

UNIVERSIDADE PARANAENSE - UNIPAR

Autor Erica Vanessa da Silva¹

Autor Juliana Isabele Correa dos Santos²

Autor Viviane Lais Yukari Donomai³

**A CULTURA DO EMAGRECIMENTO FEMININO: UMA PERSPECTIVA SOB A
ÓTICA DA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO**

**THE CULTURE OF FEMALE WEIGHT LOSS: A PERSPECTIVE FROM THE
LENS OF BEHAVIOR ANALYSIS**

Sugestão de título curto: A cultura do emagrecimento feminino

CASCADEL - PR

2026

¹ Acadêmica do 5º ano do curso de Psicologia da Universidade Paranaense - UNIPAR (Cascavel) Brasil. E-mail: erica.silva.95@edu.unipar.br

² Acadêmico do 5º ano do curso de Psicologia da Universidade Paranaense - UNIPAR (Cascavel) Brasil. E-mail: juliana.correa.02@edu.unipar.br

³ Psicóloga, docente do curso de Psicologia da Universidade Paranaense - UNIPAR (Cascavel) Brasil. E-mail: viviane.donomai@prof.unipar.br

Erica Vanessa Da Silva

Juliana Isabele Correa Dos Santos

**A CULTURA DO EMAGRECIMENTO FEMININO: UMA PERSPECTIVA SOB A
ÓTICA DA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO**

**THE CULTURE OF FEMALE WEIGHT LOSS: A PERSPECTIVE FROM THE
LENS OF BEHAVIOR ANALYSIS**

Sugestão de título curto: A cultura do emagrecimento feminino

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao curso de Psicologia da Universidade
Paranaense - UNIPAR, como requisito parcial
para a obtenção do título de Bacharel em
Psicologia.

Orientadora: Viviane Lais Yukari Donomai

CASCADEL – PR

2026

RESUMO: Este artigo tem como objetivo analisar a cultura do emagrecimento e suas implicações no comportamento feminino contemporâneo, com base nos princípios da Análise do Comportamento. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo, realizada com mulheres universitárias, por meio da aplicação de questionário estruturado em escala Likert, voltado à avaliação da percepção corporal, influência de padrões estéticos e comportamentos alimentares. Os dados foram analisados por meio de procedimentos estatísticos descritivos. Os resultados indicam elevada influência de padrões estéticos e das mídias sociais sobre a percepção corporal, evidenciando que as redes sociais impactam significativamente a forma como as participantes percebem o próprio corpo. Observou-se, ainda, alta frequência de comparação corporal, insatisfação com a imagem e adoção de práticas de controle de peso, associadas a reforçadores sociais como aprovação, pertencimento e status. Os resultados sugerem que a cultura do emagrecimento atua como um sistema de controle simbólico que modela comportamentos e percepções corporais, impactando a autoestima e favorecendo padrões potencialmente prejudiciais ao bem-estar feminino.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura do emagrecimento; Análise do Comportamento; Padrões estéticos femininos; reforçamento social; Práticas culturais.

ABSTRACT: This article aims to analyze the culture of weight loss and its implications for contemporary female behavior, based on the principles of Behavior Analysis. It is a quantitative, descriptive study conducted with female university students through the application of a structured Likert-scale questionnaire aimed at assessing body perception, the influence of beauty standards, and eating behaviors. The data were analyzed using descriptive statistical procedures. The results indicate a strong influence of beauty standards and social media on body perception, showing that social networks significantly impact how participants perceive their own bodies. A high frequency of body comparison, body image dissatisfaction, and the adoption of weight-control practices was also observed, associated with social reinforcers such as approval, belonging, and status. The findings suggest that the culture of weight loss operates as a symbolic system of control that shapes behaviors and body perceptions, impacting self-esteem and fostering patterns that may be potentially harmful to women's well-being.

KEYWORDS: culture of weight loss, behavior analysis, feminine aesthetic standards, social reinforcement, cultural practices.

1. INTRODUÇÃO

A alimentação, na contemporaneidade, ultrapassa sua função biológica de fornecer energia e nutrientes, assumindo também significados sociais, culturais e emocionais. Entretanto, observa-se que, nas últimas décadas, a relação com a alimentação passou a ser cada vez mais marcada por discursos de controle corporal, restrição alimentar e busca incessante pelo corpo ideal, especialmente entre as mulheres (GOLDENBERG, 2011; WOLF, 1992).

De acordo com William M. Baum (2006), práticas culturais são mantidas quando produzem consequências reforçadoras para os indivíduos e para o grupo social. Assim, elogios, reconhecimento social, pertencimento e validação funcionam como reforçadores positivos para comportamentos relacionados à busca pelo corpo ideal, enquanto críticas, rejeição e sentimentos de inadequação podem atuar como formas de punição ou reforçamento negativo, fortalecendo ainda mais a adesão aos padrões estéticos socialmente valorizados (SKINNER, 1953; BAUM, 2006).

Além disso, a influência das redes sociais amplia os processos de comparação social e favorece a internalização de padrões corporais restritivos, impactando diretamente a autoestima, a percepção corporal e a saúde mental das mulheres. Dessa forma, a cultura do emagrecimento ultrapassa o campo da estética e passa a influenciar comportamentos alimentares, relações sociais e a construção da identidade feminina (LIRA et al., 2017).

Diante desse cenário, esta pesquisa tem como objetivo analisar a cultura do emagrecimento feminino como uma prática cultural sustentada por reforçadores sociais. Busca-se compreender, à luz da Análise do Comportamento, como as contingências culturais influenciam a busca pelo corpo ideal. Além disso, pretende-se identificar os principais reforçadores sociais envolvidos na pressão estética feminina, investigar a influência das mídias

digitais na disseminação de padrões corporais restritivos e analisar os processos de aprendizagem social que contribuem para a internalização desses padrões (SKINNER, 2003).

