

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

LUIZA KRISE DE JESUS

**OS DIFERENTES VALORES QUE A BELEZA ASSUME:
COMPARAÇÃO DOS EFEITOS DOS PADRÕES ESTÉTICOS ENTRE HOMENS E
MULHERES**

Porto Alegre

2024

LUIZA KRIZE DE JESUS

**OS DIFERENTES VALORES QUE A BELEZA ASSUME:
COMPARAÇÃO DOS EFEITOS DOS PADRÕES ESTÉTICOS ENTRE HOMENS E
MULHERES**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Orientadora: Profa. Dra. Daniela Dias Kuhn

Porto Alegre

2024

CIP - Catalogação na Publicação

de Jesus, Luiza Krise

Os diferentes valores que a beleza assume:
comparação dos efeitos dos padrões estéticos entre
homens e mulheres / Luiza Krise de Jesus. -- 2024.
66 f.

Orientadora: Daniela Dias Kuhn.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas,
Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. Padrão Estético. 2. Economia Feminista. 3.
Gênero. 4. Mercado de Beleza. 5. Padrão de Consumo. I.
Kuhn, Daniela Dias, orient. II. Título.

LUIZA KRISE DE JESUS

**OS DIFERENTES VALORES QUE A BELEZA ASSUME:
COMPARAÇÃO DOS EFEITOS DOS PADRÕES ESTÉTICOS ENTRE HOMENS E
MULHERES**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Aprovado em: Porto Alegre, 07 de fevereiro de 2024.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Daniela Dias Kuhn – Orientadora

UFRGS

Prof. Dr. Helio Afonso de Aguiar Filho

UFRGS

Prof. Dr. Alessandro Miebach

UFRGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas que vieram antes de mim.

Agradeço especialmente à minha família, que foi o principal motor para o meu ingresso e minha permanência na universidade pública federal, e que é testemunha do amor que tenho pela UFRGS e de todo o esforço despendido ao longo dos anos de estudo na instituição. Obrigada por nunca terem deixado que faltasse garra para atingir os objetivos que tanto sonhamos.

A representação do mundo, como o próprio mundo,
é operação dos homens; eles o descrevem do ponto
de vista que lhes é peculiar e que confundem com a
verdade absoluta.
(Simone de Beauvoir)

RESUMO

As pressões estéticas às quais os agentes estão socialmente expostos podem ser percebidas como tendo efeitos econômicos assimétricos sobre mulheres e homens. De forma geral, podem-se notar diferenças no padrão de consumo e na racionalidade dos agentes econômicos, já que estes agem não necessariamente seguindo a lógica Microeconômica clássica, que analisa a curva de utilidade de uma cesta de bens. De maneira pormenorizada, é possível analisar de que maneira a pressão estética influencia na variável de renda e, conseqüentemente, como esta influencia a inserção das mulheres nos diferentes processos produtivos da economia. Este trabalho se estrutura sobre esses tópicos e utiliza uma metodologia baseada na abordagem quali-quantitativa, fazendo uso de levantamento histórico da teoria econômica seguido por um questionário de autoria própria. Esses mecanismos, aliados ao uso de conceitos desenvolvidos pela Economia Feminista e de uma análise centralizada em gênero, possuem como objetivo discutir de que forma os ideais de beleza e, conseqüentemente, a pressão social e o mercado de estética, influenciam o padrão de comportamento consumidor de mulheres e homens e vice-versa. Os resultados encontrados no questionário, aliados aos dados referentes ao mercado da estética no Brasil, permitem concluir que as mulheres sentem mais fortemente a pressão social sobre a questão de beleza e que estas são o principal público-alvo desse braço do mercado, sofrendo mais fortemente essa violência de gênero quando comparadas com a percepção masculina sobre o assunto.

Palavras-chave: Padrão Estético. Economia Feminista. Gênero. Mercado de Beleza. Padrão de Consumo.

ABSTRACT

The aesthetic pressures to which individuals are socially exposed can be perceived as having asymmetrical economic effects on women and men. In general, differences in consumption patterns and the rationality of economic agents can be observed, as they do not necessarily act in accordance with classical Microeconomic logic, which analyzes the utility curve of a basket of goods. In detail, it is possible to analyze how aesthetic pressure influences variables such as income and, consequently, how it affects the integration of women into different productive processes of the economy. This work is structured around these topics and uses a methodology based on a qualitative approach, employing a historical survey of economic theory followed by a self-authored questionnaire. These mechanisms, combined with concepts developed by Feminist Economics and an analysis focused on gender, aim to discuss how beauty ideals and, consequently, social pressure and the beauty market influence the consumer behavior patterns of women and men, and vice versa. The questionnaire results, along with data related to the beauty market in Brazil, lead to the conclusion that women feel the social pressure on beauty more strongly, and they are the primary target audience for this sector of the market, experiencing this gender-based violence more intensely compared to the male perception of the issue.

Keywords: Aesthetic Standard. Feminist Economics. Gender. Beauty Market. Consumption Pattern.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição por gênero dos participantes da pesquisa	30
Gráfico 2 - Distribuição por idade dos participantes da pesquisa	31
Gráfico 3 - Distribuição por idade e gênero dos estudantes de graduação da FCE/UFRGS	31
Gráfico 4 - Distribuição por renda dos participantes da pesquisa	32
Gráfico 5 - Distribuição da relação entre ambiente e necessidade de adequação a padrões estéticos dos participantes da pesquisa	33
Gráfico 6 - Distribuição da relação com peso corporal dos participantes da pesquisa	36
Gráfico 7 - Distribuição do estilo de vida dos participantes da pesquisa	37
Gráfico 8 - Distribuição da percepção sobre aparecimento de sinais de envelhecimento não precoce dos participantes da pesquisa	41
Gráfico 9 - Distribuição dos gastos com procedimentos estéticos com o passar dos anos dos participantes da pesquisa	42
Gráfico 10 - Distribuição da percepção entre passar do tempo e padrões estéticos dos participantes da pesquisa	43
Gráfico 11 - Distribuição da percepção entre oportunidades sociais e envelhecimento dos participantes da pesquisa	44
Gráfico 12 - Distribuição de procedimentos estéticos realizados pelos participantes da pesquisa	46
Gráfico 13 - Distribuição da relação com cirurgia plástica dos participantes da pesquisa	47
Gráfico 14 - Distribuição dos participantes da pesquisa que conhecem mulheres que já realizaram procedimento cirúrgico estético	48
Gráfico 15 - Distribuição dos participantes da pesquisa que conhecem homens que já realizaram procedimento cirúrgico estético	49
Gráfico 16 - Distribuição dos gastos mensais médios em R\$ com produtos e serviços de beleza dos participantes da pesquisa	50
Gráfico 17 - Distribuição dos gastos mensais médios em % de renda com produtos e serviços de beleza dos participantes da pesquisa	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição de renda pessoal mensal segundo diferenciação de gênero	33
Tabela 2 - Distribuição das respostas da relação entre ambiente de trabalho e necessidade de adequação estética com distinção de gênero	35
Tabela 3 - Distribuição das respostas da relação entre ambiente e necessidade de adequação estética com distinção de gênero	35
Tabela 4 - Distribuição da relação com peso corporal dos participantes da pesquisa com distinção de gênero	37
Tabela 5 - Distribuição de prática regular de exercício físico com distinção de gênero	38
Tabela 6 - Distribuição de estilo de vida com distinção de gênero	40
Tabela 7 - Distribuição da percepção sobre aparecimento de sinais de envelhecimento não precoce com distinção de gênero	41
Tabela 8 - Distribuição da percepção gasto com procedimentos estéticos com distinção de gênero	43
Tabela 9 - Distribuição da percepção entre passar do tempo e padrões estéticos com distinção de gênero	44
Tabela 10 - Distribuição da percepção entre oportunidades sociais e envelhecimento com distinção de gênero	45
Tabela 11 - Distribuição de procedimentos estéticos realizados pelos participantes da pesquisa com distinção de gênero	46
Tabela 12 - Distribuição dos gastos mensais médios em R\$ com produtos e serviços de beleza com distinção de gênero	51
Tabela 13 - Distribuição dos gastos mensais médios em % com produtos e serviços de beleza com distinção de gênero	52

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRE	Associação Brasileira de Estética
AMA	American Medical Association
AMB	Associação Médica Brasileira
CNS	Conselho Nacional de Saúde
DERI	Departamento de Economia e Relações Internacionais
FCE	Faculdade de Ciências Econômicas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
INPA	Instituto de Psicologia Aplicada
ISAPS	Internacional Society of Aesthetic Plastic Surgery
OMS	Organização Mundial de Saúde
OPAS	Organização Pan Americana de Saúde
PIB	Produto Interno Bruto
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 ECONOMIA, GÊNERO E ECONOMIA FEMINISTA	15
2.1 EVOLUÇÃO DO PENSAMENTO ECONÔMICO	15
2.2 INTERPRETANDO O GÊNERO	18
2.3 CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS FEMINISTAS	21
3 O MERCADO DA ESTÉTICA	24
3.1 INTERPRETAÇÃO SOBRE O BELO E FORMAÇÃO DO CONCEITO DE BELEZA	25
3.2 O ESTEREÓTIPO DE BELEZA FEMININA E MASCULINA	25
4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA	27
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	30
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS	55
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO, LIVRE E ESCLARECIDO	59
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO	60

1 INTRODUÇÃO

O funcionamento da realidade social e econômica da cultura ocidental possui como alicerce e fundamento diferenciações pautadas na questão de gênero (Oyěwùmí, 2021). Tal segmentação consegue ser visualizada ao analisar a dinâmica entre trabalho produtivo e reprodutivo, a disparidade de salários entre mulheres e homens e as atribuições que são percebidas, de forma tão natural, como intrinsecamente e originalmente conferidas a gêneros específicos (Carrasco, 1999).

É a partir da problemática apresentada que o presente trabalho se apoia, com o intuito de, fundamentando-se em preceitos expostos pelas correntes da Economia Feminista, entender como as pressões estéticas e os ideais de beleza são vistos e valorados de formas dissemelhantes por mulheres e homens e como essas óticas particulares influenciam, de formas contrastantes, em alguns aspectos da vida dos agentes (como tempo e renda). Perceber o que acontece com aqueles que sentem mais fortemente os efeitos das pressões dos arquétipos socialmente impostos permite mapear padrões de consumo e interpretar de forma mais consistente os contrastes econômicos que se interpõem entre mulheres e homens.

O presente trabalho se desenrola tendo como base uma análise histórica do desenvolvimento do pensamento econômico e da construção das teorias da economia, e principalmente como a questão do gênero e a Economia Feminista se inserem nesse contexto. Adicionalmente, usa como embasamento metodológico uma pesquisa qualitativa, em forma de questionário online, executada entre estudantes do Departamento de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (DERI/UFRGS). O objetivo final do questionário é investigar de que forma mulheres e homens sentem os impactos da pressão social estética e se mulheres percebem de forma mais acentuada os impactos das diferentes valorações da estética, por conta das múltiplas formas de aliciamento a que elas estão expostas (Wolf, 2002).

Parte-se do pressuposto de que, em função do processo histórico de formação econômica e social, mulheres sentem-se mais rápida e constantemente insatisfeitas com suas aparências físicas quando comparamos esse mesmo sentimento com homens (Wolf, 2002). Essa incessante pressão é vista como mais uma forma de violência com a mulher, já que a priva de tempo, renda e lazer, além de, por vezes, representar riscos à sua saúde, diminuindo as capacidades femininas de inserção nos diferentes processos produtivos.

Aqui se busca entender a veracidade da hipótese de que é distinto o peso da estética ao realizar uma segmentação por gênero. Se verdadeira, busca-se também apontar alguns fatores que provocam a realidade dela. Tomando como base teorias econômicas tratadas pela Economia Feminista, tem-se como intenção testar e verificar como a divisão de gênero, não tratada nas teorias *mainstream* da economia, consegue explorar cenários e entregar percepções diferentes da realidade econômica e social em que os agentes econômicos estão inseridos. A proposta do trabalho tem como unidade investigativa os diferentes efeitos que os padrões estéticos exercem sobre os públicos feminino e masculino.

Essa análise se apresenta necessária ao passo que se entende que o agente econômico, o *homo economicus*, visto como neutro e racional, não reflete de forma homogênea e realista os comportamentos que são percebidos na dinâmica do sistema produtivo que hoje é adotado (Motta, 2021). A própria formação da economia enquanto ciência, que é baseada forte e estreitamente nessa ideia, se desenvolveu de forma a excluir possíveis interpretações da realidade, colocando à margem relações de gênero (que agora são resgatadas pelas acadêmicas de Economia Feminista) e, dessa forma, uma compreensão mais real da vivência social e econômica (Carrasco, 1999).

A pesquisa tem como objetivo geral investigar se e de que forma a diferente valorização associada à beleza por homens e mulheres impacta no dia-a-dia da mulher e influencia na disparidade econômica entre os gêneros. Essas diferenças são percebidas em diferentes esferas. Partindo de um cenário macro, analisa-se a pressão social e estética que se manifesta de maneira dicotômica aos diferentes gêneros (a hipótese é de que as diferenças se manifestam de formas mais intensas às mulheres). Analisando um quadro micro, verifica-se os discrepantes valores que homens e mulheres despendem com instrumentos e procedimentos estéticos (segue-se a conjectura de que às mulheres os gastos são mais elevados do que aos homens, e as intervenções em nome da beleza são realizadas de forma mais constante pelo gênero feminino).

Como objetivos específicos pode-se citar a contribuição para o desenvolvimento dos tópicos tratados pela Economia Feminista, já que hoje as economias modernas são caracterizadas pela preocupação com a problemática da questão de gênero (Florio; Rohenkohl, 2018). Apesar disso, esse é um tópico que segue sendo ignorado pelo *economics mainstream*, dificultando a percepção da Economia Feminista como uma ótica válida e necessária para o desenvolvimento da área da economia. Ainda como objetivo específico do trabalho tem-se a evidenciação do fenômeno da pressão estética em e de seus tipos de

violência a partir da percepção pessoal dos estudantes do programa de graduação do DERI da UFRGS.

Justamente por conta da naturalização de certos comportamentos e exigências que são esperadas apenas das mulheres e que são vistos como espontâneos dentro da formação do corpo social e econômico (Oyěwùmí, 2021), essa diferente violência pode não ser interpretada como tal, o que faz com que reflexões propostas pelo movimento feminista e pela Economia Feminista sejam necessárias em prol da disseminação do conhecimento e da emancipação feminina, visando um desenvolvimento econômico e social inclusivo (Wolf, 2002).

Às Ciências Econômicas é possível encontrar um ponto de falha naquilo a que a economia se propõe a analisar: o mundo e suas inter-relações. Quando é apagado da história um grupo (aqui, as mulheres), há o fracasso ao tentar explicar os mais diversos fenômenos. A economia tradicional negligencia a perspectiva de gênero numa simplificação desnecessária da realidade, contribuindo, assim, para o apagamento do papel da mulher ao longo do tempo, o que ressoa aos dias atuais. Fernandez (2018) aponta que a economia tradicional deixa de considerar e de abordar a esfera da troca de valores de uso, espaço tradicionalmente atribuído às mulheres no decorrer da história. Entender de que forma esse apagamento influencia nas relações econômicas desse grupo, nos dias de hoje, se faz necessário para que não seja contínua a repetição desse erro e para que seja possível construir uma ciência econômica mais completa, factível e crível.

