

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA POLITÉCNICA E DE ARTES
CURSO DE DESIGN

ALINE CHAVES SANTOS

IDENTIDADE FEMININA E PRESSÃO ESTÉTICA:
DESIGN COMO FERRAMENTA PARA REFLEXÃO E AUTOCONHECIMENTO

Goiânia

2026

ALINE CHAVES SANTOS

IDENTIDADE FEMININA E PRESSÃO ESTÉTICA:
DESIGN COMO FERRAMENTA PARA REFLEXÃO E AUTOCONHECIMENTO

Monografia e Projeto apresentados ao Curso de Design da Escola Politécnica e de Artes da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, para a obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Me. Tai Hsuan An

Goiânia
2026

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, deixo minha eterna gratidão à minha família base, os melhores pais do mundo, Emilson e Vanuza, meu querido irmão César e minha maravilhosa prima-irmã Raquel, que foram meus principais pilares para que eu não desistisse e chegasse até aqui de cabeça erguida. Também agradeço aos meus familiares que sempre prestaram apoio e carinho por mim em todos esses anos, cada um ocupa espaço especial em meu coração.

À minha família fruto dos laços de coração, minha madrinha Nara, meu padrinho Nilson, que sempre estiveram me fornecendo força e apoio em todas as fases da minha vida, provando que família nem sempre será aquela originada sangue do seu sangue. A todos os meus amigos e amigas que fiz durante toda a minha jornada dentro e fora da faculdade, enfrentando comigo todo o caos e ansiedade que um tcc poderia causar genuinamente, (você sabem que estou me referindo exatamente a cada um de vocês).

Agradeço a todos os meus professores que construíram meu trajeto desde à infância até aqui, cada um deixou sua marca de maneira bem única e individual, me permitindo alcançar muitos lugares e mundos que um dia achei que seriam inalcançáveis. Ao artesão Sérgio, sempre muito atencioso e querido, tornando realidade todas as minhas ideias com seu grande talento, que merecia muito mais reconhecimento. Sérgio, muito obrigada pelas tardes divertidas em que passamos juntos trabalhando e fofocando, não faz ideia do quando isso aliviou toda a tensão na execução deste projeto.

Um agradecimento especial ao meu professor Tai que se tornou muito companheiro e compartilhou de seus conhecimentos valiosos, sempre muito humilde e empático, me tranquilizando durante todo esse processo. Aos meus colegas de faculdade, me permitindo ser vulnerável e entender que cada pessoa tem o seu tempo, e que juntos as coisas se tornam muito mais fáceis e divertidas, além de todos os momentos compartilhados, sejam na alegria ou na tristeza.

Por fim, agradeço a mim mesma por não ter desistido, mesmo havendo diversas adversidades durante o caminho. Pude compreender muitas coisas durante essa jornada, principalmente quem eu sou e nunca estive tão realizada, orgulhosa e determinada.

“Tenho consciência de ser autêntica e procuro superar todos os dias minha própria personalidade, despedaçando dentro de mim tudo que é velho e morto, pois lutar é a palavra vibrante que levanta os fracos e determina os fortes.”

- Cora Coralina

“Ah, a beleza existe de várias formas, meu bem, não há nenhuma norma, eu não sou uma boneca inflável.”

- Melanie Martinez

RESUMO

O presente trabalho investiga de que maneira o design gráfico pode atuar como ferramenta de resistência e reflexão frente à pressão estética e aos padrões de beleza impostos à identidade feminina. O objetivo central consiste em compreender o desenvolvimento histórico dessa pressão e desenvolver um conjunto de produtos que estimulem o autoconhecimento sob a ótica psicanalítica, incentivando a valorização da autenticidade. A fundamentação teórica articula conceitos da filosofia socrática, da psicanálise clássica de Sigmund Freud e das contribuições contemporâneas de Ana Suy e Naomi Wolf. Metodologicamente, a pesquisa estruturou-se em levantamento bibliográfico, pesquisa qualitativa com mulheres entre 14 e 30 anos e o estudo de caso da campanha "The Cost of Beauty" da marca Dove. No desenvolvimento prático, utilizou-se a abordagem do *Design Thinking* para a concepção do livro-objeto experimental intitulado "Reflexos de Mim", acompanhado de 12 cards interativos e uma caixa personalizada. O projeto gráfico adota a "estética da imperfeição" e a subversão tipográfica, inspirando-se no guia *Extra Bold* para romper com padrões visuais normativos. Os resultados indicam que a integração entre design e psicanálise proporciona uma experiência sensorial e introspectiva que auxilia a usuária a ressignificar sua relação com a própria imagem. Conclui-se que o design, ao afastar-se da lógica de perfeição das redes sociais, torna-se um agente eficaz na promoção da saúde mental e na reconstrução da identidade feminina.

Palavras-chave: Design Gráfico. Pressão Estética. Autoconhecimento. Psicanálise. Livro-objeto.

ABSTRACT

This study investigates how graphic design can serve as a tool for resistance and reflection against aesthetic pressure and the beauty standards imposed on female identity. The central objective is to understand the historical development of this pressure and to develop a set of products that stimulate self-knowledge through a psychoanalytic perspective, encouraging the valuation of authenticity. The theoretical foundation coordinates concepts from Socratic philosophy, Sigmund Freud's classical psychoanalysis, and contemporary contributions from Ana Suy and Naomi Wolf. Methodologically, the research was structured through a literature review, qualitative research with women aged 14 to 30, and a case study of Dove's "The Cost of Beauty" campaign. In the practical development, the Design Thinking approach was used to create the experimental book-object titled "Reflections of Me," accompanied by 12 interactive cards and a personalized box. The graphic project adopts the "aesthetics of imperfection" and typographic subversion, drawing inspiration from the *Extra Bold* guide to break normative visual standards. Results indicate that the integration of design and psychoanalysis provides a sensory and introspective experience that helps the user reframe her relationship with her own image. It is concluded that design, by moving away from the logic of perfection found on social media, becomes an effective agent in promoting mental health and reconstructing female identity.

Keywords: Graphic Design. Aesthetic Pressure. Self-knowledge. Psychoanalysis. Book-object.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Platão e Sócrates	14
Figura 2: Sigmund Freud	16
Figura 3: Diagrama instâncias psíquicas	17
Figura 4: Psicanalista Ana Suy, e seu livro ao lado	19
Figura 5: Vênus de Milo, e a deusa do amor, Afrodite	21
Figura 6: Representação de mulheres medievais	22
Figura 7: O nascimento de Vênus	23
Figura 8: Uma mulher dentro dos padrões do século XVIII-IX	24
Figura 9: Mulheres do século XX, incluindo a calça alfaiataria	25
Figura 10: Twiggy para Vogue	26
Figura 11: Marylin Moroe	26
Figura 12: Cindy Crawford, Linda Evangelista, Naomi Campbell e Tatiana Patitz para uma edição da Vogue em 1989.....	27
Figura 13: Celebridades anos 2000	28
Figura 14: Atriz Kate Winslet	28
Figura 15: Renée Zellweger	29
Figura 16: Mulheres em 1920	33
Figura 17: Santista Zezé Leone, ganhadora do primeiro concurso de beleza no Brasil	34
Figura 18: Leite Ninho (Nestlé) - 1960	35
Figura 19: Revista Claudia - 1970	35
Figura 20: Revista de 1980	36
Figura 21: Revista N 1975 - 1990	37
Figura 22: Revistas Capricho	37
Figura 23: Exemplo de influencer associada à estética de “corpo definido”	39
Figura 24: Exemplo de influencer associada à estética de “corpo muito magro”	39
Figura 25: Aplicação da caneta emagrecedora	40
Figura 26: Resultados de pesquisa sobre aparência	42
Figura 27: Resultados de pesquisa sobre influência das redes	42
Figura 28: Gráficos formado a partir das respostas obtidas	43
Figura 29: Relatos pessoais através da pesquisa qualitativa	45
Figura 30: Campanha The Cost of The Beauty (2023) por Dove	48
Figura 31: Livro Extrabold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers	50
Figura 32: Painel de referências	53

Figura 33: Esboços físicos e digitais	54
Figura 34: Testes de impressão, paleta de cores	56
Figura 35: Paleta de cores definida	56
Figura 36: Testes de impressão da tipografia	57
Figura 37: Tipografias Definidas	57
Figura 38: Identidade visual do título	58
Figura 39: Tipografias unidas em Gestalt da palavra “REFLEXOS”	59
Figura 40: Gestalt formado e aplicado	60
Figura 41: Espelho editorial “diário reflexivo”	61
Figura 42: Espelho editorial “reflexos de mim”	62
Figura 43: Documento com texto e ideias de interações.....	63
Figura 44: Aplicação de grid e organização no indesign	64
Figura 45: Boneco do livro	65
Figura 46: 5 cadernos do livro impressos	65
Figura 47: Processo de encadernação da capa	66
Figura 48: Processo da costura copta	66
Figura 49: Imagens tratadas	67
Figura 50: Releitura da obra afrodite	68
Figura 51: Sou tudo isso mesmo	68
Figura 52: Envelopes com cartas dentro	69
Figura 53: Papel laminado como espelho, e criação de janela com papel color plus e papel vegetal	69
Figura 54: Envelope com papéis dobrados, folhetos servindo como envelope para os cards	70
Figura 55: Esboços de ideias para os cards	71
Figura 56: Esboços das ilustrações dos cards	72
Figura 57: Ilustrações dos cards finalizadas	73
Figura 58: Diagramação dos cards no adobe illustrator	75
Figura 59: Testes de impressão dos cards	76
Figura 60: Cards impressos e plastificados	76
Figura 61: Esboços iniciais para elaboração da caixa	78
Figura 62: Processo de montagem da caixa	78
Figura 63: Desenho técnico dos cards	80
Figura 64: Desenho técnico do livro-objeto	80
Figura 65: Desenho técnico da caixa	81
Figura 66: Folhetos com seus respectivos cards	82

Figura 67: Os 12 cards interativos	84
Figura 68: Envelope contendo “felicidades”	86
Figura 69: Papel laminado dentro da moldura da colagem de espelho	87
Figura 70: 6 envelopes com relatos pessoais anônimos	87
Figura 71: Papel vegetal impresso	88
Figura 72: Janela feita com papel colorplus e vegetal	88
Figura 73: Ilustração “sou tudo isso mesmo” + papel laminado	89
Figura 74: Colagens digitais	89
Figura 75: Livro-objeto finalizado	90
Figura 76: Caixa finalizada	92
Figura 77: Produto final completo	93

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Objetivos da pesquisa e do projeto	12
1.2	Objetivos gerais	12
1.3	Objetivos específicos	13
1.4	Justificativa	13
2	AUTOCONHECIMENTO COMO PONTO DE PARTIDA	14
2.1	A filosofia socrática e a origem do “conhece-te a ti mesmo”	14
2.2	Autoconhecimento dentro da psicanálise: Sigmund Freud	15
2.3	Autoconhecimento psicanalítica contemporânea voltado a mulheres: contribuições de Ana Suy.....	18
3	CRONOLOGIA DOS PADRÕES DE BELEZA	20
3.1	Construção histórica da pressão estética e seus impactos	20
3.2	Fatores políticos	29
3.3	Fatores culturais	30
3.4	Fatores econômicos	31
4	CONTEXTO BRASILEIRO	32
4.1	Performances de beleza, procedimentos estéticos e consequências	38
4.2	Dados Quantitativos e Qualitativos sobre Pressão Estética	41
4.3	Dados coletados pelo formulário (pesquisa qualitativa)	43
4.4	Análise qualitativa: relatos em profundidade	45
4.5	Perspectivas Profissionais e o Alerta da Saúde Pública	46
5	ESTUDO DE CASO	47
5.1	Campanha Cost of Beauty: A Dove Film	47
6	O PROJETO	48
7	METODOLOGIA DO PROJETO	49
7.1	Definição do problema	50
7.2	Briefing	50
7.3	Referências visuais	51
7.4	Brainstorm e esboços	53
8	IDENTIDADE VISUAL	54
8.1	Paleta de cores	55
8.2	Tipografia	56
8.3	Título do livro	58

8.4	Elementos gráficos	59
9	LIVRO EXPERIMENTAL	60
9.1	Espelho editorial	61
9.2	Diagramação	62
9.3	Definição de materiais	64
9.4	Processo criativo	64
10	CARDS INTERATIVOS	70
10.1	Esboços e croquis	71
10.2	Definição de materiais	74
10.3	Processo criativo	75
11	CAIXA	76
11.1	Ideias e definição	76
11.2	Definição de materiais	77
11.3	Processo criativo	77
12	PRODUTO FINAL	79
12.1	Miolo e especificações técnicas	79
12.2	Dinâmica de uso: folhetos e cards	82
12.3	Acabamento e interações	85
	MEMORIAL: Autenticidade – Alinnie	95
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97

1. INTRODUÇÃO

A construção da identidade feminina contemporânea é atravessada por uma vigilância constante e pela imposição de padrões de beleza que, embora historicamente mutáveis, mantêm-se como ferramentas de controle social e subjetivo. Este trabalho investiga como o Design Gráfico, ao afastar-se de sua função tradicional de replicar estéticas ideais, pode atuar como uma ferramenta de resistência e mediação para o autoconhecimento.

A problemática central desta pesquisa reside no impacto da pressão estética sobre mulheres brasileiras, especialmente na faixa etária de 14 a 30 anos, cujas vivências são intensificadas pela dinâmica das redes sociais e pela exposição massiva a imagens manipuladas. Como revelado pela pesquisa qualitativa realizada neste estudo, 98% das participantes afirmam sofrer com esses padrões, relatando consequências que variam desde a insegurança crônica até o desenvolvimento de transtornos alimentares e distorções de imagem.

Para fundamentar a proposta de intervenção através do design, este estudo ancora-se em três pilares teóricos: a filosofia socrática e o imperativo do "conhece-te a ti mesmo"; a psicanálise freudiana, com o estudo das instâncias psíquicas (Id, Ego e Superego); e as contribuições contemporâneas de Ana Suy sobre a solidão e a autenticidade. A partir dessa base, o design é convocado para materializar conceitos abstratos em experiências táteis e reflexivas, atuando como um mediador que traduz os fundamentos robustos da psicanálise em uma linguagem acessível e inteligível.

O percurso metodológico adotou a abordagem do *Design Thinking*, estruturada em fases de empatia, colaboração e experimentação. Este processo culminou no desenvolvimento de um conjunto de produtos intitulado "Reflexos de Mim", composto por um livro-objeto experimental, 12 cards interativos e uma embalagem personalizada. O projeto visual subverte a lógica da perfeição técnica ao adotar a "estética da imperfeição" e a subversão tipográfica, incentivando a usuária a furar a "bolha de perfeição" digital para reencontrar-se em sua própria singularidade. Assim, este trabalho não busca apenas catalogar os danos da pressão estética, mas oferecer uma alternativa tangível onde o design atua como um agente de acolhimento e reconstrução simbólica da identidade feminina.

1.1 Objetivos da Pesquisa e do projeto

1.2 Objetivo Geral

O presente projeto tem como objetivo entender como a pressão estética desenvolveu-se em cima de mulheres ao longo dos anos, e quais são as suas consequências. Contudo, será desenvolvido uma caixa que irá conter um livro-objeto experimental, e 12 cards interativos, com intuito de promover o estímulo do autoconhecimento psicanalítico por meio de uma linguagem acessível, preservando o rigor e a estrutura teórica da psicanálise clássica e contemporânea.

1.3 Objetivos Específicos

- Trazer uma pauta necessária sobre a realidade de muitas mulheres brasileiras diversas, investigando quais são as suas maiores dores tratando-se da pressão estética.
- Aprofundar um pouco mais sobre o autoconhecimento, focando na psicanálise freudiana, e transmitir tais conhecimentos de maneira que seja interativo e leve.
- Comprovar como o design pode ser eficiente na elaboração de um produto interativo, pensando na composição da identidade, cores, formas, texturas e ilustrações. Além disso, estudar a importância do repertório feminista dentro do design.
- Enaltecer a importância do autoconhecimento como grande aliado na busca pela própria identidade, unindo à relevância da eficiência de um produto de design como proposta de solução.

1.4 Justificativa

Originou-se por uma inquietação pessoal da autora deste presente projeto que vivenciou tramas contra sua própria aparência por anos, além do grande aumento de mulheres brasileiras, também afetadas pela pressão estética, considerando fatores de risco de vida como distúrbios alimentares, procedimentos estéticos clandestinos pelo preço mais acessível, distorção de imagem etc. Este projeto nasce da necessidade de compreender as raízes desse sofrimento e buscar uma solução plausível através do design gráfico, proporcionando acolhimento, reflexão e reconstrução da autoestima. Sobretudo, será elaborado uma caixa com: um livro-objeto experimental diagramado com textos, imagens e ilustrações, que irá conter páginas de interação, além de 12 cards interativos como forma prática de autoconhecimento do dia a dia, caso a usuária não tenha tempo disponível para fazer os exercícios contidos nos folhetos (estes precisam de mais tempo e calma para serem feitos), ambos contendo conteúdo

sobre autoconhecimento psicanalítico voltado a mulheres, baseado no livro “A gente mira no amor e acerta na solidão” da psicanalista Ana Suy (2022).

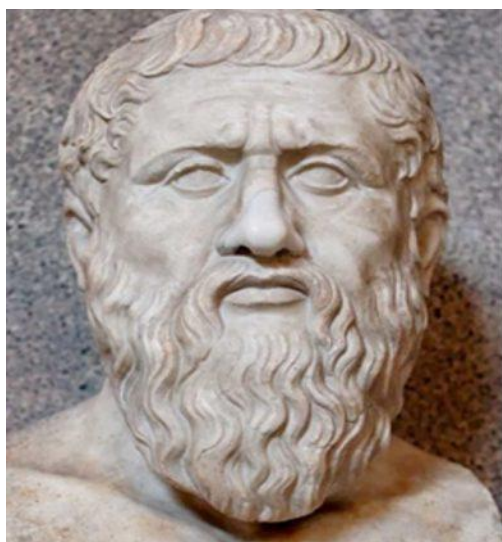
2. AUTOCONHECIMENTO COMO PONTO DE PARTIDA

2.1 A filosofia socrática e a origem do “conhece-te a ti mesmo”

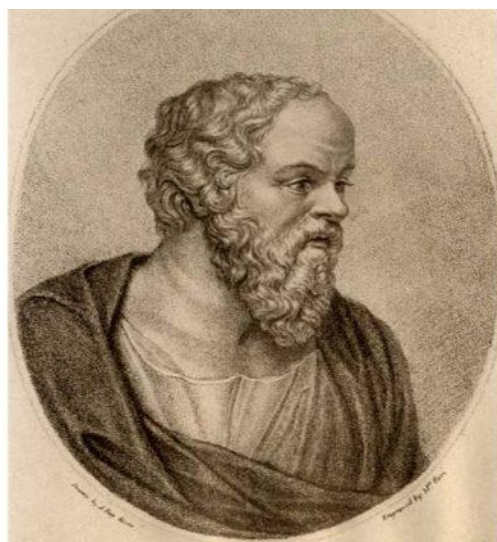
Considera-se que o autoconhecimento é uma prática de auto-observação, estudada por diversas áreas de conhecimento, que se divide em campos distintos de visões, mas que chega a uma conclusão bem semelhante ao fim: conhecer a si próprio e levá-lo a ter uma vida com mais autenticidade e confiança. De acordo com Sócrates (apud FERREIRA, 2024), conhecer a si mesmo e estar disposto a identificar suas próprias ignorâncias, é um fator crucial para alcançar uma vida autêntica, digna de ser vivida, para conviver civilizadamente em meio a sociedade. Sócrates praticava o autoconhecimento desde o Período Clássico da Grécia Antiga, e estava ciente de era um recurso visionário benéfico (apud RENZ,2017).

FERREIRA (2024) conclui afirmando que uma identidade superficial é desenvolvida a partir da junção de todos os conteúdos que são acessados e absolvidos, e que não passam por um processo de filtragem das informações, transformando-os em verdade absoluta. Diante dessa perspectiva, RENZ (2017) complementa ao afirmar que a causa do desinteresse sobre o autoconhecimento, nos dias de hoje, está ligado a desvalorização da filosofia, pois antes a disciplina era altamente aplicada dentro das escolas, na cultura monástica, prática vinda de grandes filósofos que marcaram a história, como Platão e Sócrates.

Figura 1. Platão e Sócrates.



PLATÃO



SÓCRATES

Fonte: Editora Dionisi, 2020.

Percebe-se que o autoconhecimento, dado à visão socrática, proporciona-se uma reflexão atemporal sobre a relação do indivíduo consigo mesmo e com suas impressões sobre o mundo. Quando o sujeito passa a entender suas próprias necessidades, ideais e emoções, torna-se apto a ignorar padrões sociais que não condizem com sua identidade.

Em total consonância, CARNEIRO (2016) faz uma metáfora sobre as percepções sociais a partir do mito da caverna, apresentado por PLATÃO (1999). Observar atentamente as sombras projetadas nas paredes e interpretá-las como verdades absolutas, evidencia a manipulação articulada. Dessa forma, torna-se necessário buscar conhecimento para além das aparências, processo que pode ser difícil e monótono, considerando que o indivíduo começará a questionar mais sobre as coisas ao seu redor, e descobrir coisas que não o agrada.

Todavia, entende-se que, o indivíduo quando passa a analisar suas percepções através de suas experiências, e passa a diferir verdadeiramente o que lhe deve pertencer, ele sai da caverna para encontrar a luz, consciente de que estará confrontando os seus medos e entendimentos limitados. Em contexto social, pessoas que analisam cada conteúdo que aparece a elas – por meio de mídias ou ambientes aos quais elas estão inseridas – não absorvem tudo, mas sim, analisam o que devem ou não correlacionar a elas mesmas, levam-nas a quebra de falsas identidades, uma vez que não são influenciadas imediatamente.

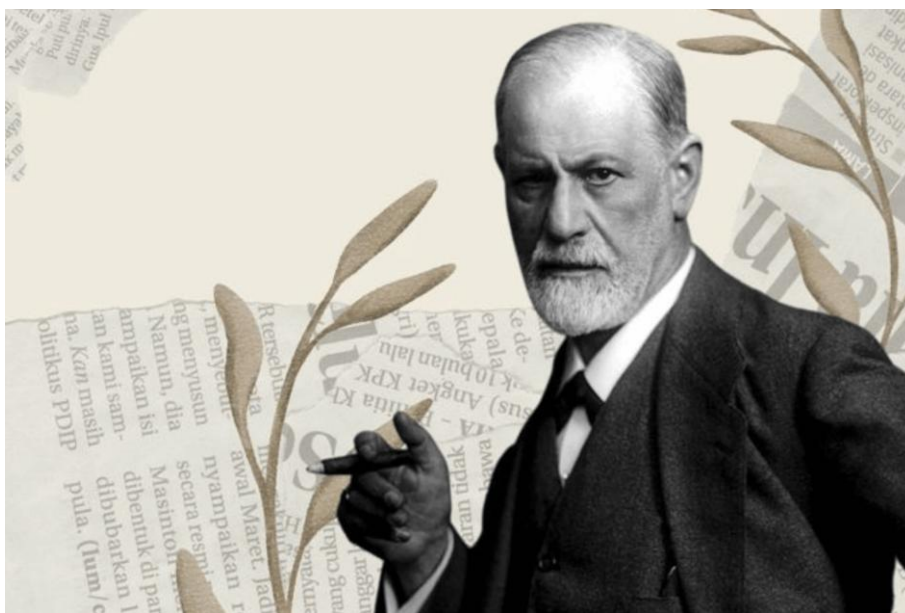
2.2 Autoconhecimento dentro da psicanálise: Sigmund Freud

Observa-se, a partir das referências consultadas, que existem diversas áreas de conhecimento que abordam maneiras de praticar o autoconhecimento, entre elas, destaca-se a psicanálise. Criada por Sigmund Freud (1923/1996) no início do século XX, essa abordagem busca compreender os conflitos internos presentes no inconsciente do indivíduo, muitas vezes relacionados a experiências passadas que exerceram profundo impacto. A psicanálise tem como objetivo trazer esses conflitos à consciência, permitindo que o indivíduo compreenda o que está sentindo e possa trabalhar de forma mais consciente sobre suas emoções e comportamentos.

Segundo MORATTI (2022), a psicanálise se dá pelo foco do que habita dentro do inconsciente, a chave crucial para aprofundar-se mais no problema e encontrar maneiras de solucioná-lo. O psicanalista precisa estar atento aos comportamentos que seu paciente adquire conforme a frequência das análises, uma vez que existem diversas desavenças omitidas dentro de seu inconsciente, logo, a execução caracteriza-se por longa durabilidade. Nesse processo, é necessário que o paciente esteja disposto a analisar a si mesmo de uma maneira mais intensa,

geralmente começando desde a infância, até chegar no momento presente, e quando passa a identificar essas adversidades que estavam escondidas dentro do inconsciente, as possibilidades de melhora são altas. Para o processo de autoconhecimento, a psicanálise não é voltada totalmente a ele, entretanto, é um dos caminhos mais eficientes e bem-sucedidos.

Figura 2. Sigmund Freud.



Fonte: Baroni Educar.

Originou-se por FREUD (1923 apud MORATTI, 2022) as três instâncias psíquicas: o id, o ego e o superego, as três estão interligadas, e somente o id permanece no inconsciente. Todos os nossos sentimentos e desejos reprimidos como amor, sexualidade etc., denomina-se por id, a instância conectada diretamente com nossa personalidade é o ego, pois “O ego é, primeiro e acima de tudo, um ego corporal; não é simplesmente uma entidade de superfície, mas é, ele próprio, a projeção de uma superfície.” (FREUD 1923/1996, p. 17 – e-book) logo, ele é o mediador que equilibra as pulsões e desejos contidos do id, com a conduta de regras do superego, este, que praticamente vai transmitir ao ego o que é correto ou não, por valores morais, sociais e culturais, em vista disso, cabe ao ego ser o pilar principal para formação de uma boa autenticidade. Todavia, é preciso conhecer essas três instâncias para progredir com o autoconhecimento, já que sem elas, não é possível identificar os conflitos retidos da pessoa que se encontra perdida.

Figura 3. Diagrama instâncias psíquicas.



Fonte: autoria própria.

Partindo da perspectiva abordada, nota-se que, tudo que está armazenado dentro do inconsciente do sujeito, o impedindo de ser quem ele realmente é, dentro do contexto a respeito de padrões de beleza e pressão estética feminina, há vivências traumáticas que o impediram de seguir com sua verdadeira personalidade, na intenção de sentir-se aceito perante a sociedade, é comum que ele crie personalidades fragmentadas pelas influências absorvidas em seu cotidiano. Uma mulher devota a ser reconhecida e amada por sua aparência, por exemplo, tende a se afastar de seus próprios valores e permanecer guiada apenas pelas emoções — ou seja, sob o domínio da instância id., em outras palavras, ela acaba sendo guiada pelo seu emocional a vida toda, caso não corte o ciclo de autocritica e punição devido a seu desequilíbrio psíquico. Nesse sentido, a psicanálise contribui de maneira significativa, pois propõe um processo de autoconhecimento que resgata questões reprimidas no inconsciente, trazendo-as à consciência para que possam ser trabalhadas.

MORATTI (2022) conclui que o melhor caminho para aqueles que buscam autoconhecimento, é através da análise pessoal inspirada na psicanálise (considerando que para um tratamento completo, é indispensável a orientação e presença de um psicanalista), visto que, o indivíduo faz uma autorreflexão aprofundada de si mesmo, identificando os pontos que precisam de atenção – omitidos dentro do inconsciente por anos – para o processo de evolução. Contudo, ela afirma que o processo de autoconhecimento deixa em evidência sobre a imperfeição de todos, desmistificando essa ideia de perfeição em diversos âmbitos, e reforça que é preciso ter resiliência para enfrentar todos os desafios durante essa jornada.

2.3 Autoconhecimento psicanalítico contemporânea voltado a mulheres: contribuições de Ana Suy

Para a psicanalista Ana Suy (apud Claudia, 2025), o autoconhecimento nasce a partir das convivências que cada indivíduo teve perante cada ambiente em que esteve. Essa construção é constantemente atravessada pelas validações sociais que recebemos, pois, segundo ela, “quase tudo no nosso mundo nos leva a acreditar que podemos comprar por quem somos, comprar elementos que compõe nossa identidade [...]” (apud Claudia, 2025). Ao abordar essa questão, Suy refere-se especialmente às mulheres que enfrentam dificuldades em lidar com suas próprias finanças e com a autoimagem, sobretudo, pela ótica da pressão estética e padrões de beleza impostas sobre elas dentro da sociedade, é visto que há muito gasto com produtos, roupas, procedimentos estéticos, muitas vezes, reflete uma tentativa inconsciente de obter aprovação e pertencimento social.