A relevância desta pesquisa justifica-se pela crescente influência exercida pelas mídias e pelas práticas culturais contemporâneas sobre a construção da autoimagem feminina e sobre os comportamentos relacionados ao corpo e à alimentação. Além disso, o estudo favorece reflexões sobre a necessidade de práticas culturais mais inclusivas, que valorizem a diversidade corporal e promovam relações mais saudáveis com o corpo, a alimentação e a própria identidade, considerando que os padrões de beleza são construídos socialmente e exercem influência significativa sobre a forma como as mulheres percebem a si mesmas e seu valor social (GOLDENBERG, 2011).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A disseminação da cultura do emagrecimento no Brasil está diretamente relacionada à consolidação de padrões estéticos que associam a magreza ao sucesso, à saúde e ao reconhecimento social. Ao longo das últimas décadas, o corpo feminino passou a ocupar posição central nos discursos midiáticos e culturais, sendo constantemente submetido a normas de controle e avaliação estética. Nesse contexto, a aparência física deixa de representar apenas uma característica individual e passa a funcionar como forma de capital simbólico e expressão de identidade social (Goldenberg, 2011).

Historicamente, o corpo da mulher foi marcado por processos de vigilância e regulamentação social. Conforme aponta Michel Foucault, os mecanismos de poder atuam sobre os corpos por meio de normas e práticas disciplinadoras que orientam comportamentos considerados socialmente aceitáveis. No contexto contemporâneo, essas formas de controle se manifestam na valorização da magreza como representação de disciplina, autocuidado e sucesso pessoal. Segundo Naomi Wolf, a imposição de padrões estéticos inalcançáveis

constitui uma forma de dominação simbólica que mantém mulheres em constante vigilância sobre o próprio corpo (FOUCAULT, 1987; WOLF, 2020).

No Brasil, a valorização estética do corpo feminino tornou-se ainda mais evidente com a expansão da mídia, da publicidade e da indústria da beleza. A construção do corpo como objeto de reconhecimento social contribuiu para a naturalização de práticas voltadas ao controle corporal e alimentar. O corpo passou a ser compreendido não apenas como uma dimensão biológica, mas também como um importante elemento de construção da identidade e de inserção social. Nessa perspectiva, o emagrecimento deixa de ser apenas uma questão relacionada à saúde e passa a funcionar como marcador de pertencimento social e valorização cultural, uma vez que aparência e prestígio caminham conjuntamente (GOLDENBERG, 2011).

De acordo com Lira et al. (2017) e Souza Lopes et al. (2024), as mídias sociais exercem influência significativa sobre a percepção corporal feminina, estando associadas ao aumento da insatisfação corporal e ao desenvolvimento de comportamentos alimentares disfuncionais. Nesse cenário, a ascensão das redes sociais contribuiu para a ampliação e o fortalecimento dos padrões de beleza, favorecendo processos de comparação social e sentimentos de inadequação em relação ao próprio corpo.

Nesse cenário, curtidas, comentários e validações virtuais passam a funcionar como reforçadores sociais imediatos, fortalecendo comportamentos de vigilância corporal e busca por aprovação social (SKINNER, 1953). Nessa mesma perspectiva, Banaco (1999) afirma que práticas culturais relacionadas ao corpo e à estética operam como formas de controle social, sustentadas por regras e consequências sociais que modelam comportamentos. Dessa forma, elogios, reconhecimento e aceitação atuam como reforçadores positivos para práticas associadas ao emagrecimento, enquanto críticas, exclusão e vergonha corporal funcionam como formas de punição social.

Sob a perspectiva da Análise do Comportamento, a cultura do emagrecimento pode ser compreendida como uma prática cultural mantida por contingências de reforçamento social. Os comportamentos são selecionados e mantidos pelas consequências que produzem no ambiente. Dessa forma, comportamentos relacionados à restrição alimentar, ao controle do corpo e à busca pela magreza tendem a ser mantidos porque frequentemente produzem consequências socialmente valorizadas, como aceitação, prestígio e pertencimento (SKINNER, 2003).

Skinner (2007) propõe que as práticas culturais são selecionadas por consequências sociais que favorecem sua manutenção ao longo do tempo. Complementando essa perspectiva, Baum (2006) afirma que culturas se mantêm por meio de contingências sociais que reforçam determinados padrões comportamentais e desencorajam outros. Dessa maneira, a cultura do emagrecimento persiste porque a sociedade reforça comportamentos compatíveis com o ideal corporal dominante e pune, ainda que simbolicamente, aqueles que se afastam desse padrão.

Borges e Cassas (2009) destacam que o controle social contemporâneo ocorre principalmente de maneira simbólica e verbal, tornando-se mais eficiente justamente por ser frequentemente internalizado pelos indivíduos. Nesse processo, muitas mulheres passam a reproduzir regras culturais associadas à crença de que ser magra significa ser mais aceita, valorizada ou bem-sucedida. Como resultado, sentimentos de culpa, vergonha e inadequação corporal passam a atuar como punições internas, fortalecendo a vigilância constante sobre o próprio corpo.

Os conceitos de contingência, reforçamento e modelagem são fundamentais para compreender esse fenômeno. Segundo Catania (1999), o comportamento humano é resultado da interação entre estímulos antecedentes, respostas e consequências. Assim, práticas culturais relacionadas ao emagrecimento podem ser compreendidas como repertórios aprendidos e

fortalecidos socialmente ao longo do tempo. Skinner (2013) explica que a modelagem ocorre por meio do reforçamento sucessivo de comportamentos que se aproximam do padrão desejado, permitindo compreender como determinados hábitos alimentares e corporais são gradualmente aprendidos e mantidos.

Além disso, o comportamento alimentar não pode ser compreendido apenas sob uma perspectiva biológica. Poulain (2013) afirmam que a alimentação envolve dimensões sociais, culturais e identitárias, sendo profundamente influenciada pelo contexto em que o indivíduo está inserido. Rossi, Moreira e Rauen (2008) acrescentam que fatores sociais e familiares exercem influência significativa sobre os comportamentos alimentares, especialmente em contextos marcados por forte valorização estética.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo quantitativo, de caráter descritivo e exploratório, desenvolvido por meio de pesquisa de campo e pesquisa bibliográfica. O estudo foi realizado com acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR), campus Cascavel, utilizando amostragem não probabilística por conveniência.

