

A INFLUÊNCIA DOS PADRÕES ESTÉTICOS NA AUTOESTIMA E AUTOPERCEPÇÃO DE ADOLESCENTES

Autora Aline de Albuquerque Pereira; Co-autor (1) Anderson Carlos Cavalcante Pereira; Co-autora (2) Ana Carla Ferreira Dias; Co-autora (3) Jessica Cunha Lima; Orientadora Samkya Fernandes de Oliveira Andrade

Faculdade Uninassau, www.uninassau.edu.br.

E-mail; alline.alb@hotmail.com

Resumo

Na atualidade, existe na maioria das sociedades uma preocupação feminina em atender aos padrões estéticos que são estabelecidos, e a contemporaneidade é caracterizada pela imposição à mulher de sempre ser/estar bela. Essa pesquisa teve como objetivo investigar a influência dos padrões estéticos midiáticos na autoestima e autopercepção de adolescentes do sexo feminino. Para tanto, realizamos uma pesquisa qualitativa, por meio de oficinas e rodas de discussões com 26 adolescentes de duas escolas públicas de Campina Grande-PB. Entre as participantes da pesquisa a série de maior predominância na participação da pesquisa foi o 1º ano, com 50% da amostra. No que se refere às idades, a maior frequência ficou entre as participantes de 15 e 16 anos, contado com 34,62% (N=9) em cada uma dessas idades. Havia um conhecimento a respeito desses padrões e influências. E apesar do discurso empoderado e de esclarecimento sobre esses fatos, no momento de fazer escolhas quanto à estética, o que predominou foi exatamente aquele modelo midiático de beleza.

Palavras-chave: Padrões Estéticos, Autoestima, Autopercepção, Adolescência.

Introdução

Apesar de ser uma preocupação bem anterior, Andrade (2003) discute que no século XX, o que se propagou foi a ideia de um corpo saudável e belo, alcançado por meio do autocontrole, restrições, força de vontade e vigilância. Em detrimento disso, o corpo obeso era uma prova concreta de falta de controle e impulsividade. Assim, comer, que até então era tido como algo prazeroso, passa a ser regrado, e esse prazer é deslocado para a conquista do corpo belo.

Se tratando do século XXI, ser/estar bela tem sido mais que uma preocupação, passou a ser uma imposição da sociedade para a mulher. Segundo Souza et al. (2013), essa imposição advém principalmente das mídias, que estão sempre se atualizando em formas imperiosas para tratar o corpo, a partir de um modelo midiático, a fim de instaurar ainda mais o culto ao corpo, com vista na capitalização do mesmo. Neste sentido, uma vez que é observado que de fato há esse reforço midiático, se faz necessário

(83) 3322.3222

contato@conbracis.com.br

www.conbracis.com.br

perceber os impactos causados por essa ideologia, tendo em vista que a mesma tem chegado cada vez mais cedo na vida da mulher, ou seja, na sua adolescência, e para que se compreenda melhor esse processo, é fundamental entender as características dessa fase da vida humana.

No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei 8.069 de 1990 (BRASIL, 1990), define a adolescência como sendo a faixa etária que compreende dos 12 aos 18 anos de idade. Esse período tem por característica as intensas transformações físicas, psíquicas, comportamentais e sociais. Dentre esses conflitos naturais dessa fase, a adolescência ainda é marcada pela importante tarefa da construção da identidade, como ressalta Paiva (2007). Segundo ele, a formação da identidade é influenciada por três aspectos, são eles: fatores intrapessoais, fatores interpessoais e fatores culturais. O período da adolescência é caracterizado entre outros aspectos, pelo desenvolvimento de uma preocupação relacionada ao corpo e a aparência, envolvendo assim, questões concernentes à autoestima, como também, fatores que envolvem a autopercepção.

Na perspectiva de Floriani e Braggio (2014), a autoestima diz respeito ao valor que o indivíduo faz de si mesmo frente às situações ou eventos vividos, tendo como base um conjunto de valores julgados por ele como sendo positivos ou negativos, e esses fatores determinam como o indivíduo se coloca frente ao mundo. É aí onde entra o conceito de autopercepção, que está diretamente relacionado com a autoestima, tendo em vista que se trata de como esse sujeito se percebe.