Para uma pessoa conseguir desmistificar correlações que foram ensinadas em seu ambiente familiar, não é um processo fácil de via rápida, em seu livro altamente reconhecido "a gente mira no amor e acerta na solidão (2022)", Suy explica essa circunstância a partir de um ciclo cronológico. Começa pelo vínculo afetivo inicial – representado pelo amor de mãe — cujo indivíduo, na infância, começa a se amar como troca de afeto por ser amado, é a base da autoestima e da sensação de valor pessoal neste período, Freud denomina-o por narcisismo primário. Todavia, a psicanalista alerta que é preciso furar a "bolha de perfeição" para conviver de forma equilibrada na sociedade, e quando a criança tem esse choque de realidade ao identificar suas imperfeições, desenvolve amor-próprio mais realista, a castração simbólica seguida do narcisismo secundário. Suy confirma que o processo de autoconhecimento verdadeiro se dá pelo entendimento sobre a solidão, pois o sujeito passa a desvencilhar da validação de outras pessoas para focar em si, construindo uma personalidade mais autêntica.

Dentro do contexto feminino, considera-se que estar consciente de seus próprios valores após quebra da idealização dos outros sobre as mulheres, as colocam em um posicionamento mais sincero sobre sua identidade.

Figura 4. Psicanalista Ana Suy, e seu livro ao lado.



Fonte: Minha vida Magnólia, 2025.

A autora deixa explícito que a solidão é uma condição inerente a todos os seres humanos. Ela afirma que “quem não pode assumir psiquicamente que está só em seu corpo tende a adoecer [...]” (SUY, 2022, p. 35). Tal afirmação não implica que o indivíduo deva viver isolado ou guiado pelo egocentrismo, mas que aprenda a lidar com a própria companhia de maneira saudável, pois, segundo a psicanalista, “poder ficar sozinho é sinal de boa saúde mental” (SUY, 2022, p. 35). Suy enfatiza a importância da individualidade como parte do processo de autoconhecimento, destacando a necessidade de explorar os próprios interesses e desejos genuínos. Isso é especialmente relevante no contexto feminino, em que muitas mulheres buscam o amor verdadeiro no outro, enquanto rejeitam a solidão por conta de uma idealização negativa imposta pela sociedade.

Além disso, a autora relaciona esse fenômeno à ampliação do uso de filtros digitais e procedimentos estéticos após a pandemia — expressões de uma tentativa de criar uma faceta que agrade aos outros. Não que o desejo de ser aceita seja algo condenável, pois trata-se de um aspecto natural do ser humano; no entanto, é fundamental que cada mulher saiba reconhecer e atravessar esses momentos de frustração, transformando-os em oportunidades de reencontro com o amor-próprio e com sua autenticidade.

Diante do exposto, compreende-se que sob ótica psicanalítica contemporânea, com base nas reflexões de Ana Suy, o autoconhecimento está interligado a sabedoria do usufruto da solidão. Olhar para si e estar atento aos defeitos que precisam ser tratados é um processo trabalhoso, não é como um remédio que faz efeito imediato, requer disposição e resiliência. A necessidade de validação, quando de maneira tóxica, acarreta muitas consequências prejudiciais, especialmente referindo-se à padrões estéticos inalcançáveis. Essa reflexão é fundamental para o design, especialmente quando pensado como ferramenta de expressão e reconstrução simbólica da identidade feminina frente às imposições estéticas.

3. CRONOLOGIA DOS PADRÕES DE BELEZA

3.1 Construção histórica da pressão estética e seus impactos

A pressão estética foi se adaptando de acordo com determinadas épocas, com base em características físicas e comportamentais. Apesar das mudanças de padrões, observa-se uma constante: a valorização de belezas específicas correspondentes ao século, envolvendo status e pertencimento social, embasado em cobrança estética contínua, especialmente sobre o corpo feminino.

Naomi Wolf (1991) consta que os padrões de beleza funcionam como uma forma de controle social e cultural sobre o corpo feminino, essa lógica já se manifesta desde a Antiguidade, quando o corpo era vinculado à moral e à virtude. Conforme a BBC NEWS Brasil (2015) na Grécia Antiga, o corpo masculino era grande símbolo de status e caráter, caracterizado por uma ótima estruturação e definição (*kaloskagathos*), logo, era comum frequentarem a academia intensamente. Isso influenciou na idealização do físico ideal para mulheres gregas, agregado ao corpo de poucas curvas, membros fortes, cintura larga e pele pálida, além dos cabelos ruivos – grande símbolo de poder e beleza exuberante – elas dedicavam toda sua beleza a deusa do amor – Afrodite, além da Helena de Troia, um grande ícone de poder e beleza “terrivelmente” feminina na Grécia Antiga. Uma mulher bonita deste tipo era considerada perversa entre os homens, o que não era bom sinal. No entanto, a beleza nesta época, representava tributos sociais e espirituais, uma maneira de demonstrar poder e ligação com os deuses, considerada um presente deles. Com isso, compreende-se que as imposições estéticas nunca estiveram restritas à aparência física, mas um conjunto envolvendo atitudes e comportamentos, como também, o início de um controle simbólico sobre as mulheres, cuja

beleza era exaltada e temida, levando-as se adequarem a padrões específicos para não serem consideradas “erradas”.

Figura 5 – Vênus de Milo, e a deusa do amor, Afrodite



Fonte: Ensinar História

Na Idade Média, ALMEIDA (2019) afirma que os padrões femininos passaram a caracterizar-se por pureza espiritual, devido à forte influência que a igreja exercia sobre a sociedade da época, por mais que a vaidade era pecado, ainda assim, a aparência continuava sendo importante. Era comum realizar procedimentos estéticos dolorosos, desenvolvidos naquele período, além da valorização da pele clara, rosto fino, olhos azuis, boca pequena e cabelos loiros. A teóloga conclui que "A moda medieval mostra como as mulheres sofreram em prol da aparência, em detrimento da essência, mas a ditadura da beleza não foi exclusividade daquela época.". Em sintonia, WOLF (1991) apresenta a evidência de novas formas que foram originando-se para restringir a liberdade de expressão da mulher, pela predominância da religião. Contudo, a beleza feminina ainda não era representada de forma autônoma, estando sempre submetida a influências externas, desta maneira, não havia autenticidade na construção da imagem da mulher.

Figura 6 – Representação de mulheres medievais

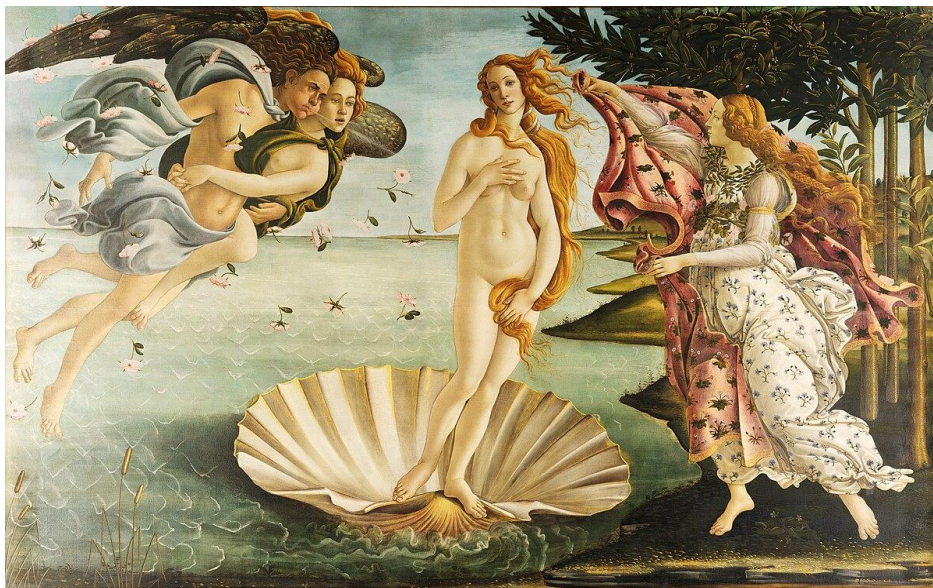


Fonte: Ultimato Online

Partindo para o renascimento, a ideia de beleza passa por uma grande elevação de valor, denominada por Grande Teoria, cuja harmonia e proporção entre partes era valorizado. Ademais, esse período proporcionou uma visão ampla sobre beleza, tornou-se mais expressiva, natural, subjetiva, indo além da perfeição matemática. Com isso, mulheres com corpos mais volumosos eram destaques. FIRENZUOLA (apud ECO, 2004) explica que, por mais que uma aparência não segue os padrões exigidos, poderia irradiar beleza através da graça, obtendo-se assim, a valorização do belo individual e natural, em oposição à rigidez clássica. CASTIGLIONE (apud ECO, 2004) complementa afirmando que a verdadeira beleza feminina estava na naturalidade e no equilíbrio, sem superficialidade, como uso de cosméticos.

Entretanto, essa sensação de liberdade estética não era concreta, considerando que a beleza feminina continuava presa a uma lógica de controle. Sempre surgiram novos padrões impostos às mulheres, mascarando a dominação sob o ideal de escolha e pertencimento, pois “as qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável.” (WOLF, 2004, p. 15, e-book). Perante os estudos apresentados, observa-se que por mais que a pressão estética não tivesse representatividade na época, ainda possuía idealização de beleza feminina baseada no controle moral e religioso, como é apresentado de maneira clara na pintura O Nascimento de Vênus.

Figura 7 - O Nascimento de Vênus, Sandro Botticelli, 1483



Fonte: Infoescola

Chegando à Modernidade Ocidental, especialmente no século XVIII, a maneira criativa de se vestir ganhou maior destaque. Segundo a *Arte Que Acontece* (2020), “é a época dos exageros representados por Luís XIV, o rei Sol, e que levaram Maria Antonieta à guilhotina”. Em meados do século XIX, mulheres de elite – ou não – utilizam de sua beleza para esbanjar status e riqueza, com base na burguesia perante a Revolução Industrial. O corpo feminino passa a ser tratado como objeto de exibição, com criações de padrões criados por homens.

O padrão de beleza feminino passou a caracterizar-se pelo uso do espartilho extremamente apertado, com o intuito de acentuar a cintura e ampliar o quadril, além da pele pálida, símbolo de status e delicadeza, o ideal era aparentar estar frágil e delicada. Durante a Era Vitoriana, por exemplo, utilizavam métodos nocivos à saúde em prol de alcançar uma aparência cadavérica, quanto mais a mulher aparentasse estar doente, mais era considerada bonita. DEVITT (2022) assegura que era comum o uso de arsênico e loções à base de chumbo em suas composições cosméticas, no entanto, não era socialmente aceitável o uso de maquiagens marcantes, pois estas eram associadas à prostituição e à vulgaridade. O uso de espartilhos, combinado à quantidade excessiva de camadas de roupas, provocava mal-estar, desmaios e deformações corporais, evidenciando o sofrimento físico que as mulheres da época passavam. É crucial destacar a maneira sádica em que se preocupavam em não estar fora do

que era considerado o auge da estética. Essa circunstância envolve questões culturais – principalmente sociais – considerando a necessidade pelas aparências econômicas, sobretudo, impostas pelo gênero que não foram afetados pela causa, os homens.

Figura 8 – Uma mulher dentro dos padrões do século XVIII - IX



Fonte: Site Era Vitoriana, 2015.

A partir dos anos 1900, os padrões de beleza adequaram-se perante cada passada de década. No início do século XX, estava em alta o uso de linhas geométricas influenciadas pelo movimento Art Déco. A estilista Coco Chanel marca a quebra do uso de espartilho – consequentemente, da tortura pelo aperto da cintura – com sua criação bastante ousada, a calça alfaiataria, inspirada em uniformes marinheiros usados por homens da época. Todavia, a Arte Que Acontece (2020) relata que não foi o estopim para o fim da pressão estética, pois ainda era usado métodos estéticos como achatador de seios e quadril – valorizavam corpos mais “retos” – pois revistas como Vogue e Harper’s Bazaar ditavam as tendências de beleza, saindo de interações hiper focadas apenas em pinturas.

Figura 9 – Mulheres do século XX, incluindo a calça alfaiataria.



Fonte: GZH, 2025.

Entre as décadas de 1940 e 1950, o estilista Christian Dior resgatou o conceito de cintura marcada e de feminilidade acentuada, associando-o ao consumo e ao glamour da época, com isso, grandes ícones do cinema tornaram-se referência na idealização da beleza feminina, como a Marilyn Monroe. Segundo CLARK (CNN Brasil, 2022) era comum que sexo fosse moeda de troca para oportunidades grandes às mulheres – graças à objetificação – todavia, a estrela Monroe já perdeu papéis em filmes por recusar-se a dormir com autoridades de cinema, sua beleza e talento não eram suficientes mediante ao poder do patriarcado.

O cirurgião Eduardo Fakiani (apud **Arte Que Acontece**, 2020) destaca que, quanto maiores fossem os recursos financeiros de uma mulher para investir em profissionais da área da estética, mais próxima ela estaria do padrão de beleza vigente. Modelos correspondentes a esses padrões estabelecidos, como a Twiggy, passam a estar em capas de revistas importantes como a Vogue, marcando a retomada da valorização da magreza e obsessão pela juventude. Por mais que essas referências femininas localizavam-se na América, a influência eurocêntrica permaneceu de uma maneira semelhante às épocas anteriores, apenas mudando fatores tecnológicos para recursos estéticos, junto as novas necessidades estéticas que foram se formando ao longo dos anos, além do impulsionamento da publicidade.

Figura 10 – Twiggy para Vogue



Fonte: Conde Nast Store

Figura 11 – Marilyn Monroe



Fonte: Getty Images

Nas décadas seguintes, em 1970, uma onda feminista começa a surgir contra a objetificação do corpo feminino. Marina Abramovic em seu movimentado – Rhythm 0 – permitiu que o público estivesse à vontade para fazer o que quisesse em seu corpo. Nos anos 1980, outros artistas entram para esta causa, enquanto um visual andrógino ganhava força, como uso de ombreiras e maquiagem marcante, símbolo do poder feminino, a era punk.

Todavia, essa faceta decaiu totalmente nos anos 1990, segundo a Arte Que Acontece (2020), tudo ficou mais minimalista, com padrões de beleza voltando ao clássico, dando

destaque as supermodelos como Naomi Campbell e Cindy Crawford, além da grande repercussão que a Vitoria's Secret ganhou. Em sintonia com as grandes mudanças ocorridas durante esses anos, WOLF (1991) consta que “Desde a Revolução Industrial, as mulheres ocidentais da classe média vêm sendo controladas tanto por ideais e estereótipos quanto por restrições de ordem material.”. Sobretudo, a ascensão do capitalismo foi um grande facilitador para dar espaço a pressão estética, persuadindo o público feminino a “investirem” em sua aparência para estar bem consigo mesma, mascarando o principal objetivo em aumentar a economia em cima desses investimentos.

Figura 12 - Cindy Crawford, Linda Evangelista, Naomi Campbell e Tatiana Patitz para uma edição da Vogue em 1989



Fonte: Peter Lindbergh, apud Arte Que Acontece (2020).

A partir dos anos 2000, a magreza passa a ser supervalorizada, devido às vestimentas que estavam em moda, denominado pelo estilo Y2K, que vem do termo "Year 2000" (Ano 2000), caracterizado pelas cores vibrantes, acessórios variados e coloridos, maquiagem e penteados mais ousados, e por peças que mostravam mais as partes do corpo – principalmente a região das pernas, braços e da barriga – como baby looks, cropped, minissaias e jeans de cintura baixa.

Figura 13 – Celebidades anos 2000.



Fonte: Portal Afoitas.

Essa moda é considerada uma das mais autênticas existentes, mediante a liberdade de combinações das peças, sem receio de predefinições de conjuntos. Entretanto, muitas mulheres, adultas e adolescentes, acabaram desenvolvendo distúrbios alimentares e distorção de imagem por tentar alcançar o corpo das famosas que estavam em revistas. Segundo a BBC Brasil (2023), as matérias da época envolviam análise de corpos que estavam ‘fora do padrão’, celebridades (e mulheres no geral) que não possuísem barriga negativa, eram automaticamente consideradas gordas. Atrizes claramente magras foram vítimas de ataques das mídias e dos fãs que as ditavam estarem “acima do peso”, como Kate Winslet (protagonista Rose, do filme “Titanic”) e Renée Zellweger (protagonista de “O Diário de Bridget Jones”).

Figura 14 - Atriz Kate Winslet



Fonte: The Oscar Nerd

Figura 15 - Renée Zellweger



Fonte: SheKnows

Contudo, é notável que a pressão estética não é um fenômeno recente, mas algo que se reinventa ao longo do tempo. A diferença, é que ela se tornou constante e pública, mediada por telas e pelas mídias sociais na contemporaneidade.

3.2 Fatores políticos

Os padrões de beleza, além de fenômenos culturais e sociais, configuram-se também como instrumentos políticos, utilizados historicamente para manter estruturas de poder, dominação e exclusão. Essa perspectiva permite compreender que a estética não é apenas uma questão individual, mas um campo de disputa simbólica, no qual o público feminino precisa enquadrar-se perante questões impostas a elas.

Com base nas reflexões de Wolf (1991), o controle patriarcal vem manipulando mulheres a se colocarem em lugares que ele consta como ideal. Mesmo após conquistas feministas, o que levou os padrões de beleza a regredirem ao longo dos anos, foi o mecanismo de reajustamento que o patriarcado tem, prendendo a população feminina novamente aos ideais da estética eurocentrada, além do papel misógino vulnerável que ela carrega culturalmente há anos (como a ideia de que lugar de mulher é na cozinha). A partir deste fato, constata-se que a população feminina carrega o fardo de ser controlada em diversos âmbitos, fora a predominância da imposição de ferramentas, como produtos cosméticos, para alcançarem o

objetivo que nem elas mesmas querem, mas fazem para serem aceitas. Portanto, o capitalismo usufrui dessa vulnerabilidade para lucrar absurdamente, junto a publicidades bem elaboradas.

3.3 Fatores culturais

Em vista da contextualização sobre possíveis origens dos padrões de beleza que foram estabelecidos durante décadas, entende-se que existem fontes que se ramificam sucessivamente até chegar a um consenso em cada sociedade. De acordo com OLIVEIRA e SANTOS (2024, p. 7) “A experiência das mulheres em relação aos padrões de beleza é profundamente influenciada por sua raça, etnia e contexto cultural.”. Todavia, a colonização estética baseada na cultura de mulheres brancas europeias, de classe nobre, afetou etnias completamente distintas, reforçando pautas importantes como o racismo, machismo e a desigualdade.

Este fato reflete-se nos relatos obtidos dentro da pesquisa executada por OLIVEIRA e SANTOS (2024), com entrevistadas brasileiras de culturas divergentes. ANDRADE consta ter sofrido com sua aparência durante toda a sua vida, por ser uma mulher negra. Sempre sofreu racismo pelos seus traços negroides, cor da pele, cabelos crespos, que segundo ela, são vistos como cabelos desgrehados perante a sociedade. Compreende-se que a população negra sempre sofreu perseguição ao longo dos anos, tornou-se comum encontrar ofensas sobre sua aparência em notícias e redes sociais. Com isso, cidadãs negras utilizavam de cosméticos e procedimentos estéticos para se enquadrar mais dentro dos padrões, como rinoplastia e progressiva, por exemplo.

Os padrões estabelecidos sobre as mulheres asiáticas caracterizam-se por olhos grandes, pele macia, corpo bem magro – traços consideravelmente ocidentais. Além disso, é comum que sejam alvo de fetiche e submissão, colocadas como indivíduos hiper delicadas e esteticamente fofas. AKEMI ressalta a supervalorização da magreza extrema no oriente (especificamente no Japão), por ter descendência brasileira, é considerada acima do peso apenas por estar saudável. Aponta a quantidade considerável de procedimentos estéticos que são feitos para deixar os olhos maiores. Com base nesta perspectiva, observa-se que esta pauta ganhou ainda mais repercussão após a ascensão da popularidade do K-pop. Muitas meninas espelham-se na aparência dessas artistas, e chegam a praticarem alguns costumes tóxicos à saúde. CRUZ (Medium, 2023) comenta sobre dietas rigorosas mais famosas neste meio. A da cantora IU, consiste em uma maçã no café da manhã, duas batatas-doces no almoço e um shake de proteína

no jantar. A integrante do grupo Twice, Momo, chegou a comer apenas gelo por uma semana para perder 7 quilos.

A população feminina indígena sofre exclusão da exaltação de sua beleza. Suas características físicas são anuladas pelo fato da desconsideração sobre sua dupla identidade. SILVA expõe a problemática das mídias representarem as mulheres de seu povo, de maneira estereotipada, inclusive estando fora das características predominantes dos povos nativos. Entende-se que esta pauta é muito decorrente há muito tempo, principalmente papéis de atuação, que representam mulheres indígenas sendo interpretados por mulheres totalmente fora dos aspectos nativos.

Mulheres que fazem parte da comunidade LGBTQI+ também sofrem com a pressão estética baseadas em padrões heteronormativos e binários. Segundo RODRIGUES, como uma mulher lésbica, existe idealização de beleza dentro da comunidade perante a discriminação com mulheres menos "femininas", seja pelo modo de agir ou por suas vestimentas. Observa-se que a população trans é um dos maiores alvos de violência mundiais, além da disforia de gênero levando a causas mais graves como a depressão. Segundo a CNN Brasil (2025), o Brasil está em 16º lugar dos países que mais matam pessoas transgêneros, principalmente mulheres negras e nordestinas.

3.3 Fatores econômicos

A indústria da beleza e da moda compactuam com a elaboração de estratégias lucrativas em cima das inseguranças individuais. A criação de tendências como produtos cosméticos, cirurgias plásticas, dietas etc., exploram a vulnerabilidade da baixa autoestima do indivíduo, sobretudo das mulheres.

Conforme afirma Wolf (1991), a beleza está inserida em um sistema político e econômico, no qual empresas bilionárias se alimentam das inseguranças das mulheres, oferecendo soluções milagrosas que prometem modificar a aparência de forma benéfica, mas que, na realidade, acarretam diversas complicações físicas e psicológicas. A possibilidade de modificar a aparência foi moldada ao longo dos séculos conforme transformações culturais e econômicas de cada sociedade. A autora esclarece que sinais naturais das experiências femininas como rugas, celulites, estrias e afins -- passaram a ser vistos como imperfeições ou anormalidades, beneficiando diretamente a indústria estética. Todo esse esquema é resultado

de um sistema político e econômico para controlar o corpo das mulheres, transformando-o em mercadoria.

O mercado global de beleza estendeu-se com mais de 15 mil consumidores e mais de 100 executivos do setor, afirma MCKINSEY (2025). O mercado tem possibilidade de atingir até 590 bilhões de dólares até em 2030, e um dos maiores seguimentos que impulsionou isso, foi produtos e procedimentos para aparência. O setor figura entre os mais lucrativos da economia global, interligado à busca incessante pela juventude, pela aparência ideal e pelo autocuidado. Além de estudar perfis de consumo, as empresas investem em estratégias de marketing altamente segmentadas para estimular o desejo e a aquisição contínua de produtos.

Com base na contextualização sobre a pressão estética, observa-se o crescimento de um modelo capitalista sustentado pelo sofrimento de mulheres que não conseguem romper o ciclo de autopunição imposto pelos padrões de beleza. O foco principal das indústrias não está em atender a uma necessidade genuína, mas em ampliar continuamente as possibilidades de lucro por meio da exploração dessas inseguranças.

4. CONTEXTO BRASILEIRO

O Brasil é um país altamente miscigenado, que engloba diversas culturas distintas uma das outras, com corpos, cabelos, tons de peles variados. Todavia, a denominação dos padrões de beleza permanece forte desde muitos séculos, principalmente, sobre mulheres de diferentes faixas etárias.

SCHPUN (apud OLIVEIRA, 2002) relata que a construção de padrões de beleza no Brasil partiu dos ideais herdados pelos colonizadores portugueses durante o processo de urbanização do início do século XX. Em 1920 em São Paulo, a elite cafeeira queria distinguir-se das outras classes sociais por meio de estética que esbanjasse elegância e refinamento, bem semelhante ao século XIX, na Europa. OLIVEIRA explica que neste período, as mulheres tinham ideais de beleza distintos dos homens, que consistia em uma rotina de prática de exercícios físicos "delicados" (como a ginástica, por exemplo), com a finalidade de preservar sua feminilidade e saúde. As revistas e profissionais da saúde na época, eram contra vestimentas e maquiagem chamativas, defendendo a beleza "natural". SCHPUN evidencia como a beleza sempre esteve agregado a valores morais e sociais, sobretudo, manuseado como forma de controle sobre as mulheres, reafirmando a desigualdade de gênero.

Figura 16 – Mulheres em 1920



Fonte: Blog do Amaury Jr. UOL

Com base no contexto apresentado, as características europeias predominaram-se como o ideal de beleza brasileiro desde as primeiras décadas do século XX. Um exemplo explícito foi o primeiro concurso de beleza que aconteceu no país em 1923, chamado "A Mais Bella do Brasil", promovido pela "Revista da Semana" e pelo jornal "A Noite". Buscavam a jovem que representasse o rosto mais bonito, com o júri composto de especialistas em anatomia humana e artistas, contudo, aos quais se baseavam em padrões típicos europeus. A escolhida foi a Santista Zezé Leone, por apresentar uma beleza radiante cheio de modéstia, a partir de fotografias, igualmente as outras concorrentes (ADMIN, 2017)

Figura 17 - Santista Zezé Leone, ganhadora do primeiro concurso de beleza no Brasil.



Fonte: Blog Memória Santista

A partir dos anos de 1960, GENTIL (2009) relata que as revistas retratavam mulheres como recatadas do lar, em submissão ao homem da casa, mas acima de tudo, que se preocupavam em estar bem arrumadas. O estilo de roupa era mais tradicional fugindo da vulgaridade, para associá-las justamente ao papel de dona de casa que é devota aos filhos e ao marido. A figura 20 apresenta características correspondentes a afirmação anterior, retratando um momento em família, a aparência da mãe é genuinamente correspondente ao padrão de beleza da época.

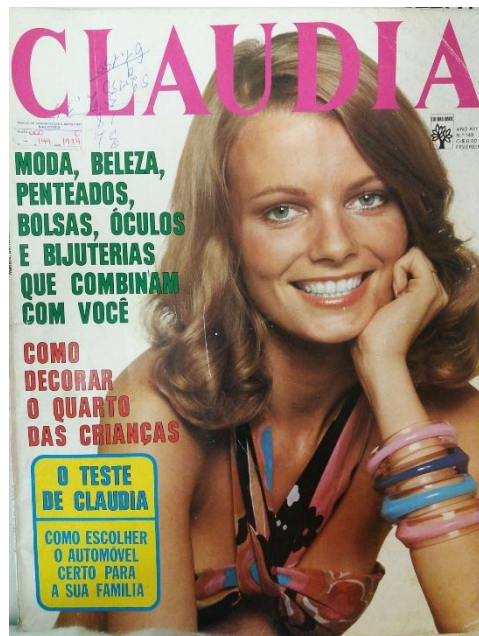
Em contraposição, os anos 1970 chega lutando contra essas antigas idealizações, representando a população feminina com cabelos volumosos, maquiagem marcante, roupas sensuais etc. Foi justamente a época que o movimento hippie ganhou maior destaque no Brasil, além do movimento feminista. GENTIL (2009) menciona que foi a época que trouxe imagens de mulheres independentes de modo parcial, sobretudo, abrangendo mais o feminismo e incentivo ao autocuidado, todavia, as feições eurocênticas junto a subordinação perante o homem permaneceram.

Figura 18 - Leite Ninho (Nestlé) – 1960



Fonte: Propagandas Históricas

Figura 19 – Revista Claudia - 1970



Fonte: Blog da Biblioteca ECA - USP

Na década de 1980, a era fitness boom estourou, caracterizado pela prática cotidiana de exercícios físicos e a busca por um corpo mais malhado. O padrão passou a considerar outras cores de cabelo, simultâneo, a peças de roupas de ginástica que deixasse partes do corpo mais

a mostra, embora a população branca fosse a mais representada. A busca pela juventude e a obsessão pelo corpo perfeito eram o ápice da beleza na época.

GENTIL evidencia a globalização da internet na década de 1990, cujo as pessoas passam a ter acesso a conteúdo online além de apenas revistas, incluindo editores de fotos como o Photoshop. A ferramenta passa a ser usada para “concertar” defeitos, alimentando a ilusão da beleza perfeita. O padrão persiste na figura da mulher magra e branca, agora com poses e roupas sensuais, apelando mais para objetificação do que o empoderamento feminino. SIBILIA (apud GENTIL, 2009) consta que a boneca Barbie era a referência de aparência clara que buscavam se enquadrar. Nomeou esse fenômeno como barbierização.

