

**O SUPERENDIVIDAMENTO FEMININO NO BRASIL CONTEMPORÂNEO: UMA
ANÁLISE DO CORPO COMO CAPITAL E O MITO DA BELEZA À LUZ DA
TEORIA DO RECONHECIMENTO DE AXEL HONNETH.**

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Coordenadoria de Fomento à Pesquisa - Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Maria Clara Estolfe Augustonelli
Apoio: PIBIC CNPq

Jose Geraldo Romanello Bueno

Centro de Ciências e Tecnologia (CCT)
Unidade acadêmica

<10395041@mackenzista.com.br>
<Geraldo.romanello@mackenzie.br>

RESUMO

A presente pesquisa aborda o superendividamento feminino no Brasil contemporâneo, decorrente da procura exacerbada por parte da população feminina pela obtenção de crédito para fins de realização de procedimentos estéticos, relacionando tal fenômeno social com o “Mito da Beleza: o Corpo como Capital”, à luz da teoria do reconhecimento de Axel Honneth. Trata-se de trabalho multidisciplinar bibliográfico e documental envolvendo as áreas de biodireito, direito do consumidor, sociologia, filosofia, psicanálise, antropologia e psicologia, analisando as razões que levam a população feminina ao consumo desenfreado de cirurgias plásticas e procedimentos estético e quais os impactos as vidas das mulheres, bem como quais são os mecanismos legais de defesa contra o superendividamento vigentes no ordenamento jurídico. O trabalho expõe a problemática da pressão estética imposta pela sociedade e pela mídia capitalista, que transforma o corpo feminino em objeto de consumo, levando muitas mulheres à insatisfação pessoal, ao sofrimento psíquico e ao superendividamento financeiro. Nesse contexto, a teoria crítica de Honneth é utilizada para compreender como a luta pelo reconhecimento social influencia a busca pelo corpo idealizado, relacionando experiências de desrespeito e exclusão à tentativa de aceitação coletiva. O mito da beleza conecta-se à gramática moral dos conflitos sociais de Honneth, onde a identidade se constrói no olhar do outro. Por sua vez, a Lei nº 14.181/2021, que alterou o Código de Defesa do Consumidor, surge como marco jurídico relevante para enfrentar o superendividamento. A presente pesquisa demonstra-se de suma importância, diante da relevância social do tema, já que o Brasil é um dos países que mais realiza procedimentos estéticos no mundo, sem olvidar-se que dados recentes demonstram um aumento expressivo na procura por empréstimos destinados à manutenção estética de mulheres, o que reforça a importância do debate.

Palavras-chave: superendividamento; mulheres; estética.

ABSTRACT

This research addresses female over-indebtedness in contemporary Brazil, arising from the increasing demand by women for credit to finance cosmetic procedures, relating this social phenomenon to the “Beauty Myth: The Body as Capital,” in light of Axel Honneth’s theory of recognition. It is a multidisciplinary work involving biolaw, consumer law, sociology, philosophy, psychoanalysis, anthropology, and psychology, analyzing the reasons that lead women to the rampant consumption of plastic surgeries and aesthetic procedures, the impacts on their lives, and the legal mechanisms of protection against over-indebtedness within the Brazilian legal system. The study highlights the issue of aesthetic pressure imposed by society and the capitalist media, which transforms the female body into an object of consumption, leading many women to personal dissatisfaction, psychological suffering, and financial over-indebtedness. In this context, Honneth’s critical theory is applied to understand how the struggle for social recognition influences the pursuit of the idealized body, linking experiences of disrespect and exclusion to the search for collective acceptance, while the beauty myth connects with Honneth’s moral grammar of social conflicts, in which identity is constructed through the gaze of the other. Law No. 14,181/2021, which amended the Consumer Protection Code, emerges as a relevant legal milestone in addressing over-indebtedness. This research proves to be of utmost importance given the social relevance of the subject, especially since Brazil is among the countries that perform the highest number of cosmetic procedures worldwide, and recent data reveal a significant increase in loan applications for women’s aesthetic maintenance, reinforcing the urgency and importance of this debate.

Keywords: over-indebtedness; women; aesthetics.