Por a economia feminista ainda ser uma corrente de pensamento relativamente recente, tendo sido popularizado na década de 1960, acompanhando o surgimento da segunda onda do feminismo (Carrasco, 1999), estudos produzidos e centrados nessa temática servem como contribuintes para o fortalecimento dessa corrente heterodoxa. O desenvolvimento da disciplina é importante para a construção de uma economia mais completa e inclusiva – o que justifica a execução de um trabalho como esse, que se propõe a cooperar e explorar temas ligados à questão da manifestação do gênero nas relações econômicas.

As análises centradas na segmentação por gênero possuem amplo espaço de crescimento dentro da área da economia. O tema tratado no presente trabalho, que busca verificar se há diferente valoração atribuída ao atingimento de padrões estéticos pelos diferentes gêneros, tem como justificativa entender como as relações econômicas que se assomam dentro do sistema produtivo vigente se afirmam de forma nitidamente diferenciada aos diferentes agentes.

O desenvolvimento do trabalho ocorre a partir da percepção de que às mulheres essa dinâmica se apresenta e se manifesta de forma mais violenta do que aos homens (Wolf, 2002).

Finalmente, entende-se que a conexão entre relações econômicas e pressão social e estética se manifesta de forma desfavorável quando o agente econômico é mulher – em função da hipótese de que ela atribui à estética maior valor e, por consequência, tem maior porcentagem de sua renda e de seu tempo (que deixa de ser livre) destinados a esse segmento/nicho do mercado.

O trabalho é estruturado na divisão de quatro capítulos e uma seção de considerações finais, sendo o primeiro deles um capítulo introdutório. Os capítulos dois e três fazem retomadas teóricas às temáticas que são usadas como base no desenvolvimento da presente produção; enquanto o segundo capítulo desenvolve conceitos relacionados a evolução do pensamento econômico, à concepção de gênero e às contribuições da Economia Feminista, o terceiro capítulo traz dados do mercado da estética no panorama brasileiro e mundial.

2 ECONOMIA, GÊNERO E ECONOMIA FEMINISTA

Gênero é um fator raramente discutido ao longo da produção acadêmica das Ciências Econômicas. Apesar de configurar uma abordagem rara, não é completamente inexistente, já que escritos de autores como John Stuart Mill, Harriet Taylor e Thorstein Veblen suscitaram a discussão acerca da problemática. Os primeiros autores questionaram a contradição entre liberdade, autonomia e a sujeição das mulheres (Mill; Taylor, 2006), enquanto o segundo discorreu sobre a dicotomia antagônica inerente à Economia Neoclássica (Hunt, 2005).

Ainda que seja possível encontrar exemplos de autoras e autores dedicados à economia que trazem a problemática da mulher à tona, a invisibilidade do tema ao longo da história do pensamento econômico é evidente por conta do viés androcêntrico que perpassa o saber científico (Carrasco, 1999). Em vistas do desenvolvimento do trabalho, se faz necessário analisar, ainda que brevemente, a evolução do pensamento econômico para que dessa forma seja possível traçar paralelos entre a questão do gênero e a economia e como esta relação se apresenta.

2.1 EVOLUÇÃO DO PENSAMENTO ECONÔMICO

Ao longo da história do pensamento econômico, o tratamento da questão de gênero passou por uma evolução dinâmica, refletindo as atitudes e percepções em constante mudança na sociedade. Tradicionalmente, as teorias econômicas, inicialmente e em sua maioria, negligenciavam ou marginalizavam o papel de gênero, retratando os agentes econômicos como predominantemente masculinos (Fernandez, 2018).

John Stuart Mill, discípulo de Bentham e Ricardo, foi o precursor da escola econômica neoclássica marshalliana, e expunha em seus trabalhos que as leis de propriedade, à época do século XIX entendidas como sagradas e naturais, bem como as instituições que afetam a distribuição de riqueza, são instituições puramente humanas, sendo passíveis de terem sido mudadas no passado e de possuírem volatilidade no futuro (Hunt, 2011). Dessa forma, as leis de distribuição são entendidas por Mill como uma instituição humana fortemente dependente dos regulamentos momentâneos vigentes na sociedade (Hunt, 2011). Às suas ideias já disruptivas em relação às teorias econômicas predominantes da época, Mill incorporou discussões acerca de gênero e dos princípios regulatórios das relações sociais existentes entre mulheres e homens (Mill; Taylor 2006).

Mill e Harriot Taylor escreveram conjuntamente sobre a subordinação das mulheres, descrevendo essa dinâmica entre os gêneros feminino e masculino como sendo um dos principais obstáculos ao desenvolvimento humano (Mill; Taylor, 2006). Na obra “A sujeição das mulheres”, os Mill e Taylor criticaram fortemente as dificuldades de inserção da mulher no mercado de trabalho formal remunerado, bem como as normas sociais vigentes à época que marginalizavam o público feminino da esfera econômica produtiva.

À época, os autores escreveram que “[...] nenhum ser humano masculino está sujeito a qualquer proibição legal; nem a lei nem a opinião superam obstáculos artificiais aos naturais” (Mill; Taylor, 2006, p. 40). Ainda, discorreram que, diferentemente dos homens, mulheres são submetidas a restrições pura e simplesmente por questões de nascimento que nenhum esforço ou circunstância poderia superar, de forma que:

A subordinação social das mulheres, portanto, destaca-se como um fato pontual nas instituições sociais modernas; uma violação isolada do que se tornou sua lei fundamental; uma única relíquia de um velho mundo do pensamento e da prática que eclodiram em todo o resto, mas reteve-se naquilo de maior interesse universal. (Mill; Taylor, 2011).

Florio e Rohenkohl (2018) escrevem que por o objeto de estudo das Ciências Econômicas, de acordo com o defendido *mainstream*, ser a alocação de recursos escassos diante de diferentes necessidades, surge subjacente a isso a figura do agente econômico, que sempre toma suas decisões de forma otimizada e de acordo com sua respectiva ordem de preferência. À esse axioma, Mill, dentre outros autores, foi questionador. Hunt (2011) escreve que o economista acreditava que apenas aqueles moldados pela cultura capitalista concorrencial agiam com base no interesse próprio; ou seja, baseados no seu comportamento econômico. Ainda assim, como Florio e Rohenkohl (2018) explicam, para o cânone do *mainstream* econômico, o padrão racional de decisão seria neutro quanto ao gênero, por se encontrar num plano abstrato e geral em que essa categorização se mostraria indiferente.

Em contrapartida, à medida que as economias se industrializaram, as contribuições das mulheres para os setores formal e informal da economia, que sempre existiram, tornaram-se cada vez mais evidentes, de forma a desafiar a narrativa predominante, como mostra Carrasco (1999). Segundo a autora, o aumento da participação feminina no ensino superior e no mercado de trabalho e o ressurgir da política e da ideologia feminista atuaram como catalisadores para mudanças em diversas disciplinas - de onde não se exclui a Ciência Econômica. Carrasco (1999), usando como referência Pujol (1992, p. 1), escreve que:

Numa revisão dos textos de economia evidenciamos, não entanto, que as mulheres não têm sido totalmente esquecidas, mas sim, que têm sido consideradas - explícita ou implicitamente - como exceções às regras, como alheias à esfera econômica e participando só de maneira marginal – quando se lhes permite - na atividade econômica nacional. Sempre se negou às mulheres o status de agente econômico e em consequência as decisões racionais normativas se realizam considerando o lugar que supostamente as mulheres têm na economia e na sociedade. (Carrasco, 1999, p. 4)

Reforçando o ponto trazido pela autora, de apagamento da mulher da dinâmica econômica, volta-se aos trabalhos de Thorstein Veblen, autor referência da Economia Institucional que teve como influência acadêmica a escola histórica germânica, crítica à economia política inglesa de Adam Smith (Florio; Rohenkohl, 2018). Ao longo do trabalho do autor, é possível identificar discussões acerca do papel da mulher na economia e na história, além da busca de evidências de como estas foram subjugadas ao longo do tempo (Florio; Rohenkohl, 2018).

Por o autor ser contemporâneo à época em que se popularizam as teorias evolucionistas de Charles Darwin, evento que ocorre entre o final do século XIX e o início do século XX, é possível notar a forte influência da Teoria da Evolução sob os trabalhos do autor institucionalista, uma vez que sua análise era baseada numa sociedade vista como um organismo complexo, que sempre muda e adapta-se a novas situações (Hunt, 2011). Para Veblen, segundo Hunt (2011), a história humana era a história da evolução das instituições sociais; assim, a economia institucional parte do princípio de que as condições materiais e sociais evoluem, de forma a carregarem certos padrões de conduta econômicas e de também serem passíveis de mudança (Florio; Rohenkohl).

Por a Economia Institucional de Veblen ser um estudo acerca da sequência cumulativa de instituições econômicas (Florio. Rohenkohl, 2018), ela pode ser usada como ferramenta metodológica para a análise do patriarcado como instituição. Sendo possível fazer essa associação, Veblen traz a problemática da cultura patriarcal para o seu trabalho: ele entende que a subjugação da mulher é advento da propriedade privada e da cultura predatória:

A luta, juntamente com outros trabalhos que envolvem um sério elemento de exploração, se resume a empregar homens fisicamente aptos; o trabalho diário e rotineiro do grupo é entregue às mulheres e aos fracos... A fraqueza, ou seja, a incapacidade de explorar, é desprezada. Uma das primeiras consequências desta depreciação da fraqueza é um tabu em relação à mulher e ao seu trabalho. (Hunt, 2011, p. 312).

Ainda segundo Hunt (2011), a análise proposta por Veblen mostra que a cultura de depreciação do trabalho feminino foi transmitida às posteriores, de forma a entender as

capacidades das mulheres como de pouco valor ou até como inexistentes. Essa análise vebleniana permite explicar o porquê de ainda haver aqueles que acreditam ser “impróprio mulheres igualarem-se a homens ou representarem a comunidade em qualquer relação que exija a dignidade e a capacidade representativa” (Hunt, 2011, p. 313).

O surgimento da Economia Feminista no final do século XX reconfigurou ainda mais o discurso econômico, criticando os modelos tradicionais por sua cegueira de gênero e advogando por uma análise amplificada da economia como um todo. Acadêmicos dentro desse campo, como Amartya Sen, enfatizaram a necessidade de reconhecer o trabalho não remunerado de cuidado, as divisões de trabalho por gênero e o impacto das normas sociais nos resultados econômicos (Canhedo, 2023).

O desenvolvimento do pensamento econômico promoveu mudanças que levaram a uma compreensão mais refinada de como o gênero se intersecta com as estruturas econômicas, influenciando mercados de trabalho, padrões de consumo e dinâmicas sociais mais amplas (Fernandez, 2018). Hoje, esforços contínuos dentro da economia continuam a explorar e abordar disparidades de gênero, reconhecendo a relação intrincada entre o pensamento econômico e as diversas experiências individuais ao longo do espectro de gênero.

2.2 INTERPRETANDO O GÊNERO

O feminismo, como movimento sociopolítico organizado e identificável enquanto mobilização que advoga pela igualdade de gênero, tem-se desenvolvido organicamente ao longo do tempo e, a partir do século XIX, é caracterizado por diferenciações que são pontuadas através de ondas - ou fases (Rampton, 2015). A primeira onda, que surge no final do século XIX e início do século XX num contexto de efervescência da Revolução Industrial e do liberalismo econômico, tem como principais pontos focais a conquista do sufrágio feminino e dos direitos iguais e legais para as mulheres, embarcando e empenhando-se a favor da amplitude de oportunidades destinadas ao público feminino (Rampton, 2015). Rampton (2015) pontua que é essa fase que lança as bases para o movimento feminista e abre caminho para a participação das mulheres na esfera da vida pública, o que permitiu análises mais detalhadas sobre diferenças legais entre mulheres e homens. A segunda onda surgiu durante os anos 1960 e 1970, abordando questões mais amplas, como direitos reprodutivos, discriminação no local de trabalho e desafio aos papéis de gênero tradicionais (Aikau; Erickson; Pierce, 2007). Essa onda trouxe mudanças significativas nas atitudes sociais em relação ao gênero e promoveu uma maior conscientização sobre os direitos das mulheres, e é

no conhecimento produzido e desenvolvido nesse período que o presente trabalho é majoritariamente baseado. A terceira onda, que teve início nos anos 1990, enfatizou a inclusão e a interseccionalidade, reconhecendo que as experiências e lutas das mulheres variam de acordo com raça, classe social e outros fatores (Aikau; Erickson; Pierce, 2007). O feminismo interseccional buscou abordar a interseção do gênero com outras formas de opressão, reconhecendo que soluções únicas eram inadequadas. Cada onda se baseou no progresso de sua antecessora, impulsionando a busca pela igualdade de gênero e destacando a necessidade contínua de desafiar as normas patriarcais e a discriminação sistêmica. À medida que o feminismo continua a se desenvolver, ele permanece uma força dinâmica que capacita indivíduos de todos os gêneros a desafiar a desigualdade e promover uma sociedade mais justa e equitativa (Carrasco, 1999).

O início da pesquisa feminista da segunda onda foi de suma importância para a elaboração da compreensão do gênero enquanto uma categoria socialmente construída, ideia que veio a ser o pilar do discurso feminista e é central no presente estudo. Os ensaios acerca da temática foram interpretados à época como radicais, visto que a categorização das diferenças de gênero era entendida como intrinsecamente articulada e determinada por fatores biológicos. Esse marco referencial e teórico fez com que o determinismo biológico e o construcionismo social se tornassem opostos e em certos aspectos excludentes (Oyěwùmí, 2021). Sexo passa a ser entendido como uma categoria fisiológica, enquanto o gênero se apresenta como a construção social, histórica e cultural do natural - ou como a superestrutura do sexo. Homens e mulheres passam a ser entendidos como categorias sociais corporificadas e são concebidos como opostos, possuindo associações hierárquicas e oposição binária, em que um representa prestígio e norma e o outro submissão e singularidade (Oyěwùmí, 2021).

Beauvoir (1980) elabora que os dados da biologia, no que tange à sujeição da mulher à espécie e às limitações de suas capacidades individuais, devem ser analisados através de uma percepção multidisciplinar, interseccionando conceitos provenientes da psicologia e das ciências econômicas e sociais. Ainda, a partir da compreensão do materialismo histórico, entende-se que o determinismo biológico em que se pauta a sociedade de classes traz o entendimento de que a humanidade é uma espécie animal, quando na verdade é uma realidade histórica. A intelectualização desse pensamento permite depreender que a categorização em gêneros binários reflete uma realidade que é fortemente dependente da estrutura socioeconômica em que a sociedade analisada está inserida.

Similarmente, a elaboração social de fatores biológicos é entendida e exposta por Saffioti (1979) como um critério estratificador que nega e exprime uma situação característica

de uma sociedade baseada em classes. Gênero e suas formas, enquanto condições socialmente construídas, são entendidos como um subproduto das determinações essenciais do sistema capitalista e das tradições locais, sendo, portanto, não-universais e mutáveis - por possuírem a característica da mutabilidade, surge a impossibilidade de caracterizarmos traços tradicionalmente cunhados em homens e mulheres como possuidores de origens em predisposições biológicas (Saffioti, 1979).