A coleta de dados ocorreu por meio de um questionário online elaborado na plataforma Google Formulários, divulgado presencialmente pelas pesquisadoras em salas de aula da instituição determinada. O instrumento utilizado foi construído especificamente para esta pesquisa, a partir da revisão da literatura científica sobre cultura do emagrecimento, imagem corporal, influência das mídias sociais e Análise do Comportamento. A elaboração dos itens teve como base estudos apresentados no referencial teórico que discutem a influência dos padrões estéticos sobre a percepção corporal feminina, os processos de comparação social, os comportamentos de controle de peso e os reforçadores sociais associados à magreza.

Adicionalmente, foram considerados conceitos centrais da Análise do Comportamento, tais como reforçamento positivo, reforçamento negativo, esquiva, controle por regras e práticas culturais. Dessa forma, os itens foram elaborados com o objetivo de identificar a influência de contingências sociais e culturais relacionadas à cultura do emagrecimento sobre a percepção corporal e os comportamentos das participantes.

O instrumento foi composto por 15 afirmações respondidas por meio de escala Likert de cinco pontos, variando entre “nunca”, “raramente”, “às vezes”, “quase sempre” e “sempre”. O formulário obteve 391 respostas válidas. Embora a pesquisa tenha sido direcionada prioritariamente ao público feminino, houve participação espontânea de indivíduos de outros gêneros, os quais foram mantidos na amostra por representarem percentual reduzido, correspondendo a 3,7% de participantes do sexo masculino e 0,6% de outros gêneros. A participação ocorreu de forma voluntária, mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), garantindo-se os princípios éticos de confidencialidade, anonimato e respeito às participantes durante todas as etapas da pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

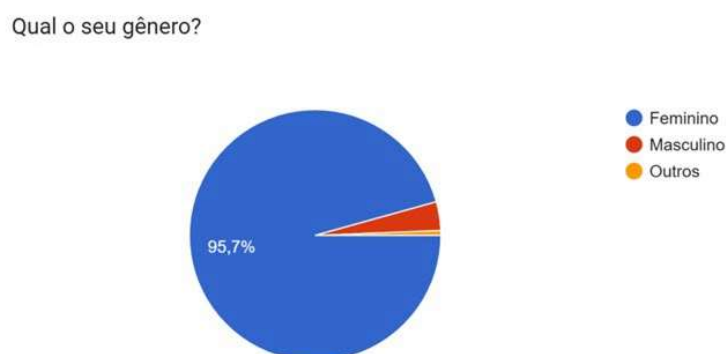
Para analisar a cultura do emagrecimento e os fatores associados à busca pelo corpo magro ideal, utilizou-se, conforme mencionado anteriormente, a escala do tipo Likert. Dessa forma, nesta seção, os resultados são interpretados à luz das questões de pesquisa e do referencial teórico da Análise do Comportamento, buscando discutir a influência da cultura sobre o comportamento alimentar e a autoestima de mulheres, bem como a persistente busca pelo corpo magro.

4.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS PARTICIPANTES

Apresenta-se o perfil sociodemográfico das participantes da pesquisa, com base nas variáveis coletadas por meio do questionário, sendo ela, sexo/gênero. Em relação ao

sexo/gênero, observou-se que a maioria dos participantes se identifica como *feminino*, correspondendo a 95,7% da amostra, enquanto 3,7% se identificam como *masculino* e *outros* correspondendo a 0,6%, conforme gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1 - dados sociodemográficos



Fonte: Gráfico 1 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

4.2. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

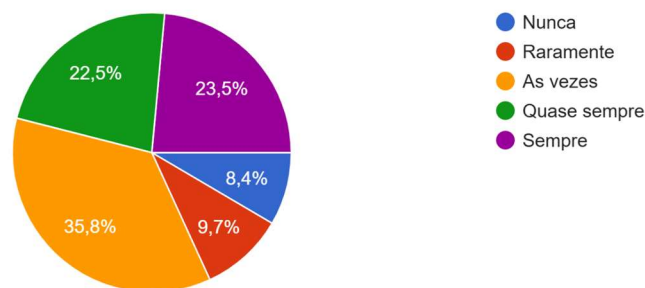
No que se refere à afirmação “*Eu sinto que meu corpo precisa se encaixar em um padrão de beleza para ser aceito socialmente*”, observa-se uma predominância expressiva de respostas indicativas de concordância. Observa-se que 35,8% das participantes responderam “às vezes”, 22,5% “quase sempre” e 23,5% “sempre”, totalizando 81,8% da amostra que, em alguma medida, reconhece a presença dessa exigência. Em contrapartida, apenas 18,1% indicam baixa frequência dessa percepção, distribuídas entre as opções “raramente” 9,7% e “nunca” 8,4%.

O destaque para a categoria “às vezes” pode indicar a presença de controle situacional, no qual a exigência por adequação corporal se intensifica em determinados contextos sociais, como interações interpessoais, contato em redes sociais ou ambientes que valorizam padrões estéticos específicos. Tais resultados podem ser compreendidos a partir do conceito de controle

por contingências sociais e práticas culturais (BANACO, 1999). A valorização de determinados padrões corporais atua como estímulo discriminativo, sinalizando contextos nos quais comportamentos de adequação estética têm maior probabilidade de serem reforçados (ROSSI; MOREIRA; RAUEN, 2008). A seguir, amostragem do gráfico 2:

Gráfico 2 - respostas dos participantes à pergunta 1

Eu sinto que meu corpo precisa se encaixar em um padrão de beleza para ser aceito socialmente.
391 respostas



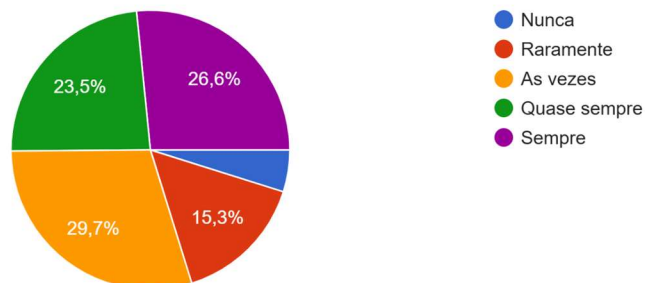
Fonte: Gráfico 2 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

De acordo com a afirmação “*Comparo minha aparência física com a de outras mulheres com frequência*”, observa-se elevada frequência de comparação social entre as participantes, sendo que 29,7% responderam “às vezes”, 23,5% “quase sempre” e 26,6% “sempre”, totalizando 79,8% da amostra. Em contrapartida, 15,3% indicaram “raramente” e uma parcela reduzida de 4,9% em “nunca”. Esses indicadores evidenciam que a comparação corporal constitui um comportamento recorrente no repertório das participantes.