Figura 20 – Revista de 1980



Fonte: Site Incrível

Figura 21 – Revista N 1975 - 1990



Fonte: Livraria Fígaro Leilões

Os anos 2000 foi marcado pela supervalorização do corpo extremamente magro com curvas e seios grandes, característicos das top modelos que ganharam maior repercussão, como a Gisele Bündchen. O Brasil espelhou-se bastante na estética hollywoodiana durante essa época, revistas e sites promoviam matérias sobre “dietas milagrosas”, análises de corpos de celebridades — muitas vezes consideradas “gordas” mesmo sendo magras —, além de incentivar rotinas excessivas de exercícios físicos. Simultaneamente, o desenvolvimento de transtornos alimentares e distorção de imagem cresceram consideravelmente.

Figura 22 – Revistas Capricho.



Fonte: Capricho.

Contudo, entende-se que a aparência considerada adequada nestas primeiras décadas, estava associada à pele clara, traços finos, e a ideia de superioridade pela classe social, frutos do processo de colonização. Os padrões sempre se mantiveram instáveis e flexíveis de acordo com valores sociais e morais de cada época.

4.1 Performances de beleza, procedimentos estéticos e consequências

Com a ascensão da tecnologia no Brasil, a publicidade passou a ocupar um espaço cada vez mais expressivo, e novas formas de acesso à informação foram sendo criadas. As redes sociais — como Instagram, TikTok e YouTube — tornaram-se ferramentas de faturamento, nas quais influenciadores exibem performances de seus cotidianos e marcas investem em estratégias de marketing e branding cada vez mais sofisticadas. No entanto, o uso excessivo e desorientado dessas plataformas pode acarretar consequências significativas. Segundo BAUMAN (2001, p. 70), “procurar exemplos, conselho e orientação é um vício: quanto mais se procura, mais se precisa e mais se sofre quando privado de novas doses da droga procurada”.

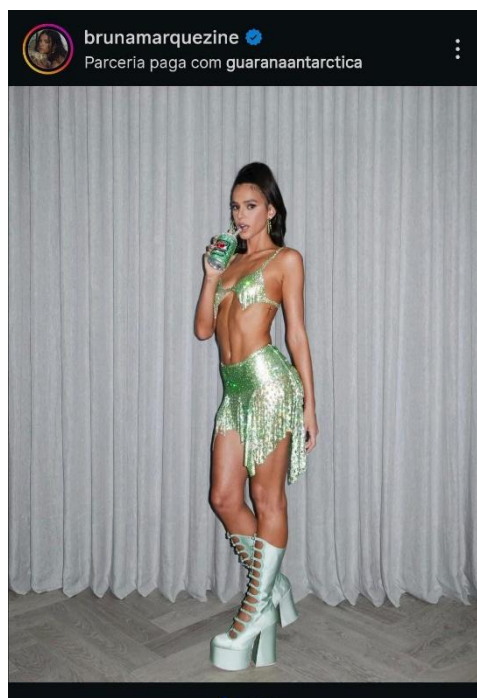
O público feminino, em sua grande maioria, consome conteúdos voltados à beleza como estéticas “clean girl”, “model off-duty” e fitness de alta definição. Esses perfis, apesar de não terem necessariamente a intenção de promover padrões prejudiciais, acabam reforçando visualmente a valorização de corpos extremamente magros ou altamente definidos. Muitas seguem perfis de outras mulheres que possuem uma realidade, tanto como, biotipos e características físicas completamente distintas, originando-se comparações irrealistas que acabam desencadeando consequências graves. SOUZA et al. (2022) explicita que celebridades e influenciadoras fazem uso cotidiano de filtros, procedimentos estéticos, modificações de imagens através de aplicativos como Photoshop na intenção de esconder imperfeições, ocultando a realidade para que consigam vender uma idealização inexistente. Em sintonia, SOUZA e LIMA (2023) apontam em sua pesquisa, que o grupo mais vulnerável a sofrer com distorções de imagem, baixa autoestima e transtornos alimentares são as jovens e adolescentes, devido ao foco excessivo pela sua imagem e autocobrança por um padrão de beleza praticamente inalcançável, considerando a individualidade de cada mulher e estas falsas performances que são passadas nestas plataformas. As autoras ressaltam a relevância que os influenciadores possuem na atualidade, que devem tomar muito cuidado ao abordar temas sensíveis, optar por serem sempre responsáveis com suas publicações para que situações críticas sejam amenizadas.

Figura 23 – Exemplo de influencer associada à estética de “corpo definido”



Fonte: @virginia, Instagram

Figura 24— Exemplo de famosa associada à estética de “corpo muito magro”



Fonte: @brunamarquezine, Instagram

Para alcançarem esses padrões, muitas recorrem a procedimentos estéticos e cirurgias plásticas que nem sempre chegam a um resultado esperado, criando insatisfação e o

almejo de querer ainda mais. Sobretudo, esses fatores acarretam danos — as vezes irreparáveis — que interferem na autoestima e saúde dessas mulheres, são muitos relatos de transtornos alimentares, distorções de imagem, ansiedade, depressão etc., colocando em risco a vida pelo anseio de ser aceita e ser considerada bonita (SOUZA et al., 2022).

Nos últimos tempos, surgiram métodos considerados “milagrosos” e rápidos que priorizam a estética em detrimento da saúde, como o mercado ilegal de emagrecedores na fronteira com o Paraguai. Nesse cenário, usuários buscam substâncias sem registro sanitário ou ainda experimentais, como a Retatrutida, motivados pelo baixo custo e pelo desespero em emagrecer (BCC, 2026). Um exemplo crítico dessa mentalidade foi relatado por uma advogada brasileira, flagrada contrabandeando o produto, que afirmou: "Tenho mais medo da gordura do que de aplicar esse medicamento em mim". Apenas nos três primeiros meses de 2026, as autoridades brasileiras apreenderam mais de R\$ 11 milhões em canetas emagrecedoras ilegais, evidenciando que o anseio pela conformidade estética frequentemente sobrepõe-se ao próprio instinto de preservação da vida. Ademais, tem sido comum presenciar notícias de meninas fazendo procedimentos estéticos devido às más influências absorvidas na internet, antes mesmo dos seus 18 anos. Essa busca incessante pelo ideal estético, muitas vezes desvinculada de necessidades reais de saúde, manifesta-se em casos trágicos como o da adolescente mexicana Paloma Nicole Arellano, cuja morte precoce aos 14 anos expõe a face letal de procedimentos invasivos em menores de idade (BCC, 2025).

Figura 25 – Aplicação da caneta emagrecedora



Fonte: [BBC News Brasil](#)

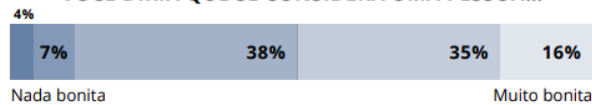
Essa internalização e naturalização de comportamentos de risco decorrem, em grande parte, do fenômeno da influência social, que facilita a introjeção das "verdades" do outro como se fossem próprias, mas que são apenas performances. No Instagram, por exemplo, por ser uma plataforma predominantemente visual, essa dinâmica é potencializada pela exposição massiva de corpos e discursos que estabelecem estereótipos de perfeição, gerando percepções corporais e autoavaliações distorcidas. Para a mulher jovem, a necessidade de ser validada através de curtidas e comentários torna-se um imperativo para a sua existência social (BELO; FERREIRA, 2022).

Todavia, ainda que a publicidade, a mídia e as redes sociais sejam as causas principais na construção dos padrões estéticos, destaca-se a maneira como essas influências se internalizam nas mulheres, contudo, mesmo sendo vítimas desse sistema, muitas naturalizam comportamentos tóxicos em função da beleza, de maneira inconsciente, por consequência de um processo social e psicológico.

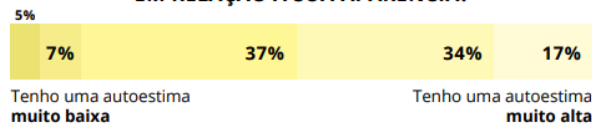
4.2 Dados Quantitativos e Qualitativos sobre Pressão Estética

A pressão estética sobre mulheres brasileiras é um fenômeno que tem ganhado mais repercussão, a partir de análises e estudos partindo para um levantamento de dados. Uma pesquisa realizada por SCHERMANN (Opinion Box, 2025) aponta que 15% das mulheres sofrem mais com baixa autoestima do que os 9% dos homens, perante os julgamentos e discriminações sobre o seu corpo e aparência. Além disso, elas (27%) se sentem mais distantes dos padrões estabelecidos do que os homens (20%),

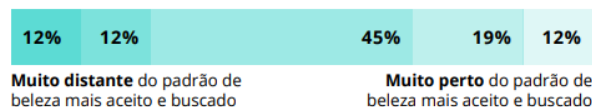
SE VOCÊ TIVESSE QUE AVALIAR SUA PRÓPRIA APARÊNCIA, VOCÊ DIRIA QUE SE CONSIDERA UMA PESSOA...



COMO VOCÊ AVALIA A SUA AUTOESTIMA EM RELAÇÃO À SUA APARÊNCIA?



VOCÊ DIRIA QUE, HOJE, VOCÊ ESTÁ...



Fonte: SCHERMANN - Opinion Box, 2025

Ademais, a população feminina vem buscando maneiras de se sentirem melhores consigo mesmas, mas grande parte traçam um caminho prejudicial que ultrapassa além do que é necessário, seja procedimentos ou produtos. O estudo esclarece que 33% das pessoas acreditam que as redes sociais é uma grande fonte de influência para que isso seja desencadeado (SCHERMANN - Opinion Box, 2025), contudo, entende-se que nesta era da tecnologia, a internet é a ferramenta fundamental para que essas condições se agravem ainda mais, com produtos que prometem milagres e soluções com reações maléficas ocultas.

Figura 27 – Resultado de pesquisa sobre influência das redes

O QUANTO AS REDES SOCIAIS INFLUENCIAM A SUA PERCEPÇÃO DE BELEZA?



VOCÊ SEGUE INFLUENCIADORES VOLTADOS PARA A ÁREA DA BELEZA E BEM-ESTAR NAS REDES SOCIAIS?



Fonte: Fonte: SCHERMANN - Opinion Box, 2025

4.3 Dados coletados pelo formulário (pesquisa qualitativa)

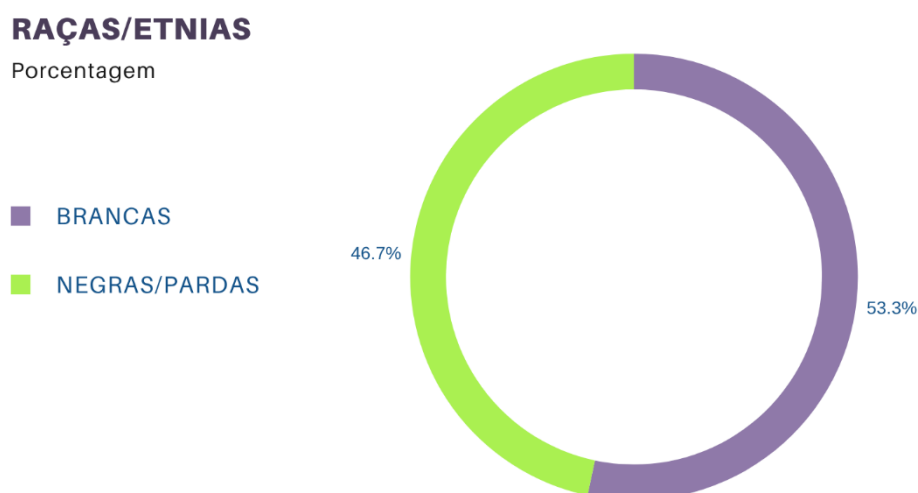
Para analisar a experiência de mulheres contemporâneas, a autora elaborou um formulário anônimo que foi respondido por participantes brasileiras de diferentes faixas etárias (12 – 90 anos). A pesquisa investigou:

- Identificação de idade e raça/etnia
- Percepção de pressão estética no cotidiano
- Impacto emocional, físico e psicológico
- Influência das mídias
- Práticas de amor-próprio e autoconhecimento

Ao total, 30 mulheres -- sendo **46,6% pretas/pardas** e **53,3% brancas** -- participaram de maneira voluntária, sem determinações específicas. Quando questionadas sobre o que pensam ao ouvir o termo "**beleza feminina**", a maior parte das participantes definiram um imaginário social que privilegia magreza, juventude e traços considerados "delicados", voltado a feminilidade total.

No entanto, 98% delas afirmam sofrer com os padrões de beleza.

Figura 28 – Gráficos formado a partir das respostas obtidas

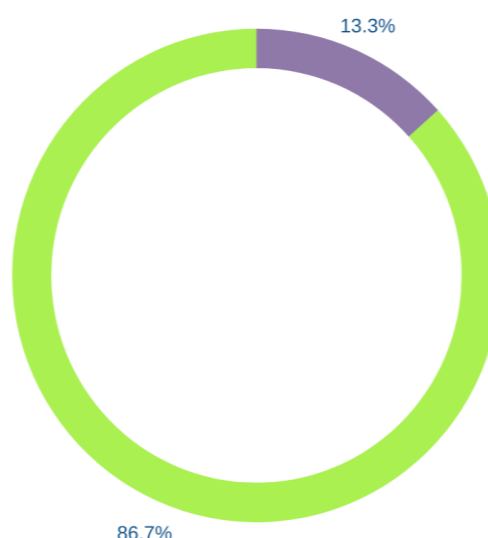


SOFREM COM A PRESSÃO ESTÉTICA

Porcentagem

■ ÀS VEZES

■ SIM



Fonte: autoria própria.

Ainda com base nos dados coletados, a faixa etária mais afetada pelos padrões de beleza são mulheres de 14 à 30 anos, justamente a geração que sempre teve mais contato com as redes sociais, além de outros agentes identificados que intensificam essa causa, como influenciadoras, mídia tradicional, família e ambiente escolar/cultural. As mulheres relatam uma relação ambivalente com o amor-próprio. Embora muitas busquem práticas de autocuidado e autoconhecimento, o esforço é frequentemente atravessado pela comparação constante com padrões irreais de beleza, a forma de se cuidarem está interligado diretamente ao zelo de sua aparência. Contudo, a maioria das participantes reconhecem serem afetadas por essas influências e que diariamente encontram conteúdos que fazem apologia a magreza extrema, uma performance genuína ao qual parece ser inalcançável.

Observou-se também uma recorrência de relatos sobre a falta de representatividade de corpos maiores, cabelos volumosos e de pessoas negras. Além disso, muitas participantes mencionaram a tendência de comparar-se a mulheres com biotipos completamente distintos — como celebridades do K-pop — o que intensifica a insatisfação corporal. Somam-se a isso comentários depreciativos vindos de colegas, familiares e até desconhecidos, em alguns casos, foram vítimas de bullying. Alguns depoimentos ainda mencionaram experiências de sofrimento psicológico, incluindo dietas extremas, restrição alimentar e sentimentos de vergonha do próprio corpo, evidenciando como a pressão estética atua de forma profunda e subjetiva na vida das mulheres.

4.4 Análise qualitativa: relatos em profundidade

Os relatos coletados por meio do questionário permitiram compreender de forma mais profunda como a pressão estética afeta emocionalmente e subjetivamente a vida das participantes. Com isso, algumas mulheres sentiram-se à vontade para depor suas vivências particulares a respeito desse tema, deixando claro todas as consequências que isso as acarretou. Por ser um formulário anônimo, os nomes apresentados a seguir são apenas fictícios, mas a idade junto a raça/etnia permanece reais.

Figura 29 – Relatos pessoais através da pesquisa qualitativa

Dados de pesquisa qualitativa, 2025

PARTICIPANTES	DESCRIPTION
OFÉLIA 49 ANOS NEGRA	“fiz diversas dietas rigorosas ao longo da juventude, todos me elogiavam por ter um corpo magrinho e isso me motivava sempre. Passei muitas situações de risco por não me alimentar bem, cheguei a comer em um prato de pires de xícara para que não comesse tanto. Aos 16 anos, fui diagnosticada com anemia profunda, tive que tomar fígado de boi batido, e isso me traumatizou por anos. Fui uma criança bem gordinha, então eu tinha meu corpo dos sonhos, ainda mais com as modelos magérrimas que via nas revistas. Hoje percebo que foi uma ilusão.”
AURORA 22 ANOS PARDA	“Fui gorda durante toda a minha infância e pré-adolescência. Na época de pandemia, na minha adolescência, fiquei obcecada por k-pop, especificamente, queria muito alcançar o corpo das coreanas, e embora meu biótipo seja bem cavalona, não me impediu de fazer dietas extremas, cheguei a desmaiar e ficar com coração muito fraco. Ainda luto contra esses padrões, faço terapia mas permanece sendo difícil.”
MEREDITH 22 ANOS BRANCA	“Tenho um cabelo grosso, consequentemente, isso influenciou na quantidade de pelos no meu corpo. Aos 13 anos, comentaram sobre esses pelos minhas pernas e eu me sentia sob pressão de depilar. Hoje, faço por escolha própria, mas se eu tivesse uma filha, não colocaria esse tipo de pressão estética nela. Também foi pelas curvas. Eu via garotas sendo importunadas pelo tamanho de seios ou bunda e passei a ter medo de sofrer com isso. Isso implicou em eu usar roupas largas para esconder essas características. Já tive um período de ter engordado e isso já gerou muitos comentários, a ponto de eu ficar olhando repetidamente pro espelho e até evitar de comer. Hoje procuro ter uma alimentação saudável e fazer atividade física, mas assunto sobre peso, alimentação e estética ainda me dão agonia. Hoje, com tudo isso, percebo que a sociedade não gosta de mulheres enquanto seres humanos, esperam pureza, um corpo sem tatuagem, sem rugas.”
MARIANA 14 ANOS PARDA	“Vejo que com o aumento do nosso acesso a Internet, somos cada vez mais influenciados a fazer de tudo pra alcançar um padrão que na verdade é inalcançável, e isso só nos adoece cada vez mais. Sendo sincera, os padrões de beleza me influenciaram bastante, me gerou transtornos alimentares e alguns outros problemas.”

Parte dessas mulheres conseguiram se reerguer e seguir em frente, entretanto, algumas continuam presas neste ciclo de sofrimento, carregando muitos traumas.

4.5 Perspectivas Profissionais e o Alerta da Saúde Pública

Para aprofundar a compreensão sobre os impactos psíquicos da pressão estética, os dados coletados com o público-alvo foram cruzados com visões técnicas de profissionais da psicologia e dados epidemiológicos recentes. Esta triangulação revela que o sofrimento relatado pelas 98% das participantes desta pesquisa não é apenas um fenômeno isolado.

De acordo com dados do Ministério da Saúde (2025), o país registrou um aumento de 3.300% nos atendimentos por transtornos de ansiedade no SUS entre adolescentes de 15 a 19 anos na última década. Especialistas apontam que a superexposição e a competitividade nas redes sociais são gatilhos centrais para esse quadro, manifestando-se através de queda de produtividade e descuido pessoal — sinais que corroboram a urgência de ferramentas que promovam o autoconhecimento e a desconexão da "bolha de perfeição".

Foram realizadas duas entrevistas com psicólogas que possuem abordagens diferentes da psicologia, mas que confirmam esta realidade:

- **Perspectiva Junguiana:** A Psicóloga 1, que atende adolescentes de 14 a 17 anos, observa que a pressão estética tem se manifestado de forma recorrente entre suas pacientes, principalmente por meio da comparação constante com padrões difundidos nas redes sociais. De acordo com a profissional, muitas jovens demonstram insatisfação com a própria aparência e dificuldades relacionadas à autoestima. Como exemplo, relata o caso de uma paciente de 14 anos que afirmava não gostar de si mesma em razão das comparações que fazia com outras pessoas no ambiente digital. Além disso, a psicóloga destaca que o receio de avaliações negativas e julgamentos nas redes sociais leva muitas adolescentes a evitarem a exposição de sua imagem, favorecendo sentimento de insegurança e isolamento social.
- **Perspectiva da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC):** De acordo com a Psicóloga 2, que atende mulheres de 16 a 40 anos, a insatisfação com a aparência muitas vezes está relacionada a experiências negativas acumuladas ao longo da vida,

especialmente durante a infância e a adolescência. A profissional destaca que a comparação constante com outras pessoas é um dos fatores que mais contribuem para a manutenção desse sofrimento, afetando a autoestima e a confiança. Como consequência, muitas mulheres passam a sentir dificuldades em se expor socialmente, tanto em ambientes presenciais quanto nas redes sociais, devido ao receio de julgamentos e à sensação de inadequação perante os padrões de beleza vigentes.

A análise dos relatos evidencia que a pressão estética influencia diretamente a autoestima, a autoconfiança e a forma como muitas mulheres percebem a si mesmas. A comparação constante com padrões idealizados e a busca por validação externa aparecem como fatores recorrentes entre as diferentes faixas etárias observadas pelas profissionais entrevistadas.

5. ESTUDO DE CASO

5.1 Campanha Cost of Beauty: A Dove Film

A campanha *The Cost of Beauty* (2023), da Dove, tornou-se um dos materiais mais relevantes na discussão contemporânea sobre pressão estética e saúde mental. O vídeo apresenta a história real de Mary, uma adolescente que desenvolveu transtornos alimentares após sofrer intensa pressão por padrões irreais de beleza nas redes sociais. A narrativa evidencia o impacto psicológico que conteúdos de “corpo perfeito”, dietas extremas, comparações constantes e filtros de modificação facial exercem sobre meninas e mulheres jovens. O objetivo deste projeto determinou-se pelo combate contra a insatisfação corporal e a discriminação das aparências. (DOVE, 2023)

A escolha dessa campanha como estudo de caso se justifica por três razões. Primeiro, ela aborda diretamente o papel das mídias sociais como um agente ampliador da autocobrança corporal, tema que também aparece nos resultados da pesquisa realizada neste trabalho. Segundo, utiliza linguagem audiovisual e estratégias visuais que fazem parte do campo do design — estratégia em branding e fotografia — Terceiro, apresenta a dimensão social e emocional do problema, mostrando o quanto afeta tanto a vítima destes padrões, quanto as pessoas que convivem com ela. Interligando a elaboração do projeto, colaborou

positivamente com aspectos de empatia e humanização, criando possibilidades de uma maior conexão da autora com a leitora.

A campanha ao final do documentário, apresenta outras mulheres que estão em recuperação de transtornos aos quais lutam diariamente, evidenciando que ninguém está sozinha. Ao relacionar esse estudo de caso com os dados deste trabalho, observa-se convergência entre a realidade representada pela Dove e a vivência das participantes da pesquisa: a maioria afirmou sentir pressão estética, relatando dietas restritivas, vergonha corporal e influência direta das redes sociais em sua autoestima. Assim, a campanha opera como uma síntese visual e emocional da problemática discutida, reforçando a necessidade de atenção crítica ao consumo de imagens idealizadas e ao impacto psicológico que elas produzem. O projeto recebeu mais de 4 mil likes no Youtube, no canal oficial da Dove UK.

Figura 30 – Campanha The Cost of Beauty (2023, por Dove)



Fonte: [The Creative Congress. Co, Linkedin](#)

6. O PROJETO

Mediante a pesquisa apresentada junto à problematização, compreende-se que o uso de elementos gráficos visuais e sensoriais é crucial para refortalecer a identidade de um público-alvo constantemente interpelado por normas estéticas regulatórias. O projeto abrange o design gráfico como proposta de solução e resistência, utilizando a interatividade para promover um

aprendizado incorporado através de imagens, tipografias e texturas. O produto, o livro-objeto experimental “Reflexos de Mim”, visa subverter a lógica da mulher como “o Outro” e objeto de exibição, convidando a leitora a distanciar-se da “bolha de perfeição” das redes sociais. Em conjunto com os cards baseados em Ana Suy, a proposta busca transformar o design em uma ferramenta de visibilidade radical e autoconhecimento, estimulando a saúde mental e a rearticulação de uma identidade feminina autêntica perante as pressões sociais.

7. METODOLOGIA DO PROJETO

A metodologia deste projeto se embasa no *Design Thinking*, abordado como uma abordagem estratégica e centrada no ser humano para a resolução de problemas complexos de identidade e saúde mental. O sucesso desta abordagem sustenta-se em três pilares fundamentais:

- Empatia: Consiste na imersão profunda na dor da usuária, buscando compreender suas principais necessidades, considerando os fatores que desencadeiam tais sofrimentos, sobretudo, sobre como a pressão estética vem se afetando.
- Colaboração: Baseia-se no diálogo entre o design e outras áreas do saber, como a psicanálise, integrando as reflexões de Ana Suy e Sigmund Freud para estabelecer requisitos de projeto que priorizem o acolhimento e a autenticidade de maneira fácil de ser entendida,
- Experimentação (Elaboração): Parte basicamente para a prototipagem do livro-objeto para testar como cores, texturas e formas podem estimular sensações e facilitar o processo de autoconhecimento, incluindo rascunhos de ideias, croquis etc., até chegar ao produto final.

O conceito visual e estético deste projeto foi inteiramente embasado nas provocações do livro “Extra Bold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers” (2021), servindo como um convite para “sair da caixa” das tradições eurocêntricas e modernistas, trabalhando maneiras de englobar o feminismo ao design gráfico.

- Subversão Tipográfica: Em vez de utilizar fontes “neutras” ou convencionais, a busca por referências focou tipografias mais volumosas e com proporções irregulares. Essa escolha visa representar visualmente a quebra dos padrões corporais impostos.

- **Estética da Imperfeição:** Inspirado pela técnica da risografia, o conceito visual abraça a imperfeição técnica, as texturas táteis e as cores vibrantes como formas de visibilidade radical.
- **Linguagem Sensorial:** A paleta de cores e o uso de imagens buscam o deslocamento da "perfeição do Photoshop" para a celebração de corpos autênticos, transformando o design em uma ferramenta revolucionária.

Figura 31 – Livro Extrabold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers



Fonte: [Site oficial da Amazon](#)

7.1 Definição do problema

A pesquisa qualitativa revelou que a pressão estética se materializa em contextos distintos, que chega a uma determina fonte de uma das causas de sofrimento, sendo ela as redes sociais. O problema definido foi a necessidade de um livro-objeto experimental que permita que a leitora participe da obra, manipulando páginas, interagindo com texturas, ilustrações e pequenas ações, gatilhos visuais que sejam estimulantes a esses fatores sensoriais, onde a mulher pode reconhecer suas próprias narrativas corporais. Além disso, por caracterizar-se como produto gráfico, cria uma experiência única que foge da comunicação efêmera das redes sociais, e faz com que a usuária viaje nos conteúdos, com a intenção de aprofundar-se mais sobre si mesma e identificar quais os possíveis problemas, embasado em conhecimentos devidamente científico (psicanálise).

7.2 Briefing

Para dar início a elaboração do projeto, foi elaborado um briefing para traduzir as necessidades emocionais do público-alvo em requisitos técnicos de design:

Público-alvo

Mulheres divergentes, independentemente de como se identifica ou qual seja a sua sexualidade, de 14 a 30 anos de idade, que passam pelas determinadas situações da pressão estética, e procuram entender mais sobre si de maneira não tão óbvia, mas eficiente.

Conceito do produto

A proposta do livro-objeto é estimular um processo de autoconhecimento a partir dos conhecimentos da psicanalista Ana Suy, por meio de interações com texto, imagens, texturas etc., proporcionando reflexões e sensações sobre percepções de corpo, aparência e identidade feminina.

Função

- Criar estímulos visuais e reflexivos, com elementos interativos a partir do design gráfico e design editorial
- Despertar interesse e curiosidade pela temática
- Incentivar o autoconhecimento embasado na psicanálise e estimular questionamentos sobre identidade feminina e filtros de absorção de conteúdos

Interatividade

- Cards com ilustrações autorais de mulheres diversas, com exercícios diários para serem feitos durante a correria do dia a dia, fundamentado dentro do conteúdo do livro-objeto.
- Colagens digitais e tratamento de imagens que causem conforto ou desconforto, contudo, de maneira intencional.
- Texturas e cores que instiguem a usuária a reflexão, mas pensando na ergonomia.

- Inserção de elementos gráficos físicos, como cartas e envelopes, que podem ser retirados, abertos e manipulados pelo leitor, proporcionando uma experiência mais tátil e imersiva.

Desafio

Entender que a maior causa do sofrimento de mulheres pela pressão estética está relacionado às redes sociais, e que será preciso pensar em um produto interativo do começo ao fim.

