



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

GABRIELLA CARDOSO DOURADO DE SOUZA

***Meninas Malvadas: uma análise do sujeito social com o consumo e padrões
estéticos***

Recife

2025

GABRIELLA CARDOSO DOURADO DE SOUZA

Meninas Malvadas: uma análise do sujeito social com o consumo e padrões estéticos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de publicitário.

Orientador (a): Rogerio Luiz Covaleski

Recife

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

de Souza, Gabriella Cardoso Dourado.

Meninas Malvadas: uma análise do sujeito social com o consumo e padrões
estéticos / Gabriella Cardoso Dourado de Souza. - Recife, 2025.

62 p. : il., tab.

Orientador(a): Rogério Luiz Covaleski

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Publicidade e Propaganda -
Bacharelado, 2025.

Inclui referências.

1. Meninas Malvadas. 2. Feminismo. 3. Consumo. 4. Padrões de beleza. 5.
Sátira. 6. Mídia. I. Covaleski, Rogério Luiz. (Orientação). II. Título.

360 CDD (22.ed.)

GABRIELLA CARDOSO DOURADO DE SOUZA

Meninas Malvadas: uma análise do sujeito social com o consumo e padrões estéticos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à graduação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Aprovado em: 07/08/2025

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dr. Rogerio Luiz Covaleski (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. André Vouga (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Doutoranda Anna Karollina Oliveira Silva (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

DEDICATÓRIA

Em primeiro lugar, gostaria de dedicar a quem me ensinou a andar.

Mãe, hoje corro com as minhas próprias pernas em direção ao futuro. Um futuro que você sempre se esforçou para que eu conquistasse. Você me ensinou a não seguir alguns de seus passos, mas eu quis ter a mesma força que você quando pisava nas estradas dos seus recomeços.

Ao Gabriel, por ter sido meu professor mais paciente. Obrigada por confiar na minha caminhada, nas minhas próprias decisões. Irmãos compartilham de um mesmo pedaço de alma. Espero que a gente se reencontre e divida essa conexão em todas as outras vidas.

Vovô e vovó, por terem me dado tempo, respiro e amor.

Gab, Vini e Thatá, eu dava carona, mas vocês me deram o gás necessário para eu conhecer uma versão mais feliz de mim. Obrigada por terem sido sorriso, companhia, afeto e distração na rotina.

Vinícius, você chegou tão de fininho, na reta final da minha vida acadêmica, e ainda conseguiu ser inspiração. Obrigada por ser calma, pela compreensão dos meus processos e momentos de vida. Para o que der e vier contigo.

Por último, mas não menos importante: para Gabizinha. Por muito tempo, lutamos pela vida, que nos ensinou sem muito carinho. Hoje eu venci pela minha versão criança, pelo meu passado e futuro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Rogério Covalski. Seu engajamento com o tema do meu trabalho, desde o princípio, fez com que eu valorizasse ainda mais os caminhos possíveis, e visse a real dimensão do que eu estava construindo.

RESUMO

Este trabalho¹ analisa o filme *Meninas Malvadas* (2004) sob uma perspectiva crítica, interdisciplinar e sociocultural, abordando temáticas como consumo, padrões de beleza, representações do feminismo e cultura pop. Investigou-se de que forma a obra reflete, reforça e molda comportamentos sociais ainda presentes, mesmo após duas décadas de seu lançamento. Além disso, demonstra-se como o consumo opera como prática simbólica de pertencimento e poder, e como os padrões de beleza são condicionados por pressões sociais e econômicas que impactam diretamente a autoestima e a saúde mental das mulheres. A análise revela, ainda, como a obra atua tanto como produto de entretenimento quanto como ferramenta formativa, oferecendo representações que dialogam com experiências cotidianas do público feminino. A permanência de *Meninas Malvadas* no imaginário coletivo é evidenciada por sua constante circulação nas mídias digitais, na moda, na publicidade e em novos produtos culturais, sendo ainda de valor na atualidade da narrativa e na complexidade dos temas abordados.

Palavras-chave: Meninas Malvadas; feminismo; consumo; padrões de beleza; sátira, mídia.

¹Foi utilizado, eventualmente, auxílio de IA (Chap GPT) na revisão do texto, com o prompt: “Neste trecho, faça correções gramaticais e de concordância”.

ABSTRACT

This paper analyzes the film *Mean Girls* (2004) from a critical, interdisciplinary, and sociocultural perspective, addressing themes such as consumption, beauty standards, representations of feminism, and pop culture. It investigates how the film reflects, reinforces, and shapes social behaviors that remain relevant even two decades after its release. Furthermore, it demonstrates how consumption operates as a symbolic practice of belonging and power, and how beauty standards are conditioned by social and economic pressures that directly impact women's self-esteem and mental health. The analysis also reveals how the film functions both as a source of entertainment and as an educational tool, offering representations that resonate with the everyday experiences of the female audience. The continued presence of *Mean Girls* in the collective imagination is evidenced by its constant circulation on digital media, fashion, advertising, and new cultural products, highlighting the enduring relevance of its narrative and the complexity of the issues it raises.

Keywords: *Mean Girls*; feminism; consumption; beauty standards; satire; media.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	METODOLOGIA	14
3	“VOCÊ NÃO PODE SENTAR CONOSCO”: O CONSUMO COMO MARCADOR DE PERTENCIMENTO	15
3.1	Sujeito social e a busca por identidade	16
3.2	Consumo como prática simbólica e de exclusão	21
3.3	Estilo em Meninas Malvadas	25
4	“ELA NEM É TÃO BONITA ASSIM”: PADRÕES DE BELEZA E SEUS ASPECTOS	28
4.1	A construção social da beleza e a performatividade feminina	29
4.2	A mercantilização da beleza e a saúde mental das mulheres	32
4.3	Estética, feminismo e rivalidade feminina	37
5	“ISSO É TÃO BARRO”: A ATUALIDADE PERSISTENTE DA SÁTIRA MENINAS MALVADAS	42
5.1	<i>Queen Bees</i> e a glorificação da crueldade feminina na cultura pop	43
5.2	Sátira e cultura pop como formas de crítica social	48
5.3	O impacto cultural de Meninas Malvadas 21 anos depois	50
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS	57

1 Introdução

O filme *Meninas Malvadas*² (2004), dirigido por Mark Waters e roteirizado por Tina Fey, consolidou-se como um marco da cultura pop dos anos 2000, alcançando expressivo sucesso de bilheteria. Nos Estados Unidos, liderou as salas de cinema e arrecadou 130,1 milhões de dólares, segundo dados da Exhibitor Relations. A obra segue sendo amplamente referenciada, aparecendo em campanhas publicitárias, videoclipes, memes e, mais recentemente, ganhou um remake em formato musical: *Meninas Malvadas: O Musical* (2024), dirigido por Samantha Jayne e Arturo Perez Jr., que ultrapassou US\$ 100 milhões mundialmente, conforme o The Guardian. Esses números evidenciam que o enredo e suas temáticas continuam reverberando culturalmente, mesmo duas décadas após o lançamento original.

Apesar de seu tom satírico, *Meninas Malvadas* aborda questões significativas do universo feminino, como rivalidade, identidade, padrões estéticos, cultura do consumo, hierarquia e poder simbólico. Nesse sentido, torna-se relevante investigar como a narrativa retrata o consumo como uma prática de pertencimento. Don Slater (2002) defende que o consumo desempenha papel fundamental na construção da identidade social e pessoal. Para o autor, consumir não se resume à aquisição de bens ou serviços, mas envolve os símbolos e significados que esses produtos carregam. No filme, essa dinâmica se evidencia na divisão dos grupos estudantis, organizados conforme os objetos e estilos que consomem — tecnologia, arte, moda —, o que leva à formação de categorias como os “nerds”, os “estranhos” e as “Plásticas”. Este último grupo, formado por garotas populares lideradas por Regina George, estabelece regras de vestimenta, comportamento e aparência que funcionam como marcadores de status e identidade. Aqueles que não se adequam são marginalizados ou ridicularizados, gerando a necessidade de adesão como forma de aceitação.

Naomi Wolf (1991), em *O mito da beleza*, analisa como os rígidos padrões estéticos impostos às mulheres funcionam como mecanismos de controle, atribuindo valor social com base na aparência. Essa lógica está presente na obra cinematográfica, especialmente na constante competição estética entre as personagens: quem é mais magra, quem tem o cabelo mais bonito, quem veste as

²Ao longo desta monografia, quando for feita referência a *Meninas Malvadas*, estará sendo considerado o filme lançado em 2004, dirigido por Mark Waters, com roteiro de Tina Fey. Esta obra constitui o principal objeto de análise deste estudo.

marcas mais caras. A beleza, nesse contexto, opera como moeda simbólica nas relações sociais, estruturando dinâmicas de poder, pertencimento e exclusão, ao mesmo tempo em que fomenta transtornos psicológicos. Angela McRobbie (2009) e Rachel Moreno (2008) também refletem sobre como a cultura midiática se apropria de discursos feministas para promover ideais de empoderamento que, na prática, reforçam o consumo e padrões estéticos inatingíveis — outra camada crítica observável na narrativa de *Meninas Malvadas*.

A escolha do tema surgiu do interesse em analisar a cultura do consumo e os padrões estéticos na sociedade contemporânea, especialmente sob a ótica feminina. Diversos filmes dos anos 2000 abordam o consumo e suas implicações, como *Os delírios de consumo de Becky Bloom* (2009) e *O diabo veste Prada* (2006). No entanto, *Meninas Malvadas* se destaca por seu caráter satírico, combinando humor e crítica social, particularmente no modo como o consumo e a aparência moldam as relações entre mulheres.