Gênero, para o presente trabalho, é percebido como uma obra cultural. Entre os diversos produtos que surgem da cultura baseada no gênero, um deles é a criação de um modelo de comportamento excludente, já que a binaridade do espectro acaba por implicar no hiperdesenvolvimento de potencialidades masculinas em detrimento do subdesenvolvimento, invisibilização e negação dos potenciais femininos. O fenômeno da generificação criou fortes raízes e se inseriu em estruturas políticas, econômicas e ideológicas tomando como base o patriarcado e a figura masculina e, como consequência, acaba por provocar a subordinação da mulher e sua marginalização (Carrasco, 1999).

A sociedade de classes, histórica e intrinsecamente baseada nas relações de gênero e em suas relações de dominação (Saffioti, 1979), apoia-se nessa categorização permitindo e retroalimentando uma distribuição desigual de responsabilidades nas esferas da produção e da reprodução que é alheia às vontades dos indivíduos. A isso se opõe a exigência de igualdade jurídica, pressuposto teórico para a operação do modo capitalista de produção; ou seja, a liberdade formal se contrapõe à divisão da sociedade em classes sociais.

Saffioti (1979) esclarece que:

A conservação de sistemas de valores originados em estruturas sociais anteriores permitiria às sociedades de classes utilizar de modo diverso a força de trabalho feminina. Esta seria livre apenas na medida em que essa liberdade constituía condição *sine qua non* para a determinação da força de trabalho da mulher enquanto mercadoria. [...] Na situação da mulher não se expressa, pois, apenas a contradição que diz respeito a uma igualdade de status jurídico em contraposição com a desigualdade gerada pela divisão da sociedade em classes sociais, mas ainda pela contradição inerente ao privilegiamento *de fato* e *de direito* aos representantes do sexo masculino numa sociedade que se havia instituído em nome da igualdade (pelo menos jurídica) de seus membros. (Saffioti, 1979, p. 52)

O sistema de valor na qual a sociedade de classes é alicerçada possui raízes nas relações de poder derivadas da generificação dos papéis sociais e econômicos que desempenham os indivíduos - diga-se na construção social baseada no patriarcalismo. Hartmann (1979) define o conceito de patriarcado, forma na qual o patriarcalismo é fundamentado, como um “conjunto de relações sociais entre os homens que tem uma base material e que, apesar de

hierárquicas, estabelecem ou criam uma interdependência e solidariedade entre os homens que lhes permite dominar as mulheres”.

A relação de poder e a exploração de classes que derivam da faceta cultural que é a caracterização por gênero permite aos homens controlar a força de trabalho das mulheres e situa o trabalho destas na esfera do serviço de caráter pessoal. Tais definições segmentam as esferas econômicas nas quais os indivíduos estão inseridos de maneira bipartidária, sendo caracterizadas pelo dualismo teórico; patriarcado e capitalismo, modo de reprodução e de produção, sistema de classes e sistema de gêneros (Carrasco, 1999).

A repercussão de uma sociedade que tem como principal característica a percepção generificada de seus indivíduos é a evolução partidária e tendenciosa do seu corpo jurídico e da sua produção de conhecimento.

A evolução do conhecimento científico, em seus mais diversos espectros, é marcada pela pretensão de neutralidade, quando em realidade não o é. Ao inserir a categoria “gênero” na análise, fica nítida a insuficiência teórica desenvolvida pelas Ciências Econômicas e sociais para encontrar tratamento adequado no que tange à desigualdade latente e abismal entre mulheres e homens, uma vez que a produção de conhecimento foi majoritariamente embasada em vieses androcêntricos e preponderantemente redigida por homens (Carrasco, 1999). Não há como esperar neutralidade de um conhecimento que é produzido quase que exclusivamente por um perfil específico de pessoa.

Ao presente problema a Economia Feminista busca fornecer alternativas de respostas, através de importantes críticas e avanços epistemológicos que redefinem conceitos anteriormente entendidos como estabelecidos e imutáveis. A economia, enquanto ciência, nunca assimilou as atividades tradicionalmente femininas como pertencentes ao escopo de seu estudo, por não serem atividades concebidas como produtivas ou geradoras de valor (Florio; Rohenkohl, 2018). A Economia Feminista, portanto, acaba por desvelar que a ciência econômica, em seus modelos, vieses e padrão de estudo, tomou a orientação do masculino e se propõe a romper essa tradicionalidade.

O presente trabalho se apoia na questão do gênero enquanto fato prévio e originador de diferenças e desigualdades socioeconômicas fundamentais entre mulheres e homens e na Economia Feminista como ferramenta de análise dessa realidade, visto que a ciência econômica tradicional é falha para tal tentativa.

2.3 CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS FEMINISTAS

O contexto de emancipação feminina da década de 1960, em que houve uma quantidade expressiva de mulheres ingressando no ensino superior e no mercado assalariado nos Estados Unidos e na Europa cria o quadro e a conjuntura que contribuem para a popularização e divulgação de ideias feministas (Carrasco, 1999). Esse encadeamento de eventos acaba democratizando o acesso a teorias econômicas heterodoxas e incentivando a produção de conhecimento voltado para a problemática do gênero em sua miríade de nuances, que até então era assunto insuficientemente explicado pela academia.

Um dos marcos culturais do feminismo, enquanto movimento político, social e econômico, foi trazer à luz tratativas ignoradas ou pouco investigadas pelos agentes envolvidos com a produção de conhecimento, provocando mudanças nas perspectivas de diversas disciplinas (Carrasco, 1999). Através da manifestação da Economia Feminista, o movimento, que possui caráter inerentemente disruptivo acerca das percepções do comportamento individual e da conduta coletiva, é um contribuinte essencial na tarefa de questionar a aparente uniformidade do *homo economicus*, um dos fundamentos e axiomas das ciências econômicas (Motta, 2021).

A respeito das ponderações que a Economia Feminista faz em relação à tradicional, bem como de seus objetivos enquanto paradigma econômico, Carrasco (1999) escreve que:

Estes novos enfoques pretendem denunciar o viés androcêntrico que subjaz o “saber científico”: a eleição dos temas de pesquisa, a forma de aproximação, a interpretação de dados e resultados etc., acontecem sob uma perspectiva que pretende universalizar normas e valores que correspondem a uma cultura construída pelo domínio masculino. (Carrasco, 1999, p. 1)

Justamente por a cultura da sociedade ocidental não ser baseada em universalismos e neutralidade, visto que esta é alicerçada no pilar do patriarcado e do gênero (que por si só é um marco divisor que assinala diferenças), tampouco poderiam ser as ciências e os saberes oriundos e produzidos nesse contexto. A Economia Feminista explora, de maneira crítica e não trivial, a questão de gênero nas ciências econômicas, uma vez que o papel da mulher no mercado doméstico e privado perpassa a geração e a distribuição de riqueza em diversos níveis, portanto não devendo ser apagado do processo de entendimento da construção e desenvolvimento da economia (Florio; Rohenkohl, 2018). Ainda, entende-se que como advento da corrente da Economia Feminista está a inclusão de parâmetros de gênero na análise econômica, que não foram até então abordados pelas escolas tradicionais, de forma a abranger a economia e sua diversidade de relações de forma mais contemplativa (Motta, 2021).

A ideia de que o indivíduo racional, personagem central da economia, age, atua e interage economicamente a partir de influências comportamentais da sociedade de mercado sem fazer marcação de gênero é negativa aos processos de construção de identidade e de marcadores de gênero. Tal conceituação ignora que esses são fatores que moldam hábitos de consumo, estilos de vida e, conseqüentemente, influenciam a tomada de decisão econômica dos agentes (Florio; Rohenkohl, 2018). A economia e como esta se manifesta, em suas mais diversas relações, não pode nem deve ser entendida como universal ou neutra - ela é sinalizada através de modos singulares.

Tendo como ponto de partida a análise das ciências econômicas, é usando a metodologia proposta pela economia feminista, de inserção da categoria gênero nas pesquisas e produções de conhecimento, que os indicadores da desigualdade entre mulheres e homens, tão nítidos, mas pouco estudados, podem ser investigados e soluções macroeconômicas desveladas - apesar de que existe uma distinção entre a Economia Feminista e a marcação do gênero. Toda a Economia Feminista faz distinção entre os comportamentos de gênero, mas nem toda a análise de gênero está no escopo da Economia Feminista.

3 O MERCADO DA ESTÉTICA

O alto crescimento dos lucros do braço do mercado que se volta às questões estéticas pode ser entendido como um produto do fortalecimento da preocupação com os fatores associados ao ser e estar belo sob o olhar da sociedade. Essa preocupação, longe de ser um movimento social orgânico, é fruto de uma reclassificação institucionalizada e intencional da questão estética (Wolf, 2002).

Os Estados Unidos, potência econômica e considerados centro e modelo cultural para diversos países, têm muito a contribuir para o entendimento da dinâmica de medicalização da beleza na atualidade, processo que contribui para a ascensão do mercado estético ao redor do globo, uma vez que valida e confunde a busca pela estética com a pela saúde. Segundo Wolf (2002), a Associação Médica Americana (AMA - *American Medical Association*), em 1978, afirmou que a preocupação com a beleza deveria se equiparar com a preocupação com a saúde. A autora ainda pontua que foi declarado ao jornal *The New York Times*, pelo dr. Arthur K. Balin, que “seria benéfico aos médicos considerar a feiura não como uma questão estética, mas como uma doença”

Apesar desse movimento de aproximação entre os conceitos de saúde, beleza e feiura, numa tentativa que busca confundi-los entre si, tanto a cirurgia plástica estética quanto a medicina estética não são consideradas especialidades médicas pela AMA (AMA, 2023). Indo ao encontro dos parâmetros de especialização médica utilizados pela associação, a AMB (Associação Médica Brasileira), da mesma forma, não reconhece a medicina estética enquanto especialidade (AMB, 2023).

O não reconhecimento da especialidade por essas instituições não impede o surgimento de associações que visam vincular a busca por estética como pela saúde. No Brasil, essa movimentação é marcada, por exemplo, pela presença da Associação Brasileira de Medicina Estética (ABM) e pela Associação Brasileira de Estética (ABRE)

A busca incessante pela estética e pelo enquadramento nos padrões de beleza reforçados pelos estereótipos sociais pode ser associada à preocupação com saúde quando é percebida uma consequência primordial dessa jornada impossível: o estresse causado pelo desgaste emocional e mental da perquirição de algo criado para nunca ser alcançado (Wolf, 2002). Segundo Wolf (2002), é na inalcançabilidade estética e na disposição ao desconforto que o mercado da estética se baseia e sustenta seus lucros, que acaba por criar um novo sentido de vulnerabilidade e fragilidade na mulher. Essa indústria se apropria e distorce conceitos de belo e feio, no intuito de universalizá-los, aumentando sua fatia de mercado.

3.1 INTERPRETAÇÃO SOBRE O BELO E FORMAÇÃO DO CONCEITO DE BELEZA

As perspectivas sociológicas e antropológicas mostram que beleza é um conceito intercambiável, modificando-se ao longo do tempo e do espaço (Oyěwùmí, 2021). A cultura ocidental, como pontuado por Oyěwùmí (2021), é completamente baseada no corpo e naquilo que é visível, tendo a fisicalidade pura como um dos pilares sobre o qual a ordem social é fundada. A autora discorre que:

Consequentemente, uma vez que o corpo é o alicerce sobre o qual a ordem social é fundada, o corpo está sempre em vista e à vista. Como tal, invoca um olhar, um olhar de diferença, um olhar de diferenciação - o mais historicamente constante é o olhar generificado. Há um sentido em que expressões como “o corpo social” e “o corpo político” não sejam apenas metáforas, mas possam ser lidas literalmente (Oyěwùmí, 2021, p. 41).

Aliando as reflexões de Oyewùmí com as trazidas por Novaes (2003), é percebido que o corpo ultrapassa os limites do biológico e torna-se um ator social. Por conta desse funcionamento, é necessário formar-se um conceito de beleza para ser possível categorizar, dividir e valorar os agentes sociais de acordo com uma escala de belo e feio - em que as mulheres são mais fortemente prejudicadas do que os homens.

3.2 O ESTEREÓTIPO DE BELEZA FEMININA E MASCULINA

O feminismo, enquanto movimento social, político, econômico e organizado, pode ser entendido como uma ferramenta de alavancagem no processo do avanço e da conquista de direitos coletivos, legais e reprodutivos das mulheres, que há décadas reivindicam e empenham-se em prol da disrupção de ideais e crenças antigos em relação ao que é entendido como seu papel social (Wolf, 2002). Por estruturalmente a cultura ocidental ser baseada na estratificação binária de gênero e em suas diferenciações fisicamente aparentes e biologicamente superficiais (Oyěwùmí, 2021), mulheres e homens podem vir a possuir percepções diferentes e por vezes conflitantes da manifestação da vida cotidiana. A ocorrência dessas interpretações divergentes se dá nas mais diversas peculiaridades do habitual e corriqueiro - seja no aspecto relacionado ao mercado de trabalho, ao tempo dedicado à formação acadêmica formal ou às veladas expectativas e exigências sociais relacionadas à aparência física de ambos os sexos. Por o presente trabalho buscar entender de que forma mulheres e homens percebem os impactos e a pressão do padrão de beleza socialmente

construído nas suas rotinas, previamente são necessárias as discussões de como é formado o conceito de “belo” e a que estereótipos ambos os gêneros estão submetidos, para então traçar de que forma o mercado da estética se manifesta no cotidiano de mulheres e homens.

É interessante a reflexão que leva a perceber como estão intrinsecamente relacionadas a mulher e sua aparência física no contexto cultural ocidental, no que tange a maior valorização social e econômica desta quando mais alinhada ao padrão de beleza vigente ela se encontra. Ao fazer uma interpretação histórica, essa relação possui uma trajetória ascendente e mais interconectada principalmente a partir da Revolução Industrial, que ao enfraquecer a unidade de trabalho da família como principal eixo socioeconômico de participação feminina, possibilitou o declínio da mística feminina e a substituiu pela valorização do mito da beleza e da mulher “bela”, que possuem a finalidade de cumprir o papel de controle social que a domesticidade feminina previamente desempenhava, e antes desta os mitos da maternidade, castidade e passividade (Wolf, 2002).

Vilhena, Medeiros e Novaes (2005, pág. 112) de maneira assertiva fazem a relação de que “A imagem da mulher se justapõe com a de beleza e, como segundo corolário, à de saúde e juventude”. Com esse entendimento, constrói-se a ideia de que a imagem da mulher, que deve estar em acordo com os correntes padrões de beleza, é pré-condição para o prestígio feminino na sociedade e é condição determinante para a satisfação da condição de ser mulher; ainda, a ideia de beleza se confunde e é entendida como sinônimo de saúde e juventude, no tocante às representações do corpo feminino (Vilhena; Medeiros; Novaes, 2005).

Os ideais de cultura de massa no contexto ocidental são criação e produto do processo de invenção midiática do real e da estetização da realidade (Vilhena; Medeiros; Novaes, 2005). Esse processo coloca a representação e a imagem pessoal em centralidade nas relações sociais e econômicas, de modo que o que é considerado belo (e conseqüentemente mais inserido nos padrões de beleza vigentes) se consolida como possuidor intrínseco de valor. Wolf alerta que:

A “beleza” é um sistema monetário semelhante ao padrão-ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. Ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo as quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriaram (Wolf, 2002, p. 15).

