

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

JORNALISMO

Cristiane Santos Gabriel

**A REPRESENTAÇÃO DO HEROIN CHIC NA MÍDIA DIGITAL: O PAPEL DAS REDES
SOCIAIS NA REINVENÇÃO DA MAGREZA EXTREMA**

SÃO PAULO 2025

Cristiane Santos Gabriel

**A REPRESENTAÇÃO DO HEROIN CHIC NA MÍDIA DIGITAL: O PAPEL DO
JORNALISMO E DAS REDES SOCIAIS NA REINVENÇÃO DA MAGREZA EXTREMA**

Trabalho de conclusão de curso submetido à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Valdir Mengardo

SÃO PAULO 2025

RESUMO

O estudo analisou o retorno da estética conhecida como Heroin Chic e buscou compreender de que maneira esse padrão foi reformulado na era digital. A investigação partiu de um resgate histórico da imagem de fragilidade feminina construída pela moda desde os anos setenta e observou como essa estética foi reintroduzida com força pelas redes sociais, influenciadoras e mecanismos de recomendação que moldam o consumo de imagens. Ao longo da pesquisa foi possível perceber que a magreza extrema, antes concentrada em editoriais de moda, passou a circular em narrativas de autocuidado, rotinas de bem-estar e conteúdos aparentemente neutros, o que contribuiu para naturalizar práticas nocivas. O trabalho também examinou a relação entre essa estética e a mercantilização do corpo. Produtos, procedimentos e fármacos como Ozempic e Monjaro surgiram como ferramentas que consolidam a busca pelo corpo frágil. A análise das consequências físicas e psicológicas revelou impactos severos, especialmente entre adolescentes e jovens adultas expostas ao padrão em ambientes digitais. Além disso, identificou-se que a pressão estética atua de maneira desigual e pesa com intensidade maior sobre mulheres, reforçando disparidades de gênero e aprofundando vulnerabilidades sociais. Os resultados indicam que o retorno do Heroin Chic não é apenas uma

tendência estética. Ele se estrutura como fenômeno cultural com efeitos na saúde pública, na subjetividade e na manutenção de desigualdades sociais.

Palavras-chave Heroin Chic. Magreza extrema. Redes sociais. Imagem corporal. Jornalismo.

ABSTRACT

The study examined the contemporary return of the aesthetic known as Heroin Chic and explored how this pattern has been reshaped in the digital environment. The research began with a historical review of the imagery of female fragility that emerged in the fashion industry during the nineteen seventies and continued to observe how this visual identity has been revived through social media, influencers and algorithmic recommendation systems. Throughout the investigation it became clear that extreme thinness, once restricted to fashion editorials, now circulates in daily wellness routines, short videos and lifestyle content that appear harmless but reinforce harmful ideals. The work also addressed the increasing commodification of the fragile body. Products, procedures and medications such as Ozempic and Monjaro were identified as elements that sustain the pursuit of thinness as a marketable goal. The analysis of physical and psychological consequences showed severe impacts, especially among adolescents and young women repeatedly exposed to this standard on digital platforms. In addition, the study revealed that aesthetic pressure operates unevenly and remains particularly intense for women, reinforcing gender disparities and amplifying social vulnerabilities. The findings indicate that the resurgence of Heroin Chic is not limited to an aesthetic movement. It constitutes a cultural structure that influences public health, shapes subjective experiences and contributes to the persistence of social inequalities.

Keywords Heroin Chic. Extreme thinness. Social media. Body image. Journalism.

SUMÁRIO

- **INTRODUÇÃO**

A estética conhecida como *Heroin Chic* se consolidou como um dos símbolos mais controversos da moda contemporânea, caracterizada por corpos extremamente magros, feições abatidas e aparência de fragilidade (Rosser, 2010, p. 2). Diferente de outras tendências, não se trata apenas de um estilo, mas de uma construção visual que romantiza a magreza extrema e, em muitos casos, a aparência adoecida. O termo ganhou notoriedade no final da década de 1970, quando fotógrafos e revistas de moda passaram a difundir imagens de modelos que personificavam esse padrão, contrapondo-se à estética saudável e atlética até então dominante (Orbach, 1978, p. 45).

Embora sua ascensão inicial esteja associada à moda internacional dos anos 70 e 80, foi nos anos 1990 que o *Heroin Chic* atingiu maior visibilidade, com modelos como Kate Moss se tornando ícones de um corpo esguio e de uma estética frágil (Wolf, 1991, p. 72). No entanto, a retomada atual desse padrão apresenta nuances próprias. Se no passado a imagem era transmitida pelas passarelas e editoriais de revistas, hoje ela se difunde por meio de influenciadoras digitais, redes sociais e algoritmos que priorizam conteúdos relacionados à magreza extrema (Garcia; Silveira, 2024, p. 3). Essa diferença temporal revela não apenas a permanência do ideal, mas a sua adaptação aos novos formatos de consumo midiático.

Nos últimos anos, plataformas como Instagram e TikTok passaram a ser espaços privilegiados para a circulação de imagens que, direta ou indiretamente, reforçam a magreza como símbolo de status e desejo. Celebidades internacionais, como as irmãs Kardashian, protagonizaram mudanças em seus corpos ao retirarem próteses de silicone ou reduzirem curvas para se adequar a uma estética mais enxuta, o que repercutiu globalmente como tendência (Elle Brasil, 2022). Associado a isso, medicamentos como o Ozempic e o Monjaro foram incorporados ao imaginário coletivo como recursos rápidos para a perda de peso, ampliando a medicalização do corpo e reforçando o caráter mercadológico desse padrão (Brasil de Fato, 2025).

Essa conjuntura expõe uma contradição evidente: apesar do avanço das pautas em torno da diversidade corporal e da aceitação de diferentes biotipos, a reconfiguração

do *Heroin Chic* revela que a magreza extrema permanece como um ideal a ser perseguido. O problema de pesquisa que norteia este estudo é: de que forma essa estética tem sido

reformulada e disseminada na era digital, e quais são seus impactos socioculturais e de saúde pública?

A escolha do tema justifica-se em três dimensões complementares. No eixo estético, porque o retorno de uma estética adoecida e excludente reforça padrões inalcançáveis, que afetam a forma como mulheres percebem seus próprios corpos (Bordo, 1993, p. 29). No eixo político-social, porque a fragilidade física imposta como ideal conecta-se à manutenção de estruturas patriarcais que historicamente moldaram o corpo feminino como objeto de controle (Wolf, 1991, p. 134). No eixo econômico, porque o capitalismo se apropria da insatisfação corporal para fomentar o consumo de produtos, cosméticos e medicamentos que prometem alcançar esse ideal, transformando a magreza em mercadoria.

Assim, este trabalho tem como objetivo geral analisar como a estética *Heroin Chic* está sendo retomada por influenciadoras digitais e marcas de moda, discutindo seus impactos na saúde física e mental de jovens. Como objetivos específicos, busca-se: (i) investigar a origem e evolução histórica do *Heroin Chic*; (ii) analisar conteúdos digitais que promovem essa estética; (iii) ouvir especialistas da saúde e da moda sobre os impactos físicos e psicológicos desse padrão; e (iv) discutir o papel da medicalização do corpo como instrumento de manutenção da magreza extrema.

Por fim, a estrutura da monografia organiza-se em seis capítulos, além da conclusão. O primeiro introduz o tema e apresenta o problema de pesquisa, objetivos e justificativas. O segundo resgata a construção histórica do padrão de magreza extrema, desde sua emergência até sua permanência ao longo das décadas. O terceiro capítulo discute a reconfiguração do *Heroin Chic* na era digital, com ênfase nas redes sociais e nos algoritmos. O quarto aborda a mercantilização e a medicalização da magreza. O quinto analisa as consequências biopsicossociais desse padrão, e o sexto traz reflexões críticas sobre suas dimensões estruturais e sociais. Ao final, a conclusão retoma os principais achados e aponta possibilidades de resistência frente à permanência desse ideal.

- **CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DO PADRÃO DE MAGREZA EXTREMA**

A compreensão da estética *Heroin Chic* exige um retorno às suas origens e às condições culturais que possibilitaram sua ascensão. Ao analisar a construção histórica desse padrão, torna-se evidente que a magreza extrema não surge de forma isolada, mas como resposta e contraponto a outros ideais de corpo que dominaram diferentes períodos. Este capítulo discute, em primeiro lugar, o surgimento do *Heroin Chic* nos anos 1970, abordando a difusão de uma estética marcada pela aparência adoecida, os ícones que a personificaram e os casos de mortes associados a esse modelo corporal. Em seguida, examina-se a permanência e o retorno desse padrão ao longo das décadas, com ênfase no papel da moda, da publicidade e das discussões sociais e culturais que mantiveram vivo o ideal da fragilidade.