Produto

Para que esse projeto seja eficaz e faça sentido, optou-se pelo seguinte conjunto de produto:

- Livro-objeto como principal fonte de conhecimento e informações.
- Cards interativos cuja sua principal função é trazer a prática do autoconhecimento de maneira dinâmica e mais rápida para o dia a dia.
- Caixa feita especialmente na medida exata do livro-objeto, com laço para simbolizar entrega de um presente à usuária.

7.3 Referências visuais

Dentro da metodologia adotada, a busca por referências visuais tornou-se crucial para desenvolver possíveis ideias de modelos, formas e estética do livro-objeto e dos cards interativos.

Figura 32 – Paineis de referências

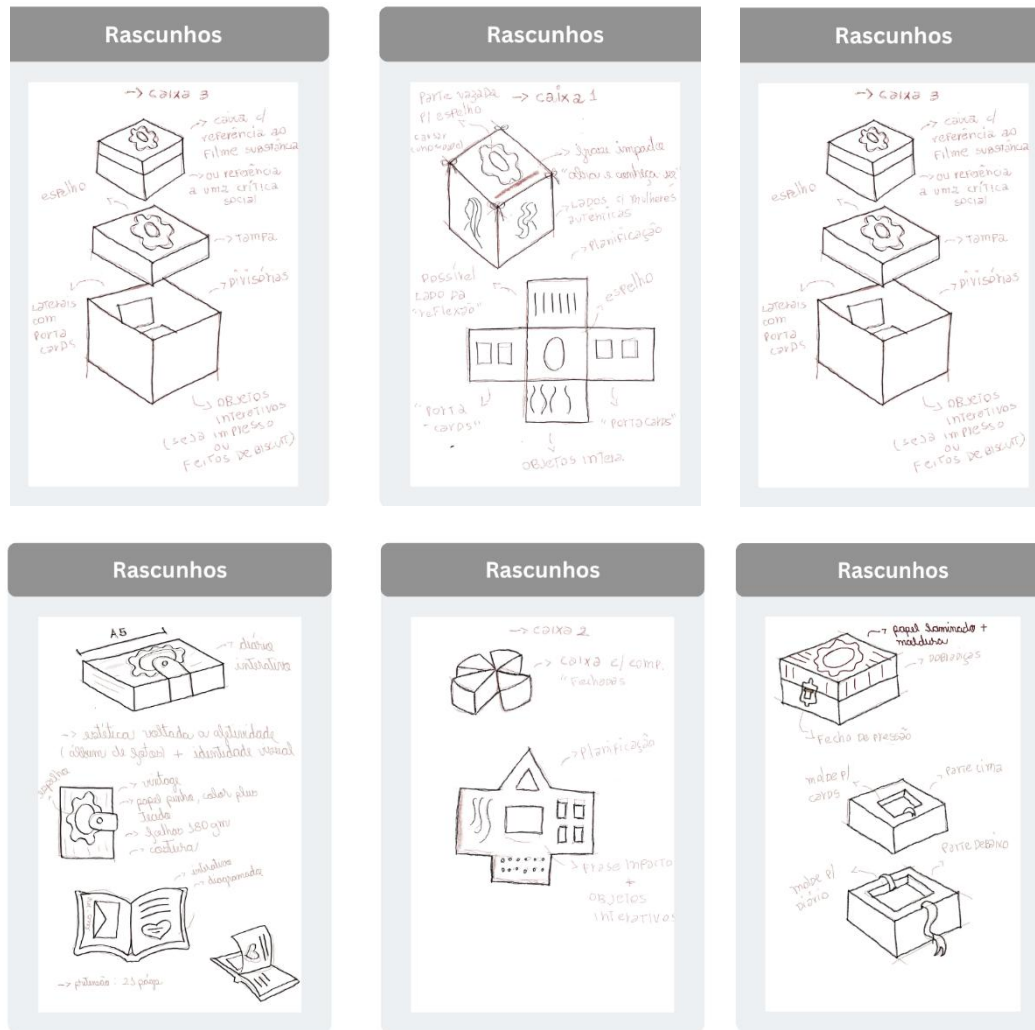


Fonte– Autoria própria

7.4 Brainstorm e esboços

Nesta etapa, a partir das referências visuais acima, foi levantado um brainstorm de ideias a partir de esboços físicos e digitais, pensando em propostas diferentes, mas que correspondessem fielmente ao briefing. Não foi feito uma exceção de esboços de cada elemento do produto, mas sim, ele como um todo.

Figura 33 – Esboços físicos e digitais



Fonte: Autoria própria

Foi pensado diversas maneiras de integrar todos os elementos do produto — sejam dentro do próprio livro-objeto, planificando, separando por compartimentos — preocupando-se de qual maneira seria a mais apropriada para seguir com o projeto. No fim, a caixa com os molde feito especialmente para armazenar o livro-objeto elegeu-se como o mais essencial para dar continuidade, apresentado no último rascunho à direita, da fileira debaixo.

8. IDENTIDADE VISUAL

Para dar prosseguimento ao projeto, foi de suma importância a elaboração de uma identidade visual que priorizasse a comunicação e a interatividade. Seguindo o pensamento da designer Ellen Lupton, entende-se que os designers gráficos são responsáveis por produzir

representações da sociedade e facilitar o acesso a ideias e informações. No contexto deste trabalho, a identidade visual, portanto, serve como a interface que convida a leitora a sair de uma posição passiva de objeto de exibição para a de sujeito soberano, utilizando cores, tipografias e texturas. Assim, o design gráfico assume um papel de ativismo visual, transformando o projeto em um espaço seguro de resistência contra a pressão estética e de incentivo à autenticidade

8.1 Paleta de cores

A paleta cromática do projeto foi construída a partir de tons quentes e saturados, com o objetivo de criar uma atmosfera de acolhimento, intimidade e introspecção, alinhada à proposta de autoconhecimento e construção identitária. A escolha dialoga com discussões presentes em obras como Extra Bold (2021), que propõem uma reflexão sobre a presença da mulher no design e sobre a necessidade de romper com padrões visuais normativos e estereotipados.

O marrom escuro reforça uma representação do feminino mais orgânica e humana, afastando-se de idealizações estéticas associadas à perfeição visual.

O vermelho intenso atua como principal ponto de destaque visual, simbolizando força, presença, desejo e intensidade emocional. Sua utilização rompe com representações passivas do feminino, trazendo potência e expressividade para a identidade visual do projeto.

O amarelo queimado introduz uma sensação de acolhimento, maturidade e conforto emocional, contribuindo para uma atmosfera mais íntima e humana. Já o amarelo mais vivo adiciona energia, vitalidade e movimento à composição, representando a possibilidade de reconstrução, descoberta e expansão da identidade, contudo, além de ser a cor complementar do vermelho, segundo o círculo cromático.

A presença da cor prata contribui para uma estética mais contemporânea, conversando diretamente com a cor de fundo acinzentado, este escolhido como uma referência ao papel utilizado na fabricação de jornais, gerando esse contraste entre o vintage e o moderno.

Foi realizado testes de impressão com cores variadas dentro da paleta estabelecida, até chegar na paleta definida.

Figura 34 – Testes de impressão, paleta de cores



Fonte: Autoria própria

Figura 35 – paleta de cores definida

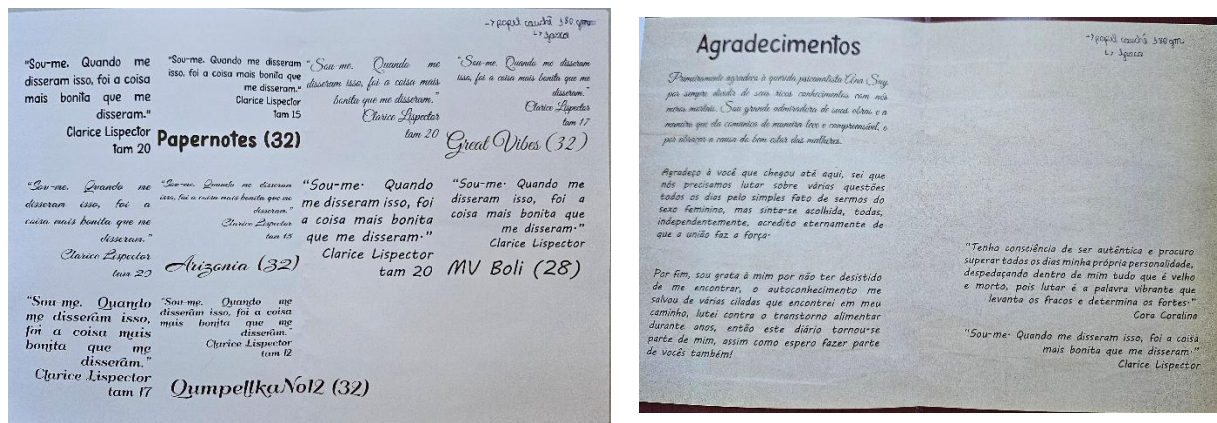
#361d18	RGB: 52,28,24 CMYK: 49,72,63,81	
#6f2b1d	RGB: 111,42,29 CMYK: 40,87,87,44	
#9a2720	RGB: 154, 29, 32 CMYK: 26,94,89,25	
#c78a2e	RGB: 199,138,46 CMYK: 20,47,89,7	
#e2a245	RGB: 226,162,69 CMYK: 10,40,79,2	
#d1d1d6	RGB: 209,209,214 CMYK: 20,15,12,2	
#cfccc5	RGB: 207,204,197 CMYK: 22,17,22,1	
#eodbcf	RGB: 224,219,207 CMYK: 15,12,20,0	

Fonte: Autoria própria

8.2 Tipografia

A princípio, foi considerado utilizar uma tipografia manuscrita, no intuito de remeter a escrita manual, como se uma pessoa estivesse escrita à mão o livro para a leitora, todavia, ocorreu algumas séries de adaptações e mudanças — estão justificadas nos capítulos e subcapítulos abaixo — anulando totalmente essa ideia. O primeiro indício de mudança originou-se ao observar os testes impressos, deixando a diagramação dos textos desarmônicos.

Figura 36 – Testes de impressão da tipografia



Fonte: Autoria própria

Diante disso, optou-se pela utilização da tipografia “Candara” para a composição dos textos corridos, por apresentar traços sem serifa que favorecem a legibilidade, o conforto visual e a fluidez da leitura. Para os títulos e demais elementos de destaque, foi selecionada a tipografia “Witch Magic”, que possui maior peso visual e características estéticas compatíveis com a identidade gráfica do projeto, contribuindo para atrair a atenção do público e reforçar sua proposta visual.

A escolha de ambas as tipografias considerou princípios de hierarquia visual, legibilidade e coerência estética, buscando estabelecer uma relação equilibrada entre os elementos gráficos e garantir uma experiência de leitura agradável e funcional. Ambas foram selecionadas a partir de fontes disponibilizadas para uso legal, atendendo às necessidades técnicas e conceituais do projeto.

Figura 37 – Tipografias definidas



Fonte: Autoria própria.

8.4 Título do livro

A escolha do título *Reflexos de Mim* está relacionada à proposta central do livro-objeto: incentivar a reflexão sobre a construção da autoimagem feminina em uma sociedade marcada por padrões estéticos rígidos. O título remete ao ato de se olhar, física e simbolicamente, reconhecendo as influências externas que moldam a percepção de si e questionando quais características realmente representam a própria identidade.

Ao longo da obra, a usuária é convidada a refletir sobre sua relação com o corpo e com a aparência, compreendendo que a identidade não é fixa, mas construída e transformada continuamente. Por meio de recursos gráficos experimentais, texturas, tipografias e imagens de corpos diversos, o projeto busca valorizar diferentes formas de existência e promover uma visão mais acolhedora da própria imagem.

Dessa forma, *Reflexos de Mim* representa não apenas o reflexo visto no espelho, mas também o processo de autoconhecimento e ressignificação da identidade feminina proposto pelo livro-objeto, permitindo que a leitora consiga enxergar versões nunca vistas antes de si mesma.

Figura 38 – Identidade visual do título



Fonte: Autoria própria

8.5 Elementos gráficos

Pensando nas composições de margens, aplicação de texturas que fizessem parte da identidade visual criada, foi elaborado uma série de tentativas de encaixes utilizando da própria tipografia elegida para ser usada em títulos e demais informações importantes. A técnica utilizada para execução dos elementos gráficos foi fundamentada nas leis fundamentais da Gestalt, neste contexto, utilizar de tipografias para criar formas a partir das partes vazadas, gerando outro tipo de imagem além das letras.

Pensando na harmonização e coerência na composição do layout da diagramação, foram feitos testes com todas as letras da palavra, até encontrar o seguimento que mais conversasse com a proposta prevista. No fim, foram escolhidas a letra “X” e a letra “S” para fazerem parte da composição das margens e elementos gráficos, colaborando com a identidade visual criada para o projeto.

Figura 39 – Tipografias unidas em Gestalt da palavra “REFLEXOS”



Fonte: Autoria própria

Figura 40 – Gestalt formado e aplicado



Fonte: Autoria própria

9. LIVRO-OBJETO EXPERIMENTAL

Inicialmente, o livro-objeto foi concebido como um “diário reflexivo” conduzido por uma voz narrativa informal e próxima da usuária. No entanto, ao longo do desenvolvimento, percebeu-se que essa estrutura acabava estabelecendo uma condução excessivamente direcionada da experiência, além de reproduzir uma lógica de organização rígida e controlada que contradizia os próprios conceitos defendidos pelo projeto.

Durante o processo criativo, tornou-se evidente a tentativa constante de enquadrar visualmente o conteúdo em composições perfeitas, organizadas e previsíveis, revelando uma busca inconsciente por controle e validação estética. Essa percepção levou à reformulação conceitual do objeto, que passou a assumir uma linguagem mais aberta, experimental e subjetiva.

A partir dessa mudança, o projeto deixou de se estruturar como um diário guiado por uma única voz para se tornar o livro-objeto “Reflexos de Mim”, propondo uma experiência mais livre de interpretação e identificação. As páginas passaram a incorporar composições

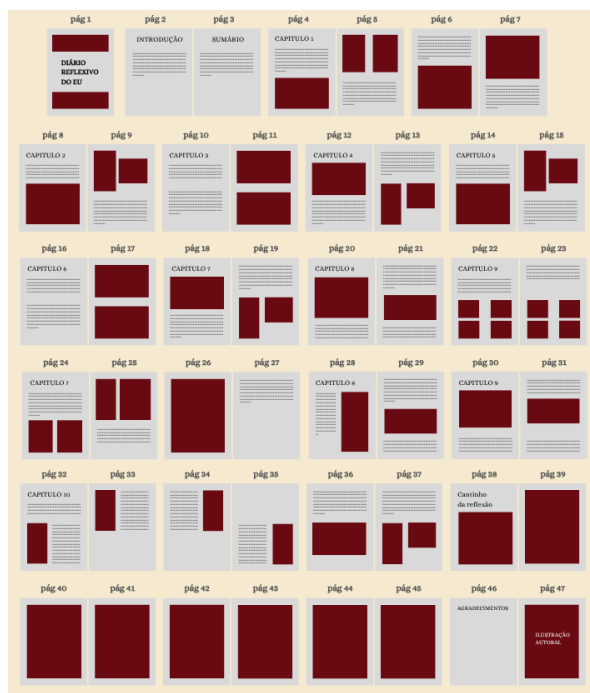
divergentes, experimentações tipográficas e imagens menos rígidas, mantendo unidade visual sem limitar a pluralidade das experiências femininas representadas.

Dessa forma, a própria transformação do projeto tornou-se parte de sua fundamentação conceitual, reforçando a ideia de identidade como um processo não linear, imperfeito e em constante construção.

9.1 Espelho editorial

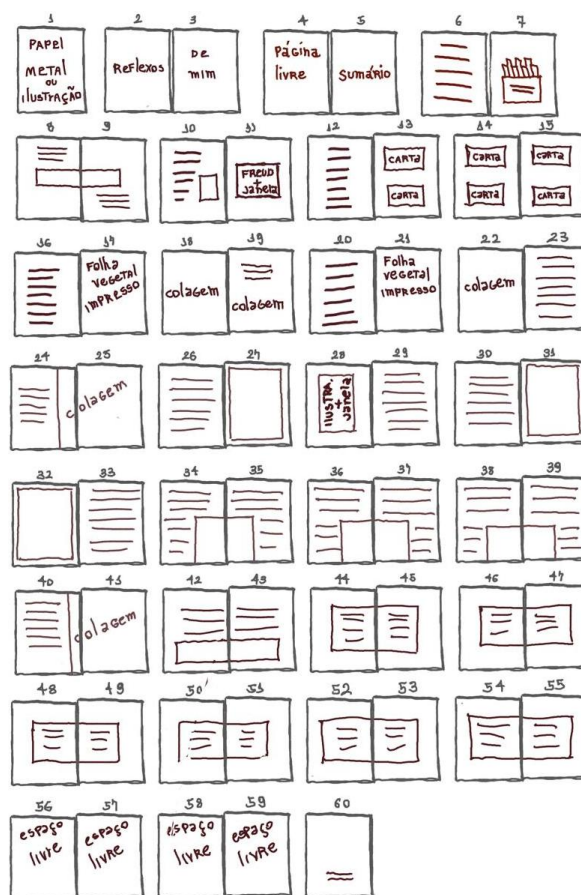
Antes de diagramar o conteúdo em aplicativo de software digital, foi elaborado o espelho editorial da organização de todas as páginas do livro. Essa estratégia foi crucial para compreender melhor a distribuição do conteúdo, permitindo escolher livremente os pontos de interação, textos e imagens. Em vista da alteração ocorrida durante o planejamento do projeto, originou-se dois espelhos editoriais ao total, considerando fatores que agregaram da primeira para a segunda ideia, permanecendo as funções interativas.

Figura 41 – Espelho editorial “diário reflexivo”



Fonte: Autoria própria

Figura 42 – Espelho editorial “reflexos de mim”



Fonte: Autoria própria

Contudo, no decorrer da elaboração do livro, algumas mudanças foram feitas conforme a sua necessidade, porém a maior parte estrutural deste espelho editorial concluiu-se com sucesso, permitindo o projeto obter coerência e facilidade ao ser produzido, permanecendo com 60 páginas ao total.

9.2 Diagramação

A diagramação do livro foi elaborada com base no espelho editorial criado anteriormente, em tamanho A5 (148mm x 210 mm). Optou-se por utilizar um grid composto por duas colunas e uma linha horizontal para manter hierarquia e organização dos textos e imagens. Pensando no equilíbrio dos espaços entre os textos, foi usado medianiz de 5 mm, espaçamento de 18 pt entre as linhas, e margens de 12,7 mm, mantendo maior organização. Foi criado um documento para deixar todas as ideias de escrita e aplicação das interatividades

conforme cada capítulo, e o adobe indesign para diagramar todos os elementos proporcionando coerência e hierarquia visual.

Figura 43 – Documento com texto e ideias de interações

CAPÍTULO 2: Espelho, espelho meu

Ninguém nasce sabendo quem é, você precisou que alguém, lá no início, apontasse para o seu reflexo e dissesse: "olha você ali".

INTERAÇÃO: uma imagem de um espelho interativo (papel que remeta espelho (espelho, espelho meu))

O problema é que, hoje, a internet tenta segurar esse espelho para você, exigindo performances "aesthetic" e filtros que mudam até o seu DNA.

INTERAÇÃO: uma colagem de imagem e o texto : ("a grama do vizinho é sempre mais verde do que a minha")

Com isso, de acordo com quem segura o seu espelho, irá refletir no modo como você se enxerga, e isso pode ser um problema.

CAPÍTULO 3: Permita-se ser (im)perfeita

Por acaso você escuta uma "vozinha" interna que sempre está dizendo o quanto você é insuficiente ou quando está definitivamente feia?

Ela NÃO é sua

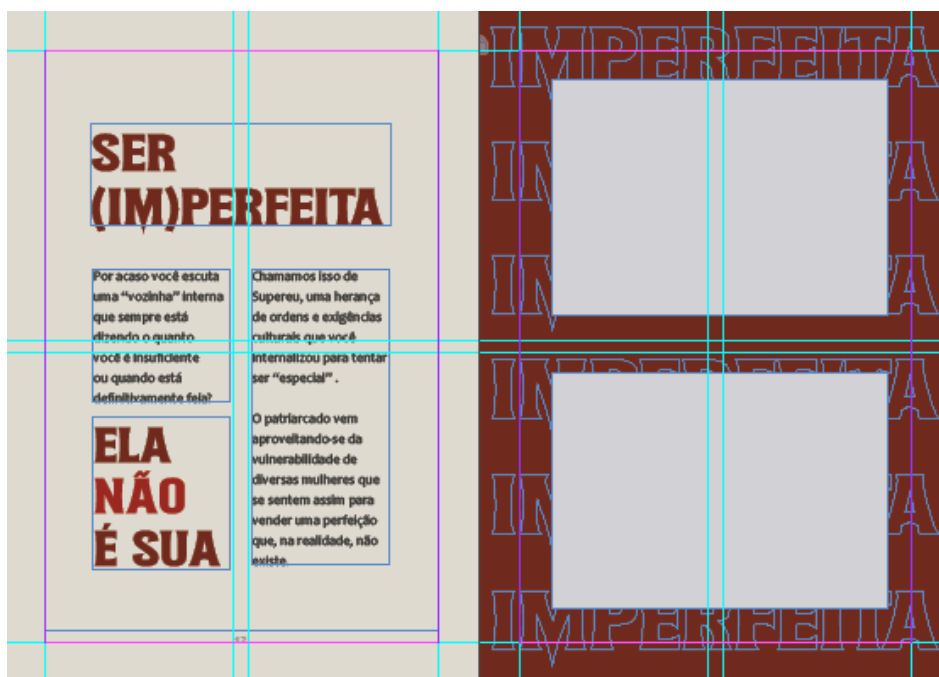
Chamamos isso de Supereu, uma herança de ordens e exigências culturais que você internalizou para tentar ser "especial".

O patriarcado vem aproveitando-se da vulnerabilidade de diversas mulheres que se sentem assim para vender uma perfeição que, na realidade, não existe. A propósito, algumas delas resolveram se expressar:

INTERAÇÃO: uma carta redigida por uma das entrevistadas contando sua experiência

Fonte: Autoria própria

Figura 44 – Aplicação de grid e organização no indesign



Fonte: Autoria própria

9.3 Definição de materiais

O projeto foi pensado para ser o mais acessível possível, considerando fatores de custos materiais e modo de produção. Foram selecionados:

- Papel sulfite 120gm, por fator de custo e pretensão do livro passar pelo processo de costura copta.
- Para elaboração da capa, foi utilizado papel paraná e folha sulfite 120 gm adesivado, impressa dentro da identidade, garantindo boa estrutura e qualidade.
- Fio de cetim na cor prata brilhante, utilizado na costura

9.4 Processo criativo

O processo criativo iniciou-se com um boneco do livro, para averiguar quais páginas iriam compor cada um dos 5 cadernos, formando o livro ao total.

Figura 45 – Boneco do livro



Fonte: Autoria própria

Sucessivamente, todos os cadernos foram impressos em folha A4, para serem dobrados ao meio, conferindo qualidade de impressão das cores, letras etc.

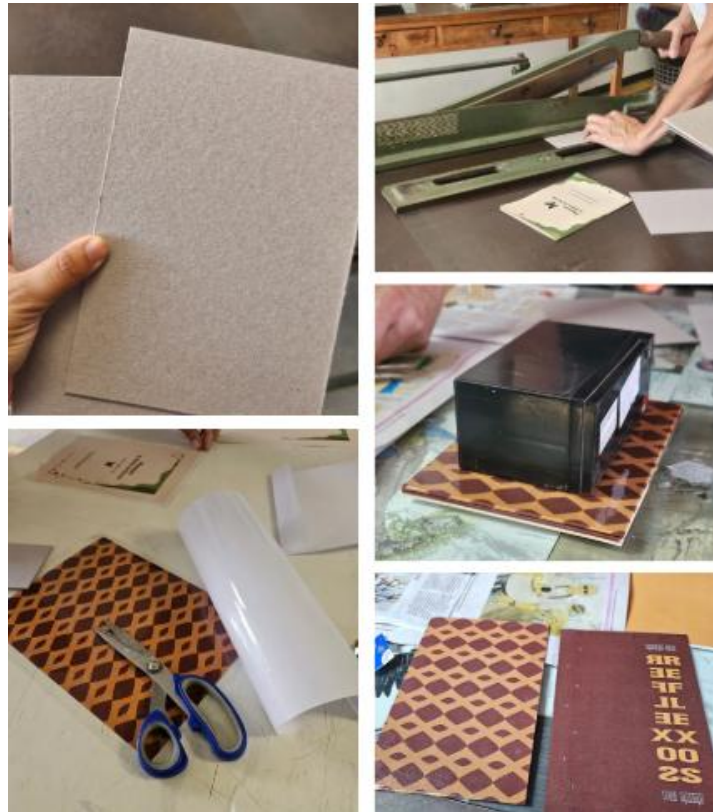
Figura 46 – 5 cadernos do livro impressos



Fonte: Autoria própria

Com todo o conteúdo já impresso, foi pedido a ajuda do Sérgio Ferreira, da oficina de papel, para dar início ao processo de costura copta. Ele deu todas as orientações necessárias para que o livro ficasse bem costurado e o mais reto possível. Em consonância, foi elaborado a capa 1 e a capa 2.

Figura 47 – Processo de encadernação da capa



Fonte: Autoria própria

Figura 48 – Processo da costura copta



Fonte: Autoria própria

Todas as imagens usadas no livro foram tratadas no adobe photoshop, principalmente, no intuito de trabalhar as composições características de colagens digitais, pensando na interação com a leitora, deixando a leitura mais dinâmica e interessante. Além disso, ilustrações autorais da própria autora também foram inseridas, tanto como forma de releitura de obras famosas, como a da figura de Afrodite (figura 50). A escolha da personagem estabelece uma relação com as temáticas de feminilidade, identidade e percepção de si, presentes ao longo do projeto. A ilustração propõe uma reflexão sobre a forma como mulheres constroem sua autoimagem na contemporaneidade.

Figura 49 – Imagens tratadas



Fonte: Autoria própria

Figura 50 – Releitura da obra Afrodite



Fonte: Autoria própria

Figura 51 – Sou tudo isso mesmo



Fonte: Autoria própria

Por fim, foram desenvolvidos os materiais interativos que compõem a experiência do livro após sua encadernação. Entre os elementos produzidos, destacam-se cartas contendo relatos pessoais acondicionadas em envelopes, papéis dobráveis que convidam à exploração do conteúdo, janelas interativas para abertura e folhetos com exercícios voltados ao autoconhecimento psicanalítico.

Figura 52 – Envelopes com cartas dentro



Fonte: Autoria própria

Figura 53 – Papel laminado como espelho, e criação de janela com papel color plus e papel vegetal



Fonte: Autoria própria

Figura 54 – envelope aberto com papeis dobrados, folheto servindo como envelope para cards.



Fonte: Autoria própria

10. CARDS INTERATIVOS

Como desdobramento da identidade visual e dos materiais informativos do projeto, foram criados os cards de interação, voltada para a praticidade e a interatividade imediata. Enquanto os folhetos do projeto contêm exercícios de autoconhecimento psicanalítico que exigem um ambiente de maior introspecção, tempo e atenção plena, os cards surgem como uma alternativa para o exercício diário.

Foram desenvolvidos dentro da identidade visual, entretanto, com uma estética chegado ao estilo *vintage*, como uma maneira de fazer mediação entre a antiguidade e o tempo contemporâneo dentro do contexto. A escolha das personagens presentes nas ilustrações dos cards foi baseada em mulheres bem diversas para apontar justamente a ideia de cada uma tem sua própria individualidade. Não é preciso enquadrar-se em um padrão único para se sentir bonita.

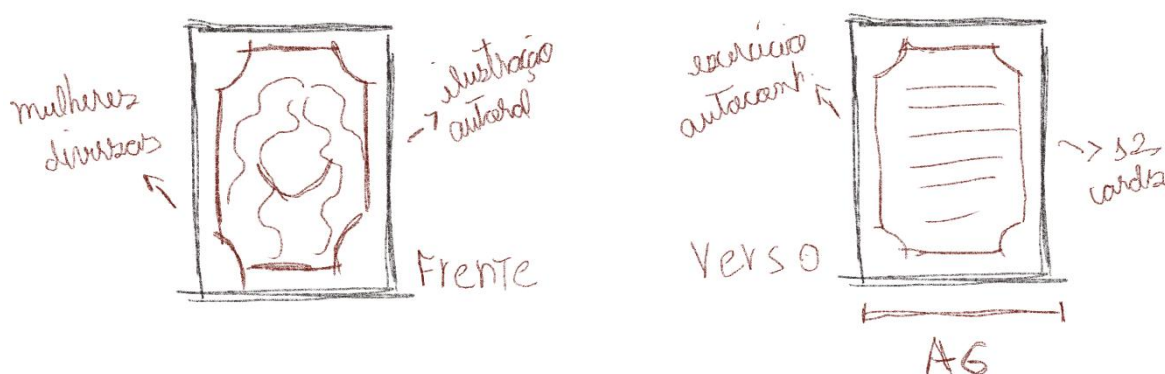
Diante disso, optou-se por colocar justamente essas mulheres como protagonistas das ilustrações autorais, valorizando a diversidade de corpos, traços e aparências. Essa decisão teve como objetivo ampliar a representatividade dentro do projeto e incentivar reflexões sobre os padrões de beleza socialmente estabelecidos. Ao destacar diferentes formas de existir e

ocupar espaços, as ilustrações contribuem para a construção de uma experiência mais inclusiva e acolhedora para a usuária.

