões e recuperações físicas, as cirurgias mantêm essa dor física permanente, sem contar com a dor emocional de estar

constantemente sujeita a esse padrão de beleza. Dessa forma, as mulheres foram, de modo violento, se submetendo cada vez mais a esses procedimentos que prometem chegar nesse ideal de forma rápida.

No Brasil, a especialidade médica com a maior média salarial é a do cirurgião plástico, com uma média de R\$18.564,00 (GASPARINI, 2014). Diferente das maiorias especialidades médicas, o cirurgião plástico não depende do corpo doente, lucrando através dessa patologização do corpo, como mencionado anteriormente. Nessa perspectiva, o corpo passa a ser mercadoria para esses cirurgiões. Sobre isso, Naomi Wolf (1992) comenta que na prática, para a maioria desses médicos, não há mais uma distinção entre a incisão em um tecido canceroso ou de um tecido saudável. Ademais, pouco se comenta sobre qualquer controle e regulamentação para os excessos que as mulheres acabam se submetendo ao fazerem tais cirurgias. Não há recomendação de indicação para avaliação psicológica, explicação detalhada dos riscos possíveis de cada cirurgia ou de qualquer limite para a prática. Em um país com um sistema capitalista, é benéfico para os médicos e para o mercado continuar reforçando esse violento padrão de beleza e adoecer cada vez mais os corpos perfeitamente saudáveis das mulheres.

Foi realizada uma pesquisa (FERRAZ, 2007), que entrevistou seis mulheres entre vinte e três e vinte e quatro anos que haviam passado por algum procedimento estético cirúrgico há menos de dois anos. A partir de uma entrevista semiaberta, as participantes responderam perguntas referentes à motivação para a cirurgia, o preparo, os resultados e a concepção de beleza para as jovens. O que primeiro chama a atenção nos resultados da pesquisa é a impulsividade das entrevistadas com a tomada de decisão da cirurgia, em alguns casos, as entrevistadas decidiram e marcaram o procedimento em questão de dias ou semanas. Uma das falas das entrevistadas marca essa impulsividade: "Ih, marquei uma semana antes que eu ia fazer (risos), nenhuma preparação, fiz uns exames e fui correndo fazer, acho que nem foi uma semana antes, foram uns cinco dias antes que eu marquei, fui no cirurgião e ele disse: vamos fazer, marca no primeiro dia que tu puder e eu fui e fiz (A., 24 anos, estudante de Administração)".

Outro aspecto interessante é o fato de que não faz parte do procedimento nenhuma recomendação para refletirem sobre uma mudança tão drástica e definitiva com o corpo, ou de até buscarem uma avaliação psicológica. Sobre isso, Magalhães e Carneiros (2011), mostram a diferença entre os americanos e os brasileiros diante

das alterações corporais cirúrgicas. Os primeiros, ao se submeterem a tais procedimentos, demonstram uma preocupação principal com a anestesia e os riscos, além de um maior tempo de reflexão e pesquisa antes de tomarem uma decisão. Já no Brasil, decide-se operar com uma maior rapidez, e a preocupação está em um possível resultado diferente do esperado.

Ademais, muitas relatam o fato de que a escolha pela cirurgia se deu devido à opiniões externas, de familiares que criticavam certas partes do corpo e foram os primeiros a apoiar a mudança. Na pesquisa, uma entrevistada relata: "Desde os 16 anos eu queria fazer, minha mãe e meu pai olhavam para o meu nariz e não achavam muito legal [...] foi assim meio impulsivo (A., 24 anos, estudante de Administração)".

Uma outra pesquisa, realizada pela psicóloga Joana de Vilhena (2013), entrevistou mulheres em hospitais, clínicas e academias, que haviam sido submetidas a procedimentos estéticos cirúrgicos. Neste estudo, a fala de algumas mulheres chamam a atenção: "Operei por vaidade e também para atrair o olhar do meu marido. Depois da minha segunda gravidez os meus seios ficaram flácidos e caídos" (M.38 - colocação de prótese de silicone nos seios); "Tenho medo de perdê-lo, mas acho que se puser botox me tornaria mais atraente aos olhos dele. Depois da minha separação, passei a me sentir horrível e gorda, não saía mais de casa e por isso fiz a lipo na barriga" (Z.42 - prótese de silicone, abdômen e entrecoxa). Retomando Naomi Wolf (1992), a partir dessas falas podemos ver como o motivo da cirurgia se deu por uma pressão externa, mais precisamente por uma pressão masculina, um desejo de ser desejada pelo outro, marcando, portanto, a dominação masculina denunciada pela autora.