1. INTRODUÇÃO

Hodiernamente, padrões de beleza são impostos sutilmente pelos meios midiáticos de telecomunicação e pela sociedade como um todo, contribuindo para que o corpo humano feminino, seja visto pela lógica capitalista, como um “objeto de consumo” submetido a exigências culturais de padrões inalcançáveis.

A metamorfose feminina é alvo de promessas de completude e de satisfação, através de procedimentos cirúrgicos invasivos, que buscam satisfazer o subconsciente feminino fragilizado pela pressão social.

Não por acaso que o Brasil é um dos países em que há mais demanda de cirurgias e procedimentos estéticos variados, bem como é um dos países em que as mulheres mais despendem recursos financeiros para tanto.

A presente pesquisa é tecida por um viés interdisciplinar, visto que examina-se o tema através indicado pela visão do Biodireito, da sociologia, da psicologia, da antropologia e da psicanálise, almejando compreender-se os desdobramentos do consumo exacerbado na atualidade por mulheres que se submetem a cirurgias plásticas e procedimentos invasivos visando adquirirem o corpo ideal vendido pela mídia capitalista, ao passo que também analisa-se as consequências do sofrimento psíquico decorrente do alto endividamento e da pressão cultural pela estética corporal idealizada, bem como os desdobramentos jurídicos negativos as mulheres.

É notório que, no contexto da indústria cirúrgica estética, o corpo assume um papel de objeto, que nas relações mercantis terá por finalidade um embelezamento estético superficial. Outrossim, a problemática esboçada é exposta sobre o ponto de vista do sociólogo alemão Axel Honneth, sobre o prisma da teoria do reconhecimento.

Sumariamente, a Teoria Crítica de Axel Honneth estabelece a diferença entre subjetividade e intersubjetividade, estudando, assim, as relações entre os indivíduos e a sociedade, o que os distinguem e o que os unem como identidade (HONNETH, 2003), ao estudar as dinâmicas sociais do reconhecimento.

Diante desse cenário, a pesquisa visa abordar as inovações tangentes a proteção ao superendividamento introduzidas pela Lei 14.181/2021, sob o prisma da população feminina brasileira que cada vez mais está à procura de recursos financeiros para realização dos procedimentos, gerando superendividamento.

2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1 MITO DA BELEZA NO SISTEMA CAPITALISTA

A aparência, no capitalismo moderno, tornou-se um capital simbólico onde vende-se a ideia de que a beleza atrai felicidade e reconhecimento, e paradoxalmente torna-se uma forma de opressão as pessoas que não estão dentro dos padrões sociais. Na obra, o Mito da Beleza de 1991, a autora Naomi Wolf aborda o tema de maneira cirúrgica ao abordar dados referente à imposição social e cultural ao corpo feminino, pois à medida que as mulheres conquistaram avanços sociais e políticos, o padrão estético se tornou mais rígido, como forma de controle.

Nas duas décadas de movimentos radicais que se seguiram ao renascimento do feminismo no início dos anos 70, as mulheres ocidentais conquistaram o direito legal ao controle de reprodução, obtiveram acesso à educação superior, entraram no mundo dos negócios e das profissões liberais (WOLF, 1991).

Anos depois as mulheres ainda se sentem amarradas à estigmas e imposições sociais, não se sentindo livres quando deveriam ser, atualmente as restrições mudaram de tema, hoje são relacionadas ao corpo físico e a beleza estética. Após anos de luta, as mulheres continuam pouco reconhecidas, vide:

Enquanto isso, cresceram em ritmo acelerado os distúrbios relacionados à alimentação, e a cirurgia plástica de natureza estética veio a se tornar uma das maiores especialidades médicas. Nos últimos cinco anos, as despesas com o consumo duplicaram, a pornografia se tornou o gênero de maior expressão, à frente dos discos e filmes convencionais somados, e trinta e três mil mulheres americanas afirmaram a pesquisadores que preferiam perder de cinco a sete quilos a alcançar qualquer outro objetivo... Pesquisas recentes revelam com uniformidade que em meio à maioria das mulheres que trabalham, têm sucesso, são atraentes e controladas no mundo ocidental, existe uma subvida secreta que envenena nossa liberdade: imersa em conceitos de beleza, ela é um escuro filão de ódio a nós mesmas, obsessões com o físico, pânico de envelhecer e pavor de perder o controle (WOLF, 1991, p. 12).