10.1 Esboços e croquis

Primeiramente, foi feita uma pesquisa de similares a partir do painel de referências (figura 32) para entender a montagem de cards e como são utilizados durante o cotidiano entre os usuários. No decorrer do tempo, algumas ideias foram surgindo, pensando em cada detalhe que poderia ser aproveitado.

Figura 55 – Esboços de ideias para os cards

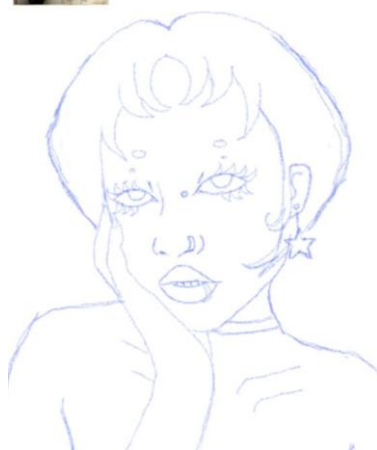
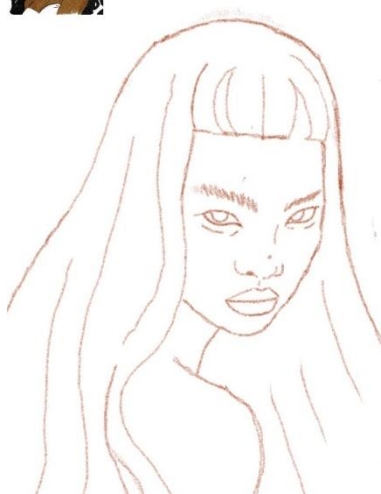


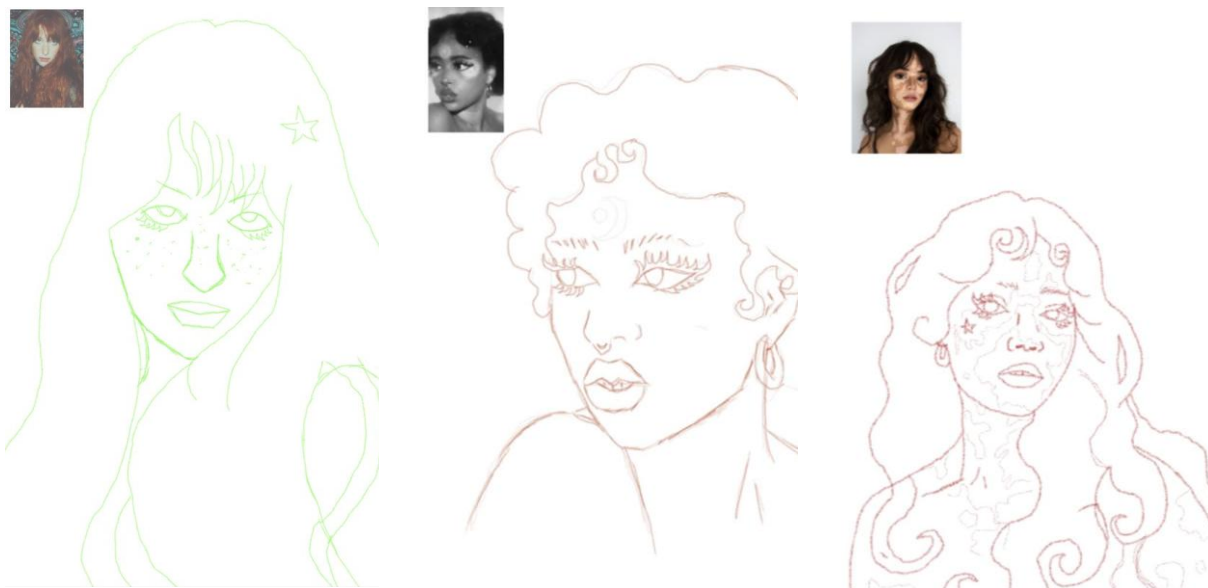
Fonte: Autoria própria

A paleta de cores das ilustrações foi desenvolvida com base na identidade visual do projeto, buscando manter a unidade estética entre os materiais gráficos. Entretanto, procurou-se preservar as características naturais de cada mulher representada, especialmente em relação aos diferentes tons de pele e particularidades visuais.

Para alcançar esse equilíbrio, foram utilizadas variações das cores presentes na identidade visual, adaptando-as quando necessário sem comprometer a coerência visual do projeto. As ilustrações foram produzidas digitalmente por meio do software procreate.

Figura 56 – Esboços das ilustrações dos cards





Fonte: Autoria própria

Figura 57 – Ilustrações dos cards finalizadas





Fonte: Autoria própria

10.2 Definição de materiais

Para a elaboração dos cards interativos, também foi pensado em ser elaborado de maneira sem excesso de gastos de materiais, todavia, diferente da elaboração do livro-objeto experimental, os cards foram plastificados para manter qualidade e durabilidade ao longo do tempo, mas impressos em apenas duas folhas A4 (297mm x 210mm). Os materiais selecionados foram:

- Papel sulfite 90gm, por fator de custo e pretensão do livro passar pelo processo de costura copta.
- Plástico usado na plastificação e recorte dos cantos, pensando na ergonomia e usabilidade, sem riscos de acidentes com pontas.

10.3 Processo criativo

Para os cards interativos, optou-se pela utilização de tipografias manuscritas com o objetivo de transmitir maior proximidade e pessoalidade ao conteúdo, por ser conter pouco texto. Dessa forma, auxilia na construção de uma linguagem visual mais humana e emocional, complementando os demais elementos gráficos do projeto. Foram selecionadas as fontes Snell Roundhand para os títulos, e Papyrus para a escrita do verso.

Figura 58: Diagramação dos cards no adobe illustrator



Fonte: Autoria própria

Figura 59: Testes de impressão para verificação de cores e legibilidade dos cards



Fonte: Autoria própria

Figura 60: Cards impressos e plastiificados



Fonte: Autoria própria

11. CAIXA

11.1 Ideias e definição

Inicialmente, previa-se o armazenamento do livro-objeto e dos 12 cards interativos em uma caixa projetada com dois compartimentos moldados especificamente para acomodar os materiais. No entanto, ao longo do desenvolvimento dos produtos, algumas alterações tornaram-se necessárias para garantir a funcionalidade e a adequação do resultado final.

Assim como nos demais elementos do projeto, a paleta de cores desenvolvida especialmente para esta proposta também foi aplicada à caixa, com o objetivo de manter a identidade visual e assegurar a coerência da comunicação gráfica.

Contudo, optou-se por utilizar a caixa personalizada apenas para o acondicionamento do livro-objeto experimental. Os cards interativos, por sua vez, passaram a ser inseridos no interior do próprio livro, juntamente com os folhetos, uma vez que constituem parte essencial do conteúdo apresentado. Dessa forma, sua integração ao livro mostrou-se mais adequada do que mantê-los separados do material principal.

11.2 Definição de materiais

A partir da definição do que a caixa iria portar internamente, foi feito um levantamento de materiais que seriam necessários para conter uma excelente estrutura e rigidez. Foram precisos os seguintes materiais:

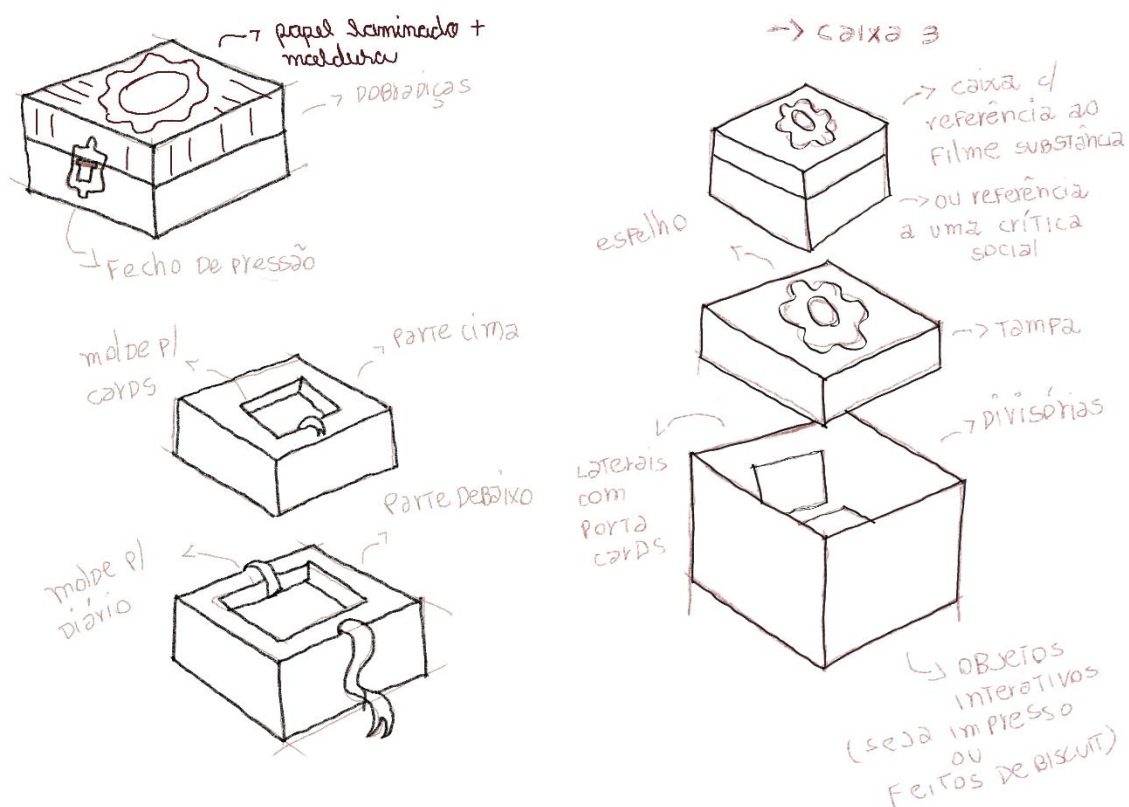
- Papel paraná de 240gm
- Papel colorplus na cor marrom escuro e prata, ambos de 120gm
- Cola para artesanato

11.3 Processo criativo

A elaboração da caixa foi realizada sob a supervisão e com o acompanhamento constante do artesão Sérgio. Inicialmente, foram definidas e executadas todas as medidas necessárias, considerando as dimensões ideais de largura, comprimento e altura, a fim de realizar os recortes dos moldes antes das etapas de montagem, encaixe e colagem.

Para garantir a perfeita aderência do papel Color Plus ao papel Paraná, bem como um acabamento visualmente uniforme e esteticamente satisfatório, o artesão empregou uma técnica de aplicação com ferro aquecido. Esse procedimento possibilitou o alinhamento adequado dos materiais e contribuiu para a qualidade final da peça.

Figura 61: Esboços iniciais para elaboração da caixa



Fonte: Autoria própria

Figura 62: Processo de montagem da caixa





Fonte: Autoria própria

12. PRODUTO FINAL

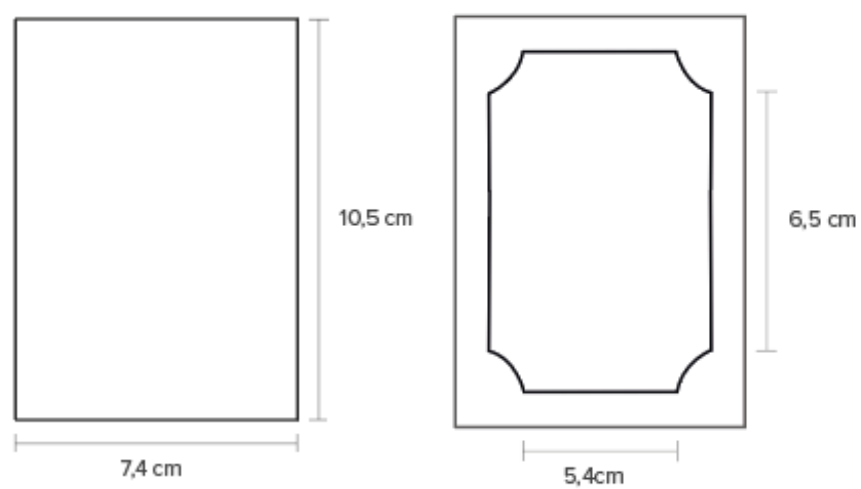
Neste capítulo, apresenta-se a materialização do conjunto "Reflexos de Mim", composto pelo livro-objeto experimental, os 12 cards interativos e a caixa personalizada. O produto final é o resultado de uma busca por converter conceitos abstratos da psicanálise e da filosofia em uma experiência tátil que convida a usuária a distanciar-se da "bolha de perfeição" das redes sociais.

12. Miolo e especificações técnicas

O miolo do livro-objeto foi estruturado com um total de 60 páginas, resultantes de 30 folhas impressas em frente e verso. Optou-se pelo uso do papel sulfite 120g, justificada por dois pilares fundamentais: a acessibilidade e a economia. O objetivo do projeto foi demonstrar que o design voltado ao autoconhecimento pode ser democrático e viável, utilizando materiais acessíveis que permitem a execução de um produto de alta qualidade sem a necessidade de investimentos financeiros elevados, mantendo o foco na funcionalidade e na mensagem do objeto.

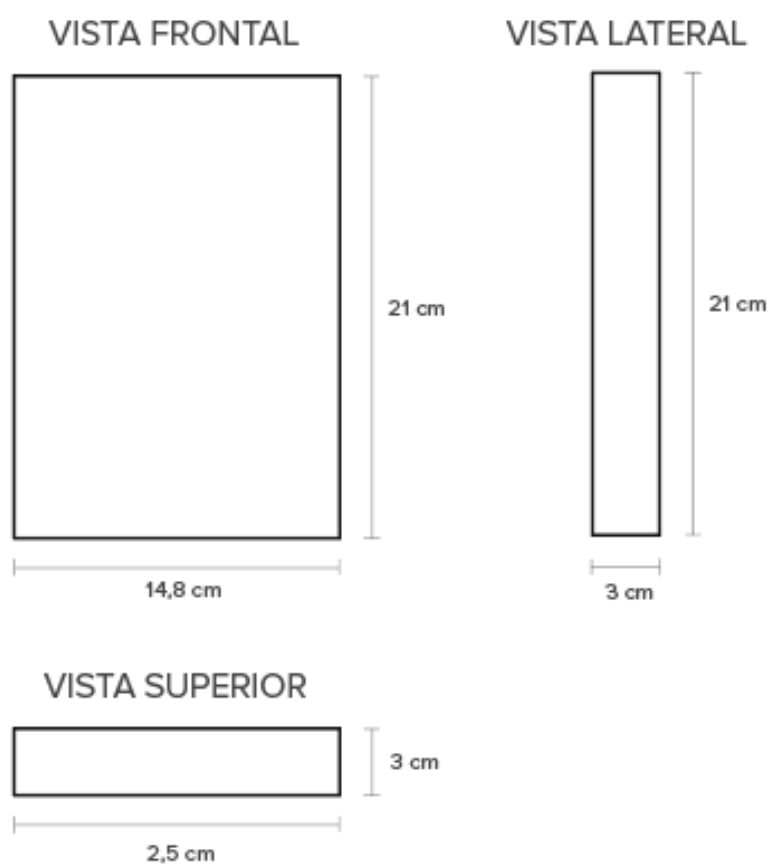
A seguir, o desenho técnico de cada item da composição do produto final:

Figura 63: Desenho técnico dos cards



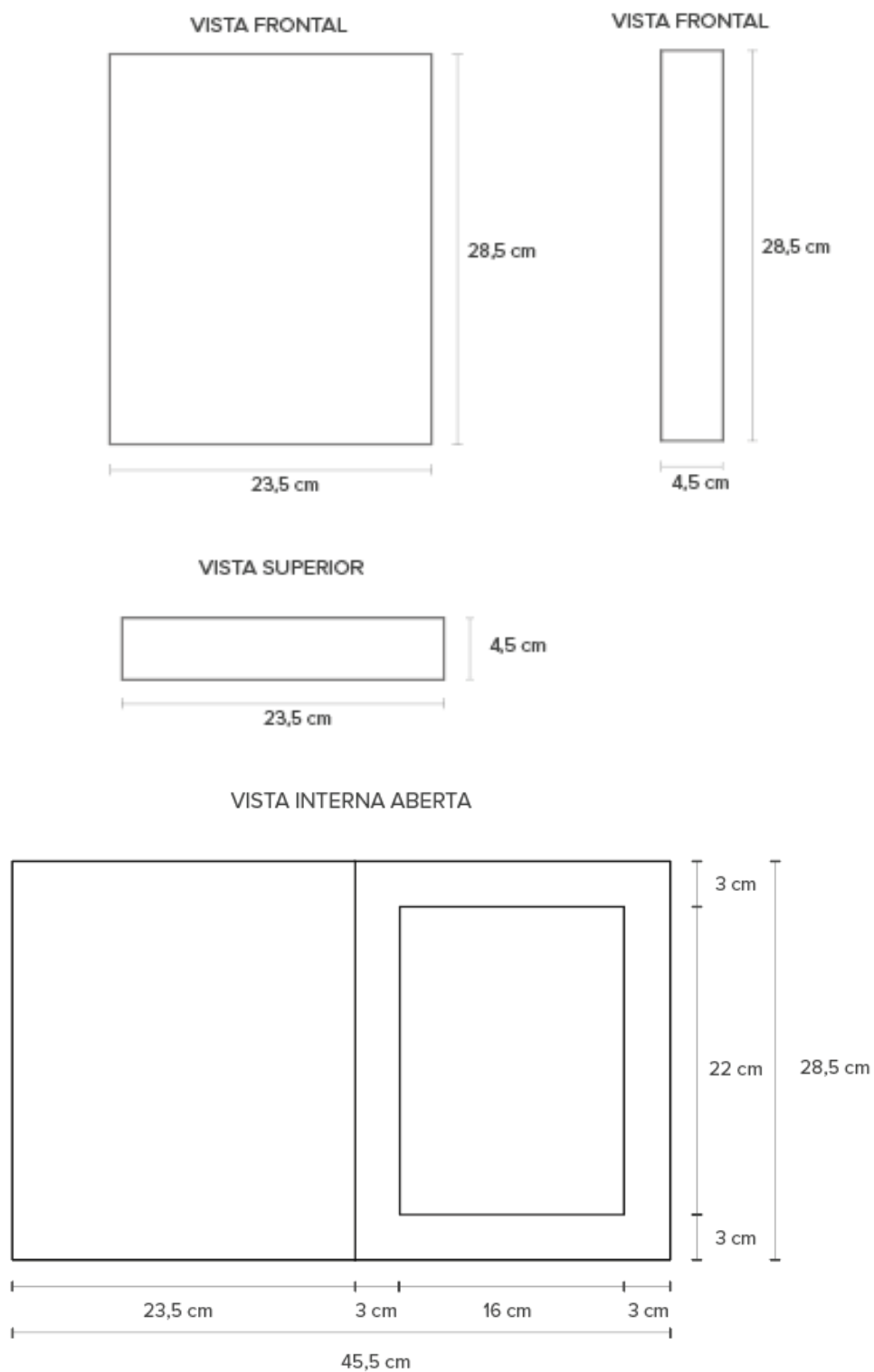
Fonte: Autoria própria

Figura 64: Desenho técnico do livro-objeto



Fonte: Autoria própria

Figura 65: Desenho técnico da caixa



Fonte: Autoria própria

A união dos cadernos foi realizada por meio da costura copta, utilizando fio de cetim na cor prata brilhante. Esta técnica manual de encadernação foi escolhida para conferir

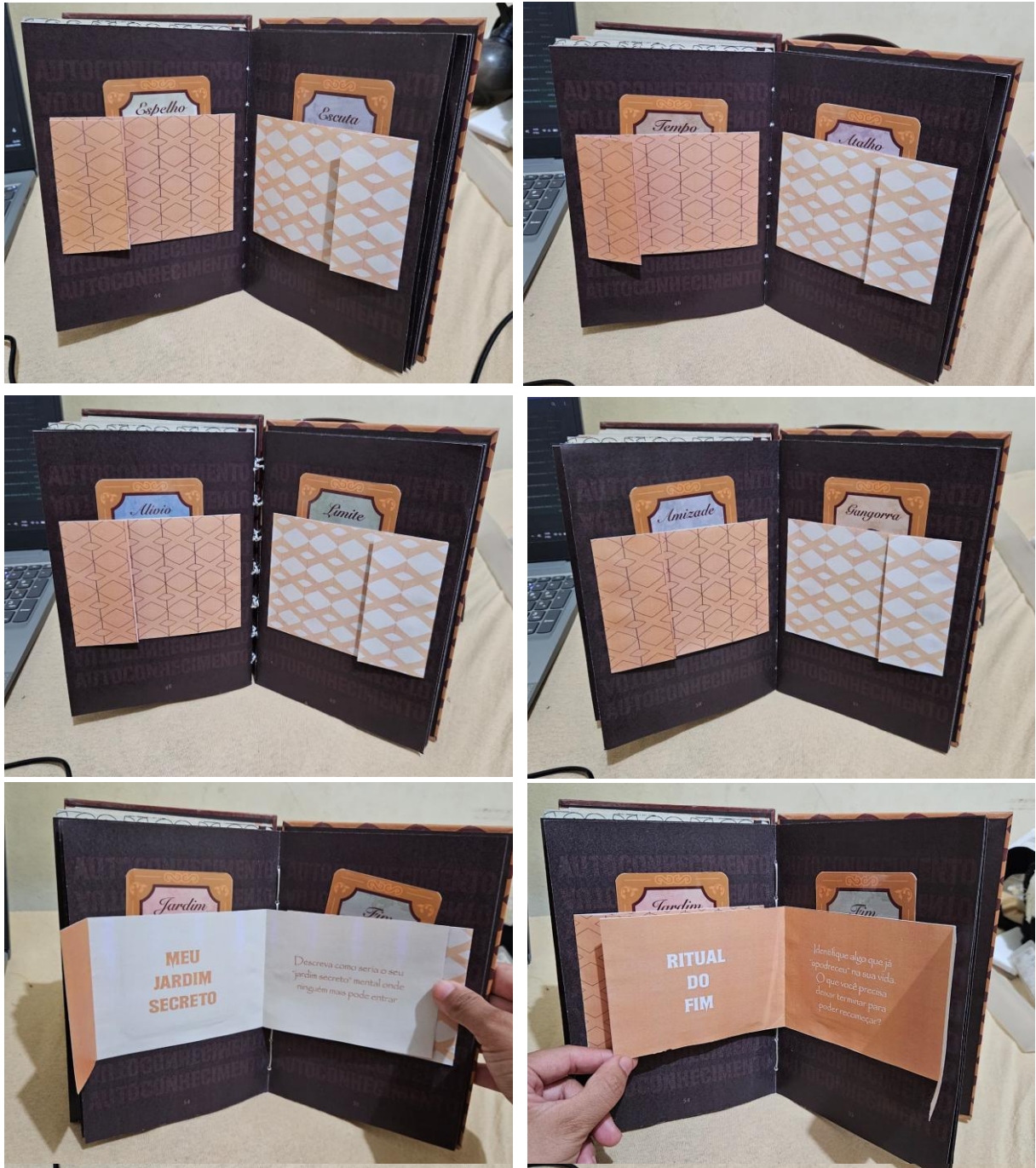
um "toque humano" ao projeto, distanciando-o da frieza das produções industriais. Tecnicamente, a costura copta garante a flexibilidade necessária para a passagem das páginas e permite a abertura total de 180 graus, o que é essencial para que a leitora interaja com o conteúdo. Além disso, essa estrutura é a mais adequada para suportar o volume gerado pelas diversas interações (envelopes e folhetos) coladas no livro após o processo de impressão e dobra.

12.2 Dinâmica de uso: folhetos e cards interativos

A experiência interativa de autoconhecimento, fundamentada nas reflexões de Ana Suy, foi dividida em dois momentos complementares:

- **Exercícios Prolongados:** Nas páginas finais do livro, foram fixados 12 folhetos interativos dobrados, que funcionam como receptáculos para os cards. Cada folheto guarda um exercício de autoconhecimento mais profundo, que exige tempo, calma e introspecção para ser realizado.
- **Prática Diária:** Para a "correria do dia a dia", foram desenvolvidos 12 cards interativos que possuem o mesmo conteúdo dos folhetos, mas de forma sintetizada e dinâmica. Também podem ser retirados dos folhetos e ser embaralhados, como um jogo de cartas comum.
- **Integração:** Os folhetos foram produzidos com um espaçamento interno que funciona como um envelope, onde cada card fica acondicionado junto ao seu respectivo exercício prolongado. Essa organização garante que a usuária tenha liberdade de escolha sobre a profundidade da prática em cada momento de sua rotina.

Figura 66: Folhetos com seus respectivos cards interativos



Fonte: Autoria própria

Figura 67: Os 12 cards interativos



Fonte: Autoria própria

12.3 Acabamento e interações

Como toque final, foram aplicadas pequenas pedras (*face gems*) na tampa da caixa, na capa e em pontos estratégicos do interior do livro. Este elemento de acabamento possui uma carga simbólica ligada ao título "Reflexos de Mim". O brilho das pedras representa o reflexo e a luz da descoberta da própria identidade, servindo como um gatilho visual para atrair o olhar da usuária. O detalhe reforça que a beleza e a autenticidade podem ser encontradas na simplicidade dos materiais quando estes são imbuídos de significado e intenção de design.

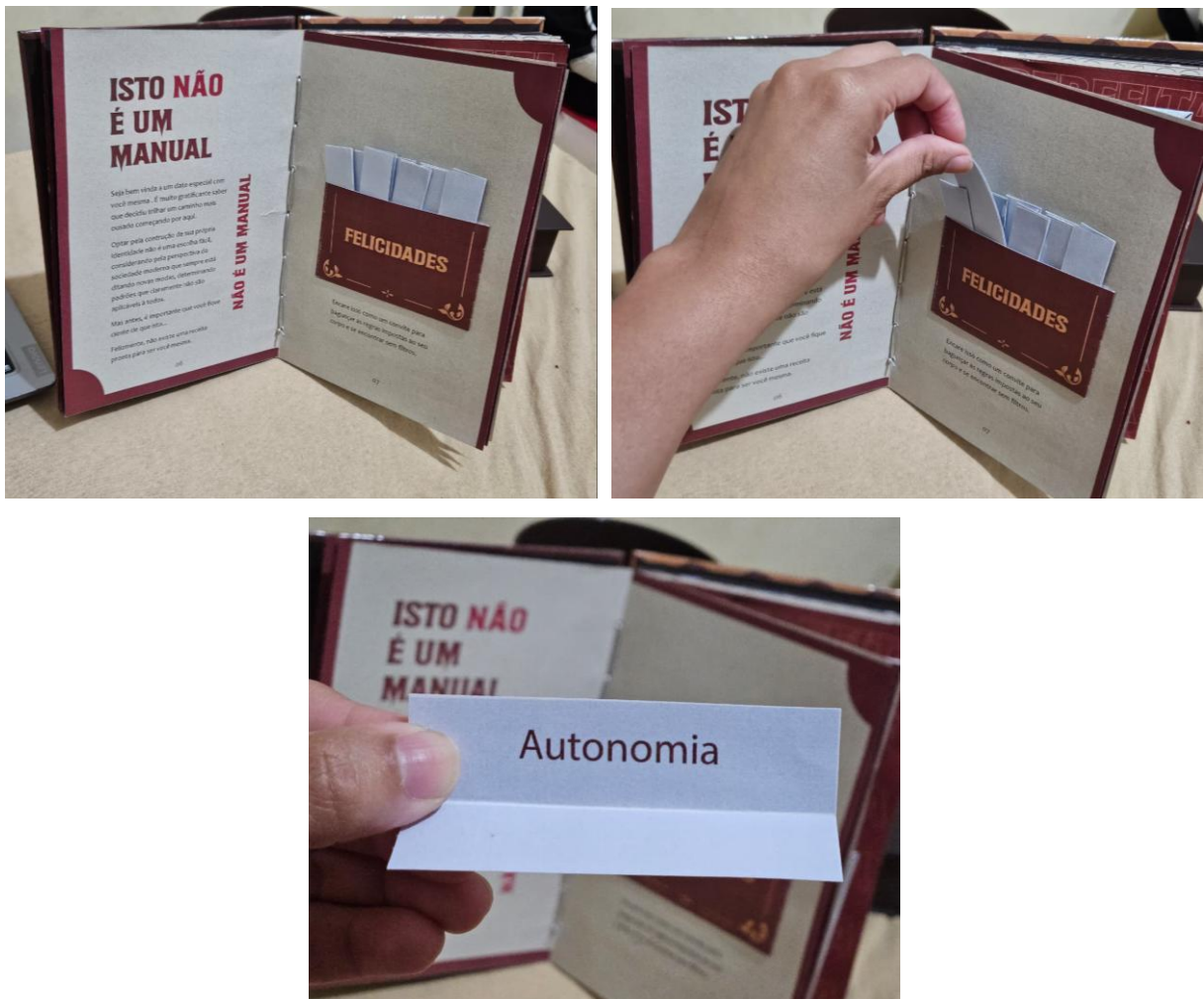
Além disso, o livro—objeto conta com diversas interações trabalhadas todas manualmente, pensando em maneiras diferentes de estimular fatores visuais e sensoriais, consequentemente, conduzir a leitora a se interessar genuinamente pelo conteúdo.