- **O surgimento do *Heroin Chic* nos anos 70**

O *Heroin Chic* surgiu na década de 1970 em meio a transformações significativas na moda e na cultura. Até pouco antes, ainda se valorizavam corpos que transmitiam vitalidade, como as curvas de Marilyn Monroe ou a sensualidade luminosa de Brigitte Bardot. Esse ideal, entretanto, começou a ser substituído por uma estética radicalmente distinta. A beleza passou a ser associada a corpos extremamente magros, pele pálida, olheiras fundas e expressões de cansaço. Não se tratava apenas de um corpo magro, mas de uma aparência de desgaste físico e emocional que, de modo surpreendente, passou a ser interpretada como sofisticada e moderna (Rosser, 2010, p. 2).

A expressão *Heroin Chic* se consolidou rapidamente porque fazia referência direta à heroína, droga que circulava intensamente nos centros urbanos. A associação não estava apenas na aparência física, mas também no imaginário que se construía em torno dessa estética, marcada por fragilidade, decadência e rebeldia. Orbach (1978, p. 47) observa que o padrão converteu em ideal de beleza aquilo que deveria ser lido como sinal de doença ou de vulnerabilidade. Em outras palavras, elementos que socialmente seriam motivo de rejeição passaram a ser apresentados como atraentes e até desejáveis.

Algumas modelos tornaram-se a materialização desse padrão. Gia Carangi é um dos exemplos mais lembrados. Considerada a primeira supermodelo americana, estrelou campanhas internacionais e foi capa das principais revistas de moda. Sua trajetória pessoal, porém, marcada pelo uso de drogas e pela morte precoce, acabou se

misturando à própria narrativa estética que representava (Wolf, 1991, p. 72). Outra figura associada

ao *Heroin Chic* foi Edie Sedgwick, ligada ao universo de Andy Warhol, cuja imagem de fragilidade e instabilidade pessoal foi amplamente romantizada. É curioso notar como histórias permeadas por dor e tragédia foram, em vez de afastar, transformadas em combustível para reforçar a estética da magreza extrema.

A fotografia foi determinante para consolidar o *Heroin Chic* como estética global, e poucos nomes são tão associados a esse imaginário quanto David Sorrenti. Filho de uma família profundamente ligada à moda, ele começou a fotografar ainda adolescente e rapidamente ganhou espaço em revistas e campanhas. Suas imagens se destacavam pela atmosfera sombria e pela maneira como transformavam sinais de exaustão física em arte. Modelos com corpos frágeis, olhares vazios e ambientes urbanos degradados se tornavam, diante de sua lente, ícones de estilo. Não se tratava apenas de registrar roupas, mas de criar uma narrativa visual em que a fragilidade e a debilidade eram elevadas ao status de sofisticação.

A morte de Sorrenti, em 1997, aos 20 anos, por complicações relacionadas ao uso de drogas, intensificou a aura mítica do movimento. Sua trajetória curta e intensa passou a simbolizar a própria lógica do *Heroin Chic*, em que juventude, vulnerabilidade e autodestruição se misturavam em uma estética ao mesmo tempo incômoda e sedutora (Yao, 2024, p. 15).

Vale destacar que essa estética não permaneceu restrita a grupos alternativos. Grandes revistas como *Vogue* e *Harper's Bazaar* legitimaram o padrão ao publicarem editoriais que transformaram a fragilidade em sinônimo de sofisticação. A indústria da moda não apenas reproduziu, mas também institucionalizou a magreza extrema, difundindo-a como tendência global. Essa legitimação fez com que inúmeras jovens passassem a buscar esse corpo como modelo de beleza, recorrendo a dietas extremamente restritivas, ao uso de anfetaminas e até a práticas mais nocivas.

Pesquisas posteriores mostraram que a disseminação desse padrão esteve diretamente associada ao aumento de transtornos alimentares como anorexia e bulimia, sobretudo entre adolescentes expostas a essas imagens (Lira et al., 2017, p. 5). O corpo feminino, nesse contexto, deixou de ser associado à vitalidade para se transformar em espaço de renúncia e escassez, como se a beleza residisse na negação da própria saúde.

- **Permanência e retorno do padrão ao longo das décadas**

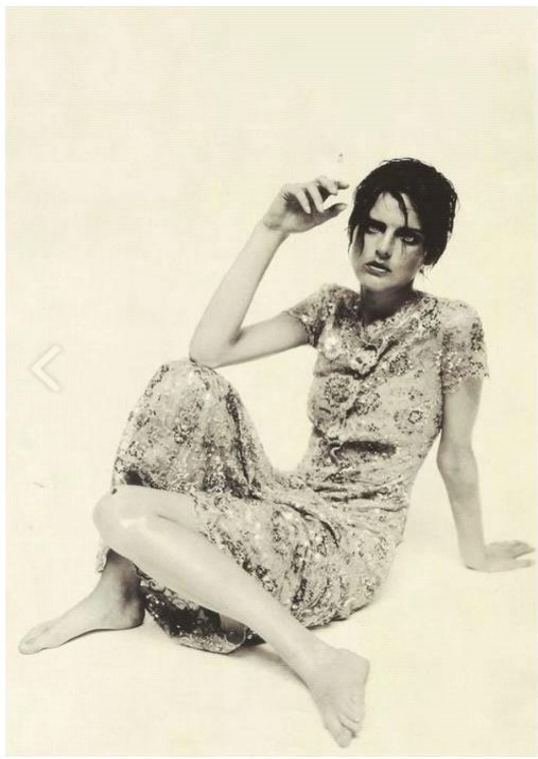
Nos anos seguintes ao seu surgimento, a estética da magreza extrema não desapareceu. Ela seguiu circulando em revistas, desfiles e campanhas, ainda que nem sempre estivesse no centro das atenções. O que aconteceu foi um movimento de idas e vindas, em que o padrão se escondia por algum tempo, mas voltava a se impor com força quando encontrava um terreno favorável.

Durante a década de 1990, Kate Moss se tornou símbolo dessa fase, com um corpo esguio que destoava da vitalidade associada às modelos anteriores. A forma como sua imagem foi explorada pela mídia reforçou a ideia de que a fragilidade poderia ser vista como beleza. Naomi Wolf (1991, p. 134) já havia alertado que a insatisfação feminina não é natural, mas fabricada, e que a moda se apoia nela para alimentar um mercado de dietas, cosméticos e medicamentos.

Publicidades de marcas de luxo passaram a apostar em fotografias de modelos abatidas, muitas vezes em cenários sombrios, como se a vulnerabilidade fosse sinônimo de sofisticação. Garcia e Silveira (2024, p. 3) observam que a moda opera como um mecanismo de repetição de símbolos, garantindo que mesmo padrões criticados continuem ativos em diferentes formatos. Esse processo permitiu que a magreza extrema permanecesse como horizonte de desejo, mesmo quando parecia estar em declínio.



(Kate Moss, pela fotógrafa Corinne Day. Vogue Britânica 1993)



(Stella Tennant, pelo fotógrafo Paolo Roversi. Vougue Italiana de 1996)

Já nos anos 2000, o cenário cultural parecia indicar outra direção. Cantoras pop como Britney Spears e Christina Aguilera apresentavam corpos mais curvilíneos, e esse tipo de estética ganhava espaço na cultura de massa. Ainda assim, os editoriais de revistas de prestígio continuaram a reproduzir imagens de modelos muito magras. Isso mostra que a mudança não foi estrutural, mas apenas uma reacomodação. Gerhard (2023, p. 9) lembra que a mídia não só reflete a realidade, mas ajuda a consolidar representações do que é aceitável ou desejável.

O padrão também se manteve por razões econômicas. Bordo (1993, p. 29) afirma que o ideal de magreza funciona como um dispositivo de controle social e econômico. Ele mantém mulheres presas a um ciclo de autovigilância e frustração, o que gera lucro constante. Não é apenas moda, mas uma engrenagem que movimenta dietas, clínicas de estética e o mercado farmacêutico. Essa lógica explica por que o corpo frágil nunca desapareceu, ainda que assumisse formas diferentes em cada época.

Outro ponto interessante é a forma como esse padrão se adapta aos contextos culturais. Debord (1997, p. 24) descreve a sociedade do espetáculo como uma estrutura

que precisa de imagens impactantes para se renovar. O corpo esvaziado de vitalidade cumpre essa função: provoca desconforto e fascínio ao mesmo tempo. Essa ambiguidade garante sua sobrevivência, porque ao mesmo tempo em que é criticado, continua atraindo olhares.