A autora supracitada esclarece que a “beleza” é uma das antigas ideologias femininas que ainda tem o poder de controlar as mulheres, se fortalecendo para assumir a função de coerção social que o mito da maternidade, domesticidade, castidade e passividade não consegue mais realizar. Assim a indústria dos cosméticos, das dietas e posteriormente das intervenções

cirúrgicas, ganharam espaço. Desta forma, segundo Wolf, a modelo jovem e esquelética tomou o lugar da feliz dona de casa, como parâmetro de feminilidade bem-sucedida. (WOLF, 1991).

A outro giro, no filme de 2025 “The Ugly Stepsister”, a protagonista é retratada como uma mulher considerada “feia” socialmente, quem acaba por se submeter a diversos procedimentos estéticos torturantes, medievais, como rinoplastia com fratura de ossos sem anestesia, costura das pálpebras e até amputações de dedos, visando atingir beleza ideal, a fim de seduzir e conquistar um nobre de uma das famílias mais ricas do país, quem estava procurando pela mulher “ideal” para casar-se.

Com o objetivo de encaixar nos padrões sociais e ser considerada “bonita” suficiente para alcançar um casamento arranjado, a obra evidencia o sofrimento femininos imposto pela busca da beleza ideal, reforçando o culto moderno à beleza não é uma escolha genuína, mas sim uma imposição disfarçada de liberdade.

2.2. A BELEZA COMO CAPITAL DE CONSUMO NO BRASIL E A CULTURA DO CORPO

O Brasil é um dos principais países onde a indústria capitalista da beleza é mais forte mundialmente, o corpo é visto e admirado como capital simbólico legitimado por práticas culturais e econômicas. As cirurgias plásticas se tornaram comum entre as mulheres e reflete um tipo de status social, gerando reconhecimento e pertencimento, mas também reforçando padrões estéticos rígidos.

Esse comportamento da personagem, no entanto, parece não permanecer contemporaneamente. Uma pesquisa feita pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP) cita que se realiza uma intervenção cirúrgica plástica a cada minuto no Brasil, cerca de 1700 no dia, totalizando 645.000 por ano. As cirurgias plásticas, muitas das vezes não cobertas por planos de saúde, leva as pessoas a explorarem o mercado internacional, o chamado turismo médico, e nessa área o Brasil ganha destaque, não apenas internamente mas o país é mundialmente reconhecido por tal avanço, entrelaçando fatores econômicos, culturais e políticos.

Neste contexto, segundo dados da CEOWORLD Magazine, o Brasil lidera o terceiro lugar dos países campeões de cirurgia plástica, atrás apenas da Coreia do Sul e da Argentina, ao passo em que nosso país registrou no ano de 2023 o valor de 7,62 de cirurgias plásticas para cada 1000 habitantes.

Ainda, segundo a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS) também o Brasil liderou o ranking de países que mais realizou cirurgias estéticas em 2019. Foram quase 1,5 milhão de procedimentos, o maior número do mundo. Dentre os procedimentos mais famosos temos a lipoaspiração (15,5%), aumento de mama (14,1%), abdominoplastia (10,4%), além de cirurgia de pálpebras e gluteoplastia, com maior incidência entre pessoas de 18 a 35 anos.

Em 2024 o Brasil ficou em segundo lugar no ranking de números de procedimentos estéticos, com 3,1 milhões, ficando atrás apenas dos EUA com 6,1 milhões. É notório que o Brasil é referência mundial e um dos líderes globais em cirurgias plásticas, com mais de 3 milhões de procedimentos realizados em 2023 segundo dados da ISAPS (sociedade Internacional de Cirurgia plástica). O país sozinho é responsável por quase 14% dos cirurgias estéticas mundiais, mantendo alto nível de qualificação e tecnologia. A busca por procedimentos estéticos multinacionais tem relação direta com fatores como tecnologia avançada, cirurgias qualificadas, mas nem sempre custos acessíveis.

A respeito disso, a antropóloga Mirian Goldenberg, professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e autora da pesquisa “O Corpo como Capital” presta importantes considerações acerca de mudanças nos papéis de gênero, sexualidade e conjugalidade e cita que na sociedade moderna sofrer para ter um corpo ‘em forma’ é recompensado com a gratificação de pertencer a um grupo que tem um “valor superior”.