Respectivamente, são:

- Envelope contendo “felicidades”, que possui 8 papéis dobrados dentro, que precisam ser abertos para saber qual é cada palavra (autenticidade, originalidade, autonomia, autocuidado, autoconhecimento, amor-próprio, boa autoestima, resiliência). Todos impressos na folha sulfite 120gm.
- Papel laminado dentro da moldura da colagem de espelho, como forma de chamar a atenção e fazer referência ao próprio conteúdo.
- 6 envelopes na cor prata (papel colorplus), que foram dobrados manualmente, contendo cartas de relatos verdadeiros, de mulheres anônimas que resolveram expressar seus sentimentos perante o tema. Maior parte delas são minoria, sendo mulheres pretas, LGBTQI+ etc.
- Papel vegetal impresso com expressões artísticas (2 papéis ao total) relacionadas a determinados conteúdos como forma de trazer uma nova textura do papel habitual do livro, e que faz total sentido com cada abordagem. Além disso, também faz referência a transparência do conceito do eu, das três instâncias psíquicas da psicanálise (id, ego e superego).
- Janela feita com papel colorplus prata e papel vegetal, com portinhas e peitoril. A intenção foi despertar curiosidade na leitora ao prosseguir com a próxima página, como uma espécie de *spoiler*, além de deixar a leitura mais divertida.

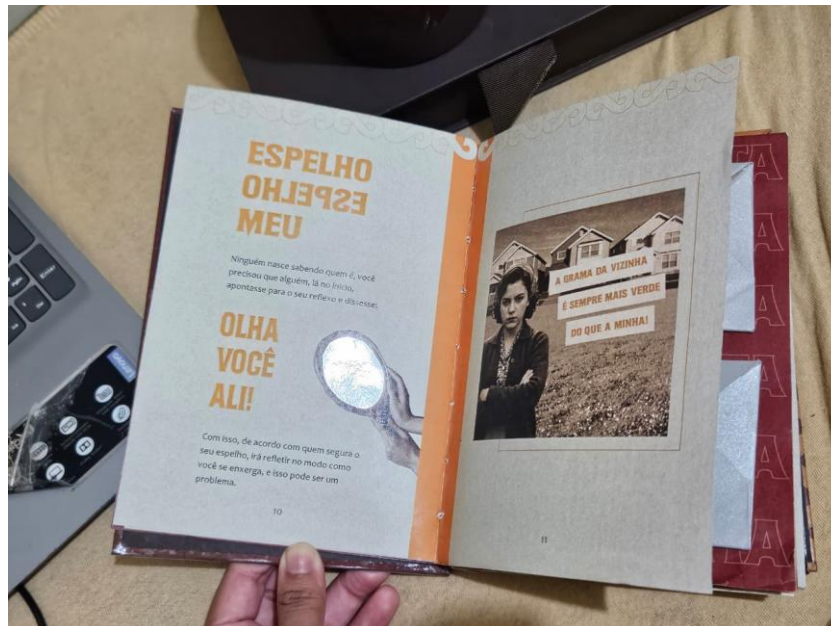
- Ilustração autoral “Sou Tudo Isso Mesmo” (figura 51) da autora, em forma de livreto dobrado. Ao lado do desenho, encontra-se todo em papel laminado, para que a usuária possa manipular a página brincando com os reflexos de luz, fazendo trocadilho com o próprio nome do projeto.
- Colagens digitais elaborados de acordo com cada tema abordado nos seus devidos capítulos. Além de tornar o seguimento do conteúdo mais dinâmica, também são críticas sociais que estão abertas para interpretação de cada indivíduo, ao ver.
- Por fim, folhetos mais os cards interativos citados anteriormente (12.2), como proposta de ação final para o estímulo do autoconhecimento psicanalítico de maneira mais leve e divertida, desvinculando-se apenas da leitura.

Figura 68: Envelope contendo “felicidades”



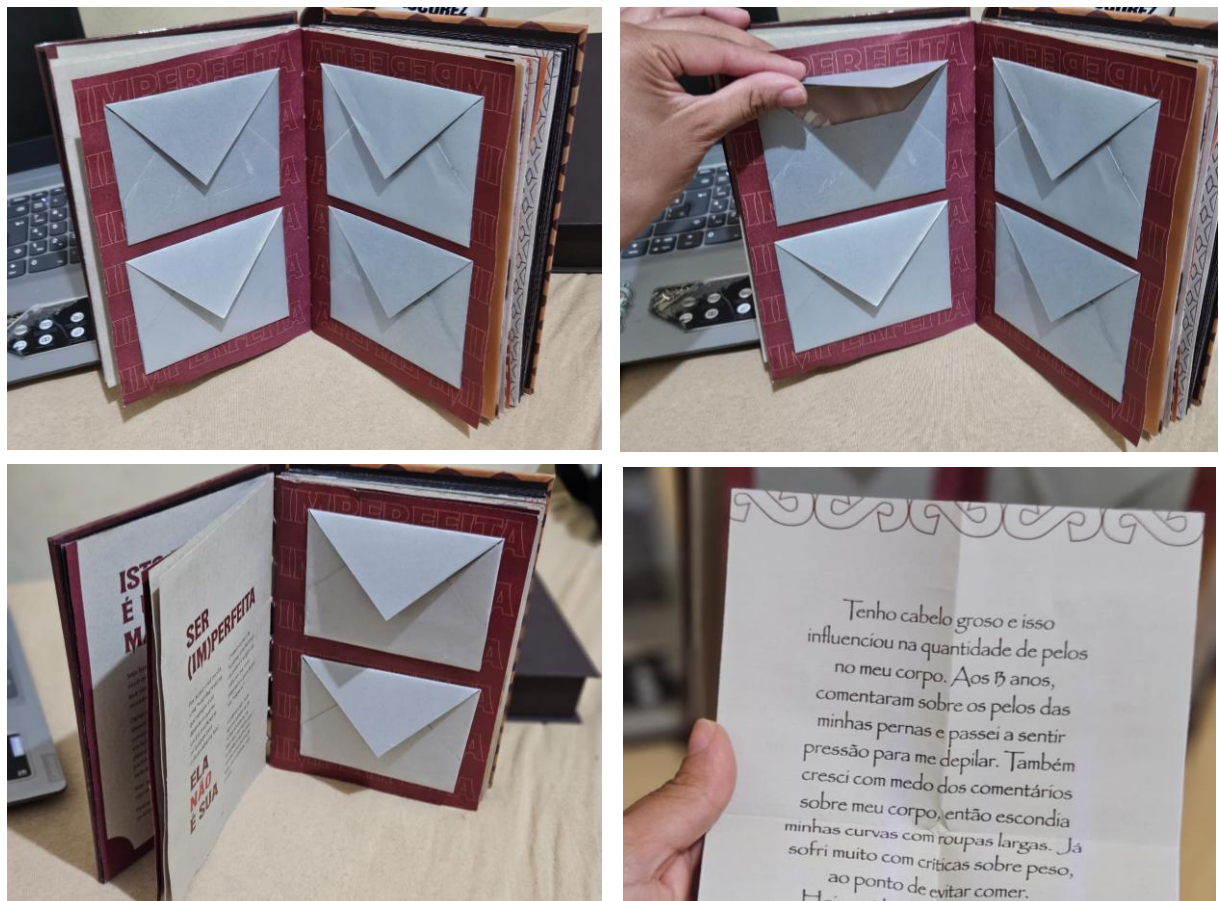
Fonte: Autoria própria

Figura 69: Papel laminado dentro da moldura da colagem de espelho

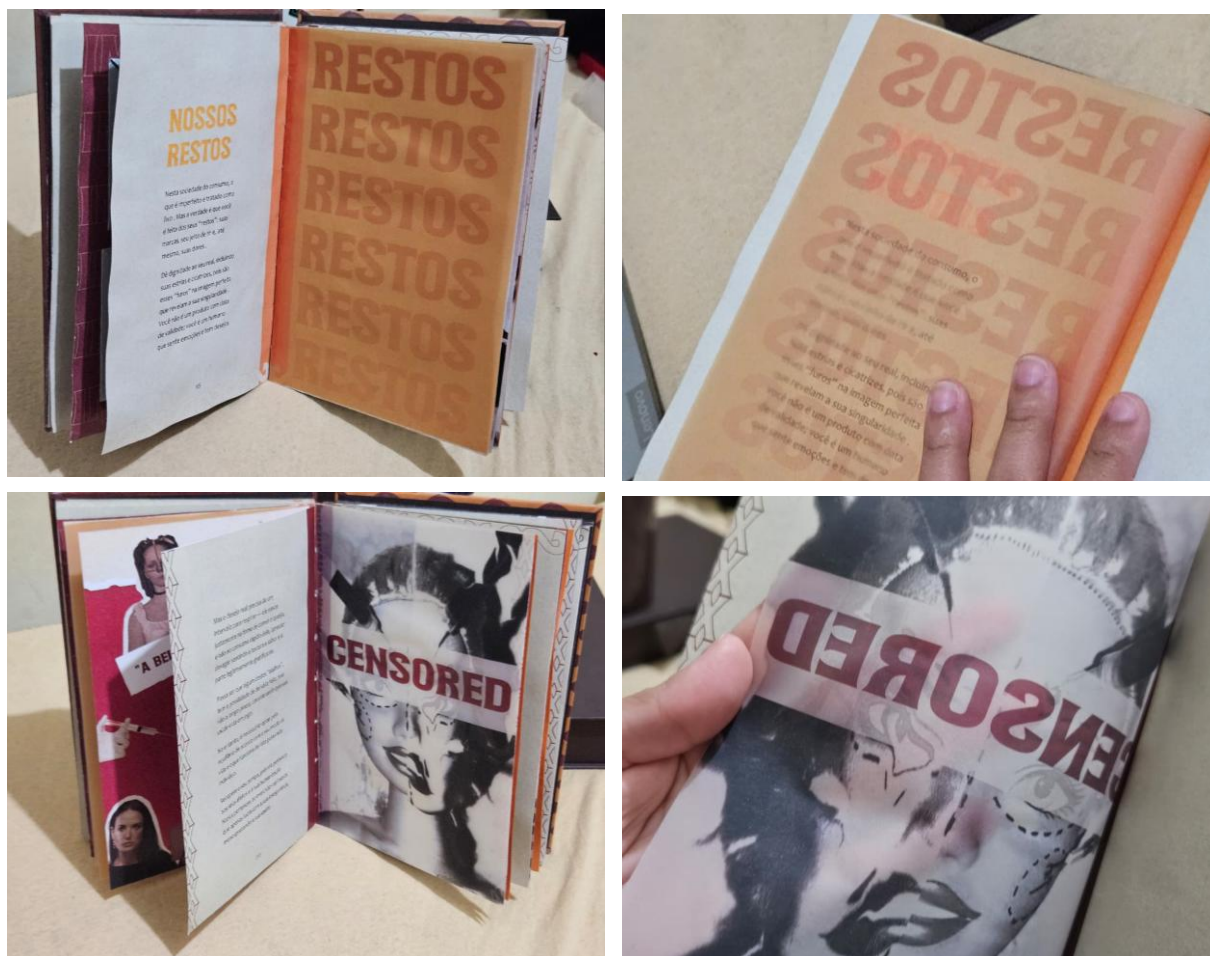


Fonte: Autoria própria

Figura 70: 6 envelopes com relatos pessoais anônimos

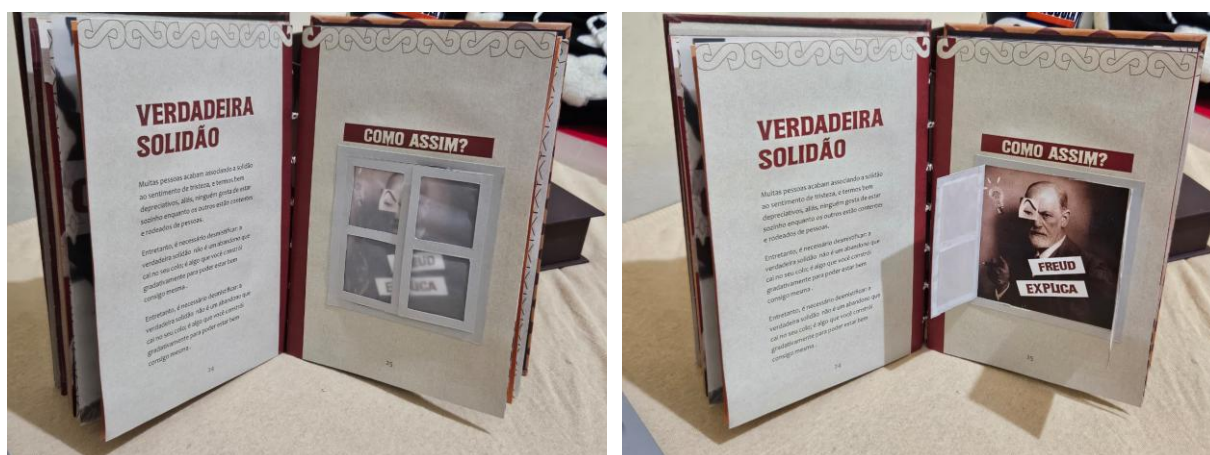


Fonte: Autoria própria
 Figura 71: Papel vegetal impresso



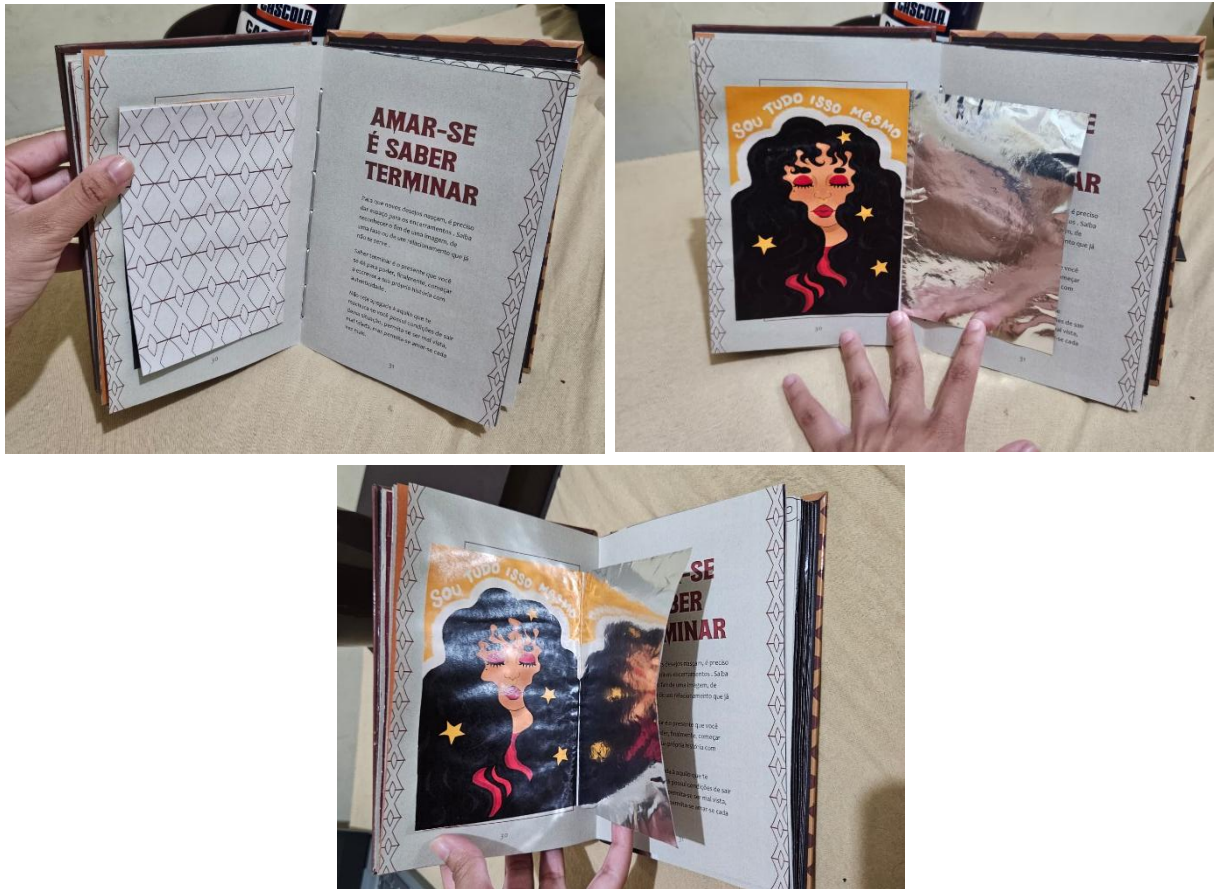
Fonte: Autoria própria

Figura 72: Janela feita com papel colorplus e vegetal



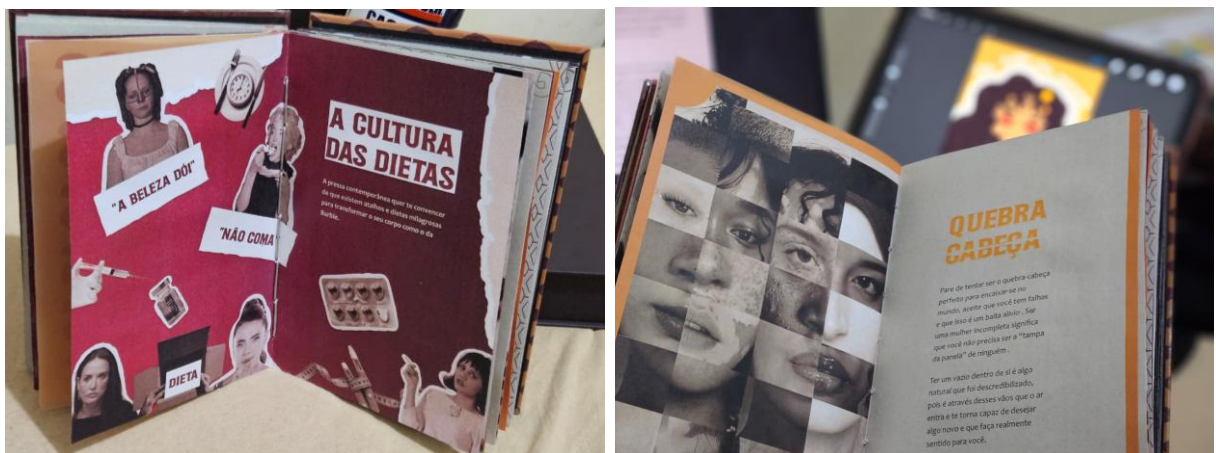
Fonte: Autoria própria

Figura 73: Ilustração “sou tudo isso mesmo” + papel laminado



Fonte: Autoria própria

Figura 74: Colagens digitais

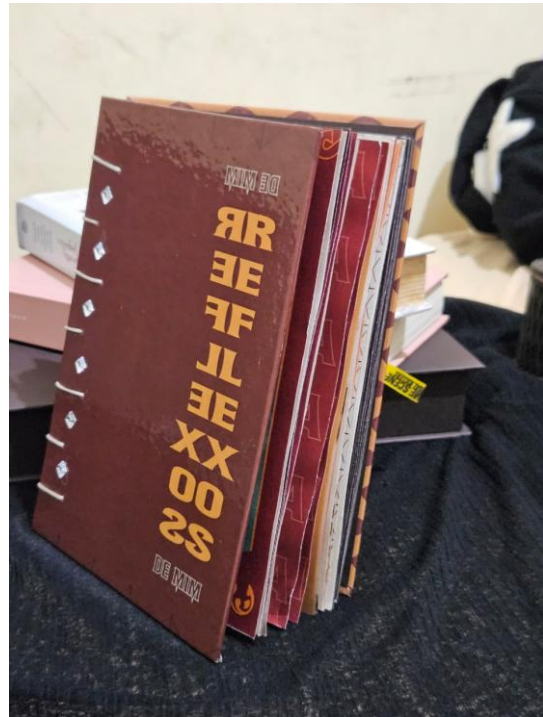
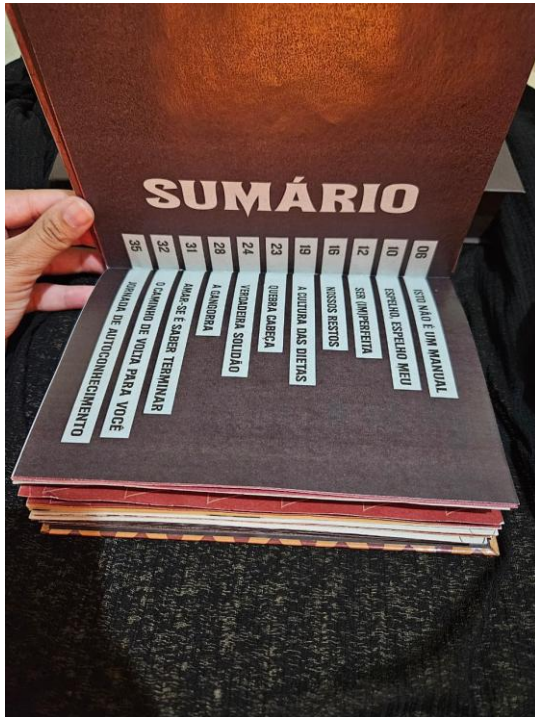




Fonte: Autoria própria

Figura 75: Livro-objeto finalizado

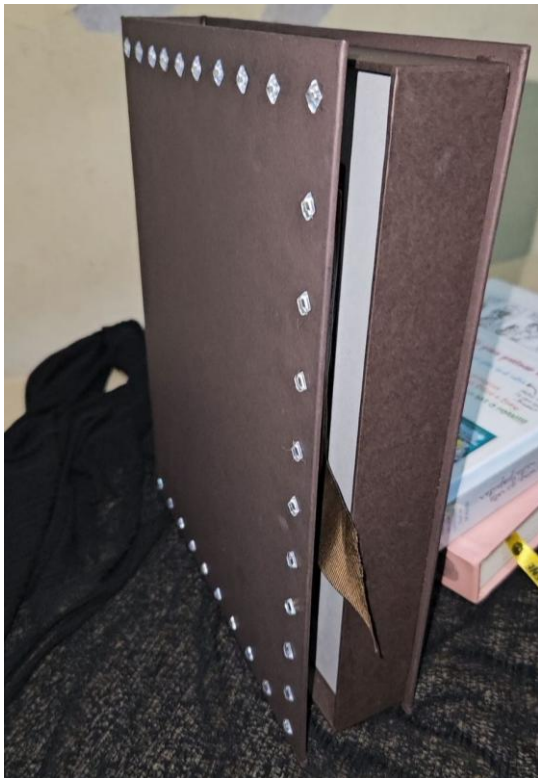






Fonte: Autoria própria

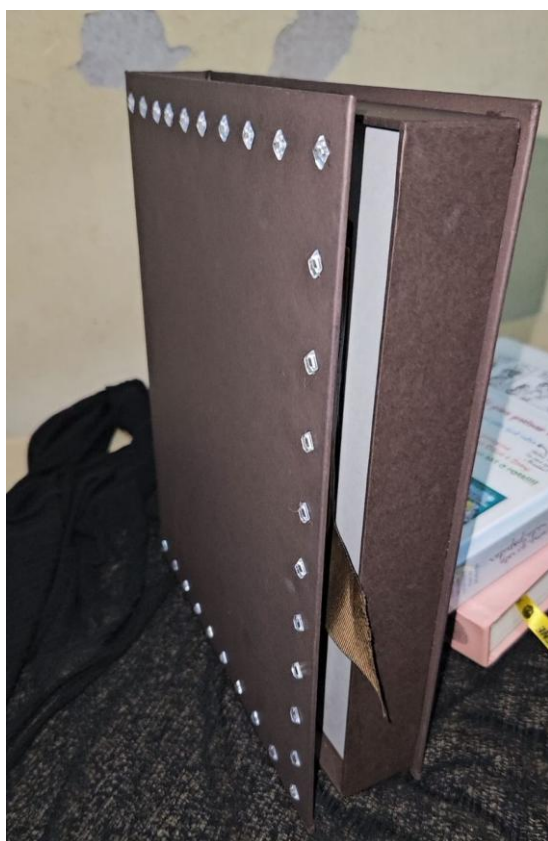
Figura 76: Caixa finalizada

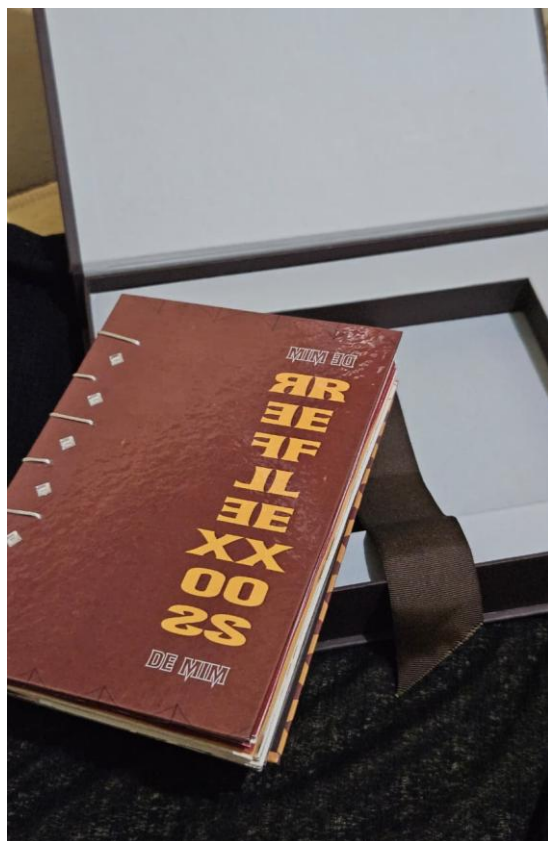
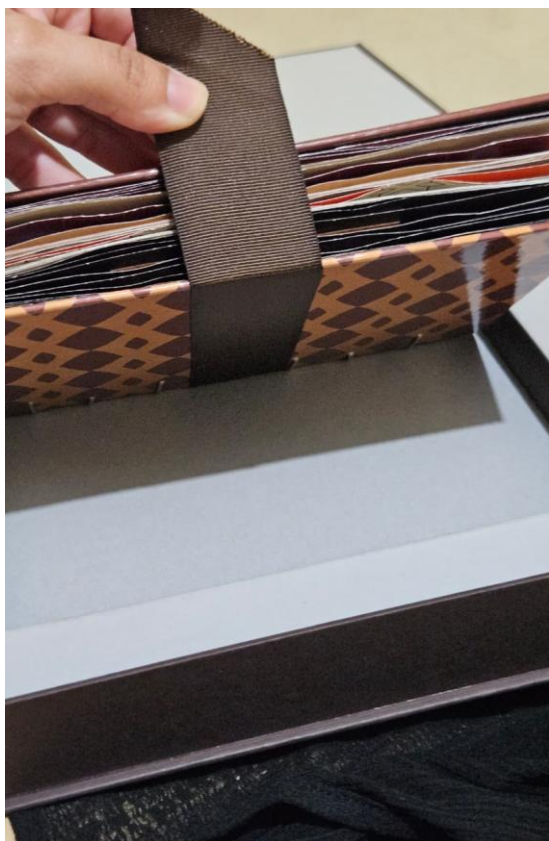




Fonte: Autoria própria

Figura 77: Produto final completo





Fonte: Autoria própria

Uma fita foi colada no processo de montagem da caixa para alavancar o livro para cima, retirando-o do molde com facilidade, sem riscos de danificações.