Como parte do procedimento metodológico desta pesquisa, realizou-se um levantamento exploratório de produções acadêmicas brasileiras que analisam o filme *Meninas Malvadas* como objeto de estudo. O recorte contemplou trabalhos de conclusão de curso, dissertações e artigos publicados em periódicos científicos, com o objetivo de mapear abordagens anteriores e verificar em que medida este estudo dialoga ou se diferencia das contribuições existentes. Observou-se que, embora o tema tenha sido explorado em diferentes perspectivas — como consumo, gênero e relações de poder no ambiente escolar —, há uma lacuna teórica no que se refere a uma articulação mais aprofundada entre cultura do consumo e padrões estéticos.

O Quadro 1 apresenta uma síntese dos estudos identificados, evidenciando tanto o interesse acadêmico recorrente pela obra quanto a lacuna que este trabalho se propõe a preencher ao propor uma análise integrada.

Quadro 1 – Trabalhos acadêmicos que analisam o filme *Meninas Malvadas*

Influência dos pares nas práticas de consumo: análise do grupo de referência no filme <i>Meninas Malvadas</i>	Artigo de Revista Acadêmica (Revista Consumer Behavior Review) (2020)	Larissa Pereira Alexandria de Moura e Fábio Francisco de Araujo
Performances de gênero	Artigo de Congresso	Paula Caroline de Moraes

e sexualidade na escola: análise do filme meninas malvadas	(2022)	Pacheco
O Olhar Masculino No Filme Meninas Malvadas	Artigo de Congresso (2018)	Bárbara Torisu e Karina Gomes Barbosa
Meninas Malvadas: A Caracterização do Bullying e a Preocupação com a Autoimagem em Garotas Adolescentes em Contexto Escolar	Artigo de Revista Acadêmica (Revista de Pesquisa e Prática em Psicologia UFSC) (2021)	Ana Luísa Rossito de Carvalho, Juliana da Cunha dos Santos, Lucas Lisboa da Silva, e Mateus Siqueira Duarte
Meninas Malvadas é tão barro	Trabalho Acadêmico / Monografia (2024)	João Victor Dantas Leone Rio

Elaborado pela autora (2025), com base em levantamento bibliográfico.

A pertinência do tema também se manifesta em fenômenos atuais, nos quais o consumo continua a operar como marcador de status e pertencimento. Exemplos como a aquisição de itens de luxo por jovens ou o uso de medicamentos caros para emagrecimento revelam como o consumo e os padrões estéticos seguem exercendo influência sobre a construção das identidades femininas. Essas questões serão aprofundadas ao longo do desenvolvimento do trabalho.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o comportamento de consumo como marcador de pertencimento social, bem como compreender de que forma os padrões estéticos operam como instrumentos de dominação simbólica, com ênfase no público feminino. Para alcançar esse propósito, propõe-se identificar as principais representações da cultura do consumo e dos padrões estéticos no filme analisado; examinar os efeitos dessas representações sobre o imaginário feminino; e investigar como essas dinâmicas funcionam como mecanismos de inclusão, exclusão e reprodução de desigualdades simbólicas.

Este trabalho está organizado em cinco capítulos. O Capítulo 1 trata da introdução. Capítulo 2 trata da metodologia. O 3 discute o consumo como marcador de pertencimento. O Capítulo 4 examina os padrões de beleza e seus impactos nas relações e na saúde mental das mulheres. O Capítulo 5 analisa a atualidade persistente da sátira *Meninas Malvadas*. Por fim, o Capítulo 6 apresenta as conclusões e reflexões finais.

Dessa forma, o presente estudo visa contribuir para uma compreensão crítica das relações entre consumo, padrões estéticos e pertencimento social, refletindo sobre como esses elementos são representados na obra *Meninas Malvadas* e como reverberam na cultura contemporânea.

2 Metodologia

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, com base em ampla revisão bibliográfica, e adota uma abordagem interdisciplinar, que articula fundamentos da comunicação, sociologia, psicologia, estudos culturais e teoria feminista. A metodologia utilizada contempla a articulação entre teoria e narrativa fílmica, considerando a obra como um objeto cultural capaz de refletir, reforçar e questionar normas sociais. Para tanto, a análise se apoia em autores que discutem criticamente a cultura do consumo e suas implicações simbólicas e sociais, como Clotilde Perez, Stuart Hall, Colin Campbell, Gisela Taschner, Don Slater e Zygmunt Bauman. Também são fundamentais as contribuições de Naomi Wolf, Susan Bordo, Rachel Moreno, Rosalind Wiseman e Angela McRobbie, autoras feministas, que falam sobre a pauta e também tratam dos padrões de beleza enquanto forma de controle e opressão sobre os corpos e comportamentos das mulheres.

A análise do filme foi realizada a partir de uma leitura interpretativa, com base em categorias temáticas que se fazem presentes na narrativa, como consumo, performatividade feminina, rivalidade, bullying e pertencimento social. Foram observadas cenas, diálogos, construções visuais e relações entre personagens que evidenciam esses pontos, logo, buscou-se compreender como esses elementos são mobilizados para construir sentidos sociais na obra.

Além da bibliografia acadêmica, também foram utilizadas fontes contemporâneas de natureza científica e midiática, incluindo artigos, livros, sites especializados, redes sociais e blogs, com o intuito de ampliar o diálogo entre o objeto de estudo e os discursos socioculturais atuais, tendo em vista o lançamento do filme ter sido 21 anos atrás. Esse cruzamento de fontes permite contextualizar a persistência da relevância de *Meninas Malvadas* no imaginário coletivo, bem como sua circulação e resignificação nas mídias digitais.

Por meio dessa metodologia, busca-se compreender não apenas o conteúdo do filme, mas os sentidos que ele mobiliza enquanto produto da cultura pop, enfatizando seu papel formativo na constituição de subjetividades e de práticas sociais relacionadas ao consumo e aos padrões de beleza.

3 “Você não pode sentar conosco”: o consumo como marcador de pertencimento

O consumo muitas vezes é visto de uma perspectiva individualista e autocentrada, no entanto, com o desenvolvimento das sociedades e a necessidade de integração, ele virou um definidor que vai além do próprio indivíduo, mas de como ele se vê e se encaixa em determinado grupo social e cultural. Desta forma, Don Slater (2002, p. 32) afirma:

A noção de “cultura do consumo” implica que, no mundo moderno, as práticas sociais e os valores culturais, ideias, aspirações e identidades básicos são definidos e orientados em relação ao consumo, e não a outras dimensões sociais como trabalho ou cidadania, cosmologia religiosa ou desempenho militar.

Sendo assim, o consumo moderno não se reduz a um simples ato econômico, mas configura-se como uma prática permeada por significados culturais. Para Colin Campbell (2007), ele representa uma forma de as pessoas se relacionarem com o mundo ao seu redor e com os outros, sendo moldado por normas sociais e culturais. Como destaca o autor, “[...] o consumo pode propiciar a significância e a identidade que os seres humanos modernos tanto desejam [...] é em grande parte através dessa atividade que os indivíduos podem descobrir quem são, e conseguir combater seu senso de insegurança ontológica” (Campbell, 2007, p. 60).

Em *Meninas Malvadas*, a ideia de consumo como marcador de pertencimento é representada por todos os alunos da escola, que são visivelmente divididos em grupos sociais — como os nerds, os atletas e os populares — de acordo com traços de personalidade estritamente relacionados ao que consomem, seja estilo de vida, cores, tipos de roupas, entre outros. Essa dinâmica se evidencia de forma mais rigorosa entre as “Plásticas”, grupo liderado por Regina George e composto também por Gretchen Wieners e Karen Smith. Consideradas as garotas mais populares da escola, elas estabelecem códigos rígidos que envolvem vestuário, maquiagem, aparência física e até mesmo formas de comportamento (Figura 1).

O pertencimento, nesse contexto, passa a depender da adesão a esses códigos, sendo o consumo um critério central para delimitar quem “pode” ou “não pode” sentar e conviver com elas. Ainda mais significativo, porém, é perceber como

essas regras não se restringem ao universo das Plásticas, mas se expandem e impõem uma lógica de distinção que contamina toda a escola, reforçando hierarquias sociais.

Figura 1 – Cena “Você não pode sentar conosco” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Em um momento mais avançado da narrativa, como é visto acima, Regina é repreendida por transgredir as regras de identidade do grupo ao utilizar calça de algodão em um dia considerado inadequado, o que evidencia como o consumo se estabelece como critério de pertencimento naquele contexto social.

3.1 Sujeito social e a busca por identidade

Diversos autores da psicologia social e da sociologia já apontaram que o ser humano é, em essência, um ser social. Desde os tempos mais remotos, a convivência em grupo representava não apenas uma estratégia de sobrevivência, mas também um elemento fundamental para a constituição da identidade. Para Émile Durkheim (1996), o ser humano é fundamentalmente social, sendo a vida em grupo e a integração aos coletivos elementos indispensáveis à construção do sujeito. Complementando essa perspectiva, Norbert Elias (1994) acredita que o

indivíduo é inseparável da sociedade, não se formando isoladamente, mas por meio de longos e contínuos processos de socialização.