O corpo identifica a pessoa a um determinado grupo e a distingue dos demais. Esse corpo ‘trabalhado’, ‘malhado’, ‘em forma’ é hoje um sinal que assinala uma certa virtude. Sob a moral do bom corpo, ‘trabalhar o corpo’ é um ato de significação, como se vestir. Como roupa, é um símbolo que faz diferença visível entre os grupos sociais”.

A busca por intervenções cirúrgicas entre os mais jovens demonstra que a busca não é por jovialidade e sim por intensificação da beleza. Segundo o Dr. Marcelo Daher, presidente da seção do Rio de Janeiro da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP RJ), explica o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) como uma perturbação da autoimagem que surge quando as pessoas, com tempo de sobra em casa, se encostam demais no espelho ou na tela do computador e começam a identificar mudanças significativas na aparência.

Segundo os dados apresentados, tanto homens quanto mulheres se preocupam bastante com beleza e higiene, assim como com cirurgias estéticas. O Brasil é o maior consumidor mundial de desodorantes, fragrâncias e protetor solar, e ocupa o segundo lugar no consumo de

produtos para cuidados com bebês, higiene masculina, cabelos, banho e depilatórios, segundo a consultoria “ChameleonPharma”.

Esses números são ainda mais impressionantes quando se considera a economia brasileira em comparação com o restante do mundo. Pela supracitada pesquisa de Harvard, percebe-se o entranhamento dos demais países aos investimentos intensos que os brasileiros fazem em sua aparência, sendo algo fundamental para a população investir em procedimentos estéticos e produtos de beleza.

2.3. O SUPERENDIVIDAMENTO FEMININO NO BRASIL EM VIRTUDE DA PRESSÃO SOCIAL PELO MITO DA BELEZA

Como já exposto, o Brasil é um país onde a beleza exterior é amplamente valorizada socialmente. Essa cultura da busca incessante pela belo e perfeito recai, sobretudo, sobre as mulheres que vivem tentando enquadrar-se em padrões inalcançáveis. Segundo especialistas, a perspectiva para o mercado de cirurgias e procedimentos estéticos no Brasil é que o referido chegue a alcançar uma receita superior a US\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de dólares) até o ano de 2030. Estima-se uma taxa anua de crescimento de 15,7% para o mercado interno entre 2025 até 2030.

Através dos dados, percebe-se que em virtude da atual condição econômica do Brasil, muitas pessoas acabam se endividando. O país no geral perdeu o poder de compra por conta da inflação e pelo desemprego elevado. Contudo com o crescimento da internet e da super exposição dos corpos das blogueiras, modelos e influenciadoras, o anseio popular pelo corpo ideal só cresce a cada ano.

O tempo gasto nas redes sociais aumentou em 60% durante os últimos sete anos, de acordo com uma pesquisa do Global Web Index conduzida em 2019. Os brasileiros ocupam o segundo lugar em um ranking mundial de tempo gasto nas redes sociais: cerca de 225 minutos por dia . No Brasil um estudo publicado pela Revista Brasileira de Cirurgia Plástica mostrou que 44,73% dos pacientes decidiram realizar cirurgias plástica e procedimentos estéticos por influência das redes sociais.

Ademais, segundo a última edição do Índice FinanZero de Empréstimo (IFE), relatório mensal produzido pela fintech de empréstimos on-line, os pedidos de empréstimo para estética atingiram o maior pico dos últimos 12 meses, com aumento de 97% nas solicitações durante o período. Em relação a março de 2021, houve um crescimento de 10,6% nos empréstimos para este fim até o mesmo período em 2022.

2.4. A LUTA POR RECONHECIMENTO EM HONNETH

Atualmente, quando tratamos da Teoria do Reconhecimento, o filósofo e sociólogo Axel Honneth é um dos nomes que mais se destaca, por seu modelo teórico-crítico em suas obras “Luta do Reconhecimento e “A Gramática Moral dos Conflitos Sociais”, embora grandes filósofos tenham antecedido e tenham sido fundamentais para o desenvolvimento de sua teoria, como em autores como Hegel, Mead, Winnicott, Habermas, Adorno, Horkheimer, Feuerbach. (TROVO, 2012)

O autor centraliza-se na ideia dos conflitos sociais decorrentes das experiências de desrespeito, as quais atingem a integridade moral dos sujeitos que as vivenciam. Segundo o autor, essas experiências dão origem a Luta por Reconhecimento, que visam restaurar a integridade moral dos indivíduos. Ele defende que o conflito representa uma verdadeira luta moral e que a sociedade não se orienta apenas para a autoconservação, mas também para uma relação complexa baseada em deveres intersubjetivos. Honneth adaptou sua teoria do reconhecimento e estabeleceu que esses conflitos são divididos em três etapas: amor, direito e solidariedade (TROVO, 2012).