Sob a perspectiva da Análise do Comportamento, a comparação social, nesse contexto, pode ser mantida por reforçadores sociais e regras culturais, contribuindo para a manutenção da insatisfação corporal e influenciando negativamente a autoestima e o comportamento alimentar (LIRA et al., 2017), conforme gráfico 3 abaixo:

Gráfico 3 - respostas dos participantes à pergunta 2

Comparo minha aparência física com a de outras mulheres com frequência.
391 respostas



Fonte: Gráfico 3 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

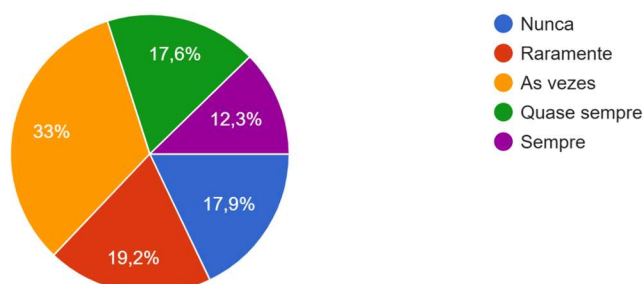
A afirmação “*Evito tirar fotos minhas por insegurança com a minha aparência*”, os percentuais encontrados mostram que 33% das participantes relatam evitar tirar fotos “às vezes”, 17,6% “quase sempre” e 12,3% “sempre”, totalizando 62,9% da amostra que manifesta esse comportamento em alguma frequência. Por outro lado, 19,2% responderam “raramente” e 17,9% “nunca”. As respostas obtidas permitem inferir que a esquiva de exposição da própria imagem é um comportamento presente em parcela significativa das participantes.

Esse padrão pode ser compreendido como comportamento de esquiva mantido por reforçamento negativo, no qual evitar tirar fotos reduz sentimentos aversivos, como insegurança e desconforto com a própria aparência (SKINNER, 2003; BAUM, 2006), além das influências socioculturais, conforme resultados apresentados abaixo pelo gráfico 4:

Gráfico 4 - respostas dos participantes à pergunta 3

Evito tirar fotos minhas por insegurança com a minha aparência.

391 respostas



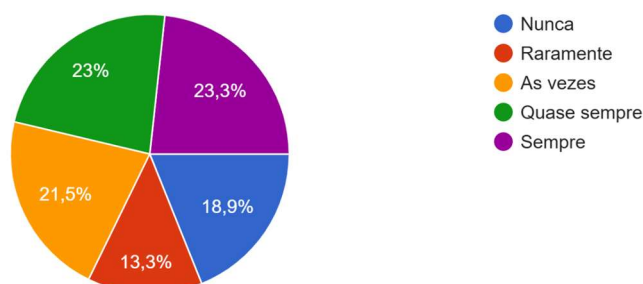
Fonte: Gráfico 4 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

No que tange à afirmação “*Considero importante estar constantemente em busca da perda de peso*”, nota-se que 21,5% das participantes responderam “às vezes”, 23% “quase sempre” e 23,3% “sempre”, totalizando 67,8% da amostra que atribui frequência à busca constante pela perda de peso. No entanto, 13,3% indicaram “raramente” e 18,9% “nunca”. Os dados analisados permitem compreender a presença significativa da valorização do emagrecimento no repertório das participantes.

Resultado que evidencia a influência do contexto sociocultural na manutenção da busca constante pelo emagrecimento, frequentemente independentemente de possíveis implicações à saúde (AVARENGA et al., 2019), sendo tal comportamento sustentado por práticas culturais que reforçam padrões estéticos idealizados (ROSSI; MOREIRA; RAUEN, 2008), conforme apresentado abaixo no gráfico 5:

Gráfico 5 - respostas dos participantes à pergunta 4

Considero importante estar constantemente em busca da perda de peso.
391 respostas



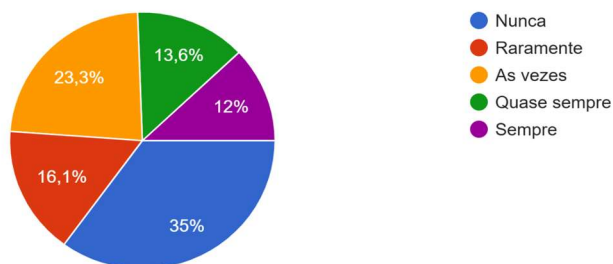
Fonte: Gráfico 5 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

No tocante à afirmação “*Associo magreza a sucesso pessoal e profissional*”, observa-se que 23,3% das participantes responderam “às vezes”, 13,6% “quase sempre” e 12% “sempre”, totalizando 48,9% da amostra que, em alguma medida, estabelece essa associação. Por outro lado, 35% indicaram “nunca” e 16,1% “raramente”, correspondendo a 51,1% que demonstram baixa associação.

Tais resultados sugerem que, embora não seja predominante, a associação entre magreza e sucesso ainda se mantém em parcela significativa da amostra, refletindo contingências socioculturais que atribuem valor reforçador a determinados padrões corporais, influenciando a percepção de sucesso e reconhecimento social (POLLI; JOAQUIM; TAGLIAMENTO, 2021). Ademais, a construção social de ideais de corpo pode impactar diretamente a forma como atributos físicos são vinculados a conquistas pessoais e profissionais (LIRA et al., 2017). Abaixo amostragem pelo gráfico 6:

Gráfico 6 - respostas dos participantes à pergunta 5

Associo magreza a sucesso pessoal e profissional.
391 respostas



Fonte: Gráfico 6 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

No que concerne a “*Sinto culpa quando como alimentos considerados ‘não saudáveis’*”, observa-se que 29,2% das participantes responderam “às vezes”, 17,9% “quase sempre” e 19,9% “sempre”, totalizando 67% da amostra que, em alguma medida, vivencia esse sentimento. Em contrapartida, 16,1% indicaram “raramente” e 16,9% “nunca”. A amostra sugere a presença de regras e contingências culturais que classificam alimentos como “permitidos” ou “proibidos”, nas quais o consumo de determinados itens pode evocar respostas emocionais aversivas, como a culpa. Esse padrão pode ser mantido por controle verbal e social, contribuindo para a regulação do comportamento alimentar e impactando a relação das participantes com a alimentação. (SKINNER, 2003; BAUM, 2006).