O sujeito, portanto, não nasce pertencente a um grupo social nem com uma identidade previamente definida; ele torna-se, em um processo contínuo que envolve a busca por reconhecimento, validação e pertencimento. Como observa Rachel Moreno (2008, p. 54), “a criança nasce num mundo em que percebe a presença de outros seres, já com códigos e valores estabelecidos, e a necessidade de ser aceita para sobreviver”. Desde os primeiros anos de vida, a socialização impõe ao indivíduo a adaptação a normas simbólicas que regulam sua inserção nos coletivos. A partir desse cenário, o consumo passa a desempenhar um papel central na construção da identidade, operando como uma linguagem de aproximação ou exclusão. Para alcançar aceitação, torna-se necessário adotar comportamentos, consumir práticas e modos de estar no mundo que sejam reconhecidos e validados por determinado grupo, seja por vontade própria ou como resposta à pressão social.

Essa perspectiva é compartilhada por Larissa Pereira de Moura (2020), ao analisar o filme em questão no seu artigo supracitado “Influência dos pares nas práticas de consumo: análise do grupo de referência no Filme *Meninas Malvadas*”. A autora destaca que “os grupos de referência influenciam fortemente não somente nas práticas de consumo dos indivíduos, mas, também, na conduta, nos pensamentos e padrões de comportamento” (Moura, 2020, p. 15), reforçando a ideia de que o pertencimento a um grupo está intimamente ligado à incorporação de códigos sociais previamente legitimados. De forma convergente, Zygmunt Bauman (2001) afirma que, na modernidade líquida, os indivíduos já não “nascem” com identidades fixas, sendo obrigados a construí-las de forma contínua e adaptável.

Na obra *Meninas Malvadas*, essa dinâmica torna-se evidente quando Cady Heron, personagem principal e recém-chegada à escola, tenta se encaixar no grupo das Plásticas. Para isso, passa a agir como uma delas, modificando aspectos de sua aparência, comportamento e linguagem. A personagem altera sua maquiagem, forma de se vestir, de falar, bem como adota acessórios e condutas que contrastam com sua personalidade original. Clotilde Perez (2020, p. 21) discute esse panorama da relação direta do consumo/moda como hábito e associado diretamente com a identidade e suas formações ao afirmar:

A moda se expande rapidamente não apenas no seu sentido de cultura material, mas principalmente como um hábito mental e um padrão de comportamento inteiramente novo. Moda como modo de ser e agir, associando-se de forma inaugural a identidade.

Logo, ainda que, a princípio, o objetivo de Cady fosse apenas se infiltrar no grupo para desestabilizar Regina George, líder das Plásticas, esse plano se transforma em um desejo real de pertencimento (Figura 2). Conforme pode ser observado na cena abaixo, Cady e sua amiga Janis entram em conflito, uma vez que os comportamentos da personagem principal passam a refletir os valores das Plásticas — atitudes marcadas pelo individualismo e superficialidade. Janis, ao acusá-la de não estar mais fingindo, afirma que Cady realmente se tornou uma delas. Tal transformação ocorre de forma consciente e orientada por um objetivo específico: ser vista e aceita pelas integrantes do grupo. Assim, a protagonista acaba assumindo uma nova identidade, moldada pela convivência com as demais, tornando-se quase uma cópia de Regina.

Figura 2 – Cena “Você não está mais fingindo” do filme *Meninas Malvadas* (2004)]



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Dessa forma, o consumo ultrapassa sua dimensão econômica e passa a funcionar como uma forma de comunicação social. Por meio dele, o sujeito expressa quem é, onde está inserido e a qual grupo deseja pertencer. Assim, consumir torna-se uma maneira de “ser visto” e “ser aceito”. Com o passar do tempo, no

entanto, as relações sociais tornam-se cada vez mais instáveis e efêmeras. Para pertencer a um grupo, é necessário adaptar-se sempre a novas regras sociais, comportamentos e práticas.

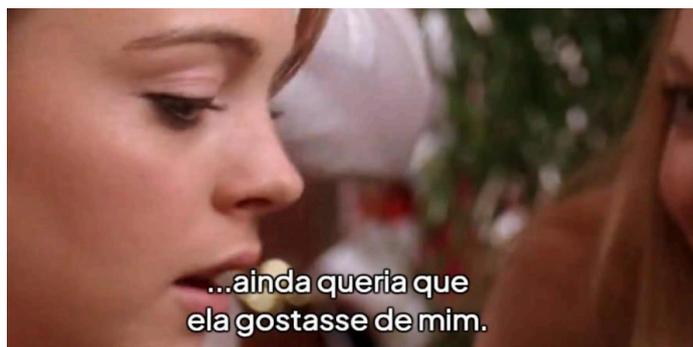
A identidade, nesse cenário, assume um caráter transitório e constantemente reformulado. Bauman (2001) defende que, na era pós-moderna, o indivíduo está em permanente busca por definições diante do outro; porém, essas definições não são estáveis e exigem atualização constante. Diante dessa fluidez, o sujeito é pressionado a manter-se visível e, ainda que periodicamente, reafirmar seu pertencimento por meio de práticas igualmente mutáveis.

Nesse processo, o indivíduo, movido pela ansiedade de pertencimento e de consolidação da identidade, é treinado a ocupar parte significativa de seu tempo, energia e emoções com estímulos imediatos, como bens materiais, estilos de vida e formas de entretenimento. Tudo isso é consumido e descartado com a mesma rapidez com que é adquirido. Por conseguinte, as identidades tornam-se paradoxalmente vazias e incompletas. O mesmo autor sustenta que o indivíduo que busca desesperadamente preencher-se por meio do consumo e da inserção em grupos sociais dificilmente encontra satisfação genuína, isso porque o preenchimento desse vazio, mediado por experiências efêmeras e relações utilitárias, acentua a sensação de solidão.

Os grupos sociais, que idealmente deveriam representar um fim em si mesmos — isto é, espaços de convivência e construção conjunta —, passam a funcionar como meios para alcançar constantemente o pertencimento. Com isso, o sentimento de conexão dá lugar à desconexão, e a busca por aceitação pode acabar reforçando sentimentos de solidão.

Essa dinâmica é evidenciada no filme *Meninas Malvadas*, especialmente na relação entre Regina George e as demais integrantes das Plásticas. Ainda que Regina exerça um comportamento autoritário, agressivo e muitas vezes humilhante, as outras garotas preferem permanecer no grupo a abandoná-lo. A própria Cady, mesmo nutrindo sentimentos negativos em relação a Regina, demonstra a necessidade de sua aprovação (Figura 3).

Figura 3 – Cena “Andar com Regina” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Na cena em questão, Cady revela pensamentos contraditórios: apesar de odiar Regina, ainda desejava sua aprovação. O conflito evidencia a pressão por aceitação e pertencimento, refletindo como o olhar da líder do grupo molda a identidade e o valor social das integrantes. Ao observar a relação de Regina com Gretchen Wieners, ela narra esse vínculo disfuncional, ainda sem perceber completamente que também está inserida nele:

O mesmo com a Gretchen. Quanto pior Regina fosse com ela, mas ela queria conquistá-la de volta. Ela sabia que era melhor ser uma Plástica que odiasse a vida do que não ser. Porque estar com as Plásticas é como ser famosa. Olham para você o tempo todo e todos sabem coisas sobre você.
(Cady in MM, 2004, 43min13s).

O pertencimento é priorizado, mesmo que às custas do bem-estar emocional. Em comparação, Cady mantinha uma boa relação com Janis Ian e Damian Leigh — seus amigos inicialmente excluídos, respectivamente gótica e gay —, no entanto, a fama adquirida ao integrar o grupo liderado por Regina George fez com que ela privilegiasse amizades tóxicas. Essa escolha evidencia que a visibilidade social alcançada ao pertencer a um grupo social de destaque se sobrepõe à autenticidade das relações.

As Plásticas, em vez de constituírem um coletivo baseado em afeto, representam um ambiente competitivo, no qual a permanência exige constante vigilância, ansiedade, cumprimento das regras e até mesmo renúncias pessoais.

3.2 Consumo como prática simbólica e de exclusão

O consumo, que já não possui apenas um caráter utilitário, está imerso em uma lógica simbólica que comunica identidades, estabelece relações e traça fronteiras sociais. A cultura do consumo impõe divisões entre “os que têm” e “os que não têm”, operando como um mecanismo de inclusão e exclusão social. Um indivíduo que utiliza uma peça de roupa de marca de luxo, por exemplo, comunica uma mensagem de pertencimento a um grupo de elite, uma vez que apenas um grupo restrito tem acesso àquele produto. Slater (2002) argumenta que os bens de consumo assumem funções simbólicas que expressam valores sociais, identidades e vínculos de pertencimento, permitindo que o consumo funcione como um sistema de distinção e organização da ordem social.

Sob essa perspectiva, evidencia-se a existência de uma hierarquia social, na qual os que “não têm” são excluídos. Ambigualmente, o consumo funciona, ao mesmo tempo, como ferramenta de pertencimento (para os que compartilham o mesmo padrão) e de exclusão (para os que não têm acesso a esses códigos). Slater (2002) destaca que o consumo não apenas expressa gostos individuais, mas serve para marcar diferenças entre grupos sociais e indivíduos, através da apropriação e exibição de certos estilos, objetos e comportamentos.

Ao escolher o que consumir — ou ao ser impedido de fazê-lo —, o sujeito reforça ou é excluído de determinadas redes de pertencimento social, evidenciando o papel organizador e classificatório do consumo na sociedade contemporânea. De forma complementar, Moreno (2008) aponta que o consumo é profundamente desigual e excludente, logo, se você não consome, ou consome pouco, é considerado “nada” socialmente. Essa lógica de diferenciação se estende à moda, como observa Gilles Lipovetsky (2009, p. 34), ao destacar que os indivíduos são classificados socialmente por meio de pequenos detalhes de estilo: “Torrentes de ‘pequenos nadas’ e pequenas diferenças que fazem toda a moda, que desclassificam ou classificam imediatamente a pessoa que os adota ou que deles se mantém afastada”.