2.5. RECONHECIMENTO AFETIVO: RELAÇÕES PRIMÁRIAS, SECUNDÁRIAS E TERCIÁRIAS

Segundo Axel Honneth, as relações afetivas, representado na obra do supracitado autor como “amor” ou “expressão do espírito subjetivo”, constituem a primeira etapa da formação da identidade de um indivíduo. No espírito subjetivo, o amor significa ser desejado e desejar o próximo, onde existe reciprocidade afetiva, citando-se: “Reciprocidade de um saber-se-no-outro: na forma sexual de interação, ambos os sujeitos podem reconhecer-se em seu parceiro, visto que desejam reciprocamente o desejo do outro.” (HONNETH, 2003, p. 77)

O amor é uma das definições de eticidade absoluta que o amor busca definir na comunidade ética, indo além do desejo sexual, pois segundo o autor: “Sem o sentimento de ser amado, não poderia absolutamente se formar um referente intrapsíquico para a noção associada ao conceito de comunidade ética.” (HONNETH, 2003, p. 80)

Amar exige o reconhecimento do outro, implica na satisfação do desejo motivador da ação que é esse reconhecimento de sua individualidade, afirmando a autoconfiança necessária para o desenvolvimento moral. Segundo o filósofo, a formação da consciência humana está diretamente ligada a forma de como a vida cotidiana dos sujeitos acontecem, assim o sujeito só

é capaz de autoconsciência na medida em que ele se encontra em uma relação com outro igual, e essa autoconsciência é perceptível na medida em que o sujeito consegue projetar a sua ação na perspectiva desse outro na interação intersubjetiva. (TROVO, 2012)

A infância seria onde ocorre o início da afirmação da identidade individual. Honneth esclarece que relações interpessoais constituem a formação da individualidade do indivíduo a partir do amor, citando: “Relações amorosas devem ser entendidas aqui todas as relações primárias, na medida em que elas consistam em ligações emotivas fortes entre poucas pessoas, segundo um padrão relações eróticas entre dois parceiros, de amizades e de relações pais/filhos. (HONNETH, 2023, p. 159)

O reconhecimento afetivo é, portanto, a primeira etapa dessa associação de interpessoal, daí a importância da relação entre pais e filhos:

Toda relação amorosa, seja aquela entre pais e filho, a amizade ou o contato íntimo, está ligada, por isso, à condição de simpatia e atração, o que não está à disposição do indivíduo; como os sentimentos positivos para com outros seres humanos são sensações involuntárias, ela não se aplica indiferentemente a um número maior de parceiros de interação, para além do círculo social das relações primárias. Contudo, embora seja inerente ao amor um elemento necessário de particularismo moral, Hegel faz bem em supor nele o cerne estrutural de toda eticidade: só aquela ligação simbioticamente alimentada, que surge na delimitação reciprocamente querida, cria a medida de autoconfiança individual, que é a base indispensável para a participação autônoma na vida pública. (HONNETH, 2003, p. 178).

O processo de socialização posterior, relações secundárias do afeto para o autor, permite que o desenvolvimento do autorrespeito, sendo o seu direito respeitado, e partir desse momento, respeitando os demais. Honneth usa da mesma teoria para sinalizar a ideia do reconhecimento jurídico, exigindo ser fundamental o indivíduo ser valorizado para valorizar e respeitar os demais (HONNETH, 2003).

A vontade individual, portanto, só irá adquirir legitimidade quando for reconhecida como parte do desejo geral da comunidade, e será adquirido pela luta por reconhecimento, a partir do pressuposto de que, na esfera jurídica, todos são iguais e gozam das mesmas prerrogativas e obrigações.