Outra motivação bastante presente na pesquisa de Vilhena (2013) é o desejo da mulher de se manter jovem, presente em algumas falas das entrevistadas: "É claro que não poderei competir com a pele de uma menina dessa idade, a cara sempre despenca, mas também é a única coisa hoje em dia que ainda não deram um jeito, e olha que eu sou uma pessoa 'antenada', estou sempre a par das últimas técnicas nessa área da estética, se houvesse jeito de reaver um rostinho de 20, certamente já teria me submetido de forma pioneira nessa onda. Em compensação, o meu corpo dá de 10 em muitas destas meninas" (P.46 - várias cirurgias). No Mito da Beleza (WOLF, 1992), a autora traz a ideia de que, na sociedade atual, o homem

da meia idade (40-60 anos) é considerado estando no ápice de sua vida, enquanto a mulher, na mesma idade, está no em seu declínio.

Envelhecer é um processo previsto na vida de todos, mas também algo que pode causar grandes angústias, principalmente pelo fato de ser uma concretização da finitude do sujeito. As cirurgias estéticas, nesse contexto, entram como uma forma de prolongar a juventude. Mascaram o envelhecimento, através desses procedimentos, é uma forma de afastar essa realidade por algum tempo. A questão, é que com o tempo, se faz necessário cada vez mais procedimentos, como é o caso de uma das entrevistadas apresentada acima.

Retardar o aspecto da velhice é uma das questões que mais impulsionou o mercado da beleza ao longo de sua história. Desde a década de 1880 no Brasil, o apreço pela aparência jovem ganhou espaço e força na mídia. Exemplos disso são tanto nos homens, onde as barbas brancas deram lugar às barbas escuras dos jovens líderes republicanos, quanto nas mulheres, que buscavam técnicas e tratamentos milagrosos para as marcas de idade (SANT'ANNA, 2014). No rio de janeiro, propagandas de massagens que prometiam recuperar a juventude eram frequentes:

Figura 3 - Instituto Ludovig (1903)

Para ser bella basta visitar o
Instituto Ludovig
 PRODUCTOS INCOMPARAVEIS
PARA BELLEZA

TINTURAS, LOCÕES E PERFUMARIAS, ONDULAÇÕES PERMANENTES E MARCEL, CORTE DE CABELLO, MANICURE E PEDICURE. - ESPECIALISTA EM MASSAGENS SCIENTIFICAS CORPORAES E ELIMINAÇÃO COMPLETA DOS CABELLOS DO ROSTO, BRACOS ETC. TRATAMENTO RADICAL DE ESPINHAS, SARDAS, MANCHAS DA PELLE E RUGAS.

TUDO POR PROCESSOS ESPECIAES E GARANTIDOS

CASA FUNDADA EM 1903
 RUA URUGUAYANA, 39 - SOB.
 RIO - Tel. C. 3911

SUCCURSAL - S. Paulo
 PRAÇA DO PATRIARCA, 20
 1ª andar

Fonte: Memória Viva

Fonte: Propagandas históricas.

<https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/02/instituto-ludovig-anos-20.html>. (Acesso em 12 nov 2021)

A partir da década de 1930 a idade passou a ser algo muito mais falado e presente principalmente nas revistas femininas. Era comum a prática de mentir idade e até fazer humor com as mulheres que possuíam idade mais avançada: "A mulher aos 15 anos é sorvete, aos 25 é refresco, aos 40 é água morna." (SANT'ANNA, 2014). Já os homens não tinham a necessidade de mentir sua idade, uma vez que a idade real poderia significar uma qualidade de alguém com sabedoria e saúde. Os esforços das mulheres para não aparentar a realidade foram cada vez mais se intensificando. Sobre isso podemos recuperar Naomi Wolf, ao denunciar essa discrepância entre a imagem do homem e da mulher ao alcançar idades mais avançadas, onde o primeiro é visto como triunfo e conquista e na segunda é uma questão de declínio e fraqueza.

As operações plásticas não ficaram de fora da publicidade no século XX. Em 1930, um artigo publicado na *Revista da Semana* mostrava o antes e depois de procedimentos estéticos cirúrgicos. Na publicação, os procedimentos eram altamente valorizados e prometiam felicidade e acabar com o sofrimento daqueles que submetessem a tais procedimentos: "segundo esses anúncios, as tristezas resultantes da falta de beleza eram injustificáveis" (SANT'ANNA, 2014). Dessa forma, se intensifica cada vez mais a ideia de que o sofrimento causado pela feiura não precisava mais existir, com procedimentos "simples e rápidos", tornando-os extremamente atrativos e irrecusáveis. A partir daí, o culto à beleza e o incentivo pelas cirurgias ganham cada vez mais força, fazendo com que o Brasil chegasse no topo do ranking desses procedimentos, atualmente.