Ao longo dessas décadas, houve tentativas de resistência. Movimentos feministas denunciaram a violência simbólica envolvida nesse ideal, médicos chamaram atenção para o crescimento dos transtornos alimentares e alguns países chegaram a criar regras para limitar o peso de modelos em desfiles. Rodrigues (2025, p. 6) aponta, contudo, que a pressão estética ligada à mídia não se desfaz facilmente. Mesmo diante de críticas e regulações, o padrão se reacomoda em versões menos explícitas, mas não menos nocivas. Olhando para esse percurso, fica claro que não se trata de um modismo passageiro.

A magreza extrema se mantém porque cumpre funções específicas em termos culturais e econômicos. Hoje, seu retorno pelas redes sociais mostra que estamos diante de uma atualização, e não de uma novidade. O corpo frágil de agora circula em outra linguagem, mediado por influenciadoras e algoritmos, mas ainda transmite a mesma mensagem: a vulnerabilidade pode ser transformada em valor estético e em mercadoria.

- **A RECONFIGURAÇÃO DO *HEROIN CHIC* NA ERA DIGITAL**

O avanço das mídias digitais modificou profundamente a maneira como padrões de beleza circulam. O que antes dependia de revistas especializadas e desfiles de moda, hoje se propaga em tempo real nas telas de celulares. Essa mudança alterou não apenas a velocidade da disseminação, mas também a forma como esses ideais são apropriados, reinterpretados e reproduzidos. Nesse cenário, a estética da fragilidade feminina, que já havia marcado outras décadas, encontrou novos canais para se reposicionar e alcançar públicos ainda mais amplos.



(Cantora Maiara, da dupla sertaneja Maiara & Maraísa em seu Instagram e Tiktok. Publicado em 2024)

- **O papel das redes sociais na ressignificação do *Heroin Chic***

O deslocamento do padrão de magreza para o ambiente digital alterou não apenas os canais de circulação de imagens, mas também o modo como essas referências passam a integrar a vida cotidiana. Nas décadas anteriores, o contato com ideais corporais estava restrito a capas de revistas, desfiles televisionados e campanhas publicitárias de grande porte. Hoje, esse contato se dá de maneira difusa, repetida inúmeras vezes ao longo do dia, em pequenos vídeos e fotografias que compõem o fluxo constante de plataformas como Instagram e TikTok. Esse excesso de exposição confere ao padrão um ar de inevitabilidade, como se estivesse sempre presente, não mais em momentos pontuais, mas no percurso diário de qualquer usuário conectado. Gerhard (2023, p. 9) chama atenção para esse efeito, destacando que a repetição constante de símbolos faz com que velhas estéticas sejam absorvidas de forma silenciosa, sem a estranheza que tinham quando surgiram pela primeira vez.

A força de uma tendência não depende apenas do número de postagens, mas também da repercussão de figuras públicas que possuem alcance global. A mudança no corpo das Kardashian exemplifica bem essa lógica. Associadas por muito tempo à exaltação de curvas acentuadas, elas apareceram, em determinado momento, mais magras e com quadris reduzidos, após procedimentos de retirada de próteses. A Elle

Brasil (2022) noticiou essas transformações como indicativo de uma possível virada estética, o que rapidamente extrapolou a dimensão pessoal e se converteu em referência coletiva. É

interessante notar como, nesse caso, a decisão de uma única celebridade se multiplica por meio das redes e passa a ser interpretada como sinal de mudança de padrão, algo que, em outro contexto histórico, dependeria de campanhas orquestradas por toda uma indústria.



(Socialite e influencer Kim Kardashian. No programa The Late Late Show with James Corden em 2017 e em 2022)



(Atriz e cantora estadunidense, Ariana Grande, em 2012 e em 2025)

As influenciadoras digitais tornam esse cenário ainda mais complexo, porque não atuam apenas como vitrines de imagens, mas como narradoras de rotinas que parecem próximas da vida comum. Elas falam sobre alimentação, mostram exercícios, compartilham suas inseguranças e dão dicas que soam acessíveis. Garcia e Silveira (2024, p. 3) ressaltam que esse tipo de proximidade produz um efeito aspiracional peculiar, já que o público não vê apenas o corpo magro, mas também a narrativa de disciplina e esforço que o acompanha. A estética da fragilidade passa a ser apresentada como prova de dedicação, conquistada pelo controle de si mesma, e não como sinal de adoecimento. Essa combinação de imagem e narrativa fortalece o padrão, porque o associa a valores positivos como força de vontade e autocontrole.

O que aparece nas telas não reflete apenas preferências individuais, mas escolhas de algoritmos que privilegiam o que desperta maior engajamento. Conteúdos que mostram corpos magros atraem curtidas, comentários e compartilhamentos, e por isso circulam mais. Rodrigues (2025, p. 6) observa que essa lógica molda a visibilidade coletiva, de modo que até usuários que não procuram diretamente por temas relacionados a emagrecimento acabam expostos a eles. Esse mecanismo

produz a sensação de ubiquidade do padrão, já que ele se infiltra no consumo digital de forma independente da vontade do usuário.

A estetização da magreza nas redes raramente aparece nomeada como culto ao corpo esguio. Ela se disfarça em discursos de saúde, minimalismo ou estilo de vida equilibrado. Termos como *clean girl* e *that girl* exemplificam essa prática: falam de organização, rotina saudável e simplicidade, mas acabam vinculando tais qualidades a um corpo enxuto e disciplinado. Lira et al. (2017, p. 5) alertam que essa associação mascara condutas de privação alimentar e exaustão física sob a aparência de normalidade. Essa dissimulação confere legitimidade ao padrão, porque o apresenta não como imposição externa, mas como escolha individual em busca de equilíbrio.

Nesse sentido, Barros e Reis (2019, p. 12) evidenciam que a exposição prolongada a imagens de corpos idealizados nas redes sociais aumenta significativamente os níveis de insatisfação corporal, sobretudo entre adolescentes e jovens adultos. A comparação constante com influenciadoras e celebridades, somada à exigência de se expor publicamente em fotos e vídeos, cria um ciclo de cobrança permanente. O padrão não é apenas contemplado, mas também encenado, e essa exigência de performance reforça seus efeitos nocivos sobre a saúde mental.

E nesse ambiente, a medicalização aparece como recurso que legitima e acelera o processo de adequação ao ideal estético. Medicamentos como Ozempic e Monjaro, inicialmente indicados para tratamentos específicos, passaram a ser divulgados em relatos pessoais e vídeos curtos como soluções rápidas para emagrecer. O Brasil de Fato (2025) mostrou como esses fármacos foram incorporados ao repertório da moda, muitas vezes sem menção aos riscos envolvidos.

Já Bordo (1993, p. 29) argumenta que a vigilância contínua sobre o corpo feminino atua como forma de controle, mantendo mulheres focadas na administração de si mesmas. E Wolf (1991, p. 134) acrescenta que a indústria cultural depende da insegurança para sustentar seu ciclo econômico, e por isso transforma a insatisfação em condição permanente. Nas redes sociais, essa engrenagem ganha novo alcance, já que o corpo não é apenas disciplinado em privado, mas também avaliado publicamente por meio de curtidas, comentários e métricas de engajamento.

Aparentemente inofensivos, vídeos de receitas leves, dicas de skincare ou treinos rápidos participam desse processo. Gerhard (2023, p. 11) destaca que a repetição desses conteúdos cria um ambiente em que práticas nocivas deixam de ser vistas como problema porque estão diluídas na normalidade do cotidiano. Essa

banalização explica a resiliência do padrão mesmo em uma época em que a diversidade corporal ganhou espaço no debate público.

O que se observa, portanto, não é uma simples repetição de velhos símbolos, mas uma atualização sofisticada. A magreza extrema deixou de ocupar apenas passarelas e editoriais para se instalar no cotidiano digital, acompanhada de narrativas de disciplina e revestida por discursos de saúde e autenticidade. O corpo frágil tornou-se presença constante em cada deslizar de tela, não mais distante e inalcançável, mas próximo e silencioso, reafirmando sua força simbólica em pleno século XXI.

- **Algoritmos e reforço do padrão**

O modo como os algoritmos estruturam o fluxo de informações explica por que certos padrões estéticos se impõem de forma tão persistente. A escolha do que aparece na tela não é aleatória nem inteiramente dependente da vontade do usuário. São cálculos automáticos que levam em conta interações, tempo de visualização e cliques, resultando em uma seleção que privilegia conteúdos capazes de gerar reação imediata. Rodrigues (2025, p. 6) observa que esse sistema produz um efeito de onipresença, já que a repetição de imagens semelhantes cria a sensação de que todos compartilham os mesmos interesses, mesmo quando não houve busca direta por eles.