Em *Meninas Malvadas*, isto é evidente nas Plásticas, que reafirmam sua posição social ao consumir roupas e acessórios caros. Logo no início do filme, ao descreverem Regina George, não se destacam traços de sua personalidade, mas os bens que possui: “Ela tem duas bolsas Fendi e um Lexus prateado” e “Soube que o

cabelo dela é segurado em 10.000 dólares”. Tais falas reforçam a noção de que Regina é, sobretudo, definida pelo que consome. Thorstein Veblen (1889) trata dessa prática ao discutir o conceito de consumo conspícuo — isto é, o consumo de bens visíveis e caros, não por necessidade, mas para exibir riqueza e status: “O consumo de luxo é utilizado como instrumento de diferenciação e exclusão social, estabelecendo uma linha entre os que ‘podem’ e os que ‘não podem’” (Veblen, 1889, p.27).

De maneira ainda mais explícita, as Plásticas impõem códigos como estratégia de distinção social, estipulando, por exemplo, o uso da cor rosa às quartas-feiras, diferenciando-se, assim, do restante do colégio. Elas conseguem, ainda, influenciar diretamente o comportamento das demais estudantes. Isso é evidenciado em uma cena emblemática do filme, na qual Regina George, após ter sua camisa sabotada por Janis Ian, continua a usá-la normalmente. No dia seguinte, diversas alunas reproduzem a mesma estética (Figura 4).

Figura 4 – Cena “Camisa sabotada” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

A cena acima revela o desejo coletivo de se parecer com Regina e conquistar sua validação, por meio da adesão voluntária (e desesperada) aos padrões estabelecidos pelo grupo social dominante — ainda que esse padrão não possua, naquele momento, qualquer valor estético.

Esse comportamento pode ser interpretado com a ajuda da teoria de Georg Simmel (2008), segundo a qual a moda atende a dois impulsos opostos: o da

imitação social e o da diferenciação. Enquanto a imitação oferece segurança e pertencimento, a diferenciação permite destaque e distinção. Assim, as estudantes do colégio se encaixam no impulso da imitação, enquanto Regina George representa a diferenciação. Esse mecanismo, segundo Simmel (2008), impulsiona a mudança constante do que deve ser consumido, sendo lançados por uma camada social mais alta e abandonadas no momento em que as inferiores começam a se apropriar delas.

Com a constante renovação dos objetos desejados, a “roda do consumo” nunca para de girar, sempre há algo novo a ser adquirido. Esse ciclo de busca por novidade é alimentado pela ideia de que o consumo é essencial à felicidade, sendo percebido como uma forma de preenchimento emocional. Campbell (2007, p. 134) analisa esse aspecto ao afirmar que “vivemos numa cultura em que a realidade é equiparada à intensidade da experiência e, conseqüentemente, atribuída tanto à fonte de estímulo quanto àquele aspecto de nossa existência que reage a ele”. Para ele, o consumo moderno está atrelado à busca de emoções intensas e a um ciclo contínuo de desejo, insatisfação e reinício — o que, inevitavelmente, produz frustração diante de um ideal de felicidade inalcançável. Como ele conclui (2007, p. 131):

Contudo, é impossível que o mesmo estímulo — quer dizer, os mesmos produtos e serviços — produza em nós a mesma intensidade de reação da primeira vez, quando nos expomos a eles uma segunda ou terceira vez. [...] Por isso é constante a nossa necessidade de novos estímulos.

As indústrias de consumo, cientes desse padrão, não apenas respondem aos desejos dos consumidores, mas também os induzem. Por meio da publicidade e de estratégias de marketing, constroem uma verdadeira cultura do desejo, em que consumir determinados produtos passa a ser condição para sentir-se realizado ou aceito socialmente. Perez (2022, p. 167) ressalta essa dinâmica ao afirmar que:

A publicidade é uma expressão sociocultural poderosa, usada de forma cada vez mais intensa para criar significados simbólicos num ambiente no qual os produtos apresentam cada vez menos diferenciação tangível entre si [...].

Esse aspecto pode ser observado tanto dentro da sátira, com as alunas comprando roupas de forma compulsiva para copiar as Plásticas — “Eu vi a Cady Heron usando calças camufladas e chinelos de dedo, então eu comprei calças camufladas e chinelos de dedo” —, quanto fora dela, na realidade contemporânea. Um exemplo são os “Labubus” (Figura 5), chaveiros de pelúcia colecionáveis criados por Kasing Lung e produzidos pela Pop Mart, que chegam a custar até cinco mil reais e são considerados artigos de luxo.

Segundo o próprio designer, essas figuras representam um lado oculto do “eu” dos jovens e funcionam como forma de autoexpressão. A Revista Vogue (2024) os descreve como “companheiros de luxo” e “moedas sociais”, já que seu uso está associado à ostentação de status e à tentativa de inserção em grupos socialmente valorizados. Slater (2002) evidencia esse pensamento de que o sentimento de precisar é construído ao afirmar que “O consumo não é apenas uma resposta às necessidades, mas uma atividade cultural em que os significados são produzidos e negociados”.

Figura 5 – Chaveiro Labubu (reprodução do Instagram via G1)



Fonte: INSTAGRAM (2025 apud G1)

Partindo do pensamento de Slater (2002), claramente não há uma necessidade concreta na compra de chaveiros de luxo. No entanto, a cultura do consumo transforma esses itens em desejos legítimos para quem pode acessá-los — reforçando, mais uma vez, a lógica da distinção.

3.3 Estilo em *Meninas Malvadas*

Como já abordado anteriormente, o consumo e a moda operam como moedas simbólicas de pertencimento e distinção social, mas também, de maneira significativa, como instrumentos de controle. Em *Meninas Malvadas*, o grupo das Plásticas, por meio de seus códigos estéticos — roupas e acessórios, principalmente — não apenas influencia, mas define o que deve ser considerado o “gosto ideal”. O estilo, nesse contexto, atua como uma forma de dominação simbólica, na medida em que o grupo dominante impõe limites à manifestação dos gostos alheios. Diversas cenas do filme evidenciam como a estética é regulada pelas líderes do grupo, sobretudo por Regina George, afetando não apenas a maneira como as jovens se vestem, mas também como se posicionam em relação a si mesmas e às outras. Angela McRobbie (2009) observa que o “complexo moda-beleza” atua como mecanismo de poder que impõe padrões altamente estilizados, funcionando com atenção obsessiva aos mínimos detalhes da aparência. Complementarmente, Pierre Bourdieu (1983, p. 27) afirma que “os gostos [...] afirmam-se de maneira totalmente negativa, pela recusa oposta a outros gostos”, ou seja, o gosto se constitui como instrumento de exclusão e legitimação social, sendo a desqualificação do gosto do outro uma maneira de afirmar superioridade.

Uma das cenas em que esse comportamento se torna mais evidente ocorre quando Regina elogia a saia de uma colega — perguntando inclusive onde ela a comprou —, mas, posteriormente, sozinha com Cady, afirma que se trata da saia mais feia que já viu (Figura 6).

Figura 6 – Cena “Essa é a saia mais feia” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun.

Além disso, Cady recorda uma situação semelhante envolvendo seu bracelete, ao ouvir de Regina: “Puxa! Adorei seu bracelete, onde arranjou?”, o que a faz concluir que a líder provavelmente também havia depreciado seu acessório em outro momento. Esse comportamento pode ser interpretado como uma estratégia de manipulação simbólica: ao validar peças que considera deselegantes, Regina induz outras alunas a adotá-las, reafirmando assim sua posição como parâmetro estético e preservando sua superioridade hierárquica.

Essa dominação estética não se restringe às estudantes externas ao grupo: dentro das próprias Plásticas, Regina exerce controle rígido sobre a aparência das integrantes. Em um desabafo, Gretchen confessa a Cady que não pode usar brincos de argola porque Regina havia determinado que “só ela podia usar brincos de argola”. A repressão ao estilo pessoal das demais integrantes reforça a ideia de que o pertencimento ao grupo depende da adesão irrestrita às normas de estilo impostas pela líder.

No artigo “Meninas Malvadas: a caracterização do bullying e a preocupação com a autoimagem em garotas adolescentes em contexto escolar” — citado no Quadro 1 —, os autores Ana Luísa de Carvalho, Juliana dos Santos, Lucas da Silva e Mateus Duarte (2021) analisam essa relação de dominação de Regina com Gretchen e apontam que “suas vestimentas se assemelham sempre à de Regina, assim como as de Karen, que também é membro do grupo”, além de destacarem que “Regina também desencadeia um sentimento de constrangimento nas demais [...] colocando as demais em posição de inferioridade em relação a ela” (Carvalho *et al.*, 2021, p. 59; p. 60). O estilo, portanto, é imposto, e as demais integrantes não têm autonomia de escolha — desobedecer os códigos de Regina significa desafiá-la e, assim, comprometer o pertencimento ao grupo.

Outro aspecto relevante a ser destacado é a hipersexualização por meio das vestimentas, o que revela a naturalização de uma feminilidade moldada pelo desejo masculino. Ao longo do filme, as protagonistas aparecem frequentemente com roupas curtas, justas e decotadas, como na apresentação de Jingle Bell Rock, em que usam fantasias de “mamães-noéis sexys”.