3. A PUBLICIDADE DA BELEZA

A propaganda pode ser um importante meio de compreender alguns fenômenos da sociedade, uma vez que retratam e direcionam fortemente os valores de cada época. A palavra propaganda vem do latim *propagare*, se referindo de início a "qualquer organização empenhada em difundir doutrinas religiosas ou políticas" (ETIMOLÓGICO, 2022), sendo utilizada principalmente para a propagação da fé católica. A era industrial marcou um fortalecimento e difusão das propagandas, porém, foi neste momento que se perdeu o caráter de transmitir informações e passou para um modelo mais agressivo que com a intenção de impor um determinado produto ao invés de sugeri-lo.

É no início do século XX que as propagandas começam a ganhar força e se difundir no Brasil, principalmente por conta do aparecimento das revistas. Porém, foi somente no ano de 1968 que começou a se pensar sobre regras para controlar os excessos da publicidade, oficializando a existência do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) somente em 1980. Atualmente as redes sociais desempenham um forte papel para a publicidade, substituindo em grande parte o lugar que era antes dos jornais e revistas. Importante ressaltar que no mundo, 3,2 bilhões de pessoas usam ao menos uma rede social (EMARSSYS, 2019), com uma média de mais de 2 horas diárias (GLOBALWEBINDEX, 2019), dado alarmante que expõe em certa medida o tamanho que o mercado da publicidade digital atingiu.

Seja qual for o meio de propagação, a publicidade vem há anos divulgando e reforçando o ideal de beleza a ser buscado pelas mulheres, além de ilustrar os aspectos psíquicos que entrelaçam essa problemática. É possível começar a ilustrar e analisar essas questões através de propagandas históricas, que marcam o início da divulgação do padrão de beleza através de anúncios de produtos.

Figura 4 - Segredo das Senhoras (1917)



Fonte: Propagandas Históricas

<https://www.propagandashistoricas.com.br/2021/10/segredo-das-senhoras-1917.html> (Acesso em 31 de maio de 2022)

A figura 4, foi uma propaganda publicada na *Revista da Semana* do dia 17 de novembro de 1917. O anúncio que ocupou uma página grande da revista divulgava um medicamento que prometia o crescimento dos seios em até 2 centímetros, assim como seu endurecimento. É possível observar a propagação de um ideal do seio, que não podia ser pequeno ou se tornar flácido e caído. Interessante comparar com a procura atual da prótese mamária de silicone (ISAPS, 2020), que ocupa um lugar de liderança nos procedimentos estéticos cirúrgicos atuais, prometendo entregar para a mulher, mamas maiores e menos flácidas. A publicação também promete que a mudança ocorra de forma segura e rápida, sugerindo a falsa ideia de que a mulher consiga conquistar a beleza tão almejada de forma simples e indolor.

Os seios flácidos e caídos são uma marca do envelhecimento da mulher, que com o tempo vai perdendo a plasticidade e alterando sua forma. Recuperando a concepção de que o corpo marca a concretude da finitude do sujeito, a busca por manter os seios em sua forma jovial pode ser compreendida como uma busca da mulher por afastar e retardar esse fato consumado, que causa tanto sofrimento.

Figura 5 - Leite de Beleza Bourbon (1945)



Fonte: Propagandas Históricas

<https://www.propagandashistoricas.com.br/2021/07/leite-de-beleza-bourbon-1945.html> (Acesso em 31 de maio de 2022)

Da mesma forma, apesar de estarem separadas por quase 30 anos, a figura 5 traz uma questão de mesma natureza, ao trazer um anúncio publicado na revista A Cigarra, do Leite de Beleza Bourbon. O produto para o rosto promete conservar o frescor dos 20 anos, também de maneira simples e rápida, como no anúncio anterior.

Já na publicidade apresentada na figura 6, divulga-se o Sabão Aristolino, de 1918, em uma imagem preenchida por várias mulheres de aparência semelhante, baseadas no padrão da época. O que mais chama a atenção nessa propaganda é o escrito abaixo que diz "somente com o Sabão Aristolino conseguimos ser formosas e cortejadas", marcando o lugar da mulher sendo o de ser desejada e bonita para os homens. A propaganda da figura 7, do ano de 1951, também busca persuadir as mulheres a comprarem o produto dizendo que se elas utilizarem o produto, "serão admiradas por todos e principalmente por ele".