A alimentação não se reduz a uma necessidade biológica, sendo também um fenômeno social e cultural, no qual normas, valores e representações influenciam diretamente as práticas alimentares e a relação dos indivíduos com o corpo.” (POULAIN, 2004). Assim, observa-se que a relação com a alimentação e com o próprio corpo é mediada por valores culturalmente construídos, os quais contribuem para a manutenção de padrões de comportamento alinhados

à cultura do emagrecimento, conforme discutido ao longo dessa amostragem e conforme gráfico 7 abaixo:

Gráfico 7 - respostas dos participantes à pergunta 6



Fonte: Gráfico 7 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

No que se refere à afirmação “*Deixo de ir a eventos sociais por insatisfação com o meu corpo*”, observa-se que 16,1% das participantes responderam “às vezes”, 17,9% “quase sempre” e 19,9% “sempre”, totalizando 43,9% da amostra que apresenta esse comportamento em alguma frequência. Em contrapartida, 29,2% indicaram “às vezes” e 16,9% “nunca”. Sugerem que, embora não predominante, a esquiva social motivada pela insatisfação corporal está presente em parcela relevante das participantes.

Sob a perspectiva da Análise do Comportamento, esse padrão pode ser compreendido como comportamento de esquiva mantido por reforçamento negativo, no qual a evitação de eventos sociais reduz estímulos aversivos, como julgamento ou exposição corporal (SKINNER, 2003; BAUM, 2006). Ademais, considerando a dimensão sociocultural da alimentação e do corpo, tais comportamentos refletem a internalização de normas e valores que

regulam a relação do indivíduo com sua imagem corporal (POULAIN, 2004; FISCHLER, 1988). Abaixo gráfico 8:

Gráfico 8 - respostas dos participantes à pergunta 7



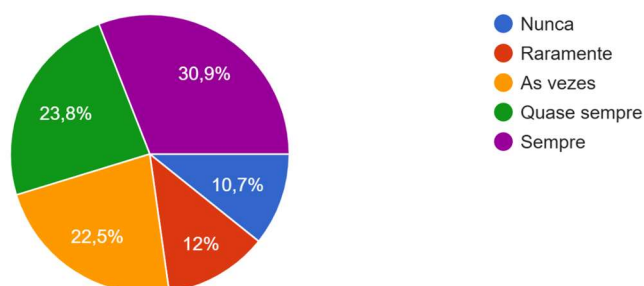
Fonte: Gráfico 8 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

No que se refere à afirmação “*Tenho a percepção de que mulheres magras são mais admiradas em meu círculo social*”, observa-se que 22,5% das participantes responderam “às vezes”, 23,8% “quase sempre” e 30,9% “sempre”, totalizando 77,2% da amostra que percebe, maior valorização da magreza. No entanto, 12% indicaram “raramente” e 10,7% “nunca”, evidenciando menor discordância em relação a essa percepção.

Para Goldenberg (2011), o corpo, na cultura contemporânea, pode ser compreendido como um capital, sendo investido e valorizado socialmente de acordo com padrões estéticos dominantes. Os dados indicam a atuação de contingências sociais que reforçam determinados padrões corporais, nos quais a magreza passa a ser associada a reforçadores sociais, como admiração e aceitação (SKINNER, 2003; BAUM, 2006). Abaixo gráfico 10:

Gráfico 9 - respostas dos participantes à pergunta 8

Tenho a percepção de que mulheres magras são mais admiradas em meu círculo social.
391 respostas



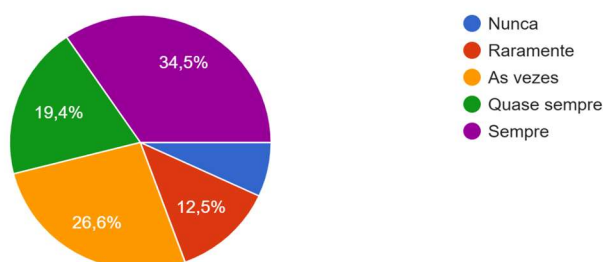
Fonte: Gráfico 9 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

A afirmação “*Quando alguém comenta sobre meu corpo, isso afeta diretamente minha autoestima*”, observa-se que 26,6% das participantes responderam “às vezes”, 19,4% “quase sempre” e 34,5% “sempre”, totalizando 80,5% da amostra que indica impacto significativo desses comentários. Em contrapartida, 12,5% responderam “raramente” e uma parcela reduzida de 6,9% responderam “nunca”.

Esses dados evidenciam a influência de contingências sociais verbais, nas quais comentários sobre o corpo atuam como estímulos capazes de influenciar os estados emocionais e auto estima das mulheres, bem como suas percepções sobre a imagem pessoal. Essas interações funcionam como reforçadores ou punidores sociais, contribuindo para a modelagem da autoestima e da percepção corporal, em consonância com práticas culturais que atribuem valor ao corpo (ALVARENGA et al., 2019; SILVA; LOPES; SILVA, 2018).

Gráfico 10 - respostas dos participantes à pergunta 9

Quando alguém comenta sobre meu corpo, isso afeta diretamente minha autoestima.
391 respostas



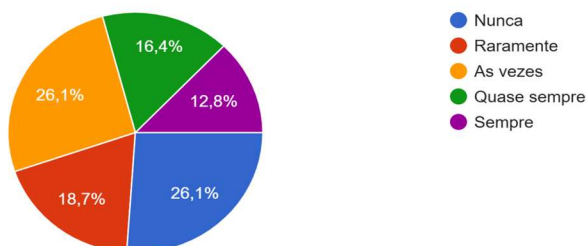
Fonte: Gráfico 10 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

Conforme à afirmação, "*Faço dietas ou restrições alimentares para controlar meu peso*", nota-se que 26,1% das participantes responderam "às vezes", 16,4% "quase sempre" e 12,8% "sempre", totalizando 55,3% da amostra que possuem tais comportamentos em certa frequência. Contudo, 18,7% indicaram "raramente" e 26,1% "nunca", totalizando 44,8% da amostra. Esses dados evidenciam certa presença de comportamentos de controle alimentar voltados à regulação do peso.