Entretanto, a cena mais representativa dessa lógica ocorre durante a festa de Halloween. Na sequência, as personagens comparecem à festa de Aaron Samuels, ex-namorado de Regina. Enquanto Cady é ridicularizada por sua fantasia

exageradamente assustadora, Regina e as outras Plásticas aproveitam a ocasião para “se vestir como uma piranha pornô” (Figura 7), trajando roupas reveladoras, a fim de obter validação masculina.

Figura 7 – Cena “Halloween” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

À medida que Cady se insere no grupo, seu estilo vai se transformando gradativamente, com roupas cada vez mais curtas e sensuais, distantes de sua estética original no início do filme. Embora esse estilo possa ser interpretado, sob certas abordagens, como uma expressão de empoderamento feminino, é necessário considerar que o filme retrata adolescentes em idade escolar.

Além disso, McRobbie (2009) propõe o conceito de “máscara pós-feminista”, que se refere à adoção consciente de comportamentos e estilos hipersexualizados como estratégias de liberdade individual. No entanto, essa “escolha” é, na verdade, frequentemente moldada por padrões de consumo, aprovação social e validação masculina. Assim, sob a aparência de empoderamento, reintroduzem-se formas de submissão simbólica, em que o valor da mulher continua condicionado à sua capacidade de atrair desejo.

Dessa forma, *Meninas Malvadas* ilustra com precisão como o estilo se converte em mecanismo de controle simbólico e regulação social. O estilo, mais do que uma forma de expressão, é manipulado como distinção e poder. Seja pela imposição de códigos estéticos internos ao grupo ou pela desqualificação dos gostos externos, o filme evidencia como essa dinâmica é continuamente reforçada por meio do vestuário e da performance.

4 “Ela nem é tão bonita assim”: padrões de beleza e seus aspectos

Além do próprio consumo, outro elemento que atua como base de dominação simbólica são os padrões de beleza. Moreno (2008, p. 52) defende que os modelos de beleza são “introjetados desde a mais tenra infância e passam a ser modelos aspiracionais”. Estes padrões operam de modo a perpetuar comportamentos de competitividade e a intensificar o desejo de pertencimento social, afetando diretamente a autoestima e a construção da identidade, sobretudo entre jovens do sexo feminino. O chamado “ideal de beleza” funciona como uma espécie de moeda simbólica, mediando processos de aceitação, julgamento e validação social. Essa lógica é analisada por Wolf (2018, p.53), ao afirmar:

Na década de 1980, a beleza já desempenhava na busca de status das mulheres o mesmo papel que o dinheiro representa para os homens: uma comprovação defensiva diante de concorrentes agressivos no que diz respeito à masculinidade ou à feminilidade.

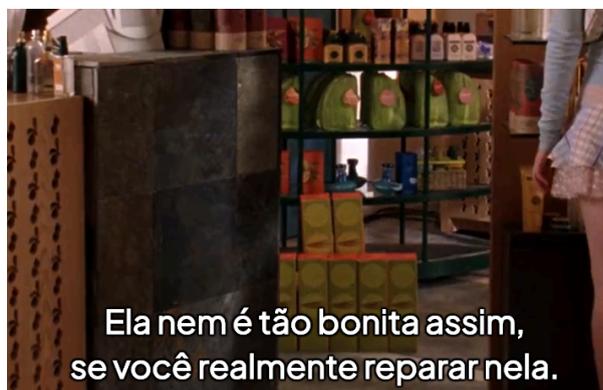
Em *Meninas Malvadas*, essa dinâmica se revela de forma recorrente no contexto escolar. As personagens são constantemente avaliadas pela aparência, e “ser bonita” significa ter poder, ser a “realeza adolescente”, pertencer a grupos sociais prestigiados e ser validada pelo olhar do outro. A beleza, nesse universo, portanto, não é neutra: ela estrutura as dinâmicas de poder, molda identidades e intensifica rivalidades.

Em uma cena da obra, Cady tenta continuamente diminuir Regina George: “Eu passava 80% do meu tempo falando sobre a Regina e os outros 20% eu rezava para alguém comentasse sobre ela, para que eu pudesse falar mais sobre ela”. A fala revela não apenas obsessão (como a própria admite estar), mas também o desejo de invalidá-la socialmente, inclusive por meio de sua aparência (Figura 8). Cady, inclusive, sabotava Regina, causando-lhe ganho de peso, e passa a zombar de seu corpo, utilizando sua estética como instrumento de humilhação. Nesse sentido, os padrões de beleza se entrelaçam à rivalidade entre mulheres, funcionando como critério de exclusão.

O feminismo, por sua vez, é mencionado e tematizado ao longo do filme, mas frequentemente de maneira distorcida e satirizada, contribuindo para a visão de que

o discurso feminista é, muitas vezes, esvaziado e apropriado na cultura contemporânea e midiática.

Figura 8 – Cena “Ela nem é tão bonita assim” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

4.1 A construção social da beleza e a performatividade feminina

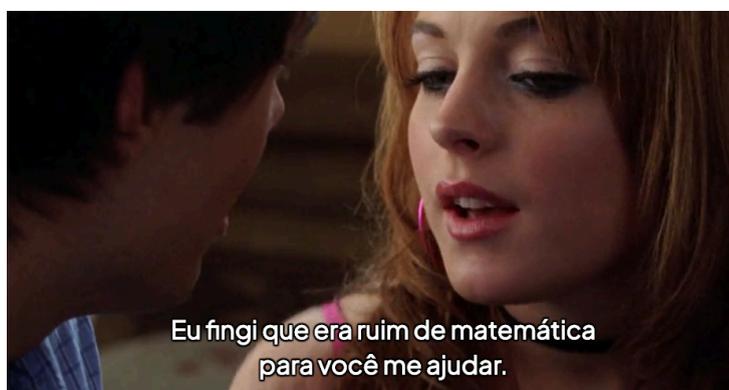
O ideal de beleza não é uma característica natural ou intrínseca ao imaginário dos indivíduos, mas uma construção social que se transforma ao longo do tempo e varia entre culturas. Ainda assim, independentemente dessas variações, o padrão incide de forma sistemática sobre as mulheres, funcionando como instrumento de dominação e controle simbólico. Susan Bordo (1993) argumenta que o ideal contemporâneo de magreza, hegemônico no Ocidente, não representa apenas uma preferência estética, mas carrega significados morais associados a comportamentos femininos considerados aceitáveis, como contenção, obediência, autocontrole e docilidade. Trata-se, portanto, de um ideal que visa ao controle do corpo feminino por meio de valores internalizados, reforçando a subordinação às expectativas patriarcais.

Segundo Wolf (2018), essa necessidade de encaixe em padrões rígidos e inalcançáveis é uma forma patriarcal de controlar as mulheres, reprimir seus avanços e conquistas sociais, assim, tornando-as vulneráveis e mais preocupadas com a autoimagem do que com ambições intelectuais, políticas ou profissionais. Embora a busca pela beleza seja apresentada como escolha pessoal e expressão de liberdade, trata-se de um imperativo social alimentado por padrões culturais e

interesses econômicos, tendo em vista empresas do ramo estético lucram com a promessa de uma aparência ideal, reforçando um modelo inatingível que fragiliza a autoestima feminina. McRobbie (2009) complementa essa análise ao apontar que, na sociedade contemporânea, torna-se quase impossível existir socialmente como mulher sem submeter-se às exigências da performance estética.

Essa dinâmica é representada de forma clara por Cady em *Meninas Malvadas*. No início da trama, embora já seja considerada bonita, a protagonista começa a modificar sua aparência — maquiagem, cabelo, roupas — para se adequar ao padrão das Plásticas. À medida que assume sua nova versão, Cady afasta-se de seus antigos interesses e amizades, intensifica sua rivalidade com Regina George e chega a fingir dificuldades em matemática — disciplina na qual era brilhante — para conquistar a atenção de Aaron Samuels, seu interesse romântico (Figura 9). A personagem, assim, exemplifica como a busca por validação masculina, através do encaixe em padrões de beleza, pode distanciar a mulher de suas ambições.

Figura 9 – Cena “Reprovando em matemática” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Paradoxalmente, mesmo que uma mulher consiga alcançar os padrões tidos como ideais, ainda assim será alvo de julgamento e desqualificação. Ou seja, novas barreiras são impostas — não é suficiente corresponder ao padrão. Um dos estigmas mais emblemáticos é o da “loira burra”, amplamente difundido pela cultura de massa desde os anos 1950, sobretudo por meio de personagens interpretadas por Marilyn Monroe. Esse estereótipo pressupõe que mulheres loiras e bonitas

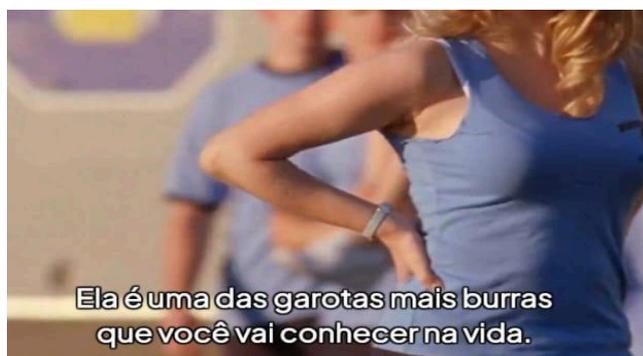
carecem de inteligência e profundidade. Produções como *Os homens preferem as loiras* (1953) contribuíram para consolidar esse imaginário, retratando personagens excessivamente sensuais, fúteis e obcecadas pela aparência (o último, mostrando uma hipocrisia deste sistema: você deve ser bonita, mas não deve focar tanto na beleza) — reforçando, assim, a associação entre beleza e falta de intelecto.