Figura 6 - Sabão Aristolino (1918)

SABÃO ARISTOLINO
(SABÃO LIQUIDO)



Nós todas que aqui estamos proclamamos alto e bom som a excelência do SABÃO ARISTOLINO para a vida.
Somente com o uso do SABÃO ARISTOLINO conseguimos ser formosas e cortejadas.
O SABÃO ARISTOLINO serve para as massagens no rosto, cep-is que as manicureiras fazem a barba. É o inimigo fugaz das cravos e dos espinhais, dos pontos e verrucinhas, da caspa e da queda do cabelo.
O SABÃO ARISTOLINO EVITA OS ARTIFICIOS
A' venda em toda a parte

Fonte: Propagandas Históricas

<https://www.propagandashistoricas.com.br/2017/04/sabao-aristolino-1918.htm> (Acesso em 31 de maio de 2022)

Figura 7 - Pó de Arroz Tormento (1951)



Admirada per todos...

Pode ser usado... admirada por todos e, principalmente, por "ela". É o ideal para a sua beleza e saúde, ao mesmo tempo da sua vida. Possui um toque fino e o aroma delicioso do Pó de Arroz Tormento. Ele tem a suavidade da água e a essência do algodão e a delicadeza de um bebê.

PÓ DE ARROZ
Tormento

É no produto da
Perfumeria SAN-DAR - Rua Trindade, 1422 - S. Paulo

Fonte: Propagandas Históricas

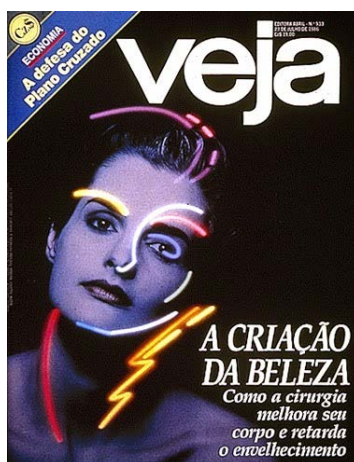
<https://www.propagandashistoricas.com.br/2022/03/po-de-arroz-tormento.html> (Acesso em 31 de maio de 2022)

Conforme visto anteriormente, para Freud, a escolha objetual da mulher se dá predominantemente de forma narcísica, onde seu desejo está pautado na necessidade de ser amada pelos homens. Além disso, a imagem é uma referência dos valores de beleza cobrados pela cultura da época, que como vimos, acaba se tornando uma angústia para a mulher que busca atingir esse ideal como forma de se aproximar de uma completude narcísica e suprir a falta do falo.

Um pouco adiante na história, no ano de 1986, a revista *Veja* apresenta uma capa que mostra que pouco se alterou no teor das publicações que dizem respeito à beleza da mulher (figura 8). Na imagem, uma mulher com luzes na cara, podendo indicar as novas tecnologias no ramo da beleza, mantém o discurso da necessidade da mulher de se manter jovem, trazendo o caráter ilusório das cirurgias de "retardar o envelhecimento". Além disso, dois outros fatores se tornam relevantes, o primeiro sendo os primeiros registros concretos de cirurgias plásticas na mídia brasileira, mas também o fato das publicidades relacionadas a essa temática serem, em sua grande maioria, relacionadas às mulheres. São raros os resultados das pesquisas que trazem o homem no centro da propaganda que tem como foco falar sobre cirurgia plástica e beleza.

Sobre isso, podemos resgatar a própria definição e objetivo da publicidade, que busca incentivar a compra de algum produto, a prática de um procedimento, entre outros. A mulher, como colocado anteriormente, é aquela que mais busca uma perfeição externa, se tornando, desde os primórdios, o público-alvo para tais propagandas.

Figura 8 - Revista *Veja* (1986)



Fonte: Acervo *Veja* Digital

<https://veja.abril.com.br/acervo/> (Acesso em 31 de maio de 2022)

A mesma revista, na edição do dia 19 de outubro de 2011 (Figura 9), traz o corpo de uma mulher, completamente dentro dos padrões de beleza da época, exibindo um corpo magro, jovem e definido. A capa faz menção à uma matéria sobre como deixar o corpo "preparado para o verão", insinuando que existe um corpo ideal a ser exibido. O interessante é que a revista, ao ilustrar essa questão, coloca o corpo fazendo referência a um prédio em construção. É possível perceber como a mídia está o tempo todo influenciando as mulheres a "reformarem" seus corpos colocados como defeituosos. Apesar desse exemplo incluir o homem na matéria, a imagem só traz a figura feminina.