Justamente por conta da concepção de que a biologia e o corpo físico fornecem a lógica para a organização da esfera social no ocidente (Oyèwùmí, 2021), o sujeito passa a ser incluído como um produto a ser divulgado, de forma que a imagem passa a ser a característica

fundamental e essencial que determina a valorização especialmente das mulheres. O que foi preciso construir para a consolidação dessa dinâmica foi um padrão de beleza inalcançável e periodicamente mutável, para que seja possível reinventá-lo e manter os agentes socioeconômicos reféns do mercado da beleza, o que é consequência de uma necessidade cultural, econômica e estrutural do poder contemporâneo de subjugamento feminino (Wolf, 2002).

Adicionalmente, esse funcionamento só se torna possível na medida em que universalismos são considerados verdades absolutas e padrões de beleza criam raízes na cultura de massa, apesar de todo multiculturalismo que a globalização vicejou. Conceitualmente, beleza é algo subjetivo e dependente de fatores histórico-culturais, estando, imagina-se, seguramente afastada de qualquer tentativa de universalização e padronização. Como dessa forma o que é entendido como belo não serve às instituições masculinas e à perpetuação de seu poder institucional (Wolf, 2002), o conceito de beleza é subvertido a um fator determinante que rege o comportamento coletivo e individual, norteador de tomadas de decisão e criando padrões físicos aplicáveis a todas e todos.

4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

De forma a agregar no desenvolvimento da investigação da questão central do presente trabalho, que se concentra na intrincada relação existente entre gênero, padrão de beleza e economia, um questionário de elaboração própria de 17 questões objetivas (conforme apêndice) foi disponibilizado para a comunidade acadêmica da graduação da Faculdade de Ciências Econômicas (FCE) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Através da ferramenta do *WhatsApp*, durante as duas primeiras semanas de agosto/2023 foi encaminhado um questionário de pesquisa para os grupos online pertencentes à comunidade “FCE UFRGS”, com o objetivo de agregar dados de origem qualitativa ao trabalho de conclusão de curso em Ciências Econômicas. O universo amostral escolhido para o desenvolvimento da pesquisa se deu entre alunos de graduação do DERI/UFRGS em função da familiaridade da autora com esse público e da hiperracionalidade econômica que é observada principalmente entre estudantes de graduação das Ciências Econômicas.

Apesar de o machismo estrutural e o patriarcado serem notória e amplamente entendidos como ferramentas essenciais ao funcionamento da sociedade de classes como a entendemos hoje (Hartmann, 1979), seus mecanismos, que colaboram com a subordinação da mulher e sua marginalização (Carrasco, 1999), por vezes não são interpretados ou percebidos pelos agentes econômicos. As perguntas dispostas no questionário foram desenvolvidas de forma a contribuir ao propósito de entender e elucidar de que forma são apreendidas e constatadas as conexões e intersecções entre gênero, padrão de beleza e renda entre o público universitário de uma universidade pública federal, de forma a tornar hábil traçar interrelações entre as ciências econômicas e a questão de gênero e seus subseqüentes desfechos.

A problemática da presente pesquisa possui como foco a percepção subjetiva e singular da realidade, das esferas que a compõem e dos mecanismos intrínsecos ao funcionamento do modo de produção e da cultura ocidentais, que é única para cada agente econômico. Por pretender discutir o intrincado nexos entre panoramas antes vistos como desconectados - economia e gênero (Motta, 2021) -, é entendido como importante e essencial que o mecanismo de pesquisa e de obtenção de dados seja disponibilizado para uma população minimamente controlada.

O questionário, apesar de não possuir divisão formal em tópicos, pode ser desmembrado em quatro grandes momentos: a primeira segmentação, que abrange as questões de 1 a 4, visa mapear o perfil dos respondentes do instrumento de pesquisa; a segunda seção, que engloba os questionamento de 5 a 11, busca entender a percepção que os indivíduos possuem sobre

padrões de beleza, enquadramento estético e como esses se encaixam em suas respectivas realidades e estilos de vida; as questões de 12 a 15, que informalmente compõe o terceiro grande tópico, intentam-se a verificar as possíveis relações entre intervenções cirúrgicas e estéticas e gênero; por fim, a quarta e última seção, composta pelas interrogações de número 16 e 17, buscam estimar os gastos mensais que os agentes econômicos despendem com serviços e produtos relacionados a cuidado pessoal. Dessa forma, o questionário torna-se hábil a enquadrar quatro temáticas a serem investigadas e posteriormente analisadas: a amostragem que determina o perfil do público da pesquisa, a percepção individual da absorção de padrões estéticos, a intersecção de ideal de beleza e gênero e, por fim a associação entre gênero, renda e padrão de beleza.

Após a finalização do período de coleta de dados da pesquisa, as informações geradas foram organizadas e investigadas no presente trabalho na seção cinco, referente à análise dos resultados da pesquisa. Como material de apoio na organização dos dados, os resultados da pesquisa foram extraídos para formato Excel e explorados na plataforma da Microsoft.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

O questionário foi disponibilizado em grupos online pertencentes à comunidade “FCE UFRGS” no aplicativo WhatsApp, atingindo aproximadamente 330 estudantes da graduação. A partir desse universo, foram obtidas 41 respostas válidas que compõem o corpo amostral qualitativo do presente instrumento de pesquisa, o que representa aproximadamente 12% da população amostral.

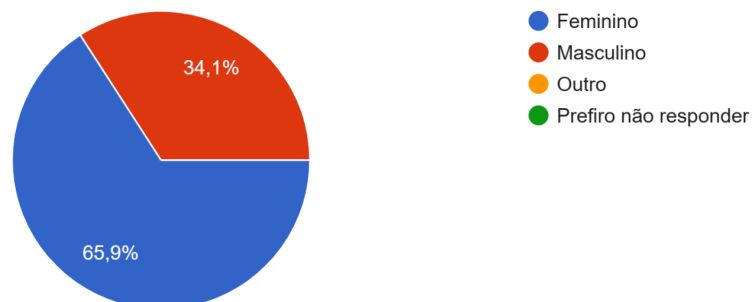
As primeiras três perguntas do questionário foram elaboradas de forma a possibilitar o traçado do perfil dos respondentes. Esse tópico do instrumento de pesquisa, que permite formular a perfilação dos indivíduos, foi usado para estabelecer conexões de análise com as demais respostas e, dessa maneira, de forma facilitada, realizar uma investigação aprofundada sobre qual perfil sente mais fortemente o impacto dos efeitos da pressão estética - incluindo-se aqui interseccionalidades de gênero, idade e renda. Ter esse traçado torna possível analisar o cerne da economia moderna e a sua problemática: o agente econômico não possui um *mindset* uniforme e o equilíbrio de mercado é uma situação talvez utópica, uma vez que os agentes não tomam decisões baseados somente nos seus próprios interesses, como discorre a microeconomia clássica (Varian, 2003).

O retorno das respostas do questionário indicou que o público que se identifica com o gênero feminino compõe a maioria dos respondentes da pesquisa, representando 65,9% da amostragem, enquanto o masculino representa os restantes 34,1%. Não houve respostas divergentes a estas, como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 - Distribuição por gênero dos participantes da pesquisa

2. Com qual gênero você se identifica?

41 respostas



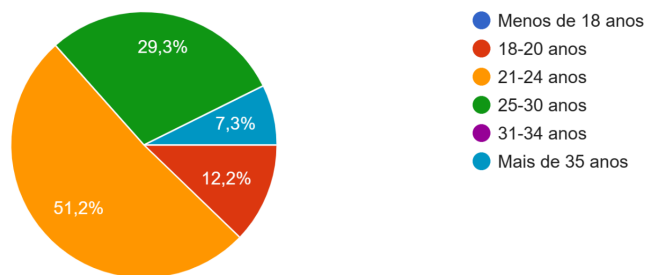
Fonte: Dados de Pesquisa.

Aliado ao Gráfico 1 no mapeamento do perfil dos respondentes, o Gráfico 2 exibe a informação etária dos respondentes da pergunta. O questionário atingiu um público diverso em idade, indo dos 18 até mais de 35 anos, sendo que a maioria das respostas é formada por pessoas da faixa etária dos 21 aos 24 anos de idade, que compõem 51,2% das respostas, como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 - Distribuição por idade dos participantes da pesquisa

3. Qual a sua idade?

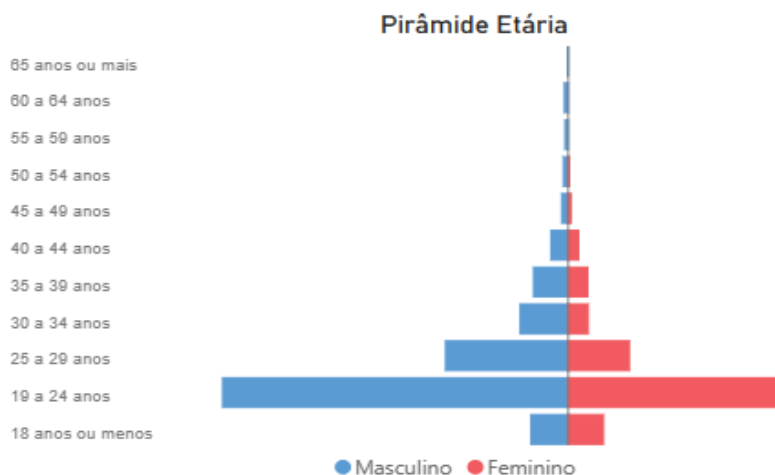
41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Esse dado pode ser correlacionado com o fato de a pesquisa ter tido veiculação voltada ao público estudantil de graduação da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, que possui 56,8% dos seus alunos de graduação com idade entre 19 e 24 anos (UFRGS, 2023), conforme exibe o Gráfico 3. Apesar disso, o questionário possuiu mais respondentes do gênero feminino do que masculino, de encontro com as informações do painel de dados dos alunos de graduação da FCE, que possui maioria masculina em todas as faixas etárias.

Gráfico 3 - Distribuição por idade e gênero dos estudantes de graduação da FCE/UFRGS

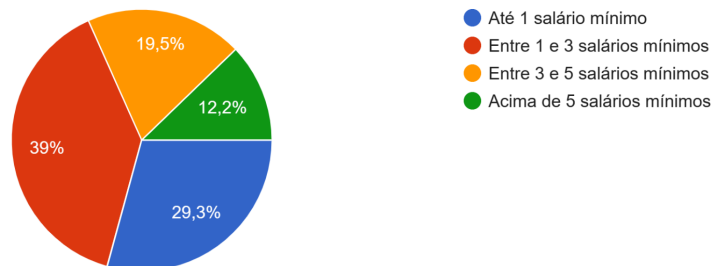


Fonte: Ufrgs (2023).

Concluindo o mapeamento do perfil dos respondentes, a terceira pergunta desse bloco, que discorre a respeito da renda pessoal mensal (não familiar), aponta que a maioria dos respondentes possui rendimentos na faixa entre 1 e 3 salários-mínimos, representando 39% das respostas, como mostra o Gráfico 4. Segundo a Câmara dos Deputados, o salário-mínimo atualizado em maio de 2023 corresponde a R\$1.310, de forma que a resposta majoritária dos respondentes também pode ser lida como renda entre R\$1.310 e R\$3.960 (Medida 1172/23). O IPEA informa que a renda média brasileira em 2023 é de R\$2.900 (IPEA, 2023), de forma que a maioria do público que respondeu ao questionário desenvolvido para essa pesquisa possui rendimentos que orbitam a renda média do Brasil.

Gráfico 4 - Distribuição por renda dos participantes da pesquisa

4. Qual a sua renda pessoal mensal?
41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A partir das informações ilustradas e trazidas pelos gráficos acima, o perfil do respondente do questionário pode ser traçado e identificado: mulher entre 18 e 24 anos que possui renda pessoal mensal entre 1 e 3 salários mínimos. Mesmo com essa perfilação, pode-se notar que o tema respectivo ao mercado da beleza e sua intersecção com gênero é assunto que interessa pessoas dos gêneros feminino e masculino, de diversas idades e de rendas variadas, o que mostra a democratização da questão de gênero.

A partir da extração do questionário para o formato de planilha e da criação de uma Tabela Pivot, foi possível fazer uma análise com distinção de gênero e pontuar as diferenças entre as respostas de mulheres e homens. Com as possibilidades apresentadas pela ferramenta de Tabela Pivot, verificou-se a distribuição de renda dos respondentes do questionário a partir do recorte de gênero e foram encontrados os resultados apresentados na Tabela 1. Verificou-se

que 41% das mulheres que participaram da pesquisa possuem como renda pessoal mensal o montante de até 1 salário-mínimo (até R\$1.310 em 2023, segundo dados da Câmara dos Deputados), em relação a 7% dos respondentes homens. Ainda, 11% das mulheres que participaram do questionário possuem renda pessoal mensal acima de 5 salários-mínimos, enquanto a relação para homens é de 14%.

Tabela 1 - Distribuição de renda pessoal mensal segundo diferenciação de gênero

Qual a sua renda mensal?	Feminino	Masculino	Total	%Feminino	% Masculino
Até 1 salário-mínimo	11	1	12	41	7
Entre 1 e 3 salários-mínimos	9	7	16	33	50
Entre 3 e 5 salários-mínimos	4	4	8	15	29
Acima de 5 salários-mínimos	3	2	5	11	14
Total	27	14	41	100	100

Fonte: Dados de Pesquisa.

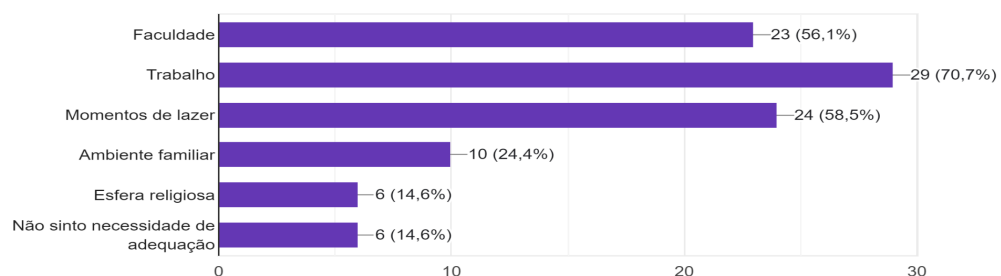
A partir dessa etapa, o questionário tem as perguntas voltadas para questões acerca das assimilações pessoais sobre adequação a padrões estéticos, peso corporal e envelhecimento. As perguntas de 5 a 11 buscam traçar a percepção dos respondentes sobre padrões de beleza, enquadramento estético e como esses se encaixam em suas realidades e estilos de vida.

A pesquisa trouxe o retorno de que a maioria dos respondentes (70%) vê o ambiente profissional como sendo um local onde é sentida a pressão de adequação a padrões estéticos, seguido pelos ambientes de lazer (58%) e pela faculdade (56%), conforme mostra o Gráfico 5, abaixo.

Gráfico 5 - Distribuição da relação entre ambiente e necessidade de adequação a padrões estéticos dos participantes da pesquisa

5. Em quais ambientes você sente a necessidade de adequação a padrões estéticos? Assinalar todas as alternativas que se enquadram.