Assim, é preciso estar atento para o que tem sido referencial para as adolescentes, uma vez que podem surgir questões prejudiciais à saúde, numa busca por enquadrar-se em determinado padrão. A adolescência se trata de uma fase onde há uma maior probabilidade do surgimento dos transtornos alimentares como a bulimia e a anorexia, como afirmam Oliveira, Zuben e Santos (2014). Segundo eles, a anorexia e bulimia nervosa constituem os tipos principais de perturbações graves do comportamento alimentar. Valença e Germano (2016) vão afirmar que, devido às pressões sociais, e a depender do contexto em que o adolescente está envolvido, ele pode alterar e afetar seus hábitos alimentares.

Para tanto, objetivou-se nesse estudo, investigar a influência dos padrões estéticos midiáticos na autoestima e autopercepção de adolescentes do sexo feminino. Bem como, identificar o modelo estético mais desejado entre as adolescentes, compreender a autopercepção das adolescentes diante dos padrões estéticos e observar se o modelo padrão influencia na autoestima das adolescentes.

Método

Trata-se de uma pesquisa básica, exploratória, de campo e descritiva. Com metodologia qualitativa como sua principal referência. A pesquisa qualitativa é definida por Minayo e Sanches (1993) como sendo a metodologia que procura “enfocar, principalmente, o social como um mundo de significados passível de investigação e a linguagem comum, ou a fala, como a matéria-prima desta abordagem, a ser contrastada com a prática dos sujeitos sociais” (p. 239).

Quanto à amostra, foi composta por 26 alunas do sexo feminino, cursando 1º, 2º e 3º ano do ensino médio, com idades entre 14 e 18 anos, matriculadas em duas escolas estaduais da cidade de Campina Grande - Paraíba. O convite para a participação da pesquisa foi realizado em quatro turmas, selecionadas aleatoriamente, sendo elas: uma turma de primeiro ano, duas turmas do segundo ano, e uma turma do terceiro ano do ensino médio.

As oficinas foram realizadas em apenas um encontro em cada escola, com duração média de 40 minutos. A intenção foi de abrir uma roda de discussão. Inicialmente, pedimos para que cada adolescente confeccionasse um crachá, que teria o nome de uma mulher pública pela qual elas teriam admiração, no que se refere a sua estética. Após essa confecção, foi pedido para que elas se apresentassem com seu nome, idade, falasse sobre a mulher que tinha escolhido e o que ela mais gostava fisicamente nessa mulher.

Após esse primeiro momento de apresentação, entregamos para as adolescentes algumas imagens de mulheres de estereótipos variados, afim de que elas em um consenso, selecionassem as cinco mais belas, na visão delas. A partir dessa provocação, iniciamos o processo da entrevista semiestruturada. Para a análise dos discursos captados nas entrevistas, foi utilizada a análise da enunciação proposta por Bardin (2011). Para o tratamento dos dados do questionário sócio demográfico foi realizada uma análise de frequência.

O presente estudo foi realizado de acordo com a Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde que rege sobre a ética da pesquisa envolvendo seres humanos direta ou indiretamente. Os participantes formalizaram seu consentimento para participação desta pesquisa por meio da assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido dos seus responsáveis, como também o termo de autorização de gravação de voz e o termo de assentimento de menor. Esta pesquisa passou pela aprovação do Comitê de Ética (CEP-UEPB) antes de ser iniciada, tendo como autorização o CAAE: 69960717.0.0000.5187. Os nomes reais dos

participes foram substituídos para preservar suas identidades.

Resultados e Discussões

Os dados demonstrados a seguir referem-se às análises feitas a partir de dados obtidos no questionário sócio demográfico e nas entrevistas semiestruturadas respectivamente:

Série	<i>f</i>	%
1º	13	50%
2º	12	46,15%
3º	1	3,85%
	Total	100%
Idade	<i>f</i>	%
14	1	3,8%
15	9	34,62%
16	9	34,62%
17	5	19%
18	2	7,7%
	Total	100%

Tabela 1–Dados sócio demográficos

De acordo com os dados obtidos por meio do questionário sócio demográfico, a série de maior predominância na participação da pesquisa foi o 1º ano, com 50% da amostra. No que se refere à idade, a maior frequência ficou entre as participantes de 15 e 16 anos, contado com 34,62% (N=9) em cada uma dessas idades.