É curioso notar que esse mecanismo transforma inseguranças pessoais em dados altamente rentáveis. Conteúdos que exibem corpos magros tendem a atrair comentários, curtidas e compartilhamentos, o que retroalimenta o ciclo de visibilidade. Wolf (1991, p. 134) já alertava que a cultura de consumo depende da insatisfação para se sustentar, e nas redes esse processo ganha eficiência inédita, porque cada gesto do usuário serve para confirmar o valor comercial de manter a magreza em evidência. A consequência é um sistema que não apenas reproduz um padrão, mas o intensifica, justamente porque dele depende financeiramente.

Não raro, a viralização de vídeos curtos amplia esse fenômeno. Um conteúdo que desperta forte reação pode ser impulsionado para milhões em poucas horas, convertendo práticas arriscadas em tendências globais. Barros e Reis (2019, p. 12) mostram que a exposição repetida a esse tipo de material aumenta a insatisfação corporal e acentua sintomas de ansiedade, especialmente entre jovens. Os

algoritmos, nesse contexto, não são meros transmissores, mas amplificadores que garantem que os mesmos símbolos circulem sob diferentes linguagens, reforçando sua legitimidade.

Ao ajustar recomendações com base no histórico de cada usuário, as plataformas produzem a impressão enganosa de autonomia. Parece que os conteúdos surgem como

escolhas individuais, quando, na verdade, são direcionamentos cuidadosamente calculados. Gerhard (2023, p. 11) observa que esse tipo de personalização cria bolhas estéticas em que mensagens semelhantes se repetem em formatos variados, reduzindo a possibilidade de contestação. O usuário, cercado por versões distintas da mesma narrativa, tende a acreditar que se trata de um consenso social.

Vale observar também que esse processo reforça desigualdades. Enquanto parte da população convive com problemas graves de saúde ligados à fome e à obesidade, como mostrou a Folha de S.Paulo (2025), outra parcela é bombardeada por conteúdos que apresentam a fragilidade corporal como sinal de prestígio. Essa contradição evidencia que o critério de relevância adotado pelos algoritmos não é o de interesse público, mas o de maior potencial de engajamento, ainda que isso custe a propagação de práticas prejudiciais.

• **A MERCANTILIZAÇÃO DA MAGREZA E SEUS INSTRUMENTOS DE MEDICALIZAÇÃO**

A mercantilização da magreza extrema constitui uma das faces mais evidentes da permanência do Heroin Chic no século XXI. Diferentemente de momentos anteriores, em que a difusão da estética se concentrava em passarelas e editoriais, atualmente observa-se uma integração direta com o mercado da saúde, da beleza e do consumo de massa. Produtos cosméticos, cirurgias plásticas, fármacos como o Ozempic e o Monjaro e até mesmo acessórios cotidianos, como cintas modeladoras, convertem-se em ferramentas legitimadas para a obtenção de um corpo esguio, projetando a magreza como valor de mercado. Nesse contexto, torna-se relevante discutir de que modo a indústria da beleza, as redes sociais e a medicalização do corpo funcionam

como engrenagens que não apenas sustentam, mas ampliam o alcance da estética da fragilidade feminina, transformando-a em um ativo econômico.

- **O mercado da magreza: produtos e fármacos**

A mercantilização da magreza não é apenas um detalhe periférico do padrão estético contemporâneo. Ela se coloca como um dos eixos centrais da forma como a sociedade consome corpos e molda identidades. O que poderia ser lido como fragilidade

física ou adoecimento passa a ser, pela lógica de mercado, um produto passível de ser vendido, divulgado e aspirado. É nesse cenário que medicamentos, cosméticos, acessórios e dietas se apresentam não apenas como ferramentas de transformação, mas como símbolos de pertencimento a um ideal de corpo que continua a se impor.

Entre os exemplos mais notórios, destacam-se os fármacos Ozempic e Monjaro, criados originalmente para tratar condições médicas específicas, mas ressignificados pela indústria cultural como atalhos rápidos para a perda de peso. A mídia digital amplificou esse processo, com celebridades e influenciadoras narrando suas próprias experiências de uso, muitas vezes sem qualquer menção aos riscos clínicos envolvidos (Brasil de Fato, 2025). Esse deslocamento de sentido é revelador: o medicamento deixa de ser visto como recurso terapêutico e se torna mercadoria aspiracional, incorporada ao vocabulário cotidiano da moda e do consumo.

Há toda uma gama de produtos que orbitam em torno da promessa de emagrecimento. Cremes que reduzem medidas, cintas modeladoras, suplementos alimentares e procedimentos estéticos são oferecidos como soluções rápidas, cada um prometendo resultados imediatos. Como observa Garcia (2024, p. 3), o consumo da magreza não se sustenta apenas pela vaidade individual, mas pela força de uma estrutura social que associa disciplina e autocontrole à ideia de corpo ideal. O corpo magro, nesse contexto, não é apenas desejado: ele é comprado, produzido e, sobretudo, exibido.

É importante notar como o discurso que sustenta esse mercado é cuidadosamente lapidado. Palavras como “autocuidado”, “bem-estar” ou “rotina saudável” funcionam como disfarces para práticas de restrição alimentar e medicalização intensa. Lira (2017, p. 5) chama atenção para o fato de que adolescentes expostas a conteúdos

digitais sobre corpos magros relatam níveis mais altos de insatisfação corporal, muitas vezes acompanhados de comportamentos de risco. A indústria se aproveita dessa insatisfação e, ao invés de questionar seus efeitos, oferece soluções comerciais que apenas reforçam o ciclo de inadequação.

Algoritmos impulsionam conteúdos que geram engajamento, e corpos magros atraem curtidas, comentários e compartilhamentos. Isso significa que até usuários que não buscam diretamente por dietas ou produtos emagrecedores acabam, de alguma forma, expostos a eles (Rodrigues, 2025, p. 6). A circulação constante de imagens cria uma sensação de inevitabilidade: o corpo magro está sempre presente, seja no feed, em vídeos curtos ou em campanhas de influenciadoras que integram publicidade de forma quase invisível.

Barros e Reis (2019, p. 12) destacam que a exposição repetida a corpos idealizados aumenta a insatisfação corporal e aprofunda sentimentos de inadequação. Esse efeito psicológico é imediatamente convertido em oportunidade de negócio, já que o mercado oferece produtos que prometem aliviar justamente essa sensação de não pertencimento. Trata-se de uma engrenagem na qual a fragilidade se transforma em valor, e a vulnerabilidade passa a ser uma moeda de troca que sustenta uma cadeia de consumo.

Vale ressaltar que a mercantilização da magreza se distribui de maneira desigual, mas nunca deixa de estar presente. Enquanto camadas sociais mais altas recorrem a cirurgias sofisticadas, medicamentos caros e tratamentos estéticos de ponta, setores populares encontram alternativas mais acessíveis, como chás emagrecedores, dietas da moda ou produtos de baixo custo. A contradição, apontada pela Folha de S.Paulo (2025), é evidente porque em um país em que parte da população enfrenta a fome, a pressão estética continua atuando, mostrando que o culto à magreza não é privilégio de elites, mas um fenômeno transversal.

Bordo (1993, p. 29) afirma que o ideal da magreza opera como mecanismo de controle que mantém as mulheres em estado permanente de vigilância sobre si mesmas. Essa vigilância não é gratuita: ela é lucrativa. Cada frustração alimenta a busca por uma nova promessa de transformação. Wolf (1991, p. 134) acrescenta que a indústria cultural se apoia na insegurança feminina para movimentar seu ciclo econômico. Ao trazer esses argumentos para a era digital, percebe-se que o controle do corpo, antes restrito a dietas e revistas de moda, hoje se expande para fármacos, cosméticos e produtos que circulam com a força das narrativas digitais.

Esse conjunto de práticas e produtos não pode ser lido apenas como escolhas individuais. O que aparece como “decisão pessoal” — usar uma cinta, tomar um medicamento, seguir uma dieta — está atravessado por pressões estruturais e por um mercado que lucra justamente da sensação de inadequação. Gerhard (2023, p. 9) lembra que a mídia não apenas reflete, mas produz representações do que deve ser aceito como belo. Assim, o que se apresenta como liberdade de escolha é, na verdade, uma autonomia condicionada, cuidadosamente moldada pelo consumo.

- **Capitalismo e monetização do corpo frágil**

A permanência da estética da magreza extrema não se explica apenas pela sua força simbólica. Ela se sustenta porque se ajusta perfeitamente às engrenagens do

capitalismo contemporâneo. Nesse contexto, o corpo feminino deixa de ser apenas um território de significados culturais e se transforma em mercadoria que circula e gera valor econômico. A fragilidade corporal, que em princípio deveria remeter a adoecimento, converte-se em ativo lucrativo, explorado de múltiplas formas por indústrias que dependem da insatisfação para manter-se em expansão.