Figura 9 - Revista Veja (2011)



Fonte: Acervo Veja Digital

<https://veja.abril.com.br/acervo/> (Acesso em 31 de maio de 2022)

Na mesma época, no ano de 2010, uma outra revista que tem como foco falar sobre cirurgias plásticas e procedimentos estéticos, publica uma edição, que traz várias chamadas para matérias focadas em como conquistar o corpo dito como ideal, com os mais inovadores métodos. O que chama mais a atenção nesta capa é o chamado "Seduza com a plástica do Kama Sutra - saiba como o bisturi pode melhorar seu desempenho entre quatro paredes". Sobre isso, é possível retomar a

questão do corpo como sexual e o desejo pelo olhar do outro. A mulher se vê neste lugar de buscar o olhar do homem, através da sedução e da satisfação no sexo. Quando a revista coloca a promessa de melhorar o desempenho sexual através da cirurgia, a mulher percebe isto como sendo um caminho mais fácil para conquistar o desejo do homem por ela, sem ter que enfrentar as angústias e questões que se encontram internamente, e que acabam sendo um processo mais longo e doloroso.

Figura 9 - Revista Plástica e Beleza (2010)



Fonte: Verônica Pacheco

<https://veronicapacheco.wordpress.com/tag/revista-plastica-e-beleza/> (Acesso em 31 de maio de 2022)

Ademais, a capa da revista Plástica e Beleza, também traz uma promoção de uma cirurgia plástica, onde os leitores podem concorrer a um procedimento. Com isso, as cirurgias acabam se tornando cada vez mais uma saída fácil e rápida, para mascarar todas as outras questões que atravessam o psiquismo na busca pela perfeição. Sobre isso, em 2019 veio à tona uma ação análoga, onde uma digital influencer também proporcionou a seus seguidores um sorteio de um procedimento estético cirúrgico.

A profissão, conhecida como "*digital influencers*", surgiu e ganhou um espaço significativo nos últimos anos. A profissão consiste em pessoas, por meio de

plataformas, em especial o Instagram, compartilham seus estilos de vida e influenciam outros indivíduos que estão constantemente conectados. Os seguidores veem os influenciadores como verdadeiros exemplos e referências, e as cirurgias estéticas não ficam de fora das inúmeras coisas que são compartilhadas nessas redes (GOMES; NEVES; PEREIRA, 2019).

De acordo com um estudo, 52% das influencers digitais no Brasil são mulheres, e 59% dos internautas que seguem algum influencer, também é mulher (IBOPE, 2019). Dessa forma, é possível perceber que esse espaço também é ocupado majoritariamente pelo público feminino. Portanto, algo tão presente no universo feminino, como são as cirurgias estéticas, não ficariam de fora desse fenômeno virtual. Além de compartilhar frequentemente procedimentos feitos, esses profissionais também recebem para promover clínicas de cirurgias plásticas, e em alguns casos até sortear tais procedimentos. Foi o caso de Mc Mirella, que atualmente possui 27,1 milhões de seguidores e realizou um sorteio de cirurgia plástica no final de 2019, como mostra a imagem a seguir:

Figura 1 - Publicação no Instagram de Mc Mirella (2019)



Fonte: UOL

<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/12/21/influenciadoras-sorteiam-cirurgia-plastica-no-instagram-e-geram-polemica.htm> (Acesso em 31 de maio de 2022)

Devido ao grande uso das redes sociais, cada vez mais as empresas estão percebendo os benefícios de investir no marketing digital, onde o alcance é imenso. A publicidade que antes estava dentro das revistas, nas telas da televisão, agora estão no celular, podendo ser acessadas 24 horas por dia. O impacto disso pode ser grande, à medida que, conforme visto, as propagandas continuam reforçando os ideais utópicos exigidos das mulheres, o que gera um sofrimento psíquico na mulher de nunca ser suficientemente boa para o olhar do outro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da história, o lugar da mulher na sociedade foi se alterando e direitos foram sendo conquistados. Porém, ao longo deste trabalho foi possível perceber que a mulher ainda se mantém em um lugar de submissão em relação aos homens, com uma exigência social muito distante daquelas exigidas pelo outro gênero. A beleza entra nessa concepção, como um aprisionamento da mulher para atingir um ideal utópico, o que gera um grande sofrimento.

Dentro da teoria psicanalítica, essa realidade não se difere, à medida que Freud buscou compreender a feminilidade sempre comparando com o desenvolvimento masculino, ignorando as características próprias do "ser mulher". Por outro lado, o pioneirismo e sendo Freud, ele próprio um homem, o fizeram reconhecer seus limites de pesquisa e abrir um estudo que instiga diversos autores até os dias atuais a compreender cada vez mais sobre as particularidades do desenvolvimento psíquico feminino.