Por fim, a terceira área a ser explorada na obra de Axel Honneth é a da solidariedade, abordando a sua relação com as áreas anteriores, o amor (relação primária) e o reconhecimento

jurídico (secundária), ressaltando a sua importância para a construção plena da subjetividade nas relações sociais. (HONNETH, 2003)

Para o autor, a solidariedade é uma relação intersubjetiva que possibilita a formação da autoestima do sujeito, isto é, a percepção de valor social em si mesmo, a partir de admiração pelos demais.

A busca por reconhecimentos se direciona para aspectos éticos das interações sociais. A solidariedade, na teoria da luta por reconhecimento, representa a síntese do reconhecimento jurídico e afetivo, o primeiro representado pela igualdade universal e o segundo o vínculo emotivo. Não basta que o sujeito possua autoestima, é necessário que o meio social valide simbolicamente suas qualidades, conforme:

Quanto mais os movimentos sociais conseguem chamar a atenção da esfera pública para a importância negligenciada das propriedades e das capacidades representadas por eles de modo coletivo, tanto mais existe para eles a possibilidade de elevar na sociedade o valor social, ou mais precisamente, a reputação de seus membros (...) os confrontos econômicos pertencem constitutivamente a essa forma de luta por reconhecimento. (HONNETH, 2003, p. 207-208).

Essas três dimensões da busca pelo reconhecimento e afeto, portanto, embora distintas, estão interligadas e são interdependentes. Juntas, formam a base de uma gramática moral dos conflitos sociais, permitindo compreender como os sujeitos experienciam o reconhecimento, ou sua ausência, como condição fundamental para o desenvolvimento pessoal e a justiça social. (HONNETH, 2003)

2.6. O SUPERENDIVIDAMENTO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021, promoveu alterações substanciais no Código de Defesa do Consumidor, a fim de aprimorar a disciplina atinente à crédito disponibilizado ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento da população.

Dentre as medidas trazidas pela legislação, destaca-se a instituição de núcleos de conciliação e mediação para enfrentamento de conflitos envolvendo o consumidor superendividado, além do estabelecimento de uma série de ações voltadas à educação financeira da população, bem como normas que dificultam a obtenção de crédito em instituições financeiras a depender da situação em que se encontre o devedor, vide redações atualizadas incisos IX e X do art. 4º; VI e VII do art. 5º; XI, XII, XIII do art. 6º e XVII E XVIII do art. 51, todos do Código de Defesa do Consumidor.

Em linhas básicas, o conceito de superendividamento incluído no Código de Defesa do Consumidor trata da figura do devedor de boa-fé que se encontra em situação de vulnerabilidade financeira a ponto de ser impossível pagar a totalidade de suas dívidas de consumo sem comprometer o mínimo existência, conforme redação do art. 54 – A, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor.

Notadamente, a legislação atual tenta dar mais rigidez às regras de crédito ao consumidor, bem como prevenir o superendividamento. Afinal, de acordo com o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) seriam 30 milhões de brasileiros nessa situação em 2020.

Os artigos 54-C e 54-G do CDC, adicionados pela Lei 14.181/2021, estabelecem um regramento ético para realização de propagandas de crédito por parte de instituições financeiras, vedando expressamente promessa de crédito sem análise financeira prévia do consumidor, bem como a ocultação de riscos decorrentes daquela transação. Ainda, houve nítido protagonismo por parte do legislador em relação aos consumidores tidos como mais vulneráveis, como idosos e analfabetos.

Neste viés, o fornecedor é obrigado a informar a natureza do crédito e os ônus suportados em hipótese de inadimplemento, sempre levando em consideração à idade e a situação financeira real daquele consumidor. Não obstante, tornou-se obrigação dos fornecedores a entrega do contrato não apenas ao consumidor, mas ao fiador e eventual coobrigado.

A nova legislação estipula que caso a instituição financeira fornecedora não se atente aos ditames legais, há legitimidade do consumidor para ajuizar ação judicial demandando a revisão ou a redução dos encargos decorrentes daquele crédito, bem como melhores condições de pagamento, a ser analisado pelo juízo natural da causa. Frise-se que a legislação estabelece penalidades ao fornecedor que condicionar desistência de eventual ação judicial ajuizada como forma de revisão extrajudicial do contrato litigioso.