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Wolf (2002) entende que, com o ingresso massivo de mulheres no mercado de trabalho após a Segunda Guerra Mundial e principalmente na década de 1980, a “beleza” deixou de ser uma forma simbólica de moeda de troca e passou a ser o próprio dinheiro. A autora discorre que:

Na época em que o movimento das mulheres abria caminhos no mercado de trabalho, tanto elas quanto os homens já tinham se acostumado com o fato de a beleza ser avaliada como um bem. [...] À medida que as mulheres iam exigindo acesso ao poder, esta estrutura recorreu ao mito da beleza para prejudicar de modo substancial o progresso das mulheres. (Wolf, 2002, p. 25)

A beleza ascende como um conceito estreitamente associado ao profissionalismo e portanto necessário para o sucesso profissional de mulheres e homens, e essa reação da estrutura de poder corrobora com a manutenção da própria sobrevivência do sistema (Wolf, 2002). Harriet Taylor e John Stuart Mill (2006) escrevem sobre a dificuldade da inserção da mulher no mercado de trabalho e o papel da estrutura de poder vigente nos seguintes termos:

Acreditamos que as inaptidões que lhes são atribuídas em outros fronts têm o intuito de manter sua subordinação à vida doméstica; porque as pessoas do sexo masculino ainda não conseguem tolerar a ideia de conviver com uma igual. [...] A razão apresentada naquela época não era a inaptidão das mulheres, mas o interesse da sociedade, leia-se o interesse dos homens: assim como a *raison d'état* (razão de Estado), que significa a conveniência do governo, e o apoio da autoridade vigente [...] (Mill; Taylor 2006, p. 81)

Mesmo com os percalços impostos no mercado formal de trabalho, que o incluem e vão além dele, as mulheres, que representam 50% da população mundial, cumprem quase dois terços do total das horas de trabalho, recebem aproximadamente um décimo da renda mundial e possuem menos de 1% das propriedades, conforme constata Wolf (2002) num levantamento de dados corroborado pelo Relatório da Conferência Internacional das Nações Unidas para a Década das Mulheres. O trabalho invisível (também chamado de trabalho doméstico e de não remunerado) faz parte dessa carga horária de trabalho da mulher e se soma às suas atribuições do mercado de trabalho remunerado, de forma a sobrecarregá-las com uma dupla jornada. Mesmo com adições na carga de trabalho, brechas na estrutura de poder foram encontradas e o mercado formal teve vagas ocupadas por mulheres, que reagiu com a adição do mito da beleza como forma de refrear esse avanço. Apesar de possuírem carga de trabalho maior que os homens, em 2019 no Brasil homens tiveram rendimento médio mensal 28,7% maior do que mulheres, segundo a PNAD contínua (Barros, 2020).

A partir da criação da Tabela Pivot com os dados das respostas do questionário, verificou-se que, do total de 29 marcações na opção “Trabalho” da pergunta número 5 do instrumento de pesquisa, 18 marcações foram feitas por mulheres (62% do total), em detrimento de 11 feitas por homens (38%), conforme mostra a Tabela 2.

Tabela 2 - Distribuição das respostas da relação entre ambiente de trabalho e necessidade de adequação estética com distinção de gênero

Em quais ambientes você sente a necessidade de adequação a padrões estéticos? Assinalar todas as alternativas que se enquadram.	Feminino	Masculino	Total	%Feminino	%Masculino
Trabalho	18	11	29	62%	38%
Total	27	14	41	100%	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

Ainda fazendo uso dos recursos da Tabela Pivot, foi possível traçar comparações entre o sentimento de necessidade de adequação a padrões estéticos em diferentes ambientes de mulheres e homens a partir de suas diferentes respostas ao questionário. A Tabela 3 mostra que a maioria das mulheres (22% das respostas) selecionou que sente maior necessidade de adequação na faculdade, no trabalho, em momentos de lazer e no ambiente familiar, enquanto a maioria dos homens (21% das respostas) sente necessidade de adequação apenas no ambiente de trabalho.

Tabela 3 - Distribuição das respostas da relação entre ambiente e necessidade de adequação estética com distinção de gênero

Em quais ambientes você sente a necessidade de adequação a padrões estéticos? Assinalar todas as alternativas que se enquadram.	Feminino	Masculino	Total	%Feminino	%Masculino
Esfera religiosa	1	0	1	4%	0%
Faculdade	0	1	1	0%	7%
Faculdade, Trabalho	3	2	5	11%	14%
Faculdade, Trabalho, Momentos de lazer	4	2	6	15%	14%
Faculdade, Trabalho, Momentos de lazer, Ambiente familiar	6	1	7	22%	7%
Faculdade, Trabalho, Momentos de lazer, Ambiente familiar, Esfera Religiosa	2	0	2	7%	0%

Faculdade, Trabalho, Momentos de lazer, Esfera religiosa	1	1	2	4%	7%
Não sinto necessidade de adequação	5	1	6	19%	7%
Trabalho	1	3	4	4%	21%
Trabalho, Momentos de lazer	0	1	1	0%	7%
Trabalho, momentos de lazer, Ambiente familiar	0	1	1	0%	7%
Trabalho, Momentos de lazer, Esfera religiosa	1	0	1	4%	0%
Total	27	14	41	100%	100%

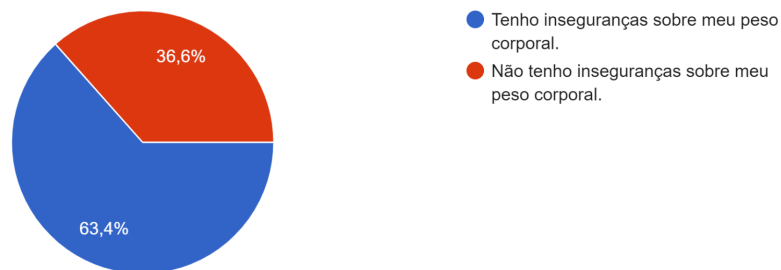
Fonte: Dados de Pesquisa.

Na sequência do questionário, levantou-se a questão acerca da relação dos respondentes com seus respectivos pesos corporais. Verificou-se que a maioria (63,4%), conforme mostra o Gráfico 6, possui liame de insegurança com seu peso.

Gráfico 6 - Distribuição da relação com peso corporal dos participantes da pesquisa

6. Qual a sua relação com seu peso corporal?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A partir das respostas do questionário, foi possível explorar de que forma se dá a relação com peso corporal para os diferentes gêneros. A Tabela 4 mostra que enquanto a maioria das mulheres (74%) possuem inseguranças relacionadas ao tópico, a maioria dos homens (57%) não possui inseguranças da mesma natureza. Com a generificação dos resultados da pesquisa, é possível inferir que insegurança com imagem pessoal é uma questão que atinge de forma mais recorrente a mulheres do que a homens.

Tabela 4 - Distribuição da relação com peso corporal dos participantes da pesquisa com distinção de gênero

Qual a sua relação com seu peso corporal?	Feminino	Masculino	Total	%Feminino	%Masculino
Não tenho inseguranças sobre meu peso corporal	7	8	15	26%	57%
Tenho inseguranças sobre meu peso corporal	20	6	26	74%	43%
Total	27	14	41	100%	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

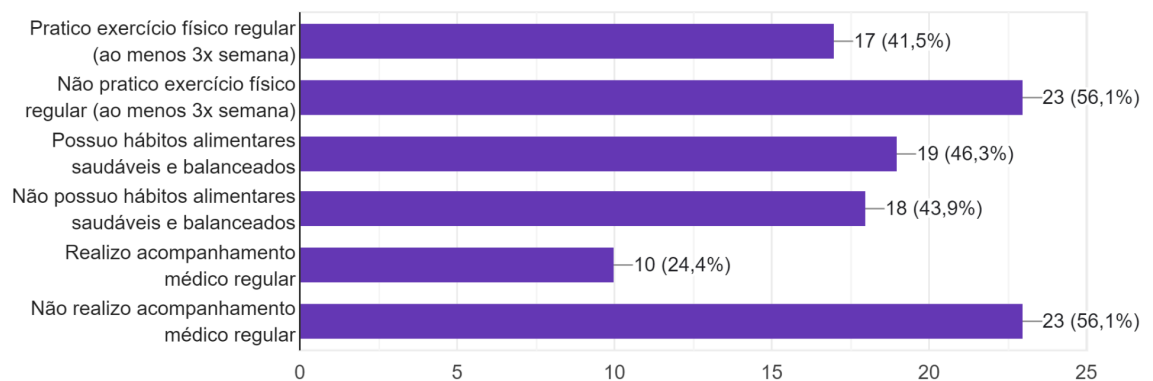
A fim de complementar o entendimento da relação da amostragem com seu peso corporal, foi levantado o questionamento acerca do estilo de vida dos respondentes. A pergunta a seguir, de número 7, teve também como objetivo suscitar a questão de a preocupação estética estar acima da manutenção de hábitos saudáveis, de forma a tornar os ideais culturais de beleza prioridade em relação ao bom funcionamento do corpo.

O Gráfico 7 mostra que a maioria dos respondentes não pratica exercício físico regular (56,1%), em oposição aos 17 que responderam realizar atividade física ao menos três vezes na semana (41,5%). Além disso, a questão mostra que, apesar de a maioria manter hábitos alimentares saudáveis e balanceados (46,3% em relação a 43,9% que não os mantêm), também a maioria não realiza acompanhamento médico regular (56,1%).

Gráfico 7 - Distribuição do estilo de vida dos participantes da pesquisa

7. Assinale as alternativas que mais se assemelham ao seu estilo de vida:

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda, através de suas diretrizes sobre atividade física e comportamento sedentário, que adultos na faixa etária dos 18 aos 64 anos mantenham uma rotina de realização de exercícios físicos aeróbicos moderados a vigorosos por 150 a 300 minutos semanais, o que corresponde a aproximadamente 3 dias da semana com atividades de fortalecimento de ossos e músculos (Camargo; Añez, 2020). A OPAS (Organização Pan-Americana de Saúde) informa que atividade física regular previne inúmeras complicações de saúde, entre elas doenças cardíacas e diabetes, além de reduzir sintomas de doenças de cunho psicológico, como ansiedade e depressão (OPAS, 2020).

Mesmo com as orientações acerca do comportamento sedentário desenvolvidas pela OMS, a maioria daqueles que participaram do questionário de elaboração própria, desenvolvido a fim de atingir os objetivos deste trabalho, e que não possui em sua rotina a prática de exercícios físicos regulares (ao menos 3x na semana) são mulheres. Estas correspondem a 66% das respostas totais, conforme mostra a Tabela 5. Diferentemente, homens que não praticam regularmente exercícios físicos correspondem a 34% das respostas totais.

Tabela 5 - Distribuição de prática regular de exercício físico com distinção de gênero

Assinale as alternativas que mais se assemelham ao seu estilo de vida	Feminino	Masculino	Total	%Feminino	%Masculino
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x na semana)	27	14	41	66%	34%
Total	27	14	41	100%	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

A essas orientações soma-se o fato de que, segundo o Conselho Nacional de Saúde (CNS, 2023), o Brasil é o país com o maior número de pessoas com transtorno de ansiedade, atingindo aproximadamente 9% da população. O Ministério de Saúde do Brasil aponta que 15,5% da população brasileira conta com a prevalência de depressão ao longo da vida (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2023), sendo que esta pode ser vista em até 20% das mulheres e 12% para homens.

Além de serem maioria com prevalência de doenças mentais, os transtornos alimentares, que também são doenças de cunho psicológico, acometem de forma mais frequente mulheres

em relação a homens (INPA, 2023). Dados mostrados pelo Instituto de Psicologia Aplicada (INPA, 2023) apontam que a anorexia nervosa afeta 1% da população feminina mundial, enquanto a bulimia atinge 5% das mulheres do mundo. O mesmo artigo mostra que, para cada 1 homem com transtorno alimentar, há 9 mulheres na mesma situação, e que o culto da magreza possui forte correlação com esses números.

Aliando os dados com os resultados apresentados pelo questionário, pode-se inferir que a questão de insegurança em relação ao peso corporal pende mais às pressões estéticas reiteradas culturalmente pela sociedade do que à preocupação com saúde física e mental. Wolf (2002) escreve que:

[...] as mulheres sentem culpa em relação à gordura, porque reconhecemos implicitamente que, sob o domínio do mito, nosso corpo não pertence à nós, mas à sociedade, que a magreza não é uma questão de estética pessoal e que a fome é uma concessão social exigida pela comunidade. (Wolf, 2002, p. 247)

A anorexia, bulimia e o moderno emagrecimento feminino podem ser percebidos como consequências das ferramentas de natureza política que visam colaborar com a restrição da liberdade econômica das mulheres. Wolf (2002) aponta que, em pesquisa desenvolvida pela revista *Glamour*, as participantes, em sua maioria, escolheram como objetivo mais desejado a perda de 5 a 8 quilos, em detrimento do sucesso no trabalho. A pressão social em detrimento da estética acaba impactando de forma severa, negativa, e aguda a renda e a saúde da mulher moderna, na medida em que entram a ascensão profissional e mascaram a busca incessante pelo visual estético com a demanda por um corpo saudável.

Complementando as orientações e informações acima dispostas, a Tabela 6 mostra que a maioria das mulheres que respondeu ao questionário (26%) não pratica exercício físico regular (ao menos 3x na semana), não possui hábitos alimentares saudáveis e não realiza acompanhamento médico regular. Diferentemente, a Tabela 6 ainda mostra que a maioria dos homens participantes da pesquisa (21%) pratica exercício físico regular (ao menos três vezes na semana), mas não possui hábitos alimentares saudáveis e não realiza acompanhamento médico regular.

Tabela 6 - Distribuição de estilo de vida com distinção de gênero

Assinale as alternativas que mais se assemelham ao seu estilo de vida:	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Não realizo acompanhamento médico regular	1		1	4%	0%
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados		1	1	0%	7%
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Não realizo acompanhamento médico regular	7	2	9	26%	14%
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Realizo acompanhamento médico regular	3		3	11%	0%
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados	1	1	2	4%	7%
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Não realizo acompanhamento médico regular	5	1	6	19%	7%
Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Realizo acompanhamento médico regular	2		2	7%	0%
Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana)	2	2	4	7%	14%
Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Não realizo acompanhamento médico regular	1	2	3	4%	14%
Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Realizo acompanhamento médico regular	1		1	4%	0%
Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados		1	1	0%	7%
Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Não realizo acompanhamento médico regular	1	3	4	4%	21%
Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana), Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados, Realizo acompanhamento médico regular	3	1	4	11%	7%
Total	27	14	41	100%	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

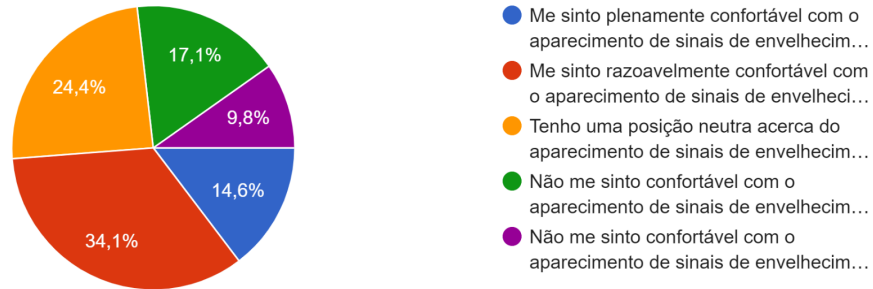
No seguimento, o questionário traz perguntas que englobam o processo natural do envelhecimento. As questões buscam elucidar a percepção individual dos participantes acerca do aparecimento de sinais de envelhecimento não precoce, da relação envelhecimento e procedimentos estéticos e dos espaços sociais que mulheres e homens ocupam (ou deixam de ocupar) com o passar do tempo.