Convém observar que esse processo não se limita a produtos ou procedimentos isolados. Ele se articula em etapas que se reforçam mutuamente. Num primeiro momento, há a produção simbólica que associa a magreza extrema a atributos positivos, como disciplina, autocontrole e distinção social. Em seguida, ocorre a tradução desse ideal em práticas de consumo, nas quais cintas modeladoras, suplementos, dietas restritivas, cosméticos e fármacos são oferecidos como meios legítimos de atingir o padrão. Como lembra Naomi Wolf, a insatisfação não nasce do acaso, mas é cultivada como estratégia de mercado para alimentar continuamente a busca por soluções (Wolf, 1991, p. 134).

É oportuno destacar que as plataformas digitais potencializam de maneira inédita esse movimento. Cada gesto do usuário — a curtida, o comentário, o clique — é convertido em dado que orienta o algoritmo. O resultado é a repetição incessante de conteúdos que exaltam a magreza, criando a impressão de ubiquidade desse ideal. Rodrigues (2025, p. 6) demonstra que esse mecanismo produz uma estética que se infiltra mesmo na rotina de quem não procura por ela diretamente. Assim, o consumo

não se apresenta como imposição externa, mas como tendência inevitável, reforçada pela sensação de que todos compartilham os mesmos parâmetros de beleza.

Nessa lógica, o corpo magro passa a ser compreendido como vitrine e como investimento. Vitrine porque exhibe disciplina e prestígio social. Investimento porque gera lucros ao movimentar setores inteiros da economia. Bordo (1993, p. 29) observa que a vigilância constante sobre o corpo feminino mantém as mulheres ocupadas com a autogestão e, ao mesmo tempo, sustenta a lucratividade da indústria da beleza e da saúde. Em outras palavras, aquilo que se apresenta como liberdade de escolha é, na realidade, autonomia condicionada por interesses econômicos.

Não obstante o avanço de discursos que exaltam a diversidade corporal, o mercado opera de maneira adaptável. Ao mesmo tempo em que divulga campanhas publicitárias de inclusão, vende fármacos de alto custo para elites e produtos populares, como chás emagrecedores, para camadas sociais mais vulneráveis. A Folha de S.Paulo (2025) evidencia essa contradição ao mostrar que, mesmo entre famílias em situação de fome, há pressão estética ligada ao corpo enxuto. Essa realidade expõe como a monetização da

fragilidade corporal atravessa diferentes estratos sociais, ajustando-se às possibilidades de consumo de cada público.

É preciso reconhecer que a monetização do corpo frágil não é mero subproduto cultural, mas projeto econômico sustentado pela lógica da escassez. Quanto mais inatingível o padrão, maior o número de produtos e serviços oferecidos para alcançá-lo. Gerhard (2023, p. 9) lembra que a mídia não apenas reflete preferências, mas fabrica representações que moldam aquilo que será interpretado como belo. Por isso, ainda que a diversidade esteja presente no discurso, a estrutura de mercado permanece organizada em torno da magreza extrema, porque dela depende o movimento contínuo da economia estética.

- **CONSEQUÊNCIAS BIOPSISSOCIAIS DA ESTÉTICA DA MAGREZA EXTREMA**

A retomada do Heroin Chic e de outras formas de culto à magreza extrema não se restringe ao plano simbólico ou econômico. Os efeitos desse padrão repercutem diretamente sobre os corpos e as subjetividades de quem o internaliza. As consequências ultrapassam a aparência estética e atingem dimensões físicas, psicológicas e sociais, criando um campo de tensões que combina risco de adoecimento, sofrimento emocional e reprodução de desigualdades. Antes de discutir as implicações psicológicas e sociais, torna-se necessário analisar com atenção os danos orgânicos que a busca por um corpo frágil pode provocar, sobretudo quando associada ao uso de medicamentos e a dietas restritivas.

- **Consequências físicas**

As implicações físicas da magreza extrema configuram talvez a face mais visível e, ao mesmo tempo, mais silenciada desse fenômeno. A associação da fragilidade corporal à ideia de sofisticação esconde o fato de que, para muitas jovens, alcançar esse padrão significa colocar em risco a própria saúde. Não raro, a tentativa de aderir ao ideal do corpo esguio resulta em quadros de desnutrição, comprometimento metabólico e maior vulnerabilidade a doenças.

É importante observar que os transtornos alimentares estão entre os efeitos mais recorrentes. A anorexia nervosa e a bulimia despontam como manifestações típicas da busca pelo corpo enxuto. Ambas as condições acarretam severas alterações fisiológicas, que vão desde a perda de massa muscular e ósteo fragilidade até falhas cardíacas potencialmente fatais. Lira (2017, p. 5) demonstra que adolescentes expostas a conteúdos digitais que reforçam a magreza relatam maior predisposição a essas práticas nocivas, sobretudo em contextos em que a imagem corporal é constantemente avaliada. Esse dado revela que a pressão estética não apenas contribui para o adoecimento psicológico, mas se materializa em desfechos orgânicos devastadores.

Outro aspecto a ser considerado é a medicalização da magreza, marcada pelo uso indiscriminado de fármacos que prometem rápida perda de peso. Medicamentos como Ozempic e Monjaro, inicialmente desenvolvidos para tratar diabetes, foram incorporados ao repertório do consumo estético. Embora produzam efeitos significativos de redução de apetite, apresentam riscos metabólicos graves quando utilizados sem acompanhamento médico. Casos de náusea, perda acentuada de

massa magra e desequilíbrios hormonais têm sido relatados de maneira crescente, mas tais efeitos raramente ganham destaque nos discursos de marketing digital (Brasil de Fato, 2025). A banalização desses medicamentos mostra que o corpo frágil, mais do que resultado de disciplina, é produto de uma medicalização que reduz a saúde a mercadoria.

Convém destacar ainda que o uso frequente de laxantes, diuréticos e suplementos termogênicos também integra essa rede de práticas. O consumo desenfreado desses produtos pode gerar desidratação crônica, insuficiência renal e desequilíbrios eletrolíticos que comprometem o funcionamento de órgãos vitais. Garcia e Silveira (2024, p. 3) assinalam que a promessa de resultados rápidos tende a eclipsar a reflexão sobre os riscos, criando a ilusão de que tais recursos são necessários para alcançar pertencimento social.

Se olharmos para os impactos a longo prazo, percebe-se que a insistência em dietas extremamente restritivas compromete o metabolismo basal. O corpo, ao receber quantidades insuficientes de energia, passa a funcionar em ritmo reduzido, o que pode resultar em fadiga crônica, queda de cabelo, amenorreia e perda da densidade óssea. Bordo (1993, p. 29) enfatiza que o corpo feminino, ao ser transformado em espaço de renúncia, deixa de ser símbolo de vitalidade para se converter em corpo de escassez. Esse raciocínio ajuda a compreender por que a estética da magreza, longe de ser neutra, impõe uma verdadeira erosão da saúde orgânica.

Outro ponto que merece atenção é a relação entre práticas de emagrecimento e o aumento do risco cardiovascular. Estudos mostram que dietas severamente hipocalóricas, associadas ao uso de medicamentos emagrecedores, podem desencadear arritmias e insuficiência cardíaca. Barros e Reis (2019, p. 12) destacam que jovens submetidas a esse padrão desenvolvem sintomas que vão muito além do estético, comprometendo funções vitais de maneira irreversível. A estetização da fragilidade, portanto, não é apenas simbólica, mas produz efeitos concretos no funcionamento do corpo.

É relevante considerar, ademais, a desigualdade no acesso a tratamentos seguros. Enquanto parte da população recorre a procedimentos médicos sofisticados, outra parcela se vê diante de alternativas precárias, como dietas milagrosas divulgadas em redes sociais ou o uso de substâncias sem comprovação científica. A Folha de S.Paulo (2025) evidenciou que mulheres negras e pobres enfrentam simultaneamente a fome e a pressão por manter corpos magros, situação que agrava os efeitos de

carências nutricionais. Esse dado demonstra que a estética da magreza extrema não opera de modo uniforme, mas intensifica vulnerabilidades já existentes.

É preciso reconhecer também que o culto à magreza altera a própria percepção de limites corporais. Muitas jovens interpretam sinais claros de exaustão, como tonturas e desmaios, não como alertas médicos, mas como provas de disciplina. Gerhard (2023, p. 9) mostra que a repetição incessante de imagens associadas à fragilidade normaliza sintomas que deveriam ser tratados como preocupantes. Essa naturalização de práticas de risco explica por que a estética do corpo frágil se mantém ativa mesmo diante de alertas médicos e de políticas públicas voltadas à saúde.