Esses comportamentos podem ser compreendidos com ações mantidas por contingências de reforçamento social, nas quais a perda de peso e a adequação a padrões estéticos funcionam como reforçadores. (BRASIL, 2019).

Gráfico 11 - respostas dos participantes à pergunta 10

Faço dietas ou restrições alimentares para controlar meu peso.
391 respostas



Fonte: Gráfico 11 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

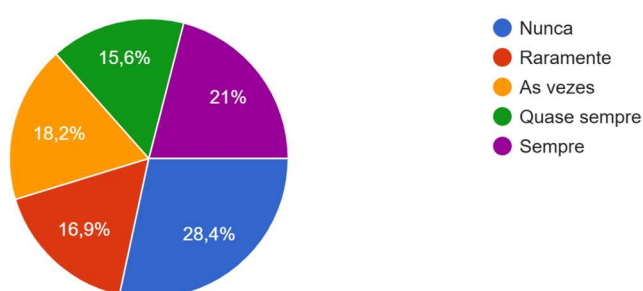
Na afirmação *“Pratico exercícios físicos mais com o objetivo de emagrecer do que por saúde”*, verifica-se que 18,2% das participantes responderam “às vezes”, 15,6% “quase sempre” e 21% “sempre”, totalizando 54,8% da amostra que em certa medida, associa a prática de exercícios ao emagrecimento. Em contrapartida, 16,9% indicaram “raramente” e 28,4% “nunca”, totalizando 45,3%. As respostas evidenciam a presença significativa de motivações estéticas na prática de atividade física com a finalidade de emagrecimento.

Tal padrão pode ser compreendido como comportamento operante mantido por contingências de reforçamento, nas quais a perda de peso e a aprovação social funcionam como reforçadores positivos. Além disso, regras culturais exercem controle sobre esse comportamento, direcionando a prática de exercícios para fins estéticos em detrimento da saúde (MOREIRA; MEDEIROS, 2019).

Gráfico 12 - respostas dos participantes à pergunta 11

Pratico exercícios físicos mais com o objetivo de emagrecer do que por saúde.

391 respostas



Fonte: Gráfico 12 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

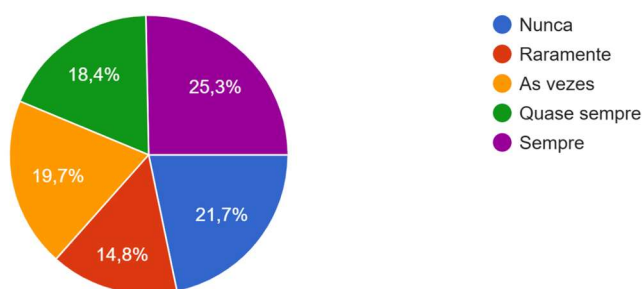
No que se dedica à asserção *“Penso que não estou no peso ideal, independentemente de avaliações médicas”*, observa-se que 19,7% das participantes responderam “às vezes”,

18,4% “quase sempre” e 25,3% “sempre”, totalizando 63,4% das respostas que indicam possuir esta percepção. No entanto, 14,8% responderam “raramente” e 21,7% “nunca”, totalizando 36,5%, número este significativamente menor em relação às que informam possuir este comportamento.

Esse comportamento pode ser compreendido como comportamento verbal sob controle de regras e contingências sociais, nas quais padrões estéticos funcionam como estímulos discriminativos que orientam a autoavaliação corporal (MOREIRA; MEDEIROS, 2019). Ademais, a desconsideração de parâmetros médicos sugere maior controle por práticas culturais do que por contingências naturais, indicando a internalização de normas sociais relacionadas ao corpo (ALVARENGA et al., 2019), o que contribui para a manutenção de pensamentos e crenças disfuncionais relacionados ao peso corporal.

Gráfico 13 - respostas dos participantes à pergunta 12

Penso que não estou no peso ideal, independentemente de avaliações médicas.
391 respostas



Fonte: Gráfico 13 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

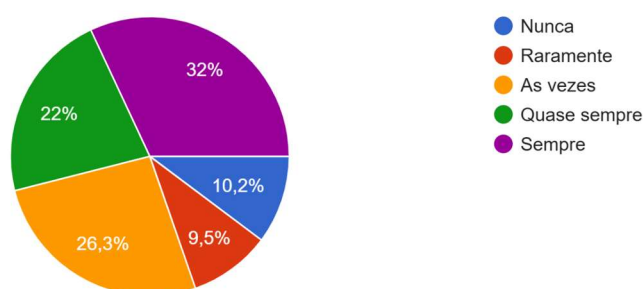
No que se dedica o enunciado “*As redes sociais influenciam a forma como vejo meu corpo e reforçam padrões de beleza que busco seguir*”, verifica-se que 26,3% das participantes responderam “às vezes”, 22% “quase sempre” e 32% “sempre”, totalizando 80,3% das respostas que indicam possuir esta percepção de influência das redes sociais. Contudo, 9,5%

responderam “raramente” e 10,2% “nunca”, totalizando 19,7%, número este significativamente menor em relação às que informam serem afetadas pelos estímulos digitais. Embora a maioria das participantes tenha relatado influência das redes sociais, observa-se que aproximadamente uma em cada cinco participantes não percebe essa influência, sugerindo que outros fatores individuais também podem estar envolvidos na construção da autoimagem.

Esse comportamento evidencia como a autoimagem é moldada por contingências sociais mediadas por tecnologias digitais, nas quais os algoritmos e as imagens editadas funcionam como estímulos discriminativos que estabelecem regras para a aceitação social e autoavaliação (MOREIRA; MEDEIROS, 2019). Segundo Lira et al. (2017), essa exposição contínua reforça a internalização de normas estéticas rígidas, o que contribui para a manutenção de pensamentos disfuncionais e para uma vigilância corporal excessiva, distanciando o indivíduo de uma percepção realista e saudável de si mesmo.