A questão 8, que reflete sobre a assimilação individual dos participantes da pesquisa do processo natural de envelhecimento, permitiu verificar que o público amostral se divide quase que igualmente entre os que se sentem confortáveis com o aparecimento de sinais de envelhecimento não precoce com aqueles que não entendem como agradável o mesmo processo. O Gráfico 8 mostra a relação descrita:

Gráfico 8 - Distribuição da percepção sobre aparecimento de sinais de envelhecimento não precoce dos participantes da pesquisa

8. Qual a sua percepção acerca do aparecimento de sinais de envelhecimento não-precoce (flacidez, cabelos brancos, rugas e sinais de expressão)?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A partir da diferenciação das respostas com base no gênero, foi possível perceber que a maioria das mulheres participantes da pesquisa (37%) se sente razoavelmente confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento, enquanto a maioria dos homens respondentes (36%) se sente desconfortável em relação ao mesmo tópico, conforme mostra a Tabela 7. Ainda, o tratamento das respostas do questionário permitiu ver que, enquanto nenhum homem que participou da pesquisa busca métodos de retardar o processo natural do envelhecimento, 15% das mulheres participantes o fazem.

Tabela 7 - Distribuição da percepção sobre aparecimento de sinais de envelhecimento não precoce com distinção de gênero

Qual a sua percepção acerca do aparecimento de sinais de envelhecimento não-precoce (flacidez, cabelos brancos, rugas e sinais de expressão)?	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Me sinto plenamente confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento.	4	2	6	15%	14%
Me sinto razoavelmente confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento.	10	4	14	37%	29%
Não me sinto confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento e busco métodos de retardar esse processo.	4		4	15%	0%
Não me sinto confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento.	2	5	7	7%	36%

Tenho uma posição neutra acerca do aparecimento de sinais de envelhecimento.	7	3	10	26%	21%
Total	27	14	41	100%	100%

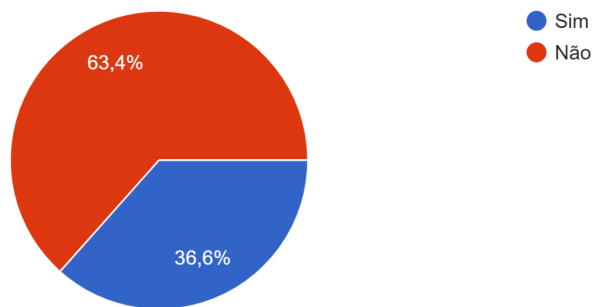
Fonte: Dados de Pesquisa.

No seguimento verificou-se que, para a amostragem que respondeu ao questionário, maior idade e realização de procedimentos estéticos não estariam necessariamente correlacionados. Infere-se tal entendimento visto que 63,4% dos participantes responderam que, com o passar do tempo, não teve gastos maiores com intervenções em prol da estética, conforme mostra o Gráfico 9.

Gráfico 9 - Distribuição dos gastos com procedimentos estéticos com o passar dos anos dos participantes da pesquisa

9. Você acha que com o passar dos anos você gastou mais com procedimentos e intervenções estéticas?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A partir de uma análise generificada, foi possível perceber que ambos mulheres e homens respondentes da pesquisa perceberam que com o passar dos anos não houve um aumento de gasto pessoal com procedimentos e intervenções estéticas, conforme mostra a Tabela 8.

Tabela 8 - Distribuição da percepção gasto com procedimentos estéticos com distinção de gênero

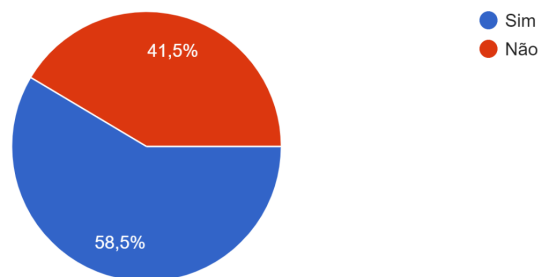
Você acha que com o passar dos anos você gastou mais com procedimentos e intervenções estéticas?	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Não	16	10	26	59%	71%
Sim	11	4	15	41%	29%
Total	27	14	41	100%	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

Sincronicamente, os respondentes possuem a percepção de que, com o passar dos anos, as pressões estéticas são sentidas de maneiras mais acentuadas e persistentes, conforme mostra o Gráfico 10. Esse entendimento sugere que há a possibilidade de uma relação entre envelhecimento e inadequação a padrões estéticos de beleza

Gráfico 10 - Distribuição da percepção entre passar do tempo e padrões estéticos dos participantes da pesquisa

10. Você se sente mais pressionada/o a corresponder a padrões estéticos com o passar do tempo?
41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A partir de uma análise com distinção de gênero dos resultados da pergunta, nota-se que o sentimento de pressão e adequação a padrões de beleza com o passar do tempo é uma relação sentida principalmente por mulheres. Os dados da pesquisa mostram, através da Tabela 9, que enquanto 74% das mulheres responderam que sentem um vínculo entre maior pressão estética e envelhecimento, apenas 29% dos homens possuem a mesma sensação - em detrimento dos 71% que não percebem a amarra entre ambos os fatores.

Tabela 9 - Distribuição da percepção entre passar do tempo e padrões estéticos com distinção de gênero

Você se sente mais pressionada/o a corresponder a padrões estéticos com o passar do tempo?	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Não	7	10	17	26%	71%
Sim	20	4	24	74%	29%
Total	27	14	41	100%	100%

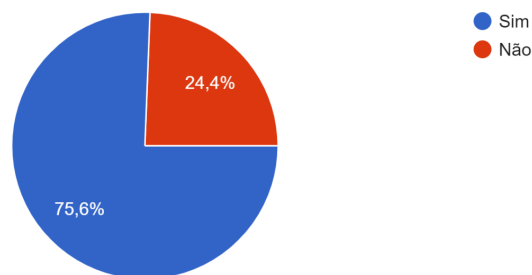
Fonte: Dados de Pesquisa.

A essa pergunta, alia-se a próxima, que teve como objetivo avaliar a percepção da relação entre envelhecimento e oportunidades sociais e de convívio, e como ela se dá. A maioria dos respondentes, conforme mostra o Gráfico 11, entende que o processo de envelhecimento individual leva a uma diminuição dessas ocasiões de convivência e confraternização.

Gráfico 11 - Distribuição da percepção entre oportunidades sociais e envelhecimento dos participantes da pesquisa

11. Na sua opinião, você considera que homens ou mulheres perdem mais oportunidades sociais/convívio quando ocorre o processo de envelhecimento individual?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Segundo uma perspectiva generificada dos resultados da pesquisa, é possível perceber que enquanto a maioria das mulheres (89%) sentem que o processo de envelhecimento vem acompanhado por perdas de oportunidades sociais e de convívio, as respostas dos homens se dividem pela metade, conforme mostra a Tabela 10.

Tabela 10 - Distribuição da percepção entre oportunidades sociais e envelhecimento com distinção de gênero

Você se sente mais pressionada/o a corresponder a padrões estéticos com o passar do tempo?	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Não	3	7	10	11%	50%
Sim	24	7	31	89%	50%
Total	27	14	41	100%	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

Os dados apresentados pelos gráficos 10 e 11, bem como pelas tabelas 09 e 10, que refletem as respostas dos participantes do questionário, mostram que, apesar de que idade e correspondência a padrões de beleza estejam relacionadas e de haver a percepção de que o processo de envelhecimento leva a perdas de oportunidade de convívio social, essa relação não leva a maiores gastos com procedimentos e intervenções estéticas pelo público. De acordo com pesquisa feita em 2018 pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP, 2018), a maioria das cirurgias de natureza estética realizadas foram em pacientes da faixa etária que compreende dos 36 aos 50 anos, representando 36,3% do total, sendo seguida pelo intervalo que compreende as idades de 19 a 35 anos. Esse levantamento corrobora com a sensação de aumento na pressão a adequação estética com o passar dos anos, sentido principalmente por mulheres, apesar de ir de encontro com os dados apresentados pelo Gráfico 9 e pela Tabela 8, que mostram que os respondentes não perceberam um aumento de gastos com intervenções estéticas ao longo dos anos. A essa percepção de contrariedade, pode ser associado o perfil do respondente do questionário, que é, em sua maioria, detentor de uma renda pessoal mensal de até 3 salários-mínimos (68% dos respondentes).

Acerca da problemática do envelhecimento, especificamente sob a percepção feminina, Wolf (2002) alia-a às questões acerca de peso corporal e traz a reflexão de que:

Pelo menos um terço da vida de uma mulher é caracterizado pelo envelhecimento; cerca de um terço do seu corpo é composto de gordura. Esses dois símbolos estão sendo transformados em condições passíveis de cirurgia — para que nós mulheres só nos sintamos saudáveis se formos dois terços do que poderíamos ser. (Wolf, 2002, p. 308)

A autora lembra que o envelhecimento é um processo natural, mas que apesar disso ele não é esperado, visto nem sentido de maneira positiva, mas sim é tido como uma imperfeição

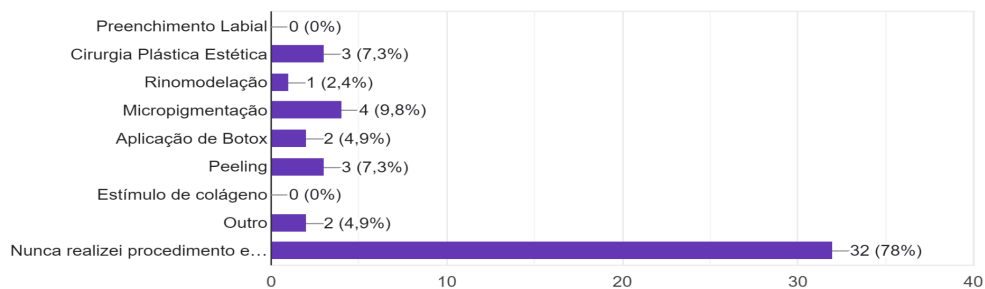
na beleza feminina. Uma definição de beleza favorável às mulheres hoje não existe porque estruturas sociais e econômicas dependem do mito da beleza (Wolf, 2002).

A sequência do questionário adentrou às experiências pessoais dos respondentes com alguns procedimentos estéticos selecionados com base na popularidade de realização no ano de 2018 segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP, 2018). O Gráfico 12 mostra a distribuição de realização de procedimentos estéticos por parte dos participantes da pesquisa, de forma a trazer dados quantitativos para a seção acerca intervenções estéticas. A maioria respondeu que nunca realizou nenhum procedimento de beleza (78%).

Gráfico 12 - Distribuição de procedimentos estéticos realizados pelos participantes da pesquisa

12. Você já realizou algum dos procedimentos estéticos descritos abaixo? Assinalar todas as alternativas que se enquadram.

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

A generificação das respostas do questionário permite ver que procedimentos estéticos não foram realizados pela maioria dos respondentes, tanto por mulheres (70%) quanto por homens (93%), conforme mostra a Tabela 11, abaixo. Analisando para além das porcentagens das respostas totais e analisando os números brutos, a partir da Tabela 11 é possível perceber que apenas 1 homem entre 14 realizou procedimento estético de alguma classe (aplicação de botox), representando 7% do total. Fazendo a mesma análise para as respondentes femininas, com base na Tabela 11, verifica-se que 8 entre 41 mulheres já realizaram pelo menos um procedimento estético de beleza, representando 19% das respondentes.

Tabela 11 - Distribuição de procedimentos estéticos realizados pelos participantes da pesquisa com distinção de gênero

Você já realizou algum dos procedimentos estéticos descritos abaixo? Assinalar todas as alternativas que se enquadram.	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
---	----------	-----------	-------	-----------	------------

Aplicação de Botox		1	1	0%	7%
Cirurgia Plástica Estética	1		1	4%	0%
Cirurgia Plástica Estética, Micropigmentação	1		1	4%	0%
Cirurgia Plástica Estética, Rinomodelação, Aplicação de Botox, Peeling, Outro	1		1	4%	0%
Micropigmentação	2		2	7%	0%
Micropigmentação, Outro	1		1	4%	0%
Nunca realizei procedimento estético	19	13	32	70%	93%
Peeling	2		2	7%	0%
Total	27	14	41	100%	100%

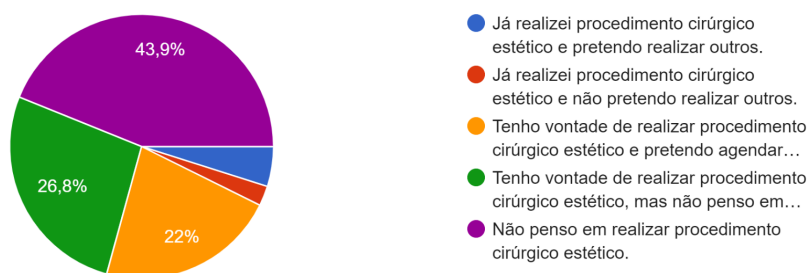
Fonte: Dados de Pesquisa.

Apesar de a maioria dos participantes não ter realizado procedimentos estéticos, o Gráfico 13 mostra que mais da metade dos respondentes possuem a vontade de realizar intervenções de beleza (56%). A outra parcela (44%) respondeu que não há, por sua parte, interesse em passar por procedimentos do tipo. Cabe salientar que, do total de respostas, 27% são referentes aos que possuem a vontade de realizar procedimento cirúrgico estético, mas que não pretendem seguir com o agendamento.

Gráfico 13 - Distribuição da relação com cirurgia plástica dos participantes da pesquisa

13. Qual a sua relação com cirurgia plástica estética?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Os dados apresentados acima podem ser analisados coletivamente, de forma a trazer reflexões mais robustas. Coligando as informações apresentadas pelos gráficos 12 e 13,

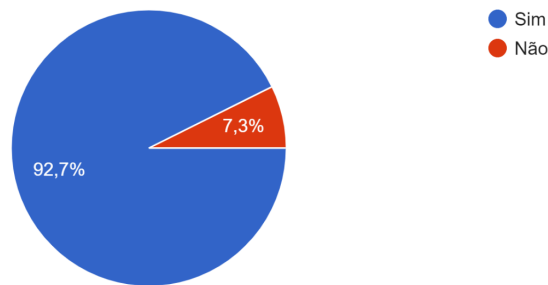
infiere-se que, apesar de a maioria dos respondentes não ter realizado intervenções estéticas de nenhum tipo, há, também na maioria, o desejo de executar procedimentos do tipo.

Fazendo novamente uma distinção por gênero, buscou-se entender a percepção individual de cada respondente sobre a ocorrência de intervenções cirúrgicas estéticas em homens e mulheres, através das perguntas 14 e 15. O Gráfico 14 mostra os resultados da investigação acerca de mulheres do círculo social dos participantes da pesquisa que já realizaram procedimento cirúrgico estético.