Não se pode negligenciar, por fim, o efeito cumulativo desse conjunto de práticas. O corpo submetido continuamente a dietas restritivas, fármacos e produtos estéticos entra em estado de desgaste precoce. O que se apresenta como conquista de pertencimento social resulta, em muitos casos, em redução da expectativa de vida e comprometimento da saúde de maneira irreversível. Como lembra Orbach (1978, p. 47), aquilo que deveria ser sinal de doença foi transformado em estética, e essa inversão de sentido tem consequências concretas sobre a vitalidade física.

- **Consequências psicológicas**

A internalização da magreza extrema produz marcas que não se restringem ao corpo físico. O campo psicológico é um dos mais atingidos, ainda que, muitas vezes, seus

efeitos não sejam imediatamente visíveis. O indivíduo que convive com esse padrão não apenas se avalia diante do espelho, mas organiza toda a sua vida a partir da sensação de estar ou não adequado ao ideal. Dessa forma, a busca incessante pela fragilidade corporal abre espaço para experiências de sofrimento que corroem a autoestima e a estabilidade emocional.

Nessa medida, um dos efeitos mais evidentes é a distorção da autoimagem. O sujeito passa a enxergar o próprio corpo com lentes que deformam a realidade, interpretando-se sempre como insuficiente. Mesmo quando atinge índices de massa corporal muito abaixo do recomendado, continua a sentir-se distante do modelo idealizado. Rodrigues (2025, p. 6) chama atenção para esse fenômeno, mostrando como a repetição de imagens nas redes sociais cria referências ilusórias que

aprisionam a percepção individual. O resultado é um ciclo em que a autocrítica se torna permanente, alimentando frustrações que raramente encontram alívio.

À vista disso, cresce a incidência de transtornos de ansiedade entre jovens expostos ao padrão do corpo frágil. A vigilância estética constante desencadeia inquietação, dificuldade de concentração e medo exagerado de rejeição. Atos cotidianos, como compartilhar uma fotografia ou participar de um evento social, passam a ser acompanhados de nervosismo e insegurança. Barros e Reis (2019, p. 12) demonstram que o contato prolongado com representações idealizadas nas mídias digitais intensifica esses sintomas, especialmente em adolescentes. Essa ansiedade não se dissolve após a exposição, mas permanece como estado de alerta contínuo, corroendo o bem-estar mental.

Em paralelo, observa-se o agravamento de quadros depressivos. A frustração diante da impossibilidade de corresponder ao padrão gera sentimentos de inutilidade, que se somam a uma percepção de fracasso pessoal. Para muitas jovens, a comparação com influenciadoras e celebridades — figuras que dispõem de recursos inacessíveis ao público comum — acentua a sensação de desigualdade. Garcia e Silveira (2024, p. 3) evidenciam que essa dinâmica conduz a um processo de retraimento, no qual a pessoa se isola para não enfrentar julgamentos externos. Nesse isolamento, a solidão aprofunda a desesperança, ampliando o risco de pensamentos autodestrutivos.

Sob tal lógica, a alimentação deixa de ser um ato natural e passa a ser fonte de angústia. Comer, que deveria ser experiência de prazer e de sociabilidade, converte-se em espaço de culpa. Cada refeição é interpretada como ameaça ao corpo desejado, o que desencadeia mecanismos de autopunição, como jejuns prolongados ou exercícios exaustivos. Orbach (2009, p. 77) observa que esse ciclo de prazer e culpa transforma o

corpo feminino em campo de batalha, onde cada caloria ingerida se converte em motivo de sofrimento. A dimensão psicológica, nesse ponto, se confunde com a fisiológica, pois o indivíduo internaliza o sacrifício como parte necessária de sua identidade.

Quando a aparência se sobrepõe a outras formas de reconhecimento, aspectos intelectuais, emocionais e sociais perdem espaço. Bordo (1993, p. 29) argumenta que a cultura da magreza captura a energia psíquica das mulheres, canalizando-a para o controle do corpo em detrimento de outras possibilidades de afirmação. Esse sequestro da subjetividade gera vidas psíquicas limitadas, nas quais o horizonte é

estreitado pela busca de uma imagem corporal impossível de alcançar. A consequência é a redução da identidade a um único eixo: a aparência.

Muitos indivíduos deixam de frequentar espaços coletivos por acreditarem que seus corpos não correspondem ao esperado. Esse retraimento compromete amizades, relacionamentos afetivos e oportunidades acadêmicas ou profissionais. O isolamento, por sua vez, reforça quadros depressivos já instalados, criando uma espiral de sofrimento. Gerhard (2023, p. 11) explica que o ambiente digital intensifica esse processo, porque exige exposição constante em fotografias e vídeos, fazendo com que cada interação seja interpretada como julgamento público. A subjetividade, assim, vive sob o peso de um palco permanente.

É necessário lembrar, ademais, que os efeitos psicológicos não são homogêneos. Embora atinjam homens e mulheres, recaem com intensidade maior sobre o público feminino, em razão de heranças culturais que associaram a delicadeza à feminilidade. Yao (2024, p. 15) mostra que, ainda hoje, a fragilidade é romantizada como parte do ideal feminino, o que amplia a pressão psicológica sobre mulheres jovens. Contudo, há indícios de que padrões semelhantes começam a se projetar sobre homens, revelando que a estética da vulnerabilidade pode expandir-se para além das fronteiras tradicionais de gênero.

À guisa de exemplo, pode-se mencionar a forma como a pressão estética atravessa gerações. Adolescentes absorvem esses padrões em idade precoce, internalizando a vigilância sobre o corpo antes mesmo de completar o desenvolvimento físico. Esse início precoce aumenta a chance de que a ansiedade e a distorção de autoimagem se consolidem como traços permanentes da personalidade. Quando esse processo se prolonga até a vida adulta, torna-se mais difícil dissociar a autoestima do corpo, o que compromete projetos pessoais, relações amorosas e até escolhas profissionais.

- **DIMENSÕES ESTRUTURAIS E CRÍTICAS SOCIAIS DO PADRÃO ESTÉTICO**

Ao longo da pesquisa tornou-se evidente que a estética da magreza extrema não pode ser interpretada apenas como fenômeno de consumo ou de moda. O corpo frágil funciona como engrenagem de estruturas muito mais amplas, articulando-se a formas históricas de controle social, ao patriarcado e às dinâmicas do capitalismo. Nesse cenário, a aparência deixa de ser mero detalhe para se tornar instrumento de manutenção de hierarquias. Assim, analisar as dimensões estruturais desse padrão é fundamental para compreender por que a fragilidade feminina continua a ser cultivada, mesmo em uma época marcada por discursos de diversidade e inclusão.

- **O interesse na manutenção da estética da fragilidade feminina**

A permanência da magreza extrema como referência estética revela mais do que simples escolhas de moda. Por trás da aparência de tendência cultural está a lógica de um sistema que encontra vantagens em manter mulheres em estado de vulnerabilidade. Não se trata, portanto, apenas de imagens circulando em passarelas ou redes sociais, mas de um mecanismo de poder que se renova sob diferentes linguagens e tecnologias. Essa engrenagem conecta interesses patriarcais, econômicos e midiáticos, todos beneficiados

quando o corpo feminino é reduzido à condição de projeto interminável de correção e vigilância.

Quando a fragilidade é transformada em valor, ela limita possibilidades de existência. Uma mulher que mede cada gesto, que calcula cada refeição e que se compara diariamente a imagens fabricadas, ocupa menos espaço social e político. Bordo (1993, p. 29) explica que esse processo desloca para o corpo um controle que antes era mais explícito: em vez de imposições diretas, cria-se uma disciplina íntima, quase imperceptível, que age de dentro para fora. O efeito é claro. Ao vigiar a si mesma, a mulher acaba servindo à lógica que a mantém contida, impedida de investir energia em projetos que poderiam ampliar sua autonomia.

Esse ideal também sustenta hierarquias de gênero. A delicadeza e a vulnerabilidade, quando associadas à feminilidade, reforçam a contraposição ao masculino, ainda ligado à força, à estabilidade e à autonomia. O contraste naturaliza desigualdades e assegura a continuidade de papéis sociais rígidos. Wolf (1991, p. 134) alerta que o *myth of beauty* cumpre precisamente essa função: transformar em norma estética uma desigualdade que, em essência, é política. A fragilidade, nesse sentido, não é apenas aparência. É a tradução simbólica de uma estrutura que precisa manter as mulheres em posição secundária.