Categorias	Discursos
Mulher Perfeita	<ul style="list-style-type: none"> - Ela é bonita por causa do corpo, do cabelo (BM/E1) - Ela é bonita também por causa da altura (BM/E1); - Porque ela é bem-feita de corpo (BM/E1); - Ser bem-feita é ser magra (BM/E1); - Cabelo loiro (AB/E1); - A cintura mais ou menos fina... Isso aqui mais coisado (Quadril mais largo), pernao (DL/E2); - Cabelo dela é lindo, a cor dela é linda, o corpo dela é lindo (D/E2). - Ela é, baixinha, ela é gordinha, ela tem cabelo curto, ela não é tão feminina... ela foge totalmente do padrão, mas pra mim, ela é a mulher mais bonita do mundo (AM/E1);
Beleza relacionada com bem-estar	<ul style="list-style-type: none"> - Dá pra ser feliz com tudo que é de corpo (AM/E1); - O formato do corpo de uma mulher não impede ela de ser feliz (PO/E1); - Uma mulher não precisa de características físicas para ser feliz (PO/E1); - Uma mulher precisa de amor próprio pra ser feliz (AJ/E2); - Se sentir bem com o próprio corpo (AJ/E2); - Ela se sentir bem com o próprio corpo (DL/E2); - Ela se cuidar, ela se sentir bem com aquilo (DL/E2); - Se ela se sente bem malhando, vai ficar bonita com aquilo, e ela vai se sentir bem... acho que é isso (DL/E2); - Isso é tudo modelo da mídia! O que a gente tem como mulher bonita é coisa da mídia. A beleza, a gente é um conjunto de coisas diferentes, mas como o a mídia passa um padrão pra gente acredita que... o ideal, o perfeito é aquilo. Só que a gente nunca vai conseguir ter aquilo (AM/E1);

Tabela 2–Categorias relacionadas à beleza

Na tabela 2, a categoria referente à *Mulher Perfeita*, demonstra discursos que relacionam a perfeição com características físicas tidas como ideais (*Ser bem-feita, é ser magra – BM/E1*). A este respeito, Oliveira e Hutz (2010) falam do conceito de corpo como sendo na atualidade, um dos valores mais importantes, além do fato de que para os autores, as mulheres nunca foram tão expostas a ideais estéticos quanto na atualidade. Neste sentido, Andrade e Bosi (2003) vão contribuir dizendo que a magreza vem sendo diretamente associada à imagem feminina de perfeição,

atratividade sexual e autocontrole. Dentro desse contexto, não se pode ignorar os riscos que estão envolvidos no processo, uma vez que, de acordo com Andrade, Gonçalves e Bretas (2011), exigências pela perfeição do corpo podem contribuir com o aumento dos transtornos alimentares tais como bulimia e anorexia e, de acordo com Oliveira, Zuben e Santos (2014) é justamente na adolescência, que corresponde a faixa etária das participantes desta pesquisa, em que há uma maior probabilidade do surgimento de tais transtornos. Ainda no pensamento deles, esses transtornos se tratam de quadros psiquiátricos, onde podem trazer ao indivíduo sérios prejuízos biopsicossociais além de alta morbidade e mortalidade. Segundo os autores, para as pessoas que sofrem desse transtorno, o peso e o formato corporal exercem importante influência na determinação da autoestima.

Ainda na categoria *Mulher Perfeita*, apenas um discurso levanta a questão de um corpo que foge dos padrões estéticos estabelecidos atualmente, relacionando a perfeição possivelmente aos atributos não físicos (*Ela é, baixinha, ela é gordinha, ela tem cabelo curto, ela não é tão feminina... ela foge totalmente do padrão, mas pra mim, ela é a mulher mais bonita do mundo* - AM/E1). Embora este discurso tenha sido menos presente na pesquisa, pode estar relacionado aos crescentes movimentos e discussões relacionados a valorização da beleza feminina e uma maior conscientização sobre o corpo, principalmente voltado para o grupo de mulheres jovens.