No contexto brasileiro, essa representação foi absorvida e ressignificada por outras mídias. A canção *Lôraburra* (1999), de Gabriel o Pensador, embora se utilize de tom irônico, evidencia como esse arquétipo foi naturalizado no imaginário coletivo. O refrão “Mas ela é burra, muito burra, lôraburra” revela como a imagem da mulher loira e padrão passou a ser reduzida a sua estética, desconsiderando sua complexidade subjetiva e intelectual.

David D. Gilmore (2001) define que estereótipos como o da “loira burra” funcionam como instrumentos simbólicos de misoginia, criando uma dicotomia entre beleza e inteligência e desvalorizando a mulher que performa a feminilidade esperada socialmente. Complementarmente, Naomi Wolf (2018, p. 216) observa que “o ideal continuará sempre a mudar”, em uma lógica que jamais permite que as mulheres se sintam suficientemente adequadas — mesmo quando atingem os padrões propostos.

No filme, essa representação é materializada na personagem Karen Smith, retratada de forma caricatural como uma jovem loira, bonita, hipersexualizada e intelectualmente limitada — reduzida, portanto, a esses traços estereotipados. Diversas cenas reforçam sua imagem como alguém “sem valor”, justamente por sua suposta falta de inteligência (Figura 10).

Figura 10 – Cena “Karen” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun.

Contudo, o enredo também invalida outras personagens com base em sua aparência física. Mesmo aquelas que reúnem atributos como beleza e inteligência — caso de Cady — são constantemente submetidas à necessidade de provar seu valor e legitimidade, evidenciando que, no universo retratado, o reconhecimento feminino está condicionado a um desempenho contínuo diante dos padrões impostos.

A aparência, nesse contexto, passa a ocupar um lugar central na constituição da identidade feminina, sendo continuamente vigiada, julgada e moldada conforme as expectativas sociais. McRobbie (2009) analisa essa dinâmica ao afirmar que a feminilidade é construída a partir de normas culturais que exigem das mulheres a adesão a padrões rigorosos e estilizados de aparência. A pressão estética, apresentada muitas vezes como escolha individual, transforma-se, na prática, em algo internalizado. A tentativa de se adequar ao ideal de beleza leva muitas mulheres a desenvolver práticas constantes de autocontrole estético e vigilância — não apenas sobre si mesmas, mas também sobre outras mulheres. Esse processo fortalece padrões tóxicos, como baixa autoestima e julgamentos interpessoais, produzindo efeitos que afetam profundamente a subjetividade e os vínculos sociais.

4.2 A mercantilização da beleza e a saúde mental das mulheres

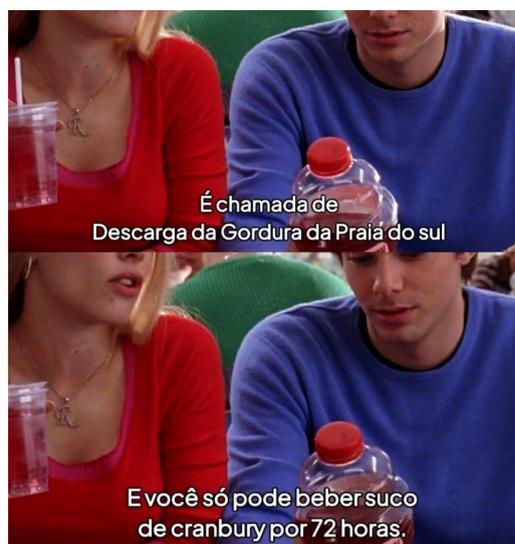
A busca por um padrão de beleza idealizado provoca efeitos significativos na saúde mental e emocional das mulheres. Por se tratar de um modelo frequentemente inalcançável, sentimentos como frustração, inadequação e baixa autoestima tornam-se recorrentes. Esses impactos extrapolam a dimensão estética e afetam diretamente o bem-estar psicológico, podendo desencadear quadros de ansiedade, dismorfia corporal, transtornos alimentares e comportamentos compulsivos. Moreno (2008, p. 17) analisa diretamente essa problemática ao afirmar:

O ideal de beleza cria um desejo de perfeição, introjetado e imperativo. Ansiedade, inadequação e baixa auto-estima são os primeiros efeitos colaterais desse mecanismo. Os mais complexos podem ser a bulimia e a anorexia, além de grande parte do orçamento familiar gasto em produtos e serviços ligados à estética.

No filme *Meninas Malvadas*, essa dinâmica é evidenciada em diversas cenas. O grupo das Plásticas demonstra uma preocupação excessiva com a aparência física, revelando indícios de dismorfia corporal — ao identificarem constantemente

supostos defeitos em si mesmas, mesmo quando tais imperfeições são imperceptíveis para outras pessoas. Além disso, observam-se comportamentos associados a distúrbios alimentares. (Carvalho *et al.*, 2021, p. 34) evidencia essa insatisfação contínua por meio da personagem Regina George: “A personagem apresenta também uma preocupação excessiva com o corpo e a sua imagem, valorizando um ideal de magreza em que nunca se está magro o suficiente”. Ao longo do filme, Regina adota métodos questionáveis e restritivos de emagrecimento, como a dieta à base de suco de cranberry (Figura 11), com o objetivo de perder “um quilo e meio” — meta mencionada por ela em diferentes momentos. Bordo (1993) explica esse tipo de comportamento ao afirmar que, mesmo mulheres que já se enquadram nos padrões estéticos vigentes, permanecem em um ciclo de insatisfação contínua, uma vez que tais padrões são idealizados como perfeitos, ou seja, inalcançáveis.

Figura 11 – Cena “Dieta do suco” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Fora da sátira apresentada pelo filme, esse cenário reflete uma realidade concreta, evidenciada pelo crescimento exponencial do uso de medicamentos voltados para o emagrecimento, como Ozempic e Mounjaro. Segundo dados da Associação Médica Brasileira (AMB), entre julho de 2022 e junho de 2023, as vendas do medicamento Ozempic movimentaram aproximadamente R\$ 3,17 bilhões,

com um crescimento de 52% registrado no ano de 2024. De forma complementar, uma pesquisa divulgada pelo portal da Faculdade de Medicina da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG, 2025) alerta para os riscos associados à busca incessante por corpos idealizados, que pode desencadear transtornos alimentares como anorexia e bulimia — muitas vezes agravados pela pressão estética contínua imposta por padrões hegemônicos. Moreno (2008, p. 91) corrobora essa perspectiva ao afirmar que:

A pressão social para alcançar um ideal de beleza produzido resulta em uma geração de mulheres infelizes e com baixa autoestima, sendo as meninas as que mais sofrem com isso, evidenciado pela explosão de casos de bulimia e anorexia entre as jovens.

Nessa mesma linha, Bordo (1993) aprofunda o debate ao destacar que os distúrbios alimentares devem ser compreendidos como respostas culturais a um sistema que impõe, de forma persistente, o cumprimento de ideais irreais de beleza e magreza. Assim, ambas as autoras apontam para a forma como a sociedade estrutura e reforça padrões estéticos que afetam diretamente o bem-estar físico e emocional das mulheres — especialmente das mais jovens.

Dessa forma, a saúde mental e psicológica de meninas e mulheres tende a se deteriorar e, progressivamente, o mesmo ocorre com sua saúde física, visto que as taxas de mortalidade associadas a transtornos alimentares são expressivas. De acordo com pesquisa publicada na Revista de Psiquiatria Clínica (via SciELO), a anorexia nervosa apresenta uma taxa de mortalidade de aproximadamente 0,56% ao ano, valor 12 vezes superior ao da população geral de mulheres jovens. Entre as principais causas de óbito estão complicações cardiovasculares, insuficiência renal e suicídio.

Esse cenário também levanta dois pontos centrais: a lucratividade das chamadas “indústrias da beleza” e o custo financeiro de “ser bonita”. O ideal estético alimenta uma cadeia altamente lucrativa de produtos e serviços voltados ao público feminino — que inclui cosméticos, procedimentos dermatológicos, cirurgias plásticas, dietas e suplementações.

A princípio, no que se refere à lucratividade, essas indústrias não apenas exploram a autoestima feminina e a promessa de alcançar o padrão ideal, como também criam novos problemas e demandas. Como não há possibilidade real de

atingir o ideal proposto, a busca torna-se contínua e o consumo, ininterrupto. Assim, a autoestima e a ansiedade feminina são convertidas em produtos e estratégias de marketing. Esse aspecto é amplamente criticado por Wolf (2018), que argumenta que a lógica publicitária opera por meio da depreciação constante da autoestima feminina, mostrando às mulheres como elas nunca estão “boas o suficiente”. Os cirurgões plásticos, por exemplo, contribuem para esse ciclo ao criarem novos nichos de intervenção estética. A autora destaca (2018, p. 97):

Quando as mulheres se adaptam bem demais às restrições das indústrias, o peso ou a idade que define a graça simplesmente se ajusta para baixo. As modelos perdem mais 5 quilos; os cirurgões diminuem em 10 anos a idade 'preventiva' para a primeira plástica do rosto.