O mercado também se beneficia dessa equação. A cada geração, novos produtos surgem como promessa de alcançar o corpo ideal, e nenhum deles é definitivo. Dietas passageiras, fármacos de rápida disseminação, cosméticos “milagrosos”: todos funcionam a partir da insatisfação constante. Rodrigues (2025, p. 6) mostra que as próprias plataformas digitais alimentam esse ciclo ao privilegiar conteúdos que exibem corpos magros, uma vez que eles geram maior engajamento. Essa visibilidade seletiva cria a impressão de consenso social e, ao mesmo tempo, garante que a insatisfação permaneça, já que os padrões exibidos são inalcançáveis para a maioria. O corpo frágil, assim, não é apenas símbolo cultural, mas ativo econômico, capaz de movimentar indústrias inteiras.

Há ainda uma dimensão política que se esconde na banalidade do cotidiano. A mulher que investe grande parte de sua energia tentando caber em padrões impostos dispõe de menos tempo para contestar estruturas sociais. Orbach (1978, p. 47) argumenta que a vigilância estética funciona como forma de silenciamento, pois converte em batalha individual aquilo que deveria ser reconhecido como problema coletivo. Nesse enquadramento, a fragilidade não só ocupa o corpo, mas desvia a atenção de temas que

poderiam desafiar desigualdades históricas. O controle, portanto, não se dá apenas pela aparência, mas pelo desvio de energia que poderia fortalecer resistências.

É sintomático que até mesmo discursos de diversidade corporal sejam absorvidos pelo sistema sem alterar sua lógica. Campanhas publicitárias recentes exibem corpos diferentes, mas não deixam de reafirmar a magreza como referência de elegância e disciplina. Gerhard (2023, p. 9) ressalta que a mídia não se limita a refletir a realidade: ela produz representações que orientam o olhar social. A inclusão, nesse contexto, opera mais como estratégia de marketing do que como transformação estrutural. O verniz da diversidade suaviza a crítica, mas não elimina o núcleo central que mantém a fragilidade como valor.

Esse padrão, além de seletivo, é profundamente desigual. Mulheres negras e pobres, por exemplo, enfrentam cobranças ainda mais cruéis, porque vivem em meio a contradições que escapam ao ideal elitista da magreza. A Folha de S.Paulo (2025) mostrou como mães em situação de fome eram responsabilizadas pela aparência de seus corpos, mesmo sem condições de garantir o mínimo para si e para seus filhos. Esse dado ilustra que a estética da fragilidade não é universal: ela é pensada a partir de corpos brancos, urbanos e economicamente favorecidos, mas imposta de forma generalizada, aprofundando exclusões já existentes.

Os exemplos da cultura de massa deixam claro como esse mecanismo se perpetua. Desfiles internacionais seguem exaltando modelos de aparência abatida, filmes e séries continuam a romantizar personagens femininas frágeis e influenciadoras digitais apresentam rotinas de restrição como se fossem escolhas individuais. Bordo (1993, p. 31) adverte que essa ideia de liberdade é ilusória, pois as escolhas pessoais estão moldadas por pressões externas que definem o que será visto como belo. Assim, mesmo quando parece haver autonomia, há, na verdade, a reprodução de uma lógica estrutural que legitima o corpo vulnerável como objeto de desejo.

- **Comparação entre padrões de gênero e reflexão crítica**

Enquanto a mulher é reiteradamente associada à delicadeza, à contenção e à vulnerabilidade, o homem é representado por atributos de força, vigor e estabilidade. Essa oposição não é casual, mas expressão de um modelo social que se apoia na diferença de gênero para justificar papéis hierarquizados. Ao comparar tais padrões, torna-se evidente

que não estamos diante de exigências equivalentes, mas de dispositivos que reforçam desigualdades.

No caso masculino, o corpo idealizado costuma ser o corpo produtivo e resistente. Revistas de saúde, academias e a própria publicidade associam virilidade a músculos definidos, postura ereta, performance esportiva. A imagem do homem forte é projetada como sinônimo de liderança, autoconfiança e domínio. Ao mesmo tempo em que cria pressões próprias — como o culto ao *fitness* e ao rendimento físico —, esse padrão ainda reforça valores positivos de poder e autonomia. Já o feminino, ao exaltar a magreza e a fragilidade, traduz a ideia de que a mulher deve ser pequena, leve, controlada, quase invisível. A consequência é a reafirmação simbólica de que a ação pertence ao masculino e a contemplação ao feminino.

Cumprir destacar que o contraste não se limita ao plano simbólico. Ele reverbera em práticas concretas. Homens que não se enquadram em padrões de força podem até sofrer críticas, mas raramente são reduzidos à sua aparência como condição de reconhecimento social. Já as mulheres encontram-se constantemente avaliadas pelo corpo, independentemente de sua trajetória acadêmica, profissional ou política. Bordo (1993, p. 29) observa que a obsessão pela magreza funciona como forma de limitar a atuação feminina, deslocando a atenção de suas conquistas para a estética. Esse duplo padrão é um dos principais fatores que perpetuam a desigualdade entre gêneros.

É interessante notar que, embora ambos os sexos estejam submetidos a pressões estéticas, os significados atribuídos a cada corpo são radicalmente distintos. Enquanto a musculatura masculina representa potência e autoridade, a magreza feminina simboliza submissão e docilidade. A estética da fragilidade, portanto, não pode ser vista isoladamente. Ela se sustenta no contraste com o corpo masculino, reforçando papéis sociais tradicionais: o homem como protetor e a mulher como protegida. Wolf (1991, p. 134) chama atenção para esse desequilíbrio, lembrando que

a cultura da beleza não é neutra, mas profundamente funcional para a manutenção do patriarcado.

Não obstante, é preciso reconhecer que a pressão estética também se intensificou sobre os homens nas últimas décadas, sobretudo com a difusão de academias, suplementos e dietas hiperproteicas. O culto ao corpo masculino definido, impulsionado por filmes de ação e redes sociais, gerou novas cobranças e até transtornos, como a vigorexia. Porém, mesmo nesse cenário, a diferença persiste. O corpo masculino, ainda que pressionado a ser forte, não é associado à renúncia ou ao desaparecimento de si, mas

ao excesso de vitalidade. A fragilidade feminina, em contrapartida, carrega um sentido de contenção e apagamento, o que torna o peso da cobrança qualitativamente distinto.

À luz desse raciocínio, a comparação revela que não se trata apenas de dois padrões estéticos distintos, mas de duas formas de disciplinamento que atuam de maneira assimétrica. A pressão sobre o homem reforça sua posição de força e autoridade; sobre a mulher, reforça sua posição de vulnerabilidade e dependência. Essa diferença expõe a natureza política dos padrões corporais: eles não apenas moldam aparências, mas organizam papéis sociais, limitando possibilidades e assegurando a continuidade de relações de poder.

Essa reflexão conduz a um ponto chave: os corpos não são moldados apenas por preferências culturais passageiras, mas por interesses estruturais que operam na manutenção de desigualdades. A fragilidade feminina e a virilidade masculina não são escolhas inocentes da moda, mas construções que delimitam quem deve agir e quem deve se conter, quem ocupa o espaço público e quem permanece restrito ao privado. Questionar tais padrões, portanto, é questionar a própria lógica que sustenta a desigualdade de gênero.

- **CONCLUSÃO**

Ao chegar ao final deste trabalho fica claro que o chamado Heroin Chic não pode ser compreendido como algo passageiro ou como um simples retorno estético. À medida que os capítulos avançaram foi possível notar que essa imagem de fragilidade permanece justamente porque se adapta aos contextos, muda de forma, encontra novos meios para circular e segue favorecendo interesses econômicos, midiáticos e patriarcais que continuam incidindo sobre o corpo feminino (Bordo, 1993).

Quando o percurso histórico foi retomado, desde as primeiras aparições de modelos abatidas até a romantização da fragilidade nos anos noventa, tornou-se evidente que sinais de adoecimento foram convertidos em referência de estilo. Essa inversão, em que sofrimento passou a ser interpretado como delicadeza, mostrou que o Heroin Chic nunca desapareceu por completo. Ele apenas se reposicionou. E sempre que o ambiente cultural ofereceu brechas, voltou com força sob novas linguagens (Rosser, 2010).

Ao deslocar o olhar para a era digital o fenômeno ganhou contornos mais amplos. As redes sociais, que atuam de modo contínuo e repetitivo, transformaram o padrão de magreza extrema em presença constante. O que antes dependia de editoriais e campanhas

específicas agora aparece diluído em vídeos rápidos, fotografias de influenciadoras, rotinas de bem-estar que associam disciplina ao corpo frágil e conteúdos que parecem inofensivos, mas reforçam a mesma lógica. O padrão se tornou familiar, quase inevitável, justamente porque se infiltra no cotidiano sem anunciar sua intenção (Gerhard, 2023).