Trazer o recorte da beleza para discutir essas questões, com um foco especial na cirurgia plástica, veio por uma inquietação da quantidade de informações diárias na mídia e dos padrões surreais exigidos. Ademais, há uma urgência de começar a pesquisar mais sobre a problemática da cirurgia que está crescendo cada vez mais intensamente e levando a mulher a inclusive arriscar a vida durante essa busca.

Ao longo da realização da pesquisa, houve uma grande dificuldade em encontrar bibliografias que se debruçam especificamente na questão dos procedimentos estéticos cirúrgicos. Diante disso, ao longo do processo busquei expandir o foco do estudo para a questão da beleza, narcisismo e feminilidade, mas arriscando introduzir a cirurgia, com o intuito de trazer a necessidade da realização de mais trabalhos com esse recorte.

Dessa forma, a partir deste estudo, surge um interesse profissional, tanto em expandir a pesquisa para um futuro projeto de mestrado, quanto uma vontade de atender um público mais voltado para essa demanda. Como mencionado ao longo deste trabalho, há uma escassez no atendimento pré e pós cirúrgico. Em um primeiro momento, o atendimento pode ser benéfico para acolher e ajudar o indivíduo a compreender o que o está levando a realizar tais procedimentos para uma tomada de decisão mais consciente. Já em um momento posterior à cirurgia,

como foi visto que a questão não está somente na estética, mas sim atravessada por questões psíquicas primárias, o indivíduo pode se ver frustrado ao perceber que o procedimento não aliviou as angústias anteriores.

Ao chegar ao final deste estudo, penso que foi possível construir uma análise, a partir da psicanálise, sobre as particularidades do feminino e sua relação com a beleza e as cirurgias plásticas. Porém, acredito que há ainda uma grande possibilidade de desdobramentos e aprofundamentos, principalmente devido a atualidade das questões trazidas e as mudanças que estão sempre acontecendo, como por exemplo os impactos específicos das redes sociais e das influencers digitais dentro do universo estético.

Uma possível continuação a esta pesquisa também envolveria um estudo mais aprofundado de diferentes autores contemporâneos a Freud e as suas próprias visões das particularidades da feminilidade dentro da psicanálise. Também seria relevante um estudo do padrão de beleza feminino levando em considerações as diversas questões de gênero e raças que atravessam essa problemática, onde particularidades de cada recorte podem ser traçadas.

Por fim, finalizo este estudo com satisfação após um longo processo no qual fui me identificando profundamente devido ao meu próprio lugar como mulher que se vê diante de todas as exigências aqui trazidas. Além disso, este estudo representou uma conclusão de todo meu processo durante a graduação de psicologia que acredito ser o início de muitos estudos que possivelmente irão atravessar as temáticas aqui abordadas.

REFERÊNCIAS

- CASSIMIRO, Érica Silva; GALDINO, Francisco Flávio Sales. As concepções do corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia antiga à contemporaneidade. **Revista Lable Ufsj**, [S. l.], 2012. Disponível em: https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistametanoia/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf. Acesso em: 5 out. 2021.
- CASTRO, Helena. **Para além do padrão feminino: um estudo psicanalítico sobre a beleza e a feminilidade**. 2020. Trabalho de conclusão de curso (Graduação psicologia) - PUC-SP, [S. l.], 2020.
- CUNHA, Eduardo Leal. Para sempre diante do seu olhar: sobre os sentidos da modificação corporal. *In*: KATZ, Chaim Samuel; KUPERMANN, Daniel; MOSÉ, Viviane. **Beleza, Feiúra e Psicanálise**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria Ltda, 2004. cap. 2, p. 65-72. ISBN 85-86011-83-5.
- DA SILVA, Heloisa Cardoso; REY, Siloé. A Beleza e a Feminilidade: Um Olhar Psicanalítico. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Rio Grande do Sul, p. 554-567, 16 maio 2011.
- DE SOUZA, Felipe. Diferença cai, mas mulheres ainda ganham 78% da renda dos homens. **Uol - Empregos e Carreiras**, Campinas, SP, p. 1, 3 dez. 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2021/12/03/diferenca-cai-mas-mulheres-ainda-ganham-so-78-da-renda-dos-homens.htm#:~:text=Diferen%C3%A7a%20cai%20mas%20mulheres%20ainda,%2F12%2F2021%20%2D%20UOL%20Economia>. Acesso em: 15 jun. 2022.
- EMARSSYS, . Top 5 Social Media Predictions for 2019. **Emarsys digital festival** , [S. l.], p. 1-1, 2019. Disponível em: <https://emarsys.com/learn/blog/top-5-social-media-predictions-2019/>. Acesso em: 18 jun. 2021.
- ETIMOLÓGICO, Dicionário. Propaganda. Dicionário Etimológico, [S. l.], p. 1, 15 jun. 2022. Disponível em: <https://www.dicionarioetimologico.com.br/propaganda/>. Acesso em: 15 jun. 2022.
- FERRAZ, Sabrina Borges; SERRALTA, Fernanda Barcellos. **O impacto da cirurgia plástica na auto-estima**. *Estud. pesquis. psicol.*, Rio de Janeiro , v. 7, n. 3, dez. 2007. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812007000300015&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 29 abr. 2021.
- FILHO, Cláudio Castelo. Sobre o feminino. *In*: FILHO, Claudio Castelo *et al.* **Sobre o feminino: reflexões psicanalíticas**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2018. cap. 1, p. 13-45.
- Freud, Sigmund. **Introdução ao narcisismo** . *In: Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, 1969* (J. Salomão, trad., Vol. 14, p. 85-122). Rio de Janeiro: Imago (Trabalho original publicado em 1914).