Contudo, O projeto foi concebido sob a premissa da escalabilidade democrática. A escolha do papel sulfite 120g e de processos de montagem que dispensam maquinários industriais complexos permite que o produto seja fabricado em larga escala com baixo custo unitário, facilitando o alcance ao público-alvo sem comprometer a viabilidade financeira.

MEMORIAL

AUTÊNTICIDADE – ALINNIE

A vida acadêmica mudou drasticamente todo o meu campo de visão sobre muitas coisas conforme o tempo foi passando. Cheguei sendo uma pessoa completamente sem motivações, não sabia o que era de fato a autenticidade, lembro que foi um grande choque de realidade me deparar com um ambiente tão rico de pessoas tão diferentes, cheias de personalidade.

Durante muito tempo tive muita dificuldade em me expressar devido alguns fatores do meu passado, e lembro que no começo enfrentei diversas situações desconfortáveis que quase me fizeram voltar atrás. Mas o universo prepara a nossa história de uma maneira tão natural, que nem percebi quando fui resgatando aos poucos a minha própria identidade, considero essa evolução como uma das melhores conquistas que tive até aqui.

A terapia me ajudou genuinamente a entender como funciona o equilíbrio na vida normal, em nossa realidade contemporânea, onde tudo precisa ser rápido demais. Foram aparecendo pessoas incríveis conforme os dias iam passando, cada uma delas deixou algum tipo de legado muito significativo em mim, e carrego comigo até hoje. E de repente, chegou o semestre do TCC 1 disparadamente, foi um evento tão babilônico que tive crise existencial por quase uma semana. O que eu deveria abordar? E se não correspondesse as minhas expectativas de tudo que havia planejado para quando esse dia chegasse? – aliás, sempre tive muita autocobrança e perfeccionismo, até hoje luto contra esses monstros – e várias possibilidades de temas passaram em minha mente.

E no final, essa pauta sobre a prática de autoconhecimento voltou para mim de maneira inesperada, enquanto conversava sobre tal tema com o professor Tai, o que é muito

curioso porque em nenhum momento ele sugeriu que mudasse minha rota, ainda mais quando propus a problemática envolvendo mulheres, e por incrível que pareça, ele compreendeu o meu raciocínio e me ajudou a desenvolver o projeto tranquilamente (muito obrigada Tai).

Abordar sobre a pressão estética em cima de mulheres, foi a mesma sensação de estar lavando a minha alma, pois desde quando desenvolvi transtorno alimentar na adolescência, tem sido um tópico sensível, mas que me sinto muito mais a vontade de comunicar sobre. Contudo, eu faço parte do meu próprio público-alvo deste projeto, me sinto privilegiada em ter liberdade de elaborar um produto de design para uma causa tão importante para os outros, quanto para mim. Tenho aprendido e desapegado de muitos conceitos de design que lutei muito para expandir em minha mente, mas acredito cordialmente que isso que nos torna verdadeiros designers.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa permitiu compreender que a pressão estética não é um fenômeno isolado da contemporaneidade, mas uma construção histórica de controle sobre o corpo e a subjetividade feminina. Os resultados obtidos por meio da triangulação entre o levantamento bibliográfico, a pesquisa qualitativa com 98% de impacto negativo entre as participantes e os dados alarmantes de saúde pública no Brasil, confirmam a urgência de abordagens que priorizem a saúde mental e a desconstrução de padrões inalcançáveis.

O objetivo central de utilizar o design como ferramenta de reflexão foi plenamente atingido com a materialização do conjunto "Reflexos de Mim". A integração entre a psicanálise freudiana e as contribuições de Ana Suy possibilitou que o projeto gráfico deixasse de ser meramente estético para tornar-se um dispositivo sensorial de autoconhecimento. A escolha da encadernação manual copta, o uso de materiais acessíveis como o papel sulfite 120g e as diversas interações táteis (dobras, cards e envelopes) provaram que o design pode ser democrático e, ao mesmo tempo, um agente potente de resistência contra a "bolha de perfeição" das redes sociais.

Conclui-se que o papel do designer contemporâneo vai além da forma; reside na responsabilidade de criar espaços de acolhimento e ressignificação da identidade. Este trabalho, ao unir design e psicanálise, oferece não apenas um produto, mas um convite à solidão produtiva e à autenticidade. Espera-se que este estudo sirva de base para futuras investigações

que explorem o potencial do design editorial experimental na promoção do bem-estar e na subversão de normas estéticas limitantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADMIN. *Zeze Leone de Santos conquistou o Brasil como a primeira mulher mais bela do país.* Blog Memória Santista, 09 nov. 2017. Disponível em: <https://memoriasantista.com.br/zeze-leone-de-santos-conquistou-o-brasil-como-a-primeira-mulher-mais-bela-do-pais/>. Acesso em: 28 out. 2025.

ALMEIDA, Rute Salviano. *A beleza e a moda da época medieval.* Ultimato Online, 2019. Disponível em: <https://www.ultimato.com.br/conteudo/a-beleza-e-a-moda-da-epoca-medieval>. Acesso em: 20 out. 2025.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida.* E-book, 2001. Acesso em: 10 nov. 2025.

BARBOSA, Shyrlem. *Estética anos 2000 e a supervalorização da magreza: entenda os perigos.* Metrôpoles, 11 dez. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/saude/estetica-anos-2000-e-a-supervalorizacao-da-magreza-entenda-os-perigos>. Acesso em: 21 out. 2025.

BBC NEWS BRASIL. “Tenho mais medo da gordura’: o mercado irregular de canetas emagrecedoras que leva brasileiros ao Paraguai.”, 11 maio 2026. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/articles/clypx93jw1ro> . Acesso em: 30 maio. 2026.

BELO, Danielle Melo de Souza; FERREIRA, Flávia Virgínia de Vasconcelos Barreto. *As influências da rede social Instagram na autoestima da mulher jovem.* 2022. 37 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA), Recife, 2022. Disponível em <https://www.grupounibra.com/repositorio/PSICO/2022/as-influencias-da-rede-social-instagram-na-autoestima-da-mulher-jovem22.pdf> . Acesso em: 30 maio. 2026.

CARNEIRO, Antônio Carlos. *Uma interpretação do ensino de filosofia segundo o Mito da Caverna*. 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/20222004200244/Downloads/27-53-1-SM.pdf>. Acesso em: 21 out. 2025.

CLARK, Foren. *60 anos sem Marilyn Monroe: confira mitos e verdades sobre a estrela*. CNN Brasil, 04 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/60-anos-sem-marilyn-monroe-confira-mitos-e-verdades-sobre-a-estrela/>. Acesso em: 21 out. 2025.

CRUZ, Baleria de la. *Padrões de beleza tóxicos dos ídolos coreanos*. Medium, 2023. Disponível em: https://medium.com/@bdelacruz1_2747/toxic-beauty-standards-of-korean-idols-5bdcf5e4ab83. Acesso em: 28 out. 2025.

DEVITT, Kat. *8 Weird And Sometimes Deadly Victorian Beauty Trends*. 25 jul. 2022. Disponível em: <https://katdevitt.com/2022/07/25/8-weird-and-sometimes-deadly-victorian-beauty-trends/>. Acesso em: 20 out. 2025.

DOVE. *The Cost of Beauty: A Dove Film*. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1e9W2bjjEMA>. Acesso em: 29 out. 2025.

ECO, Umberto. *História da beleza*. Tradução de Eliana Aguiar. E-book, 2004. Acesso em: 28 out. 2025.

FERREIRA, Josuel de Souza. *Coração de Maria*. Revista Interdisciplinar Peripatéticos, v. 1, n. 6, p. 1-4, dez. 2024. DOI: 10.5281/zenodo.14583633. Disponível em: <http://www.peripateticos.periodikos.com.br/article/10.5281/zenodo.14583633/pdf/peripateticos-01-06-e202410.pdf>. Acesso em: 30 maio. 2025.

EBC. Pressão social e comparação nas redes sociais tem afetado cada vez mais os jovens. Agência Brasil, 2025. Disponível em: https://radios.ebc.com.br/nacional-jovem/2025/02/pressao-social-e-comparacao-nas-redes-sociais-tem-afetado-cada-vez-mais-os-jovens?utm_source=chatgpt.com . Acesso em: 01 jun. 2026.

FILARDI, Isabela. *Obsessão por magreza nos anos 2000: veja famosas apontadas como acima do peso.* CNN Brasil, 17 fev. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/obsessao-por-magreza-nos-anos-2000-veja-famosas-apontadas-como-acima-do-peso/>. Acesso em: 21 out. 2025.

GENTIL, Gisele Mello. *Padrões de beleza na publicidade das revistas femininas (dos anos 1960 aos dias atuais).* 2009. 153 f. Dissertação (Mestrado) – PUC-SP, São Paulo, 2009. Acesso em: 29 out. 2025.

IBRAPSI. *A importância da psicanálise para o autoconhecimento.* 2022. Disponível em: <https://ibrapsi.com.br/artigos/3/>. Acesso em: 16 out. 2025.

IBRAPSI. *Entendendo as instâncias psíquicas: id, ego e superego.* Disponível em: <https://ibrapsi.com.br/entendendo-as-instancias-psiquicas-id-ego-e-superego-2/>. Acesso em: 16 out. 2025.

IBRAPSI. *O que é a psicanálise: conceitos e abordagem.* Disponível em: <https://ibrapsi.com.br/o-que-e-a-psicanalise-conceitos-e-abordagem/>. Acesso em: 16 out. 2025.

LUPTON, Ellen; KAFEI, Farah; TOBIAS, Jennifer; HALSTEAD, Josh A.; SALES, Kaleena; XIA, Leslie; VERGARA, Valentina. *Extra Bold: a feminist inclusive anti-racist nonbinary field guide for graphic designers.* E-book, 2021. Acesso em: 20 abril. 2026.

MCKINSEY & Company. *A close look at the global beauty industry in 2025.* 28 ago. 2025. Disponível em: <https://www.mckinsey.com.br/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/a-close-look-at-the-global-beauty-industry-in-2025>. Acesso em: 28 out. 2025.

MORETTINI, Thays. *A importância da psicanálise para o autoconhecimento.* IBRAPSI, 2022. Disponível em: <https://ibrapsi.com.br/artigos/3/>. Acesso em: 16 out. 2025.

NARCISA, Tayana; BONETS, Vitor. *Brasil é o país que mais mata pessoas trans e travestis, aponta dossiê.* CNN Brasil, 2025. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-e-o-pais-que-mais-mata-pessoas-trans-e-travestis-aponta-dossie/>. Acesso em: 28 out. 2025.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra Silva de. *Em jogo... os jogos da beleza*. 2002. DOI: 10.1590/S0104-026X2002000100026. Acesso em: 28 out. 2025.

OLIVEIRA, Rose Alves de; SANTOS, Aline Sara Mendes dos. *O impacto dos padrões de beleza na identidade feminina em tempos de modernidade líquida*. Revista Observatório de la Economía Latinoamericana, v. 22, n. 8, 2024. DOI: 10.55905/soelv22n8-025. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/observatorio>. Acesso em: 28 out. 2025.

PSICÓLOGA 1 (Abordagem Junguiana). Entrevista concedida à Aline Chaves Santos. Goiânia, 10 dez. 2025.

PSICÓLOGA 2 (Abordagem TCC). Entrevista concedida à Aline Chaves Santos. Goiânia, 10 dez. 2025.

RENZ, Ursula (Org.). *Self-knowledge: a history*. Oxford: Oxford University Press, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/77bVDSpqVHMdnBKKxdMR6MN/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 21 out. 2025.

SANTOS, Aline Chaves. *Formulário de pesquisa sobre pressão estética e vivências femininas*. Produção própria, 2025.

SCHERMANN, Dani. *Relatório Padrões de beleza e bem-estar*. Opinion Box, fev. 2025. Disponível em: <https://content.app-us1.com/JY8yY/2025/02/04/8ab80461-36c4-4fae-93f0-3b69dc3d2775.pdf>. Acesso em: 29 out. 2025.

SOUZA, Izabella Damacena; LIMA, Lillian Tavares de. *Como as mídias sociais influenciam nos casos de distúrbios alimentares em jovens e adolescentes no Brasil*. Revista Foco, 20 out. 2023. Acesso em: 29 out. 2025.

SOUZA, Karine Andriele Pedroso; OLIVEIRA, Rhayana Caroline Antunes; BAQUIÃO, Leandra Aurélia. *A influência da mídia nos padrões de beleza.* Revista Saúde em Foco, 2022. Acesso 29 out. 2025.

SUY, Ana. *A gente mira no amor e acerta na solidão.* E-book, 2022. Acesso em: 21 out. 2025.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza.* E-book, 1990. Acesso em 29 out. 2025.

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O estudante Aline Chavez Santos do Curso de Design matrícula 2022 2004 2002 44, telefone: 62 99336-2289 e-mail alimmie.chavez@outlook.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Identidade Feminina e pressão estética: Design como ferramenta para reflexão e autocomhecimento

_____, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

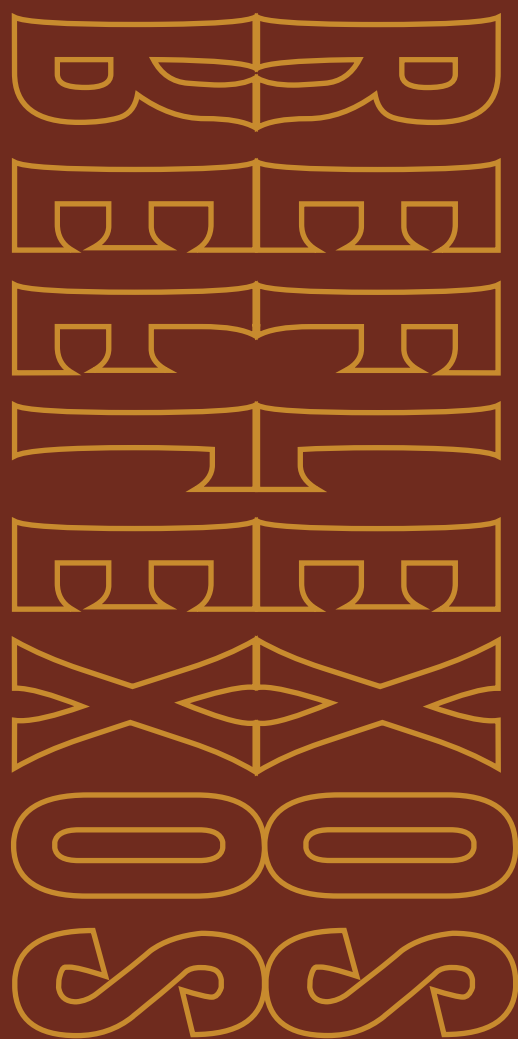
Goiânia, 23 de março de 2026.

Assinatura do autor:  Documento assinado digitalmente
ALINE CHAVES SANTOS
Data: 23/03/2026 11:13:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Nome completo do autor: Aline Chavez Santos

Assinatura do professor-orientador:  Documento assinado digitalmente
TAI HSUAN AN
Data: 25/03/2026 08:04:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>
Nome completo do professor-orientador: Gai Hsuan An





DE
MIM

SUMÁRIO

06 **ISTO NÃO É UM MANUAL**

10 **ESPELHO, ESPELHO MEU**

12 **SER (IM)PERFEITA**

16 **NOSSOS RESTOS**

19 **A CULTURA DAS DIETAS**

23 **QUEBRA CABEÇA**

24 **VERDADEIRA SOLIDÃO**

28 **A GANGORRA**

31 **AMAR-SE É SABER TERMINAR**

32 **O CAMINHO DE VOLTA PARA VOCÊ**

35 **JORNADA DE AUTOCONHECIMENTO**

ISTO NÃO É UM MANUAL

Seja bem vinda a um date especial com você mesma . É muito gratificante saber que decidiu trilhar um caminho mais ousado começando por aqui.

Optar pela contrução de sua própria identidade não é uma escolha fácil, considerando pela perspectiva da sociedade moderna que sempre está ditando novas modas, determinando padrões que claramente não são aplicáveis à todos.

Mas antes, é importante que você fique ciente de que isto...

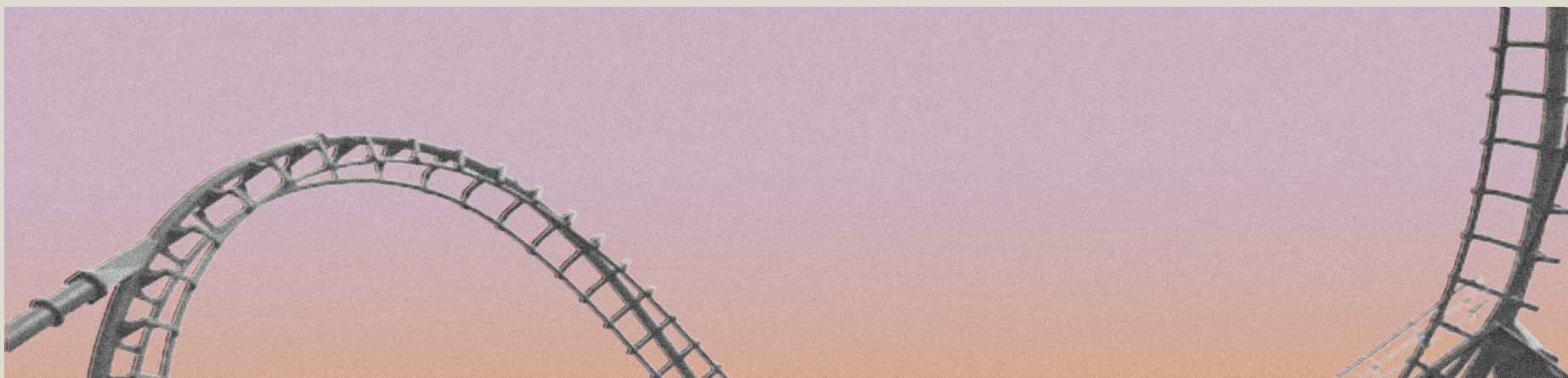
Felizmente, não existe uma receita pronta para ser você mesma.

NÃO É UM MANUAL



Encare isso como um convite para bagunçar as regras impostas ao seu corpo e se encontrar sem filtros.

A vida é como uma montanha russa, e perder de si mesma parte do percurso. Sinta-se em casa: considere este espaço como um lugar silencioso onde finalmente possa se escutar e se entender.



Aqui começa a sua jornada de autoconhecimento, siga adiante com muita dedicação e vontade, e conheça o seu verdadeiro eu.

ESPELHO OHJEFEH MEU

Ninguém nasce sabendo quem é, você
precisou que alguém, lá no início,
apontasse para o seu reflexo e dissesse:

OLHA VOCÊ ALI!

Com isso, de acordo com quem segura o
seu espelho, irá refletir no modo como
você se enxerga, e isso pode ser um
problema.



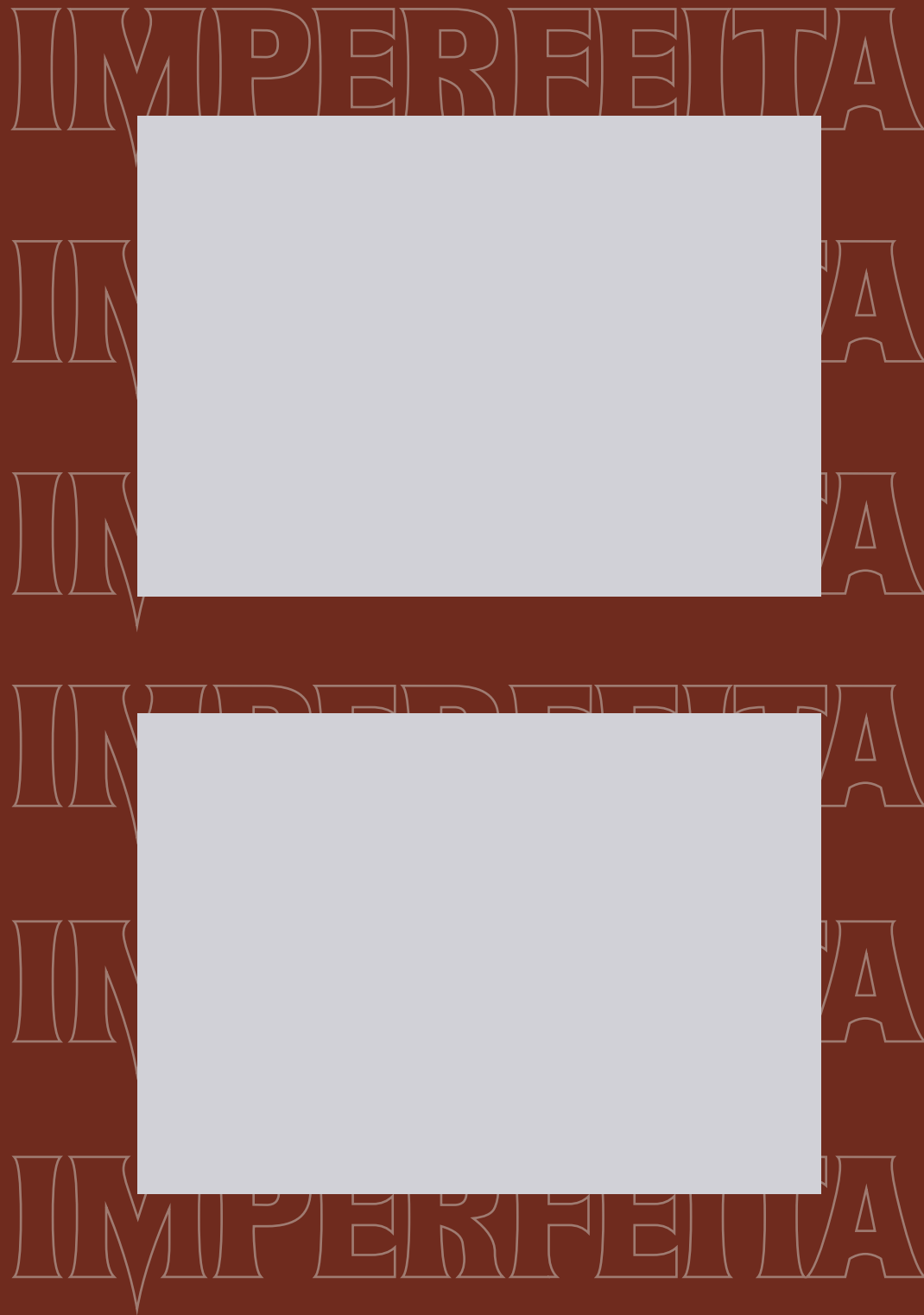
SER (IM)PERFEITA

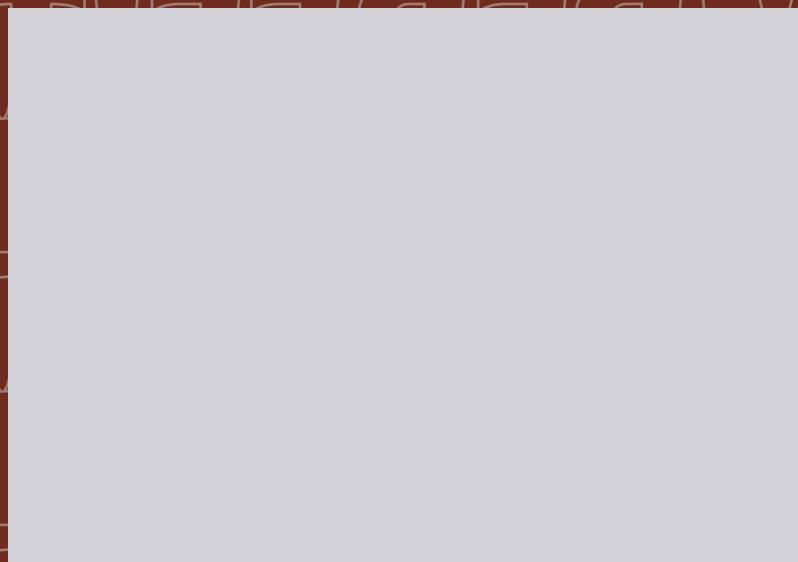
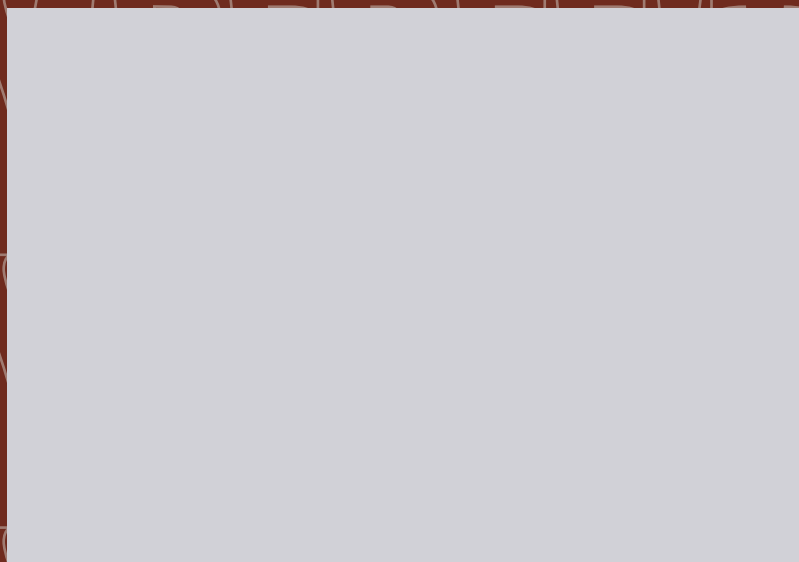
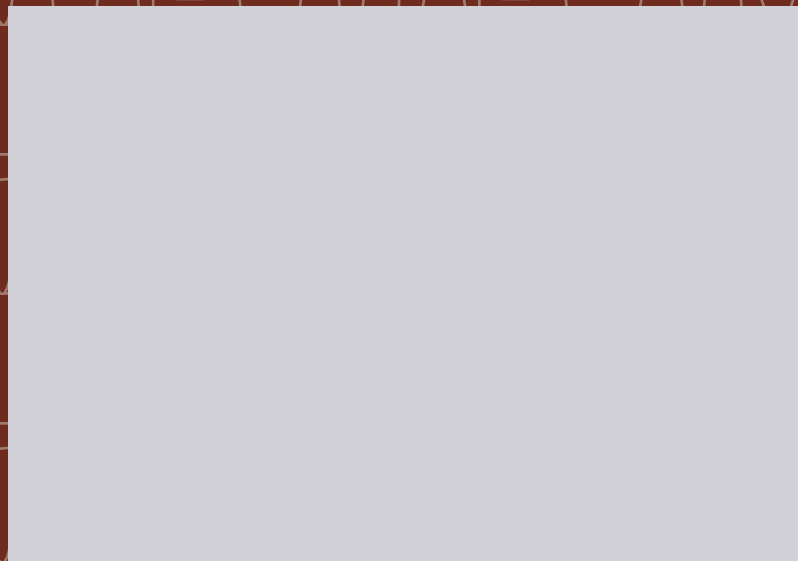
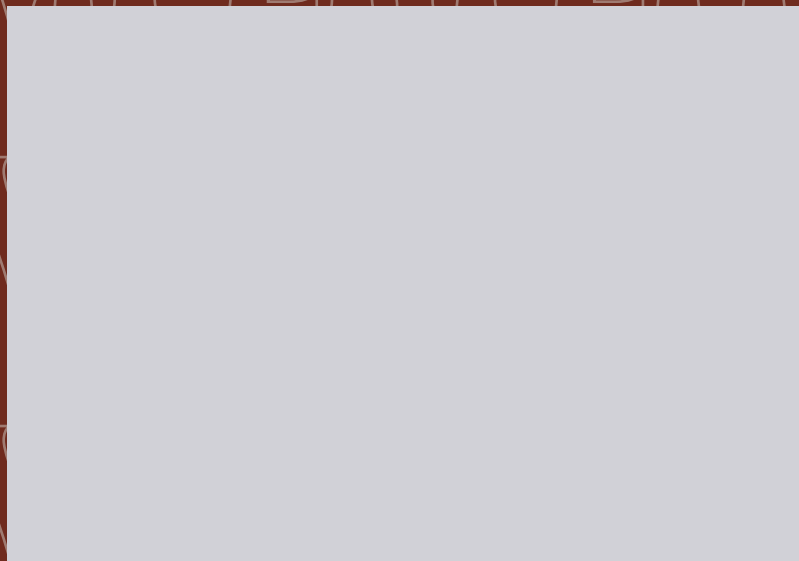
Por acaso você escuta uma “vozinha” interna que sempre está dizendo o quanto você é insuficiente ou quando está definitivamente feia?

ELA NÃO É SUA

Chamamos isso de Supereu, uma herança de ordens e exigências culturais que você internalizou para tentar ser “especial”.