Por fim, destaca-se a introdução do novo capítulo V ao Código de Defesa do Consumidor, cujo título é justamente “da conciliação no superendividamento”, substanciado pelos dispositivos legais artigos 104 A, B e C.

Os dispositivos legais supracitados, em síntese, estabelecem que o consumidor pessoa natural superendividado pode demandar em juízo a instauração de processo para repactuação de suas dívidas. Nessa hipótese, será realizada audiência de conciliação com todos os credores, oportunidade em que o consumidor apresentará um novo plano de pagamento dos débitos, com prazo máximo de cinco anos, preservando o mínimo existencial e as garantias originais. Nesse

plano, medidas de dilação dos prazos de pagamento e de redução dos encargos da dívida ou da remuneração do fornecedor, entre outras destinadas a facilitar o pagamento da dívida devem serem apresentadas.

Caso a conciliação não seja concretizada, o juízo competente, a pedido do consumidor, irá instaurar efetivamente o processo judicial de superendividamento, sem prejuízo da nomeação de administrador para formular plano judicial compulsório, que assegure ao menos o principal corrigido e preveja a liquidação da dívida em até cinco anos, com início do pagamento em até 180 dias da homologação.

3. CONCLUSÃO

Conforme exaustivamente abordado, a busca por procedimentos estéticos tem crescido exponencialmente nos últimos anos, impulsionada por padrões de beleza que historicamente foram atribuídos a população feminina e que era moderna são duramente reafirmados pelas mídias digitais, redes sociais e pela cultura do corpo “perfeito”, comumente associados as figuras de influencers e modelos.

Nesse contexto, é grande o número de mulheres que, movidas por um ideal estético inatingível, submetem-se a intervenções constantes sob uma falsa promessa de que irão alcançar aceitação social, autoestima elevada e pertencimento. Não basta a mulher estar saudável, é preciso ser magra, definida, simétrica e “instagramável”, símbolo de magreza e estética simétrica.

É natural que essa construção social do corpo ideal mine a autoestima e promove uma dependência emocional de procedimentos estéticos como forma de se sentir valorizada, conforme extrai-se da teoria do reconhecimento de Axel Honneth.

De acordo com as lições trazidas ao longo do corpo da pesquisa, o filósofo alemão do século XX defende a sua teoria de que a busca por reconhecimento mútuo é uma condição da natureza humana que acaba por moldar a percepção individual de um indivíduo sobre ele mesmo, bem como suas opiniões pessoais em relação a valores morais e de justiça, enquanto indivíduo de uma coletividade.

Sob essa ótica, para muitas mulheres, submeter-se a cirurgias plásticas e tratamentos não é uma opção, mas sim uma exigência não tão velada, para se manterem relevantes, desejadas, profissionalmente competitivas e até mesmo para serem consideradas de fato “mulheres”. Tal acepção decorre, justamente, da pressão social e da construção daquilo que Naomi Wolf chama de “Mito da Beleza”, entorno da figura do corpo feminino, que a maioria

esmagadora das mulheres suportam durante o processo de crescimento à vida adulta e amadurecimento emocional.

Diante dessa realidade, observa-se um fenômeno preocupante: o superendividamento motivado pela tentativa de atender a esses padrões. Conforme demonstrado estatisticamente, muitas mulheres comprometem boa parte de sua renda ou recorrem a financiamentos para realizar procedimentos que prometem beleza e autoconfiança.

Segundo a última edição do Índice FinanZero de Empréstimo (IFE), relatório mensal produzido pela fintech de empréstimos on-line, os pedidos de empréstimo para estética atingiram o maior pico dos últimos 12 meses, com aumento de 97% nas solicitações durante o período. Em relação a março de 2021, houve um crescimento de 10,6% nos empréstimos para este fim até o mesmo período em 2022.

O parcelamento de cirurgias plásticas é uma realidade no Brasil, um produto novo dentro da vasta esteira de opções prestadas por instituições financeiras, ao passo em que busca incessante por um ideal padrão de beleza, cumulada a aceitação pessoal e social da população feminina, têm levado muitas mulheres ao superendividamento, as quais suportam diversos abusos financeiros e contratuais praticados por essas instituições.