Bordo (1993) também observa que a ansiedade gerada pela dificuldade de atingir tais padrões, seja de beleza ou moda, impulsiona o consumo constante de produtos, serviços e procedimentos que prometem levar as mulheres para mais perto do ideal. Moreno (2008, p. 124) complementa esse raciocínio com uma perspectiva brasileira, afirmando:

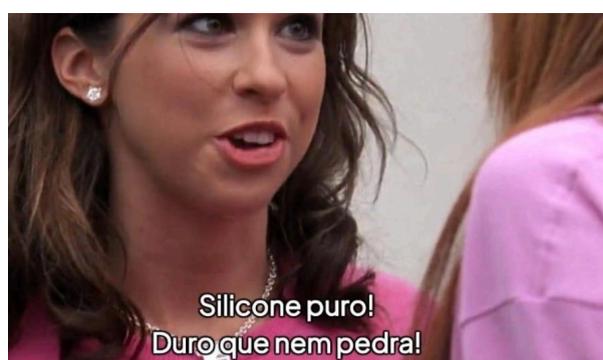
Só em 2003, as brasileiras gastaram R\$ 17 bilhões na compra de produtos cosméticos e de perfumaria. [...] E não ficamos mais belas nem mais jovens, tampouco melhoramos nossa auto-estima!

Assim, considerando os dados alarmantes sobre a mortalidade relacionada aos transtornos alimentares e a pressão estética, conclui-se que a indústria da beleza não apenas lucra com a ansiedade feminina, mas também contribui para o adoecimento e a morte de mulheres na sociedade contemporânea.

No filme, essa dinâmica é visivelmente encarnada por Regina George e sua família. Desde os primeiros momentos da narrativa, é possível perceber que a personagem pertence a uma classe econômica elevada: consome marcas de luxo, reside em uma mansão e utiliza roupas caras, no entanto, um detalhe simbólico reforça o valor monetário atribuído à estética: o fato de seu cabelo possuir um seguro. Além disso, Regina demonstra preocupação constante com a aparência, faz uso de diversos cremes e produtos de beleza e, ainda, segundo relato de Gretchen, já realizou uma rinoplastia, mesmo sendo uma adolescente.

A mãe de Regina, por sua vez, é retratada como uma mulher que busca parecer jovem, negando sua idade e posição na hierarquia familiar. A frase “Vocês, garotas, me mantêm jovem” expressa sua tentativa de pertencimento ao grupo de amigas da filha, participando de seus momentos como se fosse uma igual. Além disso, ela se esforça para se parecer com a própria filha em aparência — o que a torna visivelmente “plastificada”. Em tom satírico, inclusive, Gretchen comenta com Cady para que repare nos silicones da mãe de Regina (Figura 12).

Figura 12 – Cena “Silicone” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Esse comportamento revela um problema estrutural da sociedade contemporânea: o etarismo de gênero. Trata-se de uma forma de discriminação que afeta especialmente as mulheres, ao associar os sinais do envelhecimento à perda de valor estético e social, reforçando padrões que privilegiam a juventude e o homem como sinônimo de relevância e aceitação. Como aponta Maria Leticia (2024):

O envelhecimento não é permitido às mulheres. Enquanto rugas e cabelos brancos são vistos positivamente, como sinais de autoridade, conhecimento e até sensualidade para eles, nós sofremos com a discriminação, julgamentos e pressões estéticas. Isso porque vivemos em uma cultura acostumada a enaltecer o jovem, o branco, o magro.

Conseqüentemente, manter-se dentro dos padrões estéticos socialmente exigidos implica em consumo constante e elevado, o que exclui, simbolicamente, mulheres sem acesso financeiro. O custo de “ser bonita” é alto, e ainda que algumas

mulheres consigam acompanhar financeiramente esse mercado, o investimento emocional e econômico torna-se desgastante. Wolf (2018, p. 72) relata que “profissionais liberais do meio urbano dedicam um terço de sua renda à 'manutenção da beleza' e consideram ser esse um investimento necessário”, inclusive no ambiente de trabalho. Esse processo é descrito por ela como Qualificação de Beleza Profissional (QBP), segundo o qual, mesmo mulheres de maior poder aquisitivo acabam tendo menos retorno financeiro líquido que seus colegas homens, justamente por investirem mais na própria imagem. Como conclui a autora (2018, p. 72): “Mesmo as mulheres que alcançam salários mais altos são forçadas, pela QBP, a se permitirem substancialmente menos em valor líquido do que seus colegas homens recebem.”

Dessa forma, percebe-se que a busca por se integrar aos padrões estéticos configura-se como um fenômeno social que movimenta bilhões, reforça desigualdades e impacta profundamente a autoestima e a saúde mental das mulheres. O “ideal”, embora apresentado como escolha pessoal, revela-se condicionado por pressões simbólicas, econômicas e culturais, que transformam o corpo feminino em objeto de controle e lucratividade. Tanto na ficção quanto na realidade, a promessa de uma beleza perfeita sustenta um ciclo de insatisfação e consumo.

4.3 Estética, feminismo e rivalidade feminina

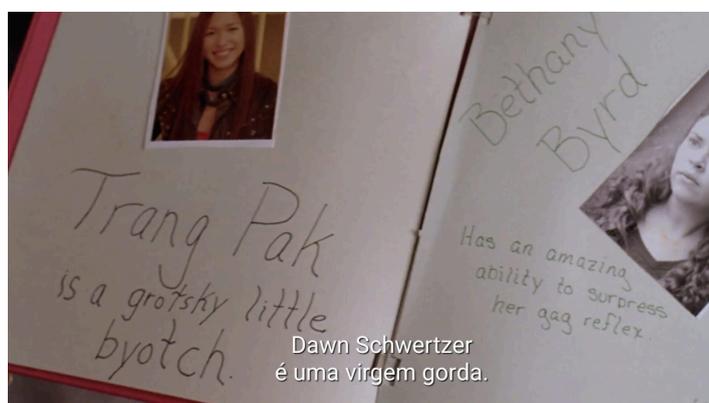
Os padrões estéticos atuam, também, como catalisadores de comparações constantes e rivalidades interpessoais. Essa lógica é funcional e incentivada pelo sistema patriarcal, que historicamente estimulou a competição entre mulheres como estratégia para enfraquecer os laços de solidariedade e a autonomia coletiva feminina. A rivalidade entre mulheres, portanto, não é inata, mas um fenômeno social de dominação e controle. Isso é discutido diretamente por Wolf (2018, p. 274), que defende que a beleza (seu ideal) é um mito:

O mito da beleza tem como essência sua capacidade de dividir as mulheres, promovendo rivalidade, ressentimento e hostilidade profundos. Essa dinâmica pode ser observada em diversas situações, como a inveja entre amigas e a competição pela beleza, onde o corpo de uma mulher é usado para ferir outra.

Complementarmente, a autora argumenta que esse aspecto “faz com que as mulheres acreditem que é cada uma por si” (WOLF, 2018, p. 55).

A trama de *Meninas Malvadas* ilustra, de forma recorrente, a disputa entre mulheres. Ainda que o embate mais evidente ocorra entre Regina George e Cady Heron, todas as personagens femininas demonstram comportamentos de julgamento, comparação e busca por validação. O Burn Book (ou “livro de ofensas”) — onde as Plásticas registram comentários cruéis, segredos e mentiras sobre outras meninas da escola — funciona como símbolo central dessa lógica de desvalorização mútua (Figura 13).

Figura 13 – Cena “Burn Book” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Em vários momentos do enredo, o que impulsiona essas disputas é a presença de interesses românticos, revelando como a validação masculina continua a ser mediadora das relações entre mulheres. Em uma das cenas, ao observar a ascensão de Cady como concorrente à coroa do baile, um dos colegas afirma: “Acho que ela pode ser mais gostosa que Regina George”. Já em outra, durante uma discussão entre amigas, uma das personagens dispara: “Você só está com inveja porque os garotos me preferem”. Essas falas escancaram como o olhar masculino serve de medida para dar valor à autoestima e legitima a rivalidade feminina.

Outro ponto de destaque é a personagem Janis Ian, que se apresenta como crítica ao universo das Plásticas e seus padrões. Apesar de representar comportamento e estilos dissonantes em relação aos valores do grupo dominante, Janis também age motivada por ressentimento e desejo de vingança, especialmente

contra Regina. Sua crítica, portanto, não nasce de uma consciência feminista ou de um princípio de sororidade, mas de julgamentos morais e disputas interpessoais. No artigo “O olhar masculino no filme *Meninas Malvadas*”, os autores argumentam que Janis adota, em muitos momentos, um “olhar patriarcal” sobre as outras estudantes, inferiorizando-as com suas falas e se colocando, simbolicamente, em uma posição de superioridade. Enquanto o faz, os takes sempre focam em partes do corpo/aparência das alunas.

O feminismo, por sua vez, propõe justamente o contrário dessa lógica: a união entre mulheres como forma de romper com a competição imposta, redirecionando o foco para a saúde mental, os projetos de vida, as ambições e as lutas coletivas. No entanto, a mídia frequentemente representa as mulheres de maneira distorcida, sabotando a imagem feminina e esvaziando o discurso feminista. Moreno (2008, p. 76) observa que a representação feminina na mídia visa sua desumanização:

E o que se vê? O corpo feminino aos pedaços. Foco nos pedaços – nos peitos, na bunda. Desumanizando. Reduzindo à dimensão de uma fatia bem torneada de músculo, de carne à espera do consumo, o que deveria ser um ser humano complexo. A parte pelo todo.

A autora acrescenta que os comportamentos, valores e atitudes exibidos na televisão são estrategicamente selecionados para se tornarem referência, ou seja, para que as mulheres performem o que o patriarcado exige delas: “[...] tem de ser casada ou aspirar ao casamento, ter filhos ou aspirar à maternidade, ser ou parecer jovem, ser vaidosa, cuidada. Ser branca, heterossexual, monogâmica, fiel, comportada, decidir mais com a emoção do que com a razão, ser sensível e delicada [...]” (Moreno, 2008, p. 89).