Ainda na tabela 2, no que diz respeito a categoria *Beleza relacionada com bem-estar*, percebe-se que na maioria dos discursos, o que se manteve presente foi a não relação entre bem-estar e características físicas específicas (*Ela se sentir bem com o próprio corpo* (DL/E2), (*O formato do corpo de uma mulher não impede ela de ser feliz* (PO/E1). O que apresenta certa contradição, se comparado aos outros discursos, como o da categoria anterior (*Mulher perfeita*). A este respeito, discute-se que possivelmente esses discursos podem estar relacionados ao movimento de aceitação do próprio corpo, citado acima na categoria *Mulher Perfeita*, e estaríamos nesse momento de mudanças de pensamento.

Mulheres	Frequência (f)	Mulheres	Frequência (f)
Anita	2	DuaLipa	1
Bruna Marquezine	2	Demi Lovato	1
Paola Oliveira	2	Fabiana Carla	1
Selena Gomes	2	Gabriela Rocha	1
Ana Muller	1	Lana Del Rey	1

Angelina Jolie	1	Ludmila	1
Angélique Bayer	1	Maitê Perroni	1
Ana Hickmann	1	Mariana Xavier	1
Beyoncé	1	Maria Fernanda Cândido	1
Cláudia Leite	1	Paula Fernandes	1
Damares	1	Taís Araújo	1

Tabela 3–Modelo estético desejado

A tabela 3 refere-se a lista de mulheres que foram escolhidas pelas participantes como sendo seu referencial de beleza, no momento da confecção dos crachás, que as identificariam durante a oficina. De acordo com Becker (1999), construímos a nossa avaliação de corpo por meio da interação com o social de maneira geral, dessa forma, a autoimagem de uma pessoa pode ser reavaliada e desenvolvida durante toda sua vida, a depender do meio e grupo social ao qual o indivíduo está inserido. Partindo desse pensamento observa-se que, os aspectos mais relevantes numa mulher bela para as participantes, fazem parte de características das mulheres famosas escolhidas também por elas. É importante que se perceba que a grande maioria das mulheres escolhidas estão em destaque na mídia, como algumas atrizes que fazem parte do elenco de novelas em transmissão atual na mídia, cantoras no auge de sua carreira, entre outros, e mesmo as mulheres apontadas na lista, que fogem do padrão estético magro (Fabiana Carla e Mariana Xavier) estão em evidência na mídia. E isso reforça o posicionamento de Becker, a respeito da construção da avaliação de corpo, a partir do contexto vivencial do indivíduo, por meio das influências das quais são expostos. Acerca disso, Valença (2003) discute também, que a contemporaneidade exerce um controle de contornos mais sutis e estéticos, e esse controle é mascarado pela mídia, em nome da beleza. É esse modelo midiático que se percebe nas escolhas das participantes a respeito das suas preferências estéticas.

No sentido da fala de Valença (2003), observando quanto à estética das mulheres escolhidas, percebe-se que do total de 26 mulheres, três são negras de pele mais escura (Beyoncé, Ludmila e Taís Araújo), e a respeito do formato do corpo, duas não possuem o corpo estético magro (Fabiana Carla e Mariana Xavier), no tocante aos cabelos, apenas três possuem o tipo do cabelo crespo (Beyoncé, Ludmila e Taís Araújo). Desta forma, temos por maioria o modelo estético de mulher magra, de pele mais clara e cabelos lisos.

Categorias	Discurso
Mudanças no próprio corpo	<ul style="list-style-type: none"> - Mudaria o cabelo (AB/E1); - Mudaria a altura (L/E1); - A altura também (A/E1); - Ahhh... eu queria ser magra (SM/E1); - Eu acho que eu faria plástica (B/E2); - Eu mudaria o meu pé (D/E2);
Autoestima	<ul style="list-style-type: none"> - Eu me acho bonita (BM/E1); - Eu também me acho bonita (CL/E2); - Eu acho que sou bonita (GR/E2); - Meu corpo não me impede de ser feliz (D/E2);