O patriarcado vem aproveitando-se da vulnerabilidade de diversas mulheres que se sentem assim para vender uma perfeição que, na realidade, não existe.





NOSSOS RESTOS

Nesta sociedade do consumo, o que é imperfeito é tratado como lixo . Mas a verdade é que você é feita dos seus “restos”: suas marcas, seu jeito de rir e, até mesmo, suas dores .

Dê dignidade ao seu real, incluindo suas estrias e cicatrizes, pois são esses “furos” na imagem perfeita que revelam a sua singularidade . Você não é um produto com data de validade; você é um humano que sente emoções e tem desejos.

A CULTURA DAS DIETAS

A pressa contemporânea quer te convencer de que existem atalhos e dietas milagrosas para transformar o seu corpo como o da Barbie.

"A BELEZA DÓI"

"NÃO COMA"

DIETA

Mas o desejo real precisa de um intervalo para respirar — ele nasce justamente na fome de comer o queijo, e não no consumo rápido dele, apreciar devagar sentindo a textura e sabor é a parte legitimamente gratificante.

Possa ser que algum destes “atalhos”, tem a possibilidade de deixá-la feliz, mas não a longo prazo, considerando que sua saúde está em jogo.

No entanto, é necessário optar pelo equilíbrio de acordo com o seu modo de vida e o que funciona de fato para cada indivíduo.

Recupere o seu tempo, pois ele pertence aos seus afetos e à sua humanização. Nunca pertenceu ao mercado capitalista que apenas lucra com a sua insegurança, menosprezando a sua saúde.



QUEBRA CABEÇA

Pare de tentar ser o quebra-cabeça perfeito para encaixar-se no mundo, aceite que você tem falhas e que isso é um baita alívio . Ser uma mulher incompleta significa que você não precisa ser a “tampa da panela” de ninguém .

Ter um vazio dentro de si é algo natural que foi descredibilizado, pois é através desses vãos que o ar entra e te torna capaz de desejar algo novo e que faça realmente sentido para você.

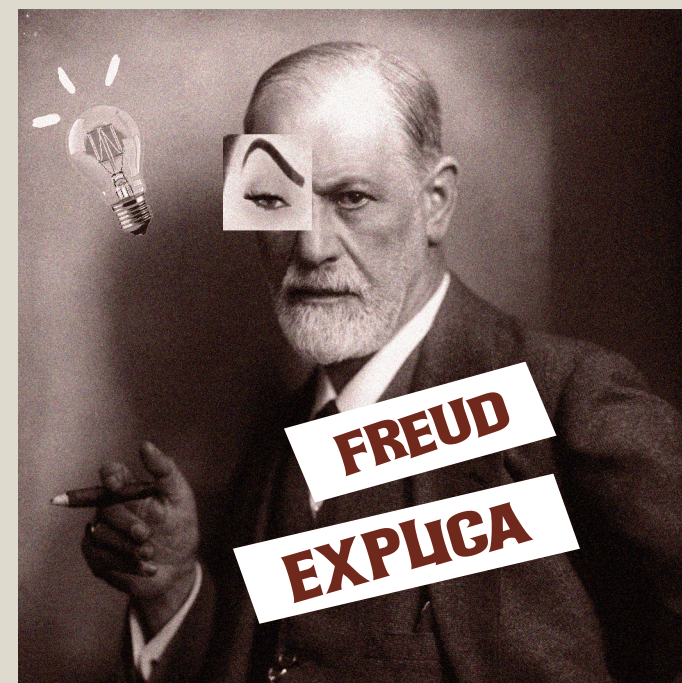
VERDADEIRA SOLIDÃO

Muitas pessoas acabam associando a solidão ao sentimento de tristeza, e termos bem depreciativos, aliás, ninguém gosta de estar sozinho enquanto os outros estão contentes e rodeados de pessoas.

Entretanto, é necessário desmistificar: a verdadeira solidão não é um abandono que cai no seu colo; é algo que você constrói gradativamente para poder estar bem consigo mesma .

Entretanto, é necessário desmistificar: a verdadeira solidão não é um abandono que cai no seu colo; é algo que você constrói gradativamente para poder estar bem consigo mesma .

COMO ASSIM?



É o luxo de ter um jardim secreto dentro de sua própria mente, sem que haja interferências externas (pessoas, barulhos, incômodos).

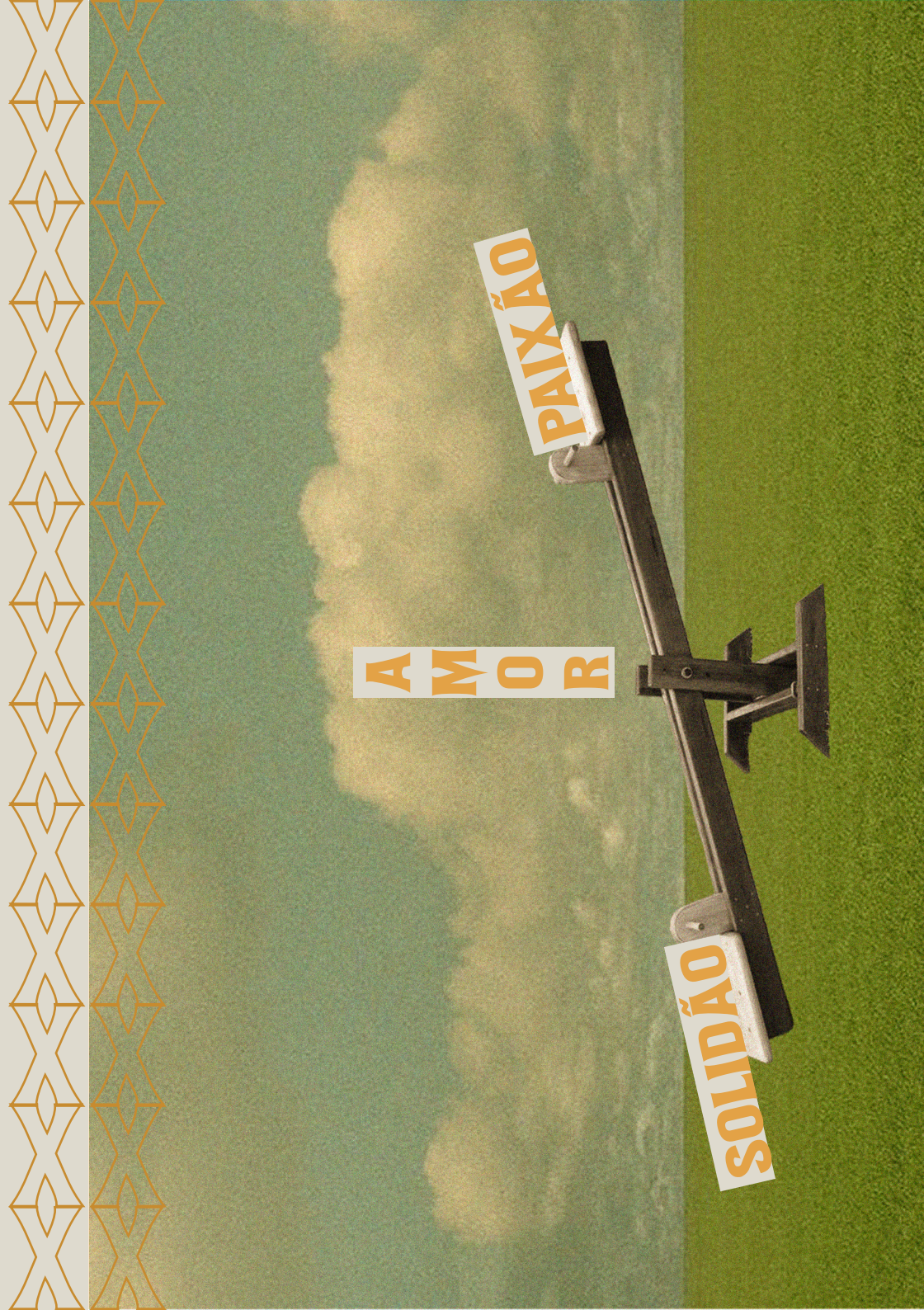
Faça a sua solidão e descubra que poder ficar só, mesmo na presença de outras pessoas, é um grande privilégio no processo de cura e autoconhecimento.



A GANGORRA

A sua vida emocional não é uma foto estática, mas um movimento constante. Tem dias que você terá carência do(a) seu(a) crush (Paixão - 1) e dias que precisará do seu próprio silêncio e espaço (Solidão - 2).

Brinque nessa gangorra sabendo que o Amor (3) é o equilíbrio possível entre a loucura de querer ser um e a realidade de ser dois. E existe o verdadeiro ato de amor: amar a si mesma intensamente antes de amar aos outros.



AMAR-SE É SABER TERMINAR

Para que novos desejos nasçam, é preciso dar espaço para os encerramentos . Saiba reconhecer o fim de uma imagem, de uma fase ou de um relacionamento que já não te serve .

Saber terminar é o presente que você se dá para poder, finalmente, começar a escrever a sua própria história com autenticidade .

Não seja apegada à aquilo que te machuca se você possui condições de sair dessa situação, permita-se ser mal vista, mal falada, mas permita-se amar-se cada vez mais.

O CAMINHO DE VOLTA PARA VOCÊ

Este é o seu ponto de partida para uma jornada autêntica . Identifique as vozes que te cobram, faça as pazes com as suas faltas e aprenda a habitar o seu corpo com dignidade .

Este percurso é solitário, mas não precisa ser desamparado. Para isto, foi elaborado algumas orientações para facilitar esse processo de maneira leve, sem radicalização ou sofrimento.

E lembre-se:

**ISTO NÃO
É UM
MANUAL**





JORNADA DE AUTO CONHECIMENTO

IDENTIFIQUE DE QUEM É A VOZ QUE TE COBRA

Muitas das exigências que você sente sobre o seu corpo não nasceram com você; elas são “vozes” internalizadas da cultura, do machismo e dos seus primeiros amores (pais e cuidadores).

Esse é o seu Supereu, que funciona como um algoritmo cruel te cobrando ser “especial” ou perfeita. No dia a dia, quando se criticar, pergunte-se: “Essa opinião é realmente minha ou eu ouvi de alguém e estou reproduzindo?”. É preciso entender o seu passado para construir o seu futuro.



FAÇA AS PAZES COM OS SEUS "FUROS"

Não, não estou falando para você se aceitar, e é isso, “girls power!”, mas aceitar que a sua “imagem furada” te liberta da prisão de tentar ser perfeita para o outro. Ter uma falta não é um problema; é o que te faz ter desejos e ser única.

A sociedade de consumo quer que você acredite na ilusão da “metade da laranja” ou de que um ou duzentos procedimentos estéticos vão te completar e te tornar uma barbie. A psicanálise ensina que somos **seres faltantes e que está tudo bem sermos assim.**

DÊ DIGNIDADE

AOS SEUS

"RESTOS"

Nesta era de filtros, mulheres reais com corpos e vidas reais costumam ser tratadas como lixo.

Autoconhecimento é reconhecer que é justamente dessas “imperfeições” e desses restos que você é feita.

Primeiro entenda o que de fato faz bem e o que incomoda somente à você, não trate o seu corpo ou sua saúde mental como um produto a ser consumido ou consertado, e sempre opte pelo caminho saudável, caso queira mudar.



APRENDA A

FAZER A SUA

SOLIDÃO

A solidão não é algo que se encontra pronto, é algo que se constrói. Não estou te mandando isolar do mundo, mas entender o luxo que é ficar a só com os próprios pensamentos sem sentir que os outros estão invadindo sua cabeça.

É nesse silêncio, longe das notificações, dos likes, da for you, que você começa a entender gradativamente, quem você é, sem que estejam te julgando (embora isso não seja um grande problema, mas já é um avanço).

FILTRE TUDO

OQUE VOCÊ

CONSUME

com a tecnologia avançada, é comum que a quantidade de conteúdos que são publicados nas redes sociais sejam em grande quantidade, ainda mais com a existência da rolagem infinita.

Contudo, absorver somente o necessário irá te poupar de sofrimento desnecessário que muitas vezes nem é a própria realidade de determinada situação, ou pessoa, performance é bastante distinto de bastidores

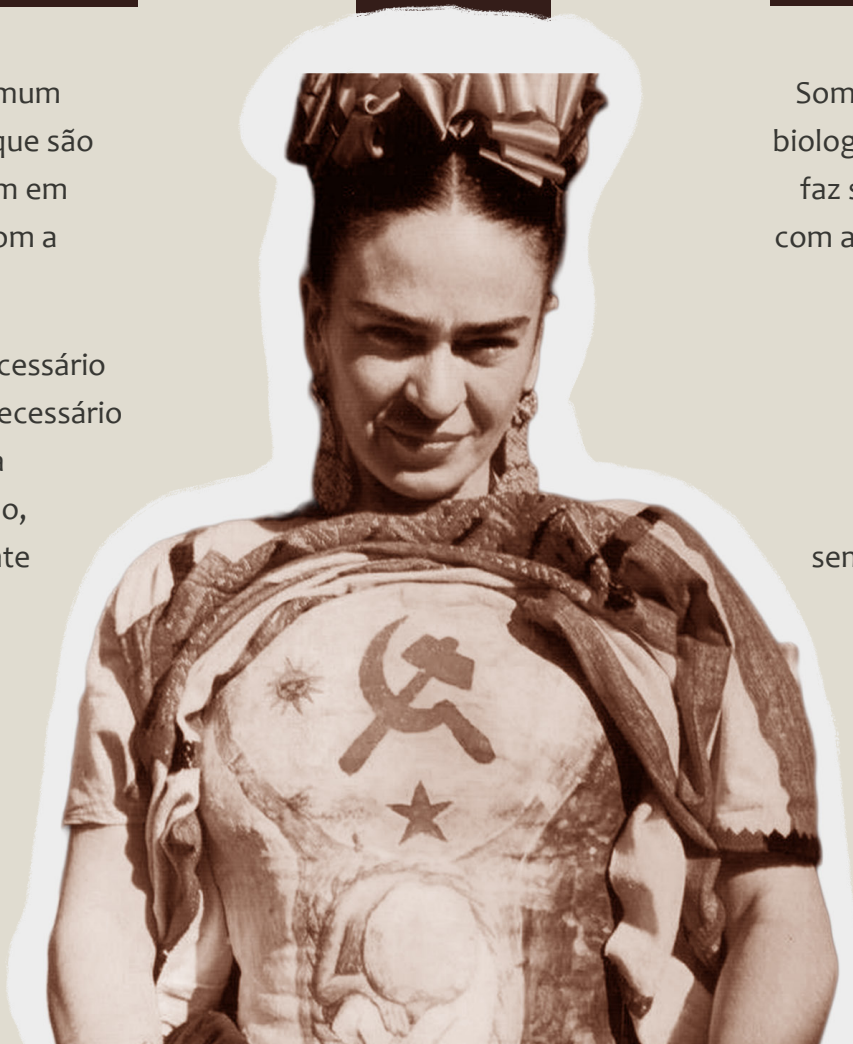
INSPIRE-SE

NAS PESSOAS

CERTAS

Somos seres individuais com DNA único e biologicamente totalmente diferentes, não faz sentido o menor sentido se comparar com as pessoas, visto que cada uma possui sua própria individualidade

Todavia, por sermos seres sociais, é esperado que façamos tal ato naturalmente, entretanto, inspirar-se em pessoas com biótipo e aparência semelhantes a sua, amplia seu modo de visão e autenticidade.

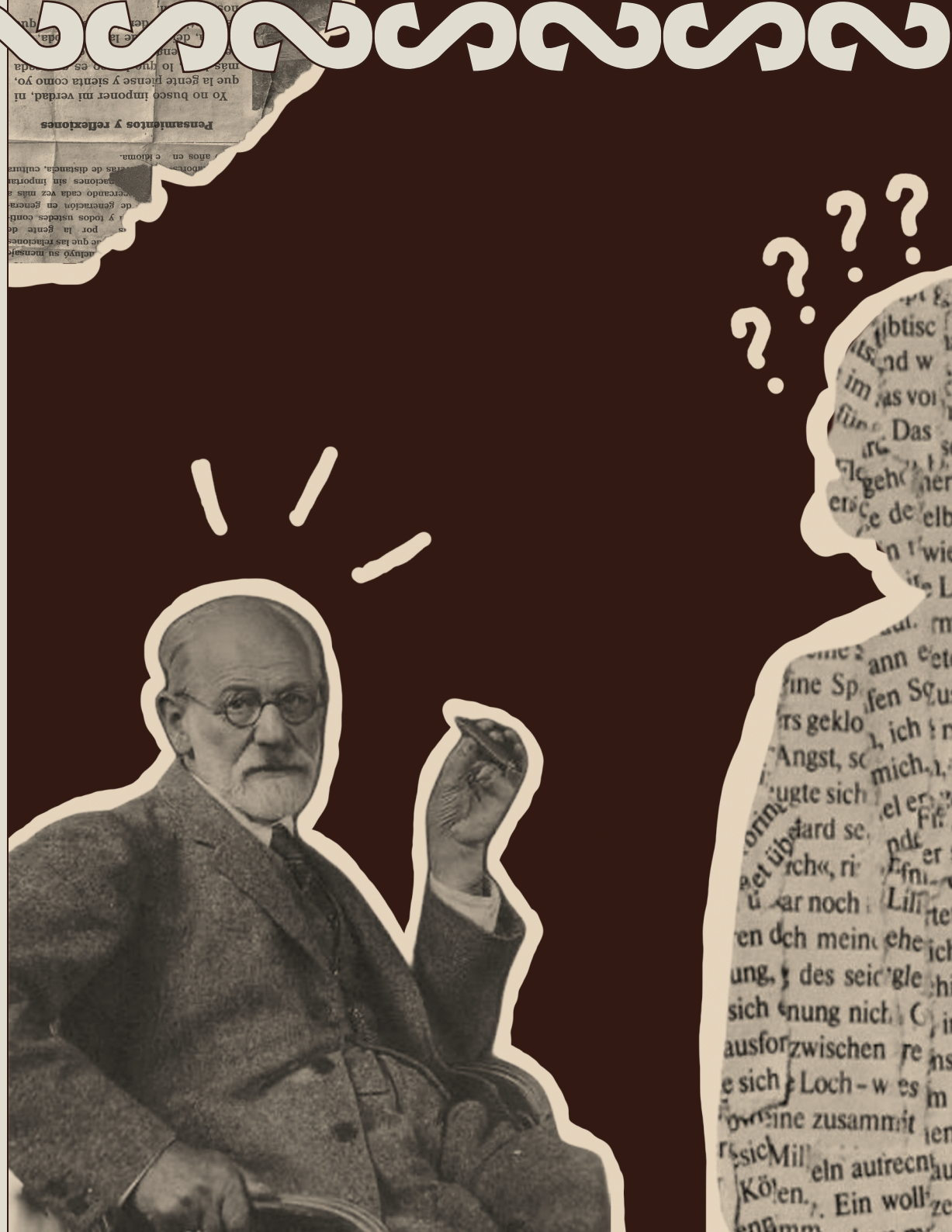


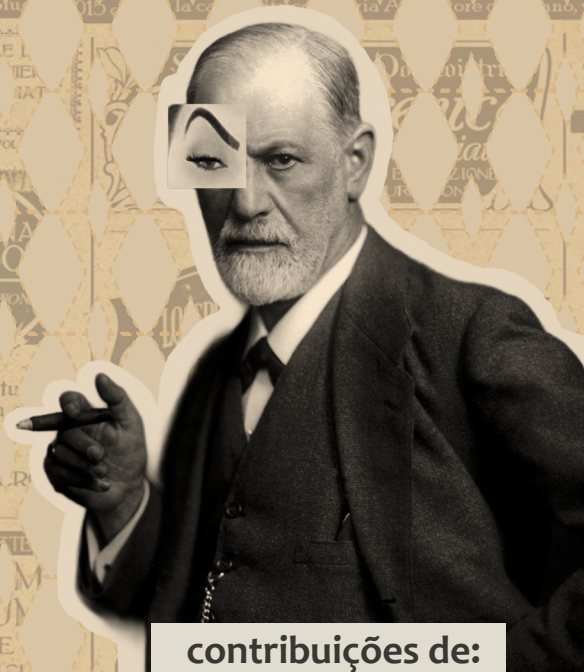
NÃO FIQUE LELÉ

FAÇA TERAPIA

Nesta realidade atual, pode ser difícil buscar ajuda profissional, principalmente, tratando-se de questões financeiras. No entanto, é importante destacar que muitas universidades e o SUS (Sistema Único de Saúde) oferecem atendimentos gratuitos à população, basta procurar quais estão disponíveis em sua região.

Praticar esses exercícios é um grande começo, contudo, o autoconhecimento profundo acontece na transferência, ou seja, na relação com um analista. Fazer análise é ter alguém que te empresta o ouvido para que você possa, finalmente, se escutar e descobrir que o amor por si mesma só acontece quando você para de tentar ser o espelho de alguém e cria sua própria identidade rumo a autenticidade.





contribuições de:

SIGMUND FREUD

Médico neurologista austríaco,
mundialmente conhecido como
o pai da psicanálise



contribuições de:

ANA SUY

Psicanalista, escritora e
professora brasileira que
se destaca na divulgação
contemporânea da psicanálise.

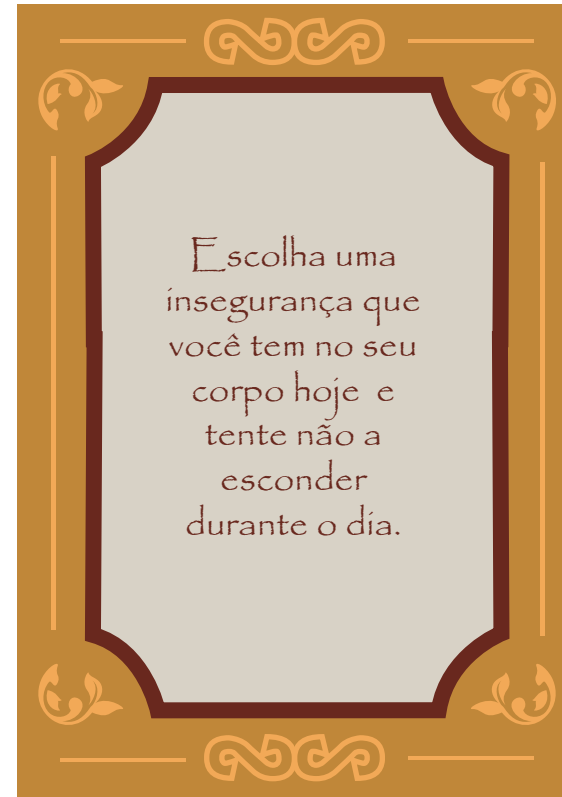
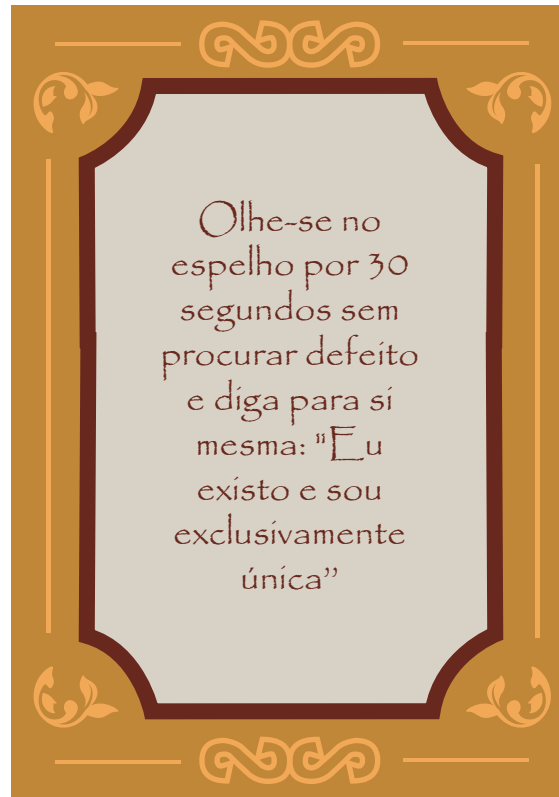
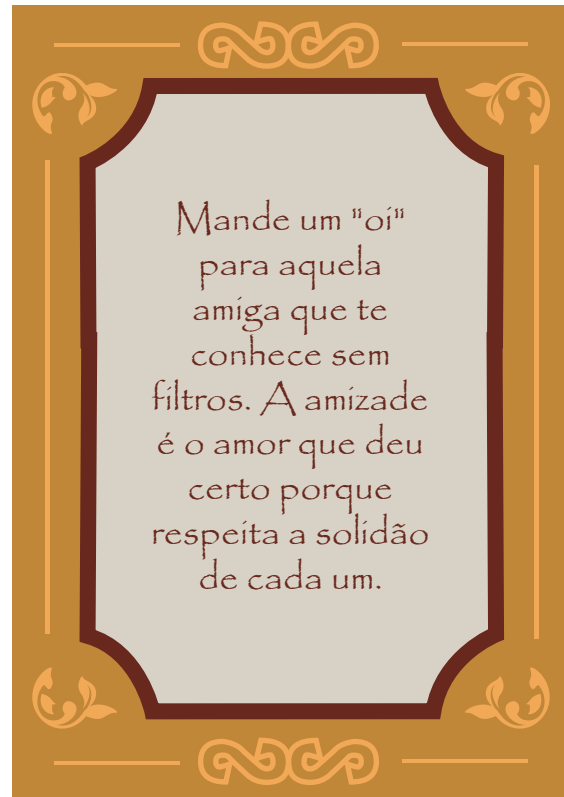


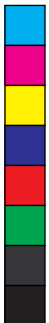
edição de 2026

Autora e designer:

ALINE CHAVES





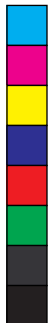


Pratique o
desapego de ser
“perfeita” em
alguma tarefa
hoje. Aceite que
você é uma mulher
real com espaços
e que não precisa
se completar

Identifique uma
crítica que você
fez a si mesma
hoje e questione:
“Essa opinião é
realmente minha
ou é a voz do
patriarcado na
minha cabeça?”

Antes de se
jogar em alguma
dieta maluca,
pare e
pergunte-se:
“Eu quero isso
para mim ou para
agradar um
outro alguém?”





Aprenda a dizer
um “não” que
proteja o seu
tempo. É
importante
entendermos que
não podemos ser
tudo para todos.

Como está o seu
equilíbrio hoje?
Está sentindo
vontade de ter um
date com alguém
(paixão) ou
precisa do seu
próprio espaço
(solidão?)

Fique 2 minutos
sem checar
notificações.
Feche os olhos e
habite o seu
“jardim secreto”
mental, onde não
há mais ninguém.





Pense em algo
que você precisa
deixar terminar
(seja um hábito,
um vício, uma
mágoa ou um
medo).

Escreva uma
frase sobre como
você se sente
agora. Ler as suas
próprias palavras
ajuda a entender
quem você é sem o
julgamento dos
outros.

Separe 10
minutos para
fazer algo
“banal” mas que
você ame (ler,
ouvir música ou
apenas olhar o
céu.



O SUSTO DO REAL

Olhe-se no espelho por
30 segundos em silêncio.
Escreva: o que você vê que
o Instagram não mostra?

CAÇA AOS EGOS

Liste três críticas que você faz
a si mesma.
Agora, identifique: essa voz
é sua ou é um "eco" do
Supereu e do patriarcado?

MINHAS SOBRAS

Escolha uma cicatriz ou
marca.
Escreva a história que essa
"sobra" conta sobre a sua vida

A PAUSA DO QUEIJO

Da próxima vez que quiser
consumir algo rápido para "tapar
um buraco", espere 5 minutos.
O que apareceu nesse intervalo?



LISTA DO DESENGAIXE

Escreva três coisas em que
você não é perfeita.
Sinta o alívio de não ter
que ser a "tampa da panela"
de ninguém



MEU JARDIM SECRETO

Descreva como seria o seu
"jardim secreto" mental onde
ninguém mais pode entrar



DIÁRIO DA GANGORRA

Desenhe uma gangorra e
marque: hoje você está mais
inclinada para a paixão (1)
ou para a solidão (2)?

O DOM DA PALAVRA

Escreva uma "notícia de si"
para alguém, mas não envie.
Guarde para você

BACKUP DA AMIZADE

Identifique quem é a
pessoa que te conhece
"sem filtros".
O que ela diria sobre a
sua beleza hoje?

FANTASIA VS REALIDADE

Pense em alguém que te
irrita.
O que dessa pessoa é real
e o que é uma "fanfic" que
você criou?



RITUAL DO FIM

Identifique algo que já
"apodreceu" na sua vida.
O que você precisa
deixar terminar para
poder recomeçar?

GORAGEM

Escreva uma frase que você
só teria coragem de dizer em
análise. (Lembre-se: não fique
lelé, procure um terapeuta)