Gráfico 14 - respostas dos participantes à pergunta 13

As redes sociais influenciam a forma como vejo meu corpo e reforçam padrões de beleza que busco seguir.
391 respostas



Fonte: Gráfico 14 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

Na afirmativa “*Compro produtos (suplementos, cosméticos, remédios) influenciados por propagandas de emagrecimento*”, nota-se que 13,3% responderam “às vezes”, 7,2% “quase sempre” e 10% “sempre”, totalizando 30,5% que concordam em certa medida com a influência

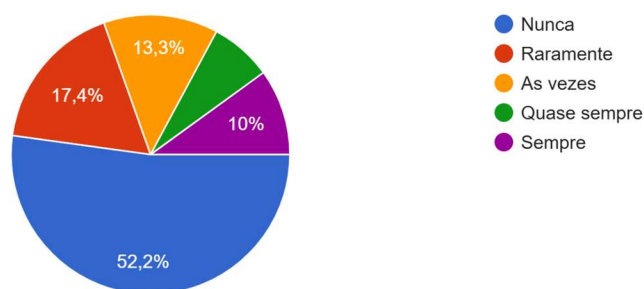
para compra de produtos. Contudo, 52,2% responderam “nunca” e 17,4% “raramente”, somando 69,6% da amostragem. Embora se observe maior índice de rejeição a essa prática, a presença de aproximadamente um terço da amostra suscetível ao marketing do emagrecimento revela-se preocupante.

Para De Souza Lopes (2024), a publicidade digital moderna utiliza influenciadores para dar um caráter de "proximidade" e "verdade" a esses produtos, facilitando a internalização de regras que associam felicidade e sucesso à magreza, impulsionando o consumo mesmo diante de evidências de riscos à saúde.

Gráfico 15 - respostas dos participantes à pergunta 14

Compro produtos (suplementos, cosméticos, remédios) influenciados por propagandas de emagrecimento.

391 respostas



Fonte: Gráfico 15 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR).

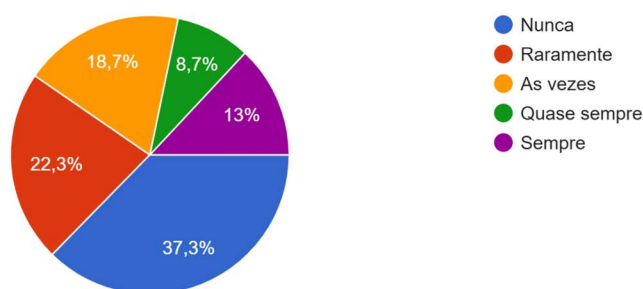
No que tange a afirmação “*Sigo influenciadoras digitais ou celebridades como referência para o meu corpo*”, verifica-se que 18,7% das participantes responderam “às vezes”, 8,7% “quase sempre” e 13% “sempre”, totalizando 40,4% das respostas que afirmam utilizar figuras públicas como modelos comparativos para sua própria constituição física e imagem pessoal. Em contrapartida, 22,3% responderam “raramente” e 37,3% “nunca”, totalizando 59,6%, indicando que, embora a maioria não reconheça essa conduta de forma direta, uma

parcela expressiva da amostra mantém comportamentos de seguimento de regras ditados por figuras de autoridade digital.

A utilização de influenciadoras como referência corporal evidencia um processo de modelagem social, onde o comportamento de observar e imitar padrões estéticos de celebridades é mantido por contingências de reforçamento vicário, a promessa implícita de que, ao atingir aquele padrão físico, o indivíduo obterá o mesmo status, felicidade ou sucesso exibido pela modelo (MOREIRA; MEDEIROS, 2019). Essa busca por adequação, presente em quase metade da amostra, demonstra a força da cultura contemporânea que, conforme apontado por Priore (2021), transforma o corpo feminino em um projeto incessante de ajustes e comparações, onde a referência externa sobrepõe-se à percepção subjetiva e às necessidades biológicas do sujeito.

Gráfico 16 - respostas dos participantes à pergunta 15

Sigo influenciadoras digitais ou celebridades como referência para o meu corpo.
391 respostas



Fonte: Gráfico 16 elaborado a partir dos dados obtidos com o questionário online (google forms) aplicado aos acadêmicos da Universidade Paranaense (UNIPAR)

A análise realizada permite avançar para as considerações finais deste estudo, nas quais serão sintetizados à luz dos objetivos inicialmente propostos, bem como dos resultados

coletados da pesquisa de campo. Nessa etapa, busca-se integrar as evidências empíricas ao referencial teórico adotado, evidenciando as contribuições do estudo.

A análise dos dados obtidos sob o prisma da Análise do Comportamento evidencia o papel preponderante da Psicologia no desenvolvimento de estratégias e intervenções que visem mitigar o sofrimento psíquico decorrente da cultura do emagrecimento. Este fenômeno afasta-se de uma perspectiva puramente biológica ou individual para se configurar como um arranjo complexo de comportamentos operantes que são modelados, fortalecidos e mantidos por contingências sociais e culturais severamente coercivas (SKINNER, 2003; 2007).

A principal contribuição teórica da ciência psicológica, neste cenário, reside na desnaturalização da insatisfação corporal e das práticas de restrição alimentar por meio da formulação de análises funcionais rigorosas. De acordo com o modelo de seleção por consequências proposto por Skinner, a busca incessante pelo "corpo ideal" enquadra-se de forma clara no terceiro nível de seleção, o cultural, onde as agências de controle social, como a mídia, a indústria da moda e o mercado da estética, estabelecem e perpetuam práticas que moldam repertórios comportamentais profundamente prejudiciais à saúde física e mental das mulheres (SKINNER, 1974; 2003; 2007).

Como demonstrado na amostra desta pesquisa, a insatisfação com a imagem corporal evoca respostas de esquiva ativa e passiva, visíveis no evitamento e isolamento face a interações sociais e momentos de lazer. A conduta psicoterapêutica fundamenta-se, portanto, na discriminação funcional destas variáveis, auxiliando a identificar que o alívio imediato gerado pelo comportamento de esquiva opera por reforço negativo, mas perpetua e cronifica o sofrimento a longo prazo (BORGES; CASSAS, 2009).