Felizmente, conforme fora demonstrado, o legislador brasileiro preocupou-se em inserir novos dispositivos legais ao Código de Defesa do Consumidor que desestimulam práticas abusivas por parte do mercado e acabam promovendo maior responsabilidade dos agentes financeiros e clareza ao consumidor, oferecendo formas para que este possa retornar ao mercado consumidor, como é o caso da ação de superendividamento, sobretudo à aquele que não se endividou apenas por má formação em educação financeira, mas sim por eventos naturais tangentes a vida que o levaram até aquela situação

Imperioso ressaltar que a pesquisa não esgota o tema, apenas revela a sua importância, de modo que debates sociais e no âmbito políticos devem ser fomentados sobre os impactos decorrentes desses padrões construídos em torno do corpo e do psicológico feminino, evidenciando-se a necessidade de promover a diversidade corporal, o acolhimento das individualidades e o fortalecimento da autoestima desvinculada à noção de aceitação social e, sobretudo, de consumo.

4. REFERÊNCIAS

BRASIL, **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 21 abril 2024.

BATISTA, Karina. DE LIMA, Aluísio, JUNIOR, Nadir Lara. **A ideologia do corpo feminino perfeito: questões com o real**. 2013. 11 folhas. Fortaleza – Ceará. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/dj8qFH9Dk5SBKtLNhnYDY4q/?format=pdf&lang=pt>

BUCAR, Daniel. **Superendividamento: reabilitação patrimonial da pessoa humana**. Editora Saraiva, 2017. E-book. ISBN 9788547220013. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547220013/>. Acesso em: 23 abr. 2024.

CLARO, Danny. STREHLAU, Vivian. LABAN NETO, Silvio. **A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória**. 2014. 16 folhas. Artigo publicado na Revista SciELO Brasil. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rausp/a/6JMHxTWyycNWYPXKcFtRYwv/?format=pdf&lang=pt>

DUARTE JÚNIOR, Dimas. JABORANDY, Clara. ALBUQUERQUE FILHO, Belmiro. **Reflexões sobre a teoria do reconhecimento de Axel Honneth na construção dos direitos humanos**. 2022. 18 folhas. Artigo publicado na Revista Confluências da Universidade Federal Fluminense – UFF, capital, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/55041/32639>

FARBER, Shirley Nigri. Brazil: Plastic Surgery, Covid-19 and Self-Esteem. ReVista: Brazil, Plastic Surgery, Covid-19 and Self-Esteem, ReVista (revista.drclas.harvard.edu), 19 out. 2021. Disponível em: ReVista. Acesso em: 19 de setembro de 2024.

GRANDCHAMP, Leonardo. **Pedidos de empréstimo para estética aumentaram quase 100%**. Jornal Contábil. 13 de junho de 2022. Disponível em <https://www.jornalcontabil.com.br/noticia/58992/pedidos-de-emprestimo-para-estetica-aumentaram-quase-100>. Acesso em: 21 de abril de 2024.

HONNETH, A. **Luta por Reconhecimento. A Gramática Moral dos Conflitos Sociais**. São Paulo: Ed.34, 2003.

HONNETH, AXEL. **Teoria do reconhecimento: Uma abordagem sobre a formação dos conflitos sociais**, por José Claudio de Sousa Da Silva (Autor), José Aldo Camurça de Araújo Neto (Autor). 2021.

HAAG, Carlos. **The economics of appearances: Plastic surgery reinforces the ideal of the body as social capital**. Revista Pesquisa FAPESP, n. 187, set. 2011. Disponível em: Revista Pesquisa FAPESP. Acesso em: 21 de abril. 2024.

LOPES, J. **As cirurgias estéticas na sociedade de consumo: análise psicossocial das metamorfoses do corpo**. Tese (Mestrado em Psicologia) – Faculdade de Psicologia, Universidade Federal do Ceará - UFC. Fortaleza. 2008. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/2327/1/2008_dis_JPLopes.PDF

REVEALED: **Countries with the highest rates of plastic surgeries per capita, 2024**. CEOWORLD magazine, 2 fev. 2024. Disponível em: CEOWORLD magazine. Acesso em: 19 de outubro de 2024.

TROVO, Maria Caroline. **Teoria crítica e luta por reconhecimento: Axel Honneth em pauta**. 2012. 18 folhas. Artigo publicado no Caderno De Campo: Revista de Ciências Sociais – UNESP. São Paulo. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/cadernos/article/view/5255/4264>

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.