_____, S. (2006f). **A feminilidade**. In *Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud* (J. Salomão, trad., Vol. 22, pp. 113-134). Rio de Janeiro: Imago (Trabalho original publicado em 1932).

_____, Sigmund. **A Dissolução do Complexo de Édipo**. In: FREUD, Sigmund. *Obras Completas*. [S. l.]: Companhia das Letras, 1924. v. 16, cap. 6, p. 182-192.

_____, Sigmund. **Sobre a Sexualidade Feminina**. In: FREUD, Sigmund. *Obras Completas*. [S. l.]: Companhia das Letras, 1931. v. 18, cap. 7, p. 371-398. ISBN 978-85-359-1743-7.

GARCIA-ROZA, L. A. **Introdução à metapsicologia freudiana. Artigos de metapsicologia: narcisismo, pulsão, recalque, inconsciente**. 7a ed., Vol. 3. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

GASPARINI, Cláudia. **Os 15 maiores salários na área médica**: Levantamento da Catho mostra os médicos mais bem pagos do Brasil; cirurgião plástico lidera a lista. Exame, [S. l.], p. 1-1, 17 out. 2014. Disponível em: <https://exame.com/ciencia/os-15-maiores-salarios-na-area-medica/>. Acesso em: 13 maio 2021.

GOMES, Karolayne; NEVES, Manoella; PEREIRA, Deriky. **O poder das influenciadoras digitais sobre a sociedade do consumo por meio do Instagram**. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, [S. l.], p. 1-15, 1 jun. 2019.

HOLOVKO, Cândida Sé. **Violência ao feminino**. In: FILHO, Claudio Castelo *et al.* **Sobre o feminino: reflexões psicanalíticas**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2018. cap. 1, p. 49-74

IBOPE, Inteligência. **O Brasil e os influenciadores digitais**. Static Poder 360, [S. l.], p. 1-20, 2019. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2019/11/Influenciadores-digitais-ibope.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2021.

ISAPS, **Estudo internacional mais recente revela que as cirurgias estéticas continuam crescendo em todo o mundo**, Ohio, 2018. Disponível em <<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-2018-Press-Release-Portuguese.pdf>> acesso em 29 abr. 2021.

ISAPS, **Estudo internacional mais recente revela que as cirurgias estéticas continuam crescendo em todo o mundo**, Ohio, 2017. Disponível em <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/03/ISAPS_2017_International_Study_Cosmetic_Procedures_NEW.pdf> acesso em 29 abr. 2021.

KATZ, Chaim Samuel. Belo e Feio, Feio e Belo: outras indicações. In: KATZ, Chaim Samuel; KUPERMANN, Daniel; MOSÉ, Viviane. **Beleza, Feiúra e Psicanálise**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria Ltda, 2004. cap. 1, p. 13-28. ISBN 85-86011-83-5.

LAPLANCHE, J; PONTALIS, J.-B. Narcisismo. *In*: LAPLANCHE, J; PONTALIS, J.-B. **Vocabulário da psicanálise**. 8. ed. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda, 1985. p. 365-368.

MAGALHÃES, Evaristo. **Compulsão por cirurgia plástica**: aspectos psicológicos. Scientia, Belo Horizonte, p. 1-8, 29 nov. 2011.

PESQUISA revela que mulheres gastam 54% do salário com beleza e homens menos de 1%. **Meu Patrocínio**, [S. l.], p. 1, 14 jul. 2016. Disponível em: <https://meupatrocínio.prezly.com/pesquisa-revela-que-mulheres-gastam-54-do-salario-com-beleza-e-homens-menos-de-1>. Acesso em: 15 jun. 2022.