Gráfico 14 - Distribuição dos participantes da pesquisa que conhecem mulheres que já realizaram procedimento cirúrgico estético

14. Você conhece alguma mulher que realizou procedimento cirúrgico estético?

41 respostas

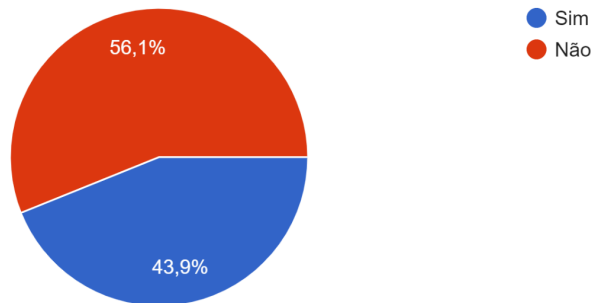


Fonte: Dados de Pesquisa.

O Gráfico 15 faz uma análise semelhante à do Gráfico 14, mas volta-se aos resultados das respostas dos participantes em relação a conhecerem homens que realizaram tais intervenções estéticas. Os dados trazidos pelos gráficos 14 e 15 permitem inferir que, dentro do círculo social da amostragem da pesquisa, cirurgias plásticas são mais comumente realizadas por mulheres do que por homens, uma vez que 93% dos respondentes conhecem mulheres que já realizaram procedimentos cirúrgicos estéticos, enquanto apenas 44% dos participantes conhecem homens que fizeram o mesmo.

Gráfico 15 - Distribuição dos participantes da pesquisa que conhecem homens que já realizaram procedimento cirúrgico estético

15. Você conhece algum homem que realizou procedimento cirúrgico estético?
41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Os dados coletados na pesquisa corroboram com os dados apresentados no relatório anual de 2022 da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica (ISAPS). O documento desenvolvido pela entidade aponta que 85,7% do total de cirurgias plásticas estéticas é realizado em mulheres, apesar de haver um aumento de 18% na quantidade de procedimentos realizados em homens no ano de 2022 em relação a 2021 (ISAPS, 2023).

Ainda, o relatório aponta que o Brasil é o segundo país no mundo que mais realiza cirurgias plásticas, sendo o primeiro na quantidade de cirurgias plásticas estéticas (não reparatórias) no mundo (ISAPS, 2023). Wolf (2002) escreve que a cirurgia plástica é vista, principalmente pelas mulheres, como uma necessidade de alcunha profissional, não pessoal, já que os mecanismos do mercado de trabalho fazem uso da imagem da mulher para transmitir seu papel econômico. A isso é possível associar o sentimento de maior pressão de adequação no ambiente de trabalho, como mostrou o Gráfico 5 anteriormente. A autora ainda escreve que (Wolf, 2002, p. 74):

Os esforços das mulheres pela beleza, e a sua avaliação segundo a beleza e não segundo seu trabalho, proporcionam às mulheres, a cada dia, metáforas das verdadeiras injustiças econômicas que lhes são aplicadas no local de trabalho: benefícios só para algumas, favorecimentos nas promoções, nenhuma segurança no emprego, um plano de pensões que distribui apenas uma fração do capital recolhido pela trabalhadora [...]

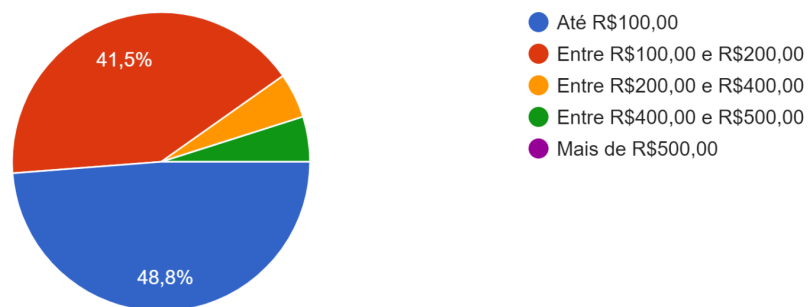
As duas últimas perguntas do questionário buscaram traçar relações entre dispêndio de renda e mercado da beleza, usando os hábitos consumidores dos respondentes como base. O Gráfico 16 mostra que a maior parte do público da pesquisa (49%) tem um gasto mensal de

até R\$100,00 com produtos e serviços de beleza, enquanto o restante (51%) tem gastos mensais acima desse valor.

Gráfico 16 - Distribuição dos gastos mensais médios em R\$ com produtos e serviços de beleza dos participantes da pesquisa

16. Qual a média de valores que você mensalmente destina a produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal (maquiagem, produtos de cuidados c...rpo, salão de beleza, barbearia, depilação, etc)?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Pesquisa desenvolvida pela Nubank que teve como base o ano de 2020 mostrou que o brasileiro possuiu um gasto médio mensal em salões de beleza de R\$90,40 (Nubank, 2022). A empresa financeira ainda noticiou, na mesma reportagem, os gastos médios mensais por gênero: enquanto mulheres investiram cerca de R\$110,40, homens tiveram dispêndio médio de R\$67,10.

O IBGE, através da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-2018, trouxe dados referentes às despesas monetária e não monetária média mensal de homens e mulheres divididos por setores, região e renda familiar. Corroborando com os dados apresentados pela financeira Nubank, a POF de 2017-2018 trouxe a diferença de gasto médio mensal com produtos de higiene e cuidados pessoais de mulheres e homens, mostrando que elas dispendem quase que o dobro que homens no setor. No período, mulheres tiveram gastos mensais médios com produtos e serviços do mercado da beleza no valor de R\$58,71, enquanto homens, para o mesmo setor e mesmo período, gastaram em média R\$38,35 (POF, 2019).

A partir das respostas do questionário e da análise destas através da distinção de gênero, é possível ver o espelho das pesquisas desenvolvidas pela Nubank e pelo IBGE. A Tabela 12 mostra que gastos de até R\$100 mensais com produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal

são os mais recorrentes entre as mulheres e os homens que responderam o questionário elaborado com fins de agregar ao presente trabalho, representando 44% das respostas entre o público feminino e 57% entre o masculino. Na sequência de gastos, 41% das mulheres responderam que gastam mensalmente com o mercado da estética entre R\$100 e R\$200, em detrimento de 43% dos homens. Ainda, 14% das mulheres possuem gastos mensais com produtos e serviços de beleza que ultrapassam R\$200, em relação a nenhum homem que dispense o mesmo montante. Com os dados evidenciados pela tabela, é possível inferir que a maioria dos homens participantes da pesquisa (57%) responderam que gastam até R\$100 mensais com o mercado da estética, enquanto a maioria das mulheres (55%) respondeu que, para o mesmo setor, possui gastos mensais superiores a R\$100.

Tabela 12 - Distribuição dos gastos mensais médios em R\$ com produtos e serviços de beleza com distinção de gênero

Qual a média de valores que você mensalmente destina a produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal (maquiagem, produtos de cuidados com a pele e corpo, salão de beleza, barbearia, depilação, etc)?	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Até R\$100,00	12	8	20	44%	57%
Entre R\$100,00 e R\$200,00	11	6	17	41%	43%
Entre R\$200,00 e R\$400,00	2		2	7%	0%
Entre R\$400,00 e R\$500,00	2		2	7%	0%
Total	27	14	41	100%	100%

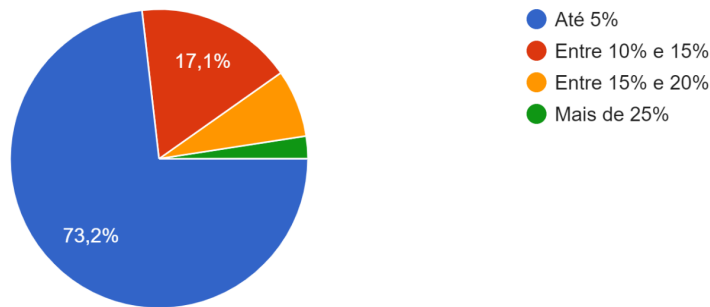
Fonte: Dados de Pesquisa.

Por fim, o Gráfico 17, de forma semelhante, traz informações referentes à relação de renda e mercado estético, porém em termos de porcentagem da renda dos participantes da pesquisa. A pergunta teve como objetivo entender qual o nível de prioridade que produtos e serviços de beleza ocupam na organização financeira da amostragem. A distribuição das respostas, ilustradas pelo gráfico, mostra que a maior parte dos respondentes (73%) possui gastos que equivalem a até 5% de sua renda pessoal mensal com a indústria da beleza; a essa fatia vê-se na sequência os que direcionam entre 10% e 15% da renda mensal a esse mercado, conforme aponta o Gráfico 17.

Gráfico 17 - Distribuição dos gastos mensais médios em % de renda com produtos e serviços de beleza dos participantes da pesquisa

17. Qual a porcentagem média da sua renda mensal você destina a produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal (maquiagem, produtos de cuidados c...rpo, salão de beleza, barbearia, depilação, etc)?

41 respostas



Fonte: Dados de Pesquisa.

Ainda segundo os dados coletados da pesquisa de elaboração própria e a partir de uma distinção por gênero das respostas obtidas, é possível verificar que a maioria dos participantes homens, representando 93% das respostas masculinas, possuem gastos relativos de até 5% da sua renda pessoal mensal, enquanto para as participantes mulheres esse percentual baixa para 63%, conforme mostra a Tabela 13. Apesar de entre ambos os gêneros a maioria dos respondentes gastar até 5% do salário, a diferença de gastos entre mulheres e homens é perceptível, já que para o público masculino o dispêndio médio mensal com o mercado da beleza não ultrapassa o limite de 15% de sua renda, enquanto para o público feminino esse mesmo gasto pode representar até mais de 25% de sua renda pessoal mensal, conforme mostra a Tabela 13.

Tabela 13 - Distribuição dos gastos mensais médios em % com produtos e serviços de beleza com distinção de gênero

Qual a porcentagem média da sua renda mensal você destina a produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal (maquiagem, produtos de cuidados com a pele e corpo, salão de beleza, barbearia, depilação, etc)?	Feminino	Masculino	Total	%Feminina	%Masculina
Até 5%	17	13	30	63%	93%
Entre 10% e 15%	6	1	7	22%	7%

Entre 15% e 20%	3	3	11%	0%
Mais de 25%	1	1	4%	0%
Total	27	14	41	100%

Fonte: Dados de Pesquisa.

Segundo dados apresentados pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) no relatório referente ao panorama do setor em 2023, o Brasil representa a quarta colocação no ranking global de mercado consumidor da indústria cosmética e de beleza, possuindo uma fatia de 5% do consumo mundial, gerando um giro de aproximadamente, em milhões de dólares, US\$26.880 (ABIHPEC, 2023). A mesma informação é mostrada pela Forbes, que coloca o Brasil como quarto maior consumidor do mercado de beleza e cuidados pessoais em 2020 (Weber, 2020). A reportagem trazida pela revista digital (Weber, 2020) também mostra que a indústria brasileira possui um formato de oligopólio, uma vez que apenas cinco empresas possuem um *marketshare* representativo de aproximadamente 50%; são elas: Natura & Co, seguida por grupo Boticário, grupo Unilever, grupo L'Oréal e Colgate-Palmolive Co.

Segundo resultados da POF realizada pelo IBGE em 2019, a média mensal brasileira de gastos com produtos de higiene e cuidado pessoal é de R\$136,40. Segundo o IPEA (2023), a renda média habitual real brasileira é de R\$2.924, de forma que os gastos com o mercado da estética representam 4,6% dos gastos totais mensais. A POF mostra que famílias com classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar no valor de até R\$1.908 possuem despesa monetária média mensal de R\$75,40 com produtos de higiene e cuidados pessoais, que englobam perfumaria, produtos para cabelo, sabonetes e instrumentos e produtos de uso pessoal. O valor médio mensal representa 6,5% dos rendimentos médios mensais da família. De forma semelhante, a mesma pesquisa revela que unidades familiares com rendimento médio mensal entre R\$1.909 e R\$2.862 possuem gastos médios mensais com a indústria na beleza no valor de R\$101,49.

Os dados e valores apresentados pela POF vão de encontro aos dados encontrados a partir da pesquisa de elaboração própria: a maioria dos respondentes, que possui renda média pessoal mensal entre 1 e 3 salários-mínimos, gasta até R\$100 mensais com produtos e serviços de beleza, representando até 5% de sua renda.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de gênero não ser uma categoria social universal, ela é a base de formação da sociedade e cultura ocidental (Oyěwùmí, 2021). Por estar fortemente enraizada no aspecto cultural do ocidente, a questão de gênero, bem como o apagamento da mulher em relação ao homem, pode ser percebida nos mais diversos núcleos da sociedade; um deles sendo o ambiente acadêmico e de pesquisa, que possui um viés androcêntrico que perpassa o saber científico (Carrasco, 1999).

Longe da intenção de reescrever a história, o presente trabalho possuiu como principal intenção fazer uma reflexão sobre a ausência da categorização de gênero na construção do pensamento econômico e seus efeitos práticos. A construção de uma Ciência Econômica androcêntrica leva a um apagamento da mulher na economia, tanto em sua história quanto em sua aplicação prática, seja através do desenvolvimento e aplicação de políticas públicas apropriadas ou de uma mensuração de dados econômicos, principalmente em relação à riqueza das nações, na figura dos seus respectivos Produto Interno Bruto (PIB), e à renda de suas populações.

A partir da metodologia proposta para desenvolver o presente trabalho, de análise e investigação histórica aliada a uma pesquisa quali-quantitativa com discentes do programa de graduação do DERI/FCE/UFRGS, foi possível montar considerações finais acerca da problemática que envolve, relaciona e engloba economia, gênero e mercado de estética, conforme proposto como objeto investigativo. O questionário de elaboração própria obteve 41 respostas válidas, sendo que dentre estas 66% dos respondentes identificam-se com o gênero feminino, enquanto 34% com o gênero masculino. Ainda, 51% dos participantes da pesquisa enquadraram-se na faixa etária dos 21 aos 24 anos.

O desenvolvimento do trabalho ocorreu a partir da percepção de que às mulheres a dinâmica que envolve padrão estético e gênero se apresenta e se manifesta de forma mais violenta do que aos homens (Wolf, 2002). A partir dos resultados apresentados pelo questionário de elaboração própria, foi possível inferir que a conexão entre relações econômicas e pressão social e estética se manifesta de forma desfavorável quando o agente econômico é mulher – em função de ser a mulher a principal consumidora de produtos e serviços da indústria da beleza e da estética e de perceber mais fortemente a pressão social por ajustamento estético.

REFERÊNCIAS

Capítulo 11. *In*: AIKAU, Hokulani; ERICKSON, Karla, PIERCE, Jennifer. (ed.). **Feminist Waves, Feminist Generations**: life stories from the academy. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=1BuhhUiOOncC&oi=fnd&pg=PP9&dq=feminist+waves&ots=kOAFSSOGb6&sig=Rk5PJdX6l7aDxLoCdXvYiG_Ii0Y#v=onepage&q=feminist%20waves&f=false. Acesso em: 15 nov. 2023.

AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION - AMA. **Specialty Guide**. Disponível em: <https://freida.ama-assn.org/specialty>. Acesso em: 20 nov. 2023.

ASSOCIAÇÃO MÉDICA BRASILEIRA -AMB. **Sociedades de Especialidades filiadas à AMB**. Disponível em: <https://amb.org.br/sociedades-de-especialidade-filiadas-amb/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. ABIHPEC. **Panoramas do Setor 2023**. 2023. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor/>. Acesso em: 27 dez. 2023.