Tabela 4–Categorias relacionadas a percepção do próprio corpo

De acordo com os dados da tabela 4, nas categorias relacionadas às *Mudanças no próprio corpo* e *Aceitação do próprio corpo*, constatou-se que a insatisfação corporal se sobressai, em relação à plena aceitação do mesmo. Neste sentido, Sousa, Miranda e Amaral (2011) falam que a insatisfação com o corpo sofre influências de alguns aspectos, dentre eles a mídia e a cultura. A consequência dessa insatisfação reflete na fala das participantes por meio do desejo da mudança de algumas partes do corpo, dentre elas a estatura, peso e cabelos. Para o alcance dessa mudança, é citado o desejo da realização da cirurgia plástica, com vista no modelo estético desejado. Essa relação deve nos mobilizar a uma atenção maior para esse aspecto, tendo em vista que a adolescência é uma fase que por si só conta com crises e preocupações acentuadas quanto à aparência. Dessa forma, a não obtenção do corpo idealizado, é um fator que pode ser desencadeante para problemas maiores. Dentro dessa perspectiva, Becker (1999) contribui dizendo que essa não obtenção do corpo ideal pode favorecer o aparecimento da baixa autoestima e depressão.

Categorias	Discurso
Sucesso de uma mulher	<ul style="list-style-type: none"> - Bem, eu acho que a competência dela, né? É o que mais vale, mas assim, tipo numa entrevista de emprego, a aparência conta muito (PO/E2); - Se a gente for olhar no geral, a maioria das mulheres que são bem-sucedidas são bonitas (D/E2); - Ser bonita é tudo (PTS/E2); - As mulheres bem-sucedidas querem seguir o padrão de beleza... É... ter corpão, ser bonita, sorridente. (AJ/E2); - Tem que ter amor próprio (MFC/E1); - Tem que ter confiança (BM/E1); - Tem que ter perseverança (LDR/E1); - A mulher pra ser bem-sucedida não precisa de características físicas (A/E1);

Tabela 5–Categoria relacionada ao que pode estar relacionado ao sucesso de uma mulher

Na tabela 5, pode-se perceber que há discursos que fazem relação entre o sucesso de uma mulher com aspectos estéticos (*Se a gente for olhar no geral, a maioria das mulheres que são bem-sucedidas são bonitas-D/E2*). Neste sentido, Andrade e Bosi (2003) afirmam que a magreza está ligada a imagem feminina de sucesso. E contribuindo com esse pensamento, Russos (2005) vem dizer que na contemporaneidade, a ideia de sucesso, dinheiro ou até mesmo a felicidade só se pode ser alcançada por meio da beleza estética. Desta forma, a contribuição de Oliveira e Hutz (2010), reforça essa discussão, quando eles falando conceito de corpo na atualidade como um dos valores mais importantes. Fazendo uma relação entre os conceitos de Russos com o de Oliveira e Hutz, percebemos essa importância do corpo no contexto atual, atrelado a aspectos relevantes para o bem-estar de um indivíduo, sendo eles o dinheiro e a felicidade.

Dentro da amostra da pesquisa, em proporções iguais tivemos os discursos que trouxeram o sucesso da mulher ligado a outros fatores, tais como amor próprio, perseverança e confiança.

Considerações Finais

A partir da análise dos dados, observa-se que de fato existe a influência midiática a respeito do ideal de beleza, no entanto, o que foi trazido como novo, foi o fato de perceber que, entre as adolescentes participantes da pesquisa, havia um conhecimento da parte delas a respeito desses padrões midiáticos e a influência dos mesmos na vida da população feminina num geral, onde isso foi falado por elas próprias (*Isso é tudo modelo da mídia! O que a gente tem como mulher bonita é coisa da mídia. A beleza, a gente... é um conjunto de coisas diferentes, mas como o a mídia passa um padrão pra gente acredita que... o ideal, o perfeito é aquilo. Só que a gente nunca vai conseguir ter aquilo* (AM/E1). E apesar do discurso empoderado e de esclarecimento sobre esses fatos, no momento em que foram impulsionadas a fazerem escolhas quanto a estética, o que predominou nessas escolhas foi exatamente o modelo magro. (*Ser bem-feita é ser magra*- BM/E1; *A cintura mais ou menos fina... Isso aqui mais 'coisado' -Quadril mais largo-, 'pernãõ' - DL/E2). Ao mesmo tempo em que as participantes defendem o bem-estar da mulher associado ao amor próprio, independente do formato do seu corpo, trazem o seu modelo de beleza de preferência como sendo o referente a mulher magra, de pele clara e cabelos lisos, ou seja, elas nos mostram a consolidação do modelo midiático de beleza. Esse cenário nos abre possibilidades para um novo campo de pesquisa que se apresenta.*

Referências

ANDRADE, Angela; BOSI, Maria Lúcia Magalhães. Mídia e subjetividade; impacto no comportamento alimentar feminino Media and subjectivity; impact on female feeding behavior. Revista de Nutrição, v. 16, n. 1, p. 117-125, 2003. Doi:10.1590/S1415-52732003000100012.