RIBEIRO, Marina F. R.. **A posição feminina**: uma teoria sobre a feminilidade e a masculinidade. *In*: CINTRA, Elisa Maria de Ulhôa; RIBEIRO, Marina F. R. **POR QUE Klein?**. 1. ed. São Paulo: Zagodoni, 2018. v. 5, cap. 6, p. 85-97. ISBN 978-85-5524-069-0.

SANT'ANNA, Denise. **História da beleza no Brasil**. [S. l.: s. n.], 2014.

SENKO, Elaine. Uma jornada histórica de Umberto Eco em busca da beleza. **Revista Espaço acadêmico**, [S. l.], p. 1-3, 1 jan. 2013. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/28806/153> 12. Acesso em: 5 out. 2021

SORIA, Ana Carolina Soliva. O Corpo Na Psicanálise Freudiana: Suas Relações Com A Consciência E O Inconsciente. **Em Curso**, São Carlos, p. 1-9, 1 jan. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4322/2359-5841.20160310>. Acesso em: 23 maio 2022.

VILHENA, Joana. **Sofrer para ser bela: as práticas corporais**: Com a faca na mão. *In*: VILHENA, Joana. **O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos**. Rio de Janeiro: Puc Rio, 2013. cap. 4, p. 143-168.

VIOLANTE, M. L. V. Pesquisa em psicanálise. *In*: Raul Albino Pacheco Filho, Nelson Coelho Junior, Miriam Debieux Rosa (org.). **Ciência, pesquisa, Representação e Realidade em Psicanálise**. São Paulo: Educ, 2000.

KLEIN, Melanie. **Estágios Iniciais do Conflito Edipiano**. *In*: KLEIN, Melanie. **Amor Culpa e Reparação**. [S. l.]: Imago, 1975. cap. 9, p. 214-227. ISBN 85-312-0531-x.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992

YOUSSEF, Romão. Como surgiu a cirurgia plástica após a 1ª Guerra Mundial: Descubra quem foram os pioneiros dessa prática de origem milenar e como eram realizadas as primeiras cirurgias plásticas da humanidade. **G1**, [S. l.], p. 1-1, 5 ago. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/grupo-dr-romao-youssef/o-universo-da-cirurgia-plastica/noticia/2021/08/05/como-surgiu-a-cirurgia-plastica-apos-a-1a-guerra-mundial.ghtml>. Acesso em: 28 nov. 2021.

REFERÊNCIAS FIGURAS

ARISTOLINO, Sabão. **Sabão Aristolino**. Rio de Janeiro, 1917. Figura. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2017/04/sabao-aristolino-1918.htm>. Acesso em: 31 de maio de 2022.

BAZIN, Perfumaria. **O segredo das senhoras**. Rio de Janeiro, 1917. Figura. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2021/10/segredo-das-senhoras-1917.html>. Acesso em: 31 maio 2022.

BOTTICELLI, Sandro. **O Nascimento de Vênus**. 1486. Pintura. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetailheObraForm.do?select_action=&coobra=5098. Acesso em: 28 nov. 2021.

BOURBON, Leite de Beleza. **Conserve o Frescor dos seus 20 anos**. 1945. Figura. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2021/07/leite-de-beleza-bourbon-1945.html>. Acesso em: 30 de maio de 2022.

DA VINCI, Leonardo. **Retrato de Mona Lisa, La Gioconda**. 1503. Pintura. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetailheObraForm.do?select_action=&coobra=5095. Acesso em: 28 nov. 2021.

EIRAS, Natália. **Influenciadoras sorteiam cirurgia plástica no Instagram e geram polêmica**. *Universa UOL*, [S. l.], p. 1-1, 21 dez. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/12/21/influenciadoras-sort-eiam-cirurgia-plastica-no-instagram-e-geram-polemica.htm>. Acesso em: 17 jun. 2021

LUDOVIG, Instituto. **Para ser bela, basta visitar o Instituto Ludovig**. Rio de Janeiro, 1 jan. 1903. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/02/instituto-ludovig-anos-20.html>. Acesso em: 2 nov. 2021.

PLÁSTICA E BELEZA. **Seduza com a plástica da Kama Sutra**. 2010. Disponível em: <https://veronicapacheco.wordpress.com/tag/revista-plastica-e-beleza/>. Acesso em 31 de maio de 2022.

TORMENTO, Pó de Arroz. **Admirada Por Todos**. Rio de Janeiro, 1951. Figura. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2022/03/po-de-arroz-tormento.html/>. Acesso em 31 de maio de 2022.

VEJA, Revista. **A criação da Beleza**. 1986. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/acervo/>. Acesso em 31 de maio de 2022.

VEJA, Revista. **Projeto Verão**. 2011. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/acervo/>. Acesso em 31 de maio de 2022.