BARROS, Alerrandre. Homens ganharam quase 30% a mais que as mulheres em 2019. **Agência de Notícias**. Brasília, 6 mai. 2020. Disponível em: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27598-homens-ganharam-quase-30-a-mais-que-as-mulheres-em-2019#:~:text=Os%20homens%20tiveram%20rendimento%20m%C3%A9dio,hoje%20\(6\)%20pelo%20IBGE](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27598-homens-ganharam-quase-30-a-mais-que-as-mulheres-em-2019#:~:text=Os%20homens%20tiveram%20rendimento%20m%C3%A9dio,hoje%20(6)%20pelo%20IBGE). Acesso em: 26 dez. 2023.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo**: fatos e mitos. Tradução de Sérgio Milliet. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1980.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Brasil: Bertrand Brasil, 1999.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Depressão**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/d/depressao#:~:text=Estudos%20mostram%20preval%C3%Aancia%20ao%20longo,e%2012%25%20para%20os%20homens..> Acesso em: 26 dez. 2023.

CAMARGO, Edina Maria; AÑEZ, Ciro Romelio Rodriguez. **Diretrizes da OMS para atividade física e comportamento sedentário**: num piscar de olhos. Genebra, 2020. Disponível em: https://ws.santabarbara.sp.gov.br/instar/esportes/downloads/guia_AF_OMS.pdf. Acesso em: 26 dez. 2023.

CANHEDO, Nathalia. As políticas públicas como ferramenta minimizante das disparidades de gênero na perspectiva da economia do cuidado: uma visão a partir do conceito de agente ativo da liberdade de Amartya Sen. **Revista de Gênero, Sexualidade e Direito**, Palmas, v. 9, n. 1, p. 57-73, jan./jun. 2023. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistagsd/article/view/9664/pdf>. Acesso em: 12 jan. 2024.

CARRASCO, Cristina. Introdução: para uma economia feminista. *In*: CARRASCO, C. (org.) **Mujeres y economía: nuevas perspectivas para viejos y nuevos problemas**. Barcelona: Icaria, 1999. p. 11-89. Disponível em:

<https://www.sof.org.br/wp-content/uploads/2015/07/INTRODUCAO-para-uma-economia-feminista-Carrasco.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

CARVALHO, Sandro Sacchet de. Retrato dos rendimentos do trabalho: resultados da PNAD Contínua do primeiro trimestre de 2023. **Carta de Conjuntura**, 6 jun. 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/2023/06/retrato-dos-rendimentos-do-trabalho-resultados-da-pnad-continua-do-primeiro-trimestre-de-2023/#:~:text=A%20renda%20m%C3%A9dia%20habitual%20real,%2C%20imediatamente%20anterior%20%C3%A0%20pandemia>. Acesso em: 17 dez. 2023.

CNS promoverá live sobre a saúde mental dos trabalhadores e trabalhadoras no Brasil. **CNS Últimas Notícias**, 24 abr. 2023. Disponível em:

<https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/2971-27-04-live-transtornos-mentais-e-adoecimento-no-ambiente-de-trabalho-como-enfrentar#:~:text=Outro%20levantamento%2C%20frito%20pela%20Vittude,altos%2C%20chegando%20a%2063%25>. Acesso em: 26 dez. 2023.

FEDERICI, Silvia. **O calibã e a bruxa: mulheres, corpos e acumulação primitiva**. [S.l.]: Elefante, 2017.

FERNANDEZ, Brena Paula Magno. Economia feminista: metodologias, problemas de pesquisa e propostas teóricas em prol da igualdade de gêneros. **Brazilian Journal of Political Economy**, São Paulo, v. 38, n. 3, p. 559-583, jul./set. 2018. Disponível em:

<https://doi.org/10.1590/0101-35172018-2815>. Acesso em: 23 out. 2023.

FLOR, Gisele. **Beleza à venda: o corpo como mercadoria**. São Paulo: Univerciencia, 2010. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/04/Gisele-Flor.pdf>. Acesso em: 23 out. 2023.

FLORIO, Bibiana Poche; ROHENKOHL, Júlio Eduardo. Institucionalismo vebleniano e a economia feminista: considerações teóricas. **Cadernos do Desenvolvimento**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 22, pp. 35-54 jan.-jun. 2018. Disponível em:

<http://www.cadernosdodesenvolvimento.org.br/ojs-2.4.8/index.php/cdes/article/view/337/pdf>. Acesso em: 24 out. 2023.

GRECCO, Fabiana Sanchez. O viés androcêntrico da ciência econômica e as críticas feministas ao homo economicus. **Temáticas**, Campinas, v. 26, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/tematicas.v26i52.11705>

HAYES, Nicky; STRATTON, Peter. **A student's dictionary of psychology and neuroscience**. Abingdon-on-Thames: Routledge, 2017.

HUNT, Emery Kay **História do pensamento econômico: uma perspectiva crítica**. Brasil: Atlas, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **POF: pesquisa de orçamentos familiares**. 2019. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares-2.html?edicao=25578&t=resultados>. Acesso em: 27 dez. 2023.

INSTITUTO DE PSICOLOGIA APLICADA. INPA. **Bulimia e Anorexia: Por que as mulheres são as mais afetadas?** Disponível em: <https://inpaonline.com.br/anorexia-e-bulimia-afetam-mais-as-mulheres/>. Acesso em: 26 dez. 2023.

INTERNACIONAL SOCIETY OF AESTHETIC PLASTIC SURGERY. ISAPS. **Global Survey 2022: full report press and release in English.** 2023. Disponível em: <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/reports-and-press-releases/global-survey-2022-full-report-and-press-releases/>. Acesso em: 26 dez. 2023.

LEON, Magdalena. Uma visão feminista sobre a economia e a globalização. *In: Ações das mulheres contra o jogo da OMC.* São Paulo: SOF, REF, MMM, 2003.

MEDIDA provisória aumenta salário-mínimo para R\$ 1.320 a partir de maio. **Agência Câmara de Notícias**, Brasília, 2 maio 2023. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/noticias/957339-medida-provisoria-aumenta-salario-minimo-para-r-1-320-a-partir-de-maio/#:~:text=A%20Medida%20Provis%C3%B3ria%201172%2F23,segunda%2Dfeira%20\(1%C2%BA\)](https://www.camara.leg.br/noticias/957339-medida-provisoria-aumenta-salario-minimo-para-r-1-320-a-partir-de-maio/#:~:text=A%20Medida%20Provis%C3%B3ria%201172%2F23,segunda%2Dfeira%20(1%C2%BA).). Acesso em: 17 dez. 2023.

MILL, Jonh Stuart; MILL, Harriet Taylor. A sujeição das mulheres. **Revista Gênero**, v.6 n.2 - v.7 n.1, p. 181-202, 2006. Disponível em: <https://ieg.ufsc.br/storage/articles/October2020/08112009-015635mill.pdf>. Acesso em 11/12/2023.

NELSON, Julie. Feminism and economics. *In: The Journal of Economic Perspectives*, v. 9, n. 2, 1995. Disponível em: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.9.2.131>. Acesso em: 24 out., 2023

NOVAES, Joana; VILHENA, Junia. De Cinderela a moura torta: sobre a relação mulher, beleza e feiúra. **Interações**, São Paulo, v. 8, n. 15, p. 9-36, jun. 2003. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072003000100002. Acesso em: 15 nov. 2023.

NUBANK. **Quanto os brasileiros gastaram com serviços de beleza na pandemia?** 2022. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/quanto-brasileiros-gastaram-com-beleza-na-pandemia/>. Acesso em: 26 dez. 2023.

OPAS. **OMS lança novas diretrizes sobre atividade física e comportamento sedentário.** 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/26-11-2020-oms-lanca-novas-diretrizes-sobre-atividade-fisica-e-comportamento-sedentario>. Acesso em: 26 dez. 2023.

OYĔWÙMÍ, Oyèrónké. **A invenção das mulheres:** construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero. Tradução de Wanderson Flor do Nascimento. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.

QUIROGA DIAZ, Natalia; DOBRÉE, Patricio. **Luchas y alternativas para una economía feminista emancipatória.** Buenos Aires: CLACSO, 2019. Disponível em: <https://www.clacso.org/luchas-y-alternativas-para-una-economia-feminista-emancipatoria/>. Acessado em: 24 out. 2023.

RAMPTON, Martha. **Four Waves of Feminism**. 2015. Disponível em: <https://www.pacificu.edu/magazine/four-waves-feminism>. Acesso em: 13 out. 2023.

SAFFIOTI, Heleieth. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. Petrópolis: Vozes, 1979.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. New York: Columbia University Press. 1989. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AAnero-Joan%20Scott.pdf. Acesso em: 28 dez. 2023.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA- SBCP. **Censo 2018: análise comparativa das pesquisas 2014, 2016 e 2018**. 2018. Disponível em: <https://www.cirurgiaplastica.org.br/pesquisas/>. Acesso em: 29 jun. 2023.

TEIXEIRA, Marilane Oliveira. A economia feminista e a crítica ao paradigma econômico predominante. **Temáticas**, v. 26, n. 52, 2018. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/11706>. Acesso em: 15 nov. 2023.

UFRGS. **Painel de dados: graduação**. 2023. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/paineldedados/graduacao/>. Acesso em 17 dez. 2023.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: princípios básicos**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VILHENA, Junia de; MEDEIROS, Sergio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 5, n.1, p. 109-144, 2005. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1518-61482005000100006. Acesso em: 15 nov. 2023.

WEBER, Mariana. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. **Forbes**, 4 jul. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>. Acesso em: 27 dez. 2023.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Brasil: Roda dos Tempos, 2002.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO, LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO, LIVRE E ESCLARECIDO *

Trabalho de Conclusão de Curso

INSTITUIÇÃO RESPONSÁVEL – DERI/UFRGS

Este termo de consentimento esclarece os elementos da monografia “Os diferentes valores que a beleza assume: comparação dos efeitos dos padrões estéticos entre homens e mulheres” para o qual você está sendo convidado/a a participar. Por favor, leia atentamente o texto abaixo e busque as informações necessárias antes de aceitar a participação.

A partir do preenchimento do instrumento de pesquisa identificado neste formulário, a estudante Luiza Krise de Jesus do curso de Ciências Econômicas da UFRGS, sob orientação da Prof^a Daniela Dias Kuhn, está realizando o trabalho com o seguinte objetivo geral: *investigar se e de que forma a diferente valorização associada à beleza por homens e mulheres impacta no dia-a-dia da mulher e influencia na disparidade econômica entre os gêneros*. Serão apresentadas questões referentes à temática em estudo. As informações fornecidas neste instrumento de pesquisa estão protegidas pelo sigilo de informações e configurarão anonimamente a base de dados a ser configurada.

Ao clicar em “Aceito” você participará da pesquisa!

Desde já agradecemos à disposição, sua participação é muito importante para a equipe de pesquisa. Qualquer dúvida e necessidades de esclarecimentos podem ser encaminhados para daniela.kuhn@ufrgs.br

Aceito

Não aceito

Próxima

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)



Google Formulários



APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO Trabalho Conclusão Curso - Ciências Econômicas UFRGS

luizadej@gmail.com [Alternar conta](#)

 Não compartilhado



* Indica uma pergunta obrigatória

QUESTIONÁRIO Trabalho Conclusão Curso - Ciências Econômicas UFRGS

Instrumento de pesquisa aceitará respostas até o dia 01/08.

Questionário de rápido preenchimento que será usado como base qualiquantitativa para o desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Econômicas 2023/1.

Seu e-mail UFRGS *

Sua resposta

Com qual gênero você se identifica? *

- Feminino
- Masculino
- Outro:



Qual a sua idade? *

- Menos de 18 anos
- 18-20 anos
- 21-24 anos
- 25-30 anos
- 31-34 anos
- Mais de 35 anos

Qual a sua renda pessoal mensal? *

- Até 1 salário mínimo
- Entre 1 e 3 salários mínimos
- Entre 3 e 5 salários mínimos
- Acima de 5 salários mínimos

Em quais ambientes você sente a necessidade de adequação a padrões estéticos? Assinalar todas as alternativas que se enquadram. *

- Faculdade
- Trabalho
- Momentos de lazer
- Ambiente familiar
- Esfera religiosa
- Não sinto necessidade de adequação



Qual a sua relação com seu peso corporal? *

- Tenho inseguranças sobre meu peso corporal.
- Não tenho inseguranças sobre meu peso corporal.

Assinale as alternativas que mais se assemelham ao seu estilo de vida: *

- Pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana)
- Não pratico exercício físico regular (ao menos 3x semana)
- Possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados
- Não possuo hábitos alimentares saudáveis e balanceados
- Realizo acompanhamento médico regular
- Não realizo acompanhamento médico regular

Qual a sua percepção acerca do aparecimento de sinais de envelhecimento não- precoce (flacidez, cabelos brancos, rugas e sinais de expressão)? *

- Me sinto plenamente confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento.
- Me sinto razoavelmente confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento.
- Tenho uma posição neutra acerca do aparecimento de sinais de envelhecimento.
- Não me sinto confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento.
- Não me sinto confortável com o aparecimento de sinais de envelhecimento e busco métodos de retardar esse processo.



Você acha que com o passar dos anos você gastou mais com procedimentos e intervenções estéticas? *

- Sim
- Não

Você se sente mais pressionada/o a corresponder a padrões estéticos com o passar do tempo? *

- Sim
- Não

Na sua opinião, você considera que homens ou mulheres perdem mais oportunidades sociais/convívio quando ocorre o processo de envelhecimento individual? *

- Sim
- Não



Você já realizou algum dos procedimentos estéticos descritos abaixo? Assinalar *
todas as alternativas que se enquadram.

- Preenchimento Labial
- Cirurgia Plástica Estética
- Rinomodelação
- Micropigmentação
- Aplicação de Botox
- Peeling
- Estímulo de colágeno
- Outro
- Nunca realizei procedimento estético

Qual a sua relação com cirurgia plástica estética? *

- Já realizei procedimento cirúrgico estético e pretendo realizar outros.
- Já realizei procedimento cirúrgico estético e não pretendo realizar outros.
- Tenho vontade de realizar procedimento cirúrgico estético e pretendo agendar o procedimento.
- Tenho vontade de realizar procedimento cirúrgico estético, mas não penso em realizar.
- Não penso em realizar procedimento cirúrgico estético.

Você conhece alguma mulher que realizou procedimento cirúrgico estético? *

- Sim
- Não



Você conhece algum homem que realizou procedimento cirúrgico estético? *

- Sim
- Não

Qual a média de valores que você mensalmente destina a produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal (maquiagem, produtos de cuidados com a pele e corpo, salão de beleza, barbearia, depilação, etc)? *

- Até R\$100,00
- Entre R\$100,00 e R\$200,00
- Entre R\$200,00 e R\$400,00
- Entre R\$400,00 e R\$500,00
- Mais de R\$500,00

Qual a porcentagem média da sua renda mensal você destina a produtos e serviços de beleza e cuidado pessoal (maquiagem, produtos de cuidados com a pele e corpo, salão de beleza, barbearia, depilação, etc)? *

- Até 5%
- Entre 10% e 15%
- Entre 15% e 20%
- Mais de 25%

Voltar

Enviar

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