ANDRADE, Nara Saade de; GONÇALVES, Charlisson Mendes; BRETAS, Stela Maris. PADRÕES ESTÉTICOS E TRANSTORNOS ALIMENTARES. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0804.pdf>

ANDRADE, Santos et al. Saúde e beleza do corpo feminino- algumas representações no Brasil do século XX. Movimento, v. 9, n. 1, 2003. Disponível em: <http://search.proquest.com/openview/b38ef068806b38461c5739e4419594ff/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2038866>.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BECKER JR, B. Manual de psicologia aplicada ao exercício & esporte. Porto Alegre: Edelbra, 1999.

BRASIL, Lei 8.069, de 13 de Julho de 1990. Estatuto da Criança e do Adolescente. Brasília: Ministério da Justiça. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm Acesso em: 26 de abril de 2017.

FLORIANI, Flavia Monique; MARCANTE, M. D. S.; BRAGGIO, Laércio Antônio. Auto-estima e auto-imagem a relação com a estética. Acesso em, v. 1, 2014. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44894019/Auto_estima_e_Auto_imagem.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525019081&Signature=QInAAJDNh8KxXD9GYdiKwkcWYY%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAUTO-ESTIMA_E_AUTO-IMAGEM_A_RELACAO_COM.pdf

MINAYO, Maria Cecilia de S.; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? Cadernos de saúde pública, v. 9, p. 237-248, 1993. DOI: [org/10.1590/S0102-311X1993000300002](https://doi.org/10.1590/S0102-311X1993000300002).

OLIVEIRA-CARDOSO, Érika Arantes; VON ZUBEN, Bruna Vieira; SANTOS, Manoel Antonio. Qualidade de vida de pacientes com anorexia e bulimia nervosa. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde, v. 9, p. 329-340, 2014. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/10346#.WgYWG8anHIU>

OLIVEIRA, Leticia Langlois; HUTZ, Cláudio Simon. Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. Psicologia em estudo. Maringá. Vol. 15, n. 3 (jul./set. 2010), p. 575-582., 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v15n3/v15n3a15>

PAIVA, Geraldo José de. Identidade psicossocial e pessoal como questão contemporânea. Psico, v. 38, n. 1, p. 77-84, 2007. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/1926>

RUSSO, Renata. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. Movimento & Percepção, v. 5, n. 6, p. 80-90, 2005. Disponível em: <http://ferramentas.unipinhal.edu.br/movimentoeper>

ceacao/include/getdoc.php?id=147&article=39&mode=pdf

SOUSA FORTES, Leonardo et al. Insatisfação corporal de adolescentes atletas e não atletas. J BrasPsiquiatr, v. 60, n. 4, p. 309-14, 2011. Disponível em: http://www.ipub.ufrj.br/portal/jbp/60/04/12_JBP_60_4.pdf

SOUZA, Márcia Rebeca Rocha et al. Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras. Revista Gaúcha de Enfermagem, v. 34, n. 2, p. 62-69, 2013. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/RevistaGauchadeEnfermagem/article/view/25877/26039>.

VALENÇA, Cecília Nogueira; GERMANO, Raimunda Medeiros. Percepção da auto-imagem e satisfação corporal em adolescentes: perspectiva do cuidado integral na enfermagem. Revista da Rede de Enfermagem do Nordeste, v. 10, n. 4, 2009. Doi: 10.15253/rev_rene.v10i4.4877.

VALENÇA, Maria da Conceição Araújo. Feminilidade em Freud e na Contemporaneidade, Repercussões e Impasses. 2003. Disponível em: http://www.unicap.br/tede/tde_arquivos/1/TDE-2006-12-20T145831Z-51/Publico/Maria%20Araujo.pdf