Outro ponto que se evidenciou foi o papel dos algoritmos. Eles ampliam essas imagens, repetem conteúdos semelhantes e criam a sensação de que todos estão expostos às mesmas referências. Embora pareça que o usuário faz escolhas espontâneas, o que se vê é uma organização silenciosa do que aparece nas telas. Essa dinâmica reforça a naturalização do ideal, pois apresenta múltiplas versões de um mesmo corpo, sempre associado a disciplina, autocontrole e desejo de pertencimento (Rodrigues, 2025).

O estudo também revelou que a estética da fragilidade está profundamente ligada ao mercado. Produtos, cosméticos, dietas restritivas, procedimentos invasivos e medicamentos como Ozempic e Monjaro foram incorporados ao repertório da moda e do consumo. A promessa de emagrecimento rápido circula como se fosse parte de uma rotina saudável, mesmo quando envolve riscos ignorados ou silenciados pelas

narrativas digitais (Brasil de Fato, 2025). Assim, o corpo deixa de ser apenas um organismo e passa a funcionar como território de investimento que se mantém sempre incompleto, sempre precisando de mais um produto, mais uma solução.

As consequências desse ciclo apareceram de forma intensa ao longo da pesquisa. No campo físico, surgiram evidências de transtornos alimentares, desnutrição, fraqueza metabólica e danos orgânicos associados a práticas extremas. No campo psicológico, observou-se a expansão de ansiedade, depressão e distorção da autoimagem entre adolescentes e jovens adultas que se comparam a influenciadoras e celebridades e organizam a própria autoestima a partir dessas referências distorcidas (Lira, 2017).

No plano social, o retorno do Heroin Chic reforça desigualdades já existentes. A estética da fragilidade recai especialmente sobre mulheres, pois associa delicadeza e contenção à identidade feminina, enquanto reserva aos homens atributos de força e estabilidade. Esse desequilíbrio funciona como mecanismo de manutenção de hierarquias e limita a presença das mulheres em espaços de poder, já que grande parte de sua energia psíquica é desviada para a administração da aparência (Wolf, 1991).

A pesquisa também mostrou que nem todas as mulheres vivenciam essas pressões da mesma forma. Mulheres negras e pobres, por exemplo, enfrentam condições de vida marcadas por fome e sobrecarga de trabalho e ainda assim são cobradas por um ideal de corpo magro que não considera sua realidade material. Essa contradição evidencia que o

padrão é pensado a partir de corpos privilegiados e, ao ser imposto de maneira generalizada, aprofunda desigualdades sociais existentes (Folha de S.Paulo, 2025).

Ao considerar esses elementos, torna-se possível afirmar que os objetivos propostos foram alcançados. A pesquisa conseguiu recuperar a origem e a evolução histórica do Heroin Chic, analisar como ele se remodela na era digital, discutir os mecanismos de mercantilização e medicalização da magreza e compreender os impactos físicos, psicológicos e sociais que acompanham esse padrão.

Por fim, a investigação mostrou que questionar o retorno da magreza extrema não significa rejeitar uma tendência isolada. Significa reconhecer que esse ideal ancora desigualdades, corrói a saúde física e mental de jovens e molda subjetividades de forma silenciosa. Significa também reconhecer a importância do jornalismo responsável, da educação midiática e das políticas de saúde pública como

estratégias que podem ajudar a romper com a ideia de que o corpo frágil é sinônimo de beleza. Ao contrário, defender outras possibilidades de existência corporal é afirmar que a autonomia, a dignidade e a vitalidade devem ocupar um espaço maior do que aquele reservado por um padrão que, mesmo redesenhado, continua sendo nocivo.

REFERÊNCIAS

BARROS, Y. I. B.; REIS, F. P. **Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino**. Universidade Católica do Salvador, 2019. Disponível em: <https://ri.ucsal.br/bitstreams/b37929a7-7492-4cf0-a65d-a239a585d25f/download>. Acesso em: 07 set. 2025.

“**Busca pela magreza excessiva: como as redes sociais contribuem com transtornos de imagem.**” UOL – Drauzio Varella, dez. 2024. Disponível em: <https://drauziovarella.uol.com.br/psiquiatria/busca-pela-magreza-excessiva-como-as-redes-sociais-contribuem-com-transtornos-de-imagem/>. Acesso em: 07 set. 2025.

“**Experts say return of 'Heroin Chic' fashion trend is dangerous.**” YouTube, Canal India Today. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=flSsCDW-f_k. Acesso em: 07 set. 2025.

GARCIA, Carla Cristina; SILVEIRA, Vanessa Rozan. **Tamanho zero, a epidemia da magreza**. Revista Dobras, v. 42, 2024. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1832>. Acesso em: 07 set. 2025.

GEBARA, T. S. **Representações Sociais da obesidade e magreza entre pessoas obesas**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/yxxRTb4HJ53qSN9KS3WPj8g/>. Acesso em: 07 set. 2025.

GERHARD, E. P. **A imagem corporal por intermédio das mídias**. Saber Humano, 2023. Disponível em: <https://saberhumano.emnuvens.com.br/sh/article/view/589>. Acesso em: 07 set. 2025.

GOIS, I. **A Cultura da Magreza como Fator Social**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação – REASE, São Paulo, v. 7, n. 1, jan. 2021.

Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/download/440/247/896>. Acesso em: 07 set. 2025.

GUIMARÃES, T. J. **Impacto de práticas parentais de peso e dieta na imagem corporal em adolescentes.** Jornal de Psiquiatria (JBPsiq), 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/sbqX85Nv8BqYqYChstLxSLd/>. Acesso em: 07 set. 2025.

LIRA, A. G.; et al. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes do sexo feminino.** Jornal Brasileiro de Psiquiatria, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?lang=pt>. Acesso em: 07 set. 2025.

“Mães negras e pobres enfrentam fome e obesidade para nutrir famílias.” Folha de S.Paulo, 29 maio 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha-social-mais/2025/05/maes-negras-e-pobres-enfrentam-fome-e-obesidade-para-nutrir-familias.shtml>. Acesso em: 07 set. 2025.

“Moda e medicamentos emagrecedores reforçam culto à magreza extrema, diz pesquisadora.” Brasil de Fato, 04 jul. 2025. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/podcast/brasil-de-fato-entrevista/2025/07/04/moda-e-medicamentos-emagrecedores-reforcaram-culto-a-magreza-extrema-diz-pesquisadora/>. Acesso em: 07 set. 2025.

OLIVEIRA, M. S.; GONÇALVES, V. O. **Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física.** 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/340769790_Uso_das_redes_sociais_imagem_corporal_e_influencia_da_midia_em_academicos_dos_cursos_de_educacao_fisica. Acesso em: 07 set. 2025.

ORBACH, Susie. **Bodies: A Guide for Bodies and Identity.** Londres: Profile Books, 2009.

ORBACH, Susie. **Fat is a Feminist Issue.** London: Sedgwick & Jackson, 1978.

“Por que volta-se a falar sobre o Heroin Chic na beleza?” Elle Brasil, Bárbara Rossi, 20 abr. 2022. Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/sobre-o-heroin-chic>. Acesso em: 07 set. 2025.

RODRIGUES, RPN. **Influências midiáticas na percepção da imagem corporal de adolescentes: uma revisão integrativa.** Revista Uniaraguaia, 2025. Disponível em: <https://sipe.uniaraguaia.edu.br/index.php/REVISTAUNIARAGUAIA/article/view/1535>. Acesso em: 07 set. 2025.

ROSSER, E. M. **Heroin Chic: The Fashion Phenomenon Analyzed Through the Writing of Christine Harold and Timothy Hickman.** Inquiries Journal, vol. 2, nº 12, 2010. Disponível em: <https://www.inquiriesjournal.com/articles/347/heroin-chic-the-fashion-phenomenon-analyzed-through-the-writing-of-christine-harold-and-timothy-hickman>. Acesso em: 07 set. 2025.

SILVA, autores diversos. **A influência da imagem corporal nas mídias sociais com mudança no estilo de vida de jovens adultos.** Revista Saúde em Foco, ed. 14, 2022. Disponível em: <https://v3.cadernoscajuina.pro.br/index.php/revista/article/view/238>. Acesso em: 07 set. 2025.

WOLF, Naomi. **The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women.** Nova York: William Morrow, 1991. Tradução: **Mito da Beleza.** São Paulo: Ática, 1992.

YAO, Sophia. **Heroin Chic Resurgence: The Unintentional Romanticization of Female Mental Illness as Depicted in Girl, Interrupted, Prozac Nation and An Unquiet Mind.** Journal of Student Research, v. 13, n. 2, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v13i2.6820>. Acesso em: 07 set. 2025.