O processo clínico foca-se, assim, na modelagem sucessiva de comportamentos alternativos e na promoção de um autocuidado pautado em parâmetros de saúde e bem-estar

intrínsecos, desarticulando a vigilância corporal constante imposta pelo padrão cultural vigente (WOLF, 2020)

Por fim, dado o caráter estrutural e coletivo do fenômeno, as contribuições da Psicologia estendem-se necessariamente ao nível institucional e comunitário através da promoção de práticas de contra-controle social. No contexto universitário, um ambiente empiricamente propício à comparação social e à vulnerabilidade psicológica, o psicólogo atua estrategicamente no planejamento de programas preventivos e de intervenções grupais. Estas ações envolvem o desenvolvimento de oficinas de literacia mediática, capacitando as estudantes para discriminar a natureza artificial e mercantil das imagens digitais editadas, o que reduz substancialmente o impacto do reforço vicariante operado pelas redes sociais (SKINNER, 2003; 2007).

Adicionalmente, de acordo com o preconizado por Rossi, Moreira e Rauen (2008), a articulação e promoção de redes de apoio coletivo dentro da comunidade acadêmica funcionam como uma ferramenta essencial de autocontrole comportamental, estabelecendo novas práticas culturais onde o acolhimento, a aceitação e a diversidade corporal são socialmente validados, fortalecidos e transformados em novos pilares de autoestima e saúde.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a cultura do emagrecimento feminino sob a perspectiva da Análise do Comportamento. Os resultados evidenciaram que as contingências sociais e práticas culturais exercem influência significativa sobre a percepção corporal, a autoestima e os comportamentos relacionados ao controle do peso..

Os resultados evidenciaram que a pressão social e as redes sociais exercem influência significativa sobre a percepção corporal, favorecendo a comparação constante, a insatisfação com a imagem e a busca pelo corpo ideal. Sob a perspectiva da Análise do Comportamento,

esses comportamentos são mantidos por contingências de reforçamento social. Nesse contexto, a Psicologia desempenha papel fundamental ao identificar essas contingências e promover estratégias que fortaleçam a autoestima, a aceitação corporal e uma relação mais saudável com o corpo e a alimentação.

Por fim, espera-se que esta pesquisa contribua para ampliar as discussões acerca dos impactos da cultura do emagrecimento na saúde mental feminina, oferecendo subsídios para futuras pesquisas e para a atuação do psicólogo diante dessa problemática. Compreender como as práticas culturais e os reforçadores sociais influenciam os comportamentos relacionados ao corpo possibilita o desenvolvimento de intervenções voltadas à promoção do bem-estar psicológico, da diversidade corporal e de uma relação mais saudável com o corpo e a alimentação, favorecendo a construção de práticas culturais que valorizem a saúde e a qualidade de vida para além dos padrões estéticos impostos socialmente.

5. REFERÊNCIAS

- Alvarenga, M. dos S., Figueiredo, M., Timerman, F., & Antonaccio, C. (2019). *Nutrição comportamental* (2ª ed.). Manole.
- Barbetta, P. A. (2014). *Estatística aplicada às ciências sociais* (9ª ed.). Editora UFSC.
- Baum, W. M. (2006). *Compreender o behaviorismo: comportamento, cultura e evolução* (2ª ed.). Artmed.
- Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Zahar.
- Borges, N. B., & Cassas, F. A. (2009). *Clínica analítico-comportamental: aspectos teóricos e práticos*. Artmed.
- Brasil. Ministério da Saúde. (2014). *Guia alimentar para a população brasileira* (2ª ed.). Ministério da Saúde.
- Catania, A. C. (1999). *Aprendizagem: comportamento, linguagem e cognição*. Artmed.

- Creswell, J. W. (2010). Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto (3ª ed.). Artmed.
- Poulain, J. P. Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar. 2. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2013.
- Foucault, M. (1988). História da sexualidade I: a vontade de saber. Graal.
- Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social (6ª ed.). Atlas.
- Goldenberg, M. (2011). O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. Estação das Letras e Cores.
- Lira, A. G., Ganen, A. de P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. dos S. (2017). Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 66(3), 164–171.
- Moreira, M. B., & Medeiros, C. A. de. (2019). Princípios básicos de análise do comportamento (2ª ed.). Artmed.
- Novaes, J. de V. (2013). Com que corpo eu vou? Sociabilidade e padrões de beleza. PUC-Rio/Apicuri.
- Oliveira, F. P. de, Bosi, M. L. M., Vigário, P. dos S., & Vieira, R. S. (2003). Comportamento alimentar e imagem corporal em atletas. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*, 9(6), 348–356.
- Oliveira, T. M. V. de. (2005). Amostragem não probabilística: adequação de situações para uso e limitações. *Administração On Line*, 6(3).
- Polli, G. M., Joaquim, B. O., & Tagliamento, G. (2021). Representações sociais e práticas corporais: influências do padrão de beleza. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 73(3), 54–69.
- Poulain, J.-P. (2004). Sociologias da alimentação (2ª ed.). Editora UFSC.

- Priore, M. del. (2021). *Corpo a corpo com a mulher: uma história das transformações do corpo feminino no Brasil*. José Olympio.
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. de. (2013). *Metodologia do trabalho científico* (2ª ed.). Feevale.
- Rossi, A., Moreira, E. A. M., & Rauen, M. S. (2008). Determinantes do comportamento alimentar: uma revisão com enfoque na família. *Revista de Nutrição*, 21(6), 739–748.
- Santana, I. M., et al. (2026). Impactos da influência midiática na imagem corporal feminina: implicações nutricionais e comportamentais. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 12(4), 1–12.
- Silva, S. F. da, Lopes, M. da C., & Silva, A. P. (2018). Imagem corporal e influência sociocultural em universitárias brasileiras. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*, 12(72), 457–466.
- Skinner, B. F. *Ciência e comportamento humano*. 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- Skinner, B. F. (1974). *Sobre o behaviorismo*. Cultrix.
- Skinner, B. F.. Seleção por consequências. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 129-137, 2007. Tradução de Carlos Renato Xavier Cançado, Paulo Guerra Soares e Sérgio Cirino.
- Skinner, B. F. (2003). *Ciência e comportamento humano*. Martins Fontes.
- Souza Lopes, K. Y. de, et al. (2024). A influência da mídia social na imagem corporal e no desenvolvimento de transtornos alimentares. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 10(11), 7706–7720.
- Wolf, N. (1992). *O mito da beleza*. Rocco.