McRobbie (2009) também aborda esse posicionamento da mídia ao criticar que ela “cria” uma versão do feminismo como algo horrendo, logo, causando um sentimento de desprezo e vazio nas jovens. Para ela, o feminismo em revistas femininas foi “substituída por individualismo agressivo, por um falicismo feminino hedonista no campo da sexualidade, e pela obsessão com a cultura de consumo [...] vejo desempenhando um papel vital no desfazimento do feminismo” (2009, p. 10, tradução da autora).

A presença do feminismo em *Meninas Malvadas* surge de forma pontual, muitas vezes satirizada ou esvaziada, já que pautas importantes são

frequentemente tratadas com humor ou ironia. Em uma das cenas, a personagem Gretchen menciona o termo de maneira explícita ao aconselhar Cady a não se envolver com o ex-namorado de Regina, alegando que isso violaria uma “regra do feminismo” (Figura 14).

Figura 14 – Cena “Feminismo” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

A ironia da cena reside no fato de que, em diversas outras situações, as personagens não demonstram sororidade ou apoio mútuo entre mulheres. Contudo, quando o conflito envolve um homem, a suposta regra feminista é evocada como fundamento indispensável para a convivência. Tal construção evidencia uma apropriação superficial do discurso feminista.

Um momento emblemático também ocorre na cena do auditório, nas etapas finais do filme, quando as alunas são convocadas para “resolver a guerra” provocada pelo Burn Book. Os professores tentam promover um bom relacionamento entre as estudantes, evidenciando o quanto são cruéis entre si e incentivando-as a “pedirem desculpas”. No entanto, a maioria das alunas trata a situação com deboche. A proposta de união feminina, nesse contexto, perde força e acaba reforçando o estereótipo de que as mulheres são naturalmente competitivas e imaturas.

Gretchen, ao invés de refletir sobre seus comportamentos, responsabiliza as demais colegas pelo distanciamento entre elas, afirmando que elas têm inveja de sua popularidade (Figura 15).

Figura 15 – Cena “Auditório” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jun. 2025.

Dessa forma, o filme não adota, de fato, uma perspectiva comprometida com os princípios do feminismo. Ainda que aborde temas relevantes à pauta, sua abordagem é superficial e, por vezes, caricata. Isso evidencia como, mesmo em obras que tangenciam questões centrais do feminismo, o discurso pode ser esvaziado, esbarrando em estereótipos e reforçando contradições que enfraquecem seu potencial crítico.

5 “Isso é tão barro”: a atualidade persistente da sátira *Meninas Malvadas*

A cultura pop, além de funcionar como meio de entretenimento, constitui um espaço privilegiado de crítica, ressignificação e questionamento. John Storey (2009) argumenta que os filmes, por exemplo, possuem narrativas capazes de abordar, de forma acessível e envolvente, as tensões, desigualdades e contradições da sociedade. A comédia e a sátira são ótimas abordagens para trazer essas críticas à tona, já que, através do exagero, conseguem escancarar aspectos estruturais, como é o caso de *Meninas Malvadas*. Mesmo passadas mais de duas décadas desde seu lançamento, o filme permanece atual, não apenas por seu apelo estético ou humor, mas por sua capacidade de capturar criticamente as dinâmicas simbólicas de sua época (sendo algumas ainda pertinentes, como vimos nos capítulos anteriores).

Meninas Malvadas permanece ocupando um lugar de destaque na cultura pop e no imaginário coletivo. A obra é constantemente referenciada por fãs e ressignificada em diferentes formatos midiáticos, como memes — a exemplo da expressão emblemática “Barro” usada pelas Plásticas, que evidencia a linguagem exagerada e satírica característica do filme (Figura 16) —, videoclipes, campanhas publicitárias e outras produções cinematográficas que se inspiram em sua estética e estrutura narrativa. Esse alcance duradouro revela não apenas seu sucesso, mas também sua força simbólica e relevância cultural contínua.

Figura 16 – Cena “Isso é tão barro” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), disponível no Pinterest.

Acesso em: 22 jul. 2025.

5.1 *Queen Bees* e a glorificação da crueldade feminina na cultura pop

O termo *Queen Bee* já existia antes de *Meninas Malvadas*, sendo utilizado, inicialmente, por psicólogos organizacionais nos Estados Unidos da década de 1960 para se referir a mulheres que, ao alcançarem posições de poder em ambientes dominados por homens, reproduziam práticas de exclusão em relação a outras mulheres. No entanto, foi com o livro *Queen Bees and Wannabes* (2002), de Rosalind Wiseman — obra que inspirou o roteiro do filme *Meninas Malvadas*, de Tina Fey — que o conceito foi popularizado como designação para jovens que ocupam o topo da hierarquia social em grupos escolares. Essa figura exerce controle por meio do status, aparência, influência e manipulação emocional.

Regina George representa exemplarmente esse arquétipo e é inclusive nomeada como *Queen Bee* por Damian logo no início do filme (Figura 17). A personagem encarna todas as características descritas por Wiseman (2002), manifestando desejo e necessidade de poder e controle sobre seu ambiente e sobre as pessoas ao redor. Para isso, utiliza carisma, crueldade, manipulação, aparência física, capital financeiro e inteligência social, consolidando seu domínio no espaço escolar. A autora observa que a *Queen Bee* “fará qualquer coisa para manter o controle”, mesmo que isso implique manipulação e crueldade simbólica.

Figura 17 – Cena “Abelha Rainha” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jul. 2025.

Apesar de não ser a protagonista, Regina tornou-se o centro das atenções para o público. Grande parte das falas, memes e referências derivados do filme se

concentram em sua figura. A monografia “Meninas Malvadas é tão barro” (LEONE, 2021, p.71) reflete essa repercussão:

Como é o caso dos fãs de Regina George, que mesmo ela sendo vilã e o filme mostrando negativamente os efeitos de suas ações, a personagem é reverenciada e inspiração para uma parcela de fãs. Não à toa que existem pessoas que se orgulham de ser assim, e é aí que surge o termo “síndrome de Regina George”.

A influência de Regina George é tamanha que inspirou personagens com características semelhantes em diversas produções posteriores (Quadro 2).

Quadro 2 - *Queen Bees* dos anos 2000.

Personagem	Produção/ano	Características Principais	Traços de poder	Resultado da Narrativa
Regina George	Meninas Malvadas (2004)	Bonita, manipuladora, cruel, rica e insegura quanto à sua dominância.	Status social, aparência, fala afiada e dominação da opinião pública.	Perde o status, mas consegue mudar seus comportamentos.
Blair Waldorf	Gossip Girl - série (2007)	Bonita, invejosa, rica e precisa de validação.	Moda, inteligência, dinheiro e sarcasmo.	Tem sucesso profissional, constrói uma família e firma a amizade com sua rival.
Sharpay Evans	High School Musical (2006)	Vaidosa, competitiva, controladora e precisa de validação.	Está sempre no centro das atenções.	Não termina como vilã, tem redenção e conquista seus sonhos.
Maddy Perez	Euphoria - série (2019-atualmente)	Sexy, agressiva, emocionalmente ferida e precisa de validação.	Sarcasmo, confiança, sexualidade e beleza.	Não tem final fechado ainda, mas está em um momento de libertação.

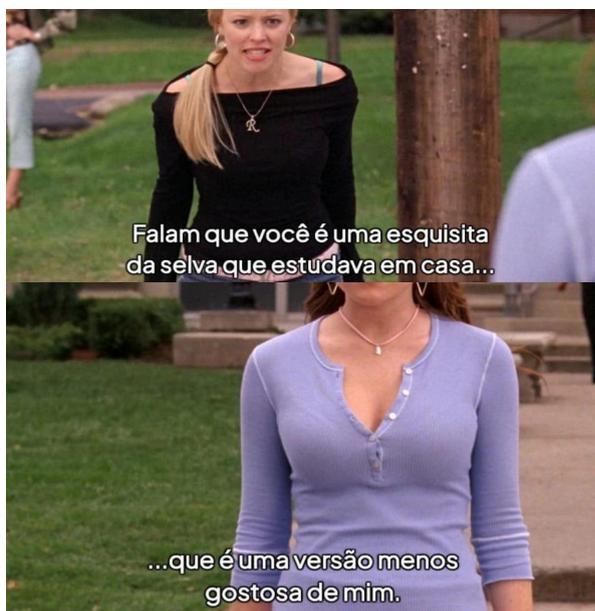
Elaborado pela autora (2025), com base em análise de conteúdos midiáticos.

Observa-se a repetição de um padrão: mulheres belas, manipuladoras, líderes de seus contextos, muitas vezes sem enfrentar consequências reais por seus

comportamentos. McRobbie (2009) aborda que encenações públicas de ódio são, muitas vezes, refratadas em um nível corporal ou físico contra pessoas mais fracas e muito menos poderosas, com impunidade, sob o pretexto de que o insulto é feito em tom de brincadeira. Embora apresentem traços de insegurança e carência de validação, projetam uma imagem de confiança e empoderamento, que, na prática, confunde-se com dominação. Em vez de romper com estruturas patriarcais, esse modelo apenas reforça hierarquias entre mulheres, perpetuando a rivalidade como condição de existência.

A cultura pop, nesse sentido, frequentemente transforma a opressão simbólica em estética desejável. Cenas de humilhação e violência entre mulheres são convertidas em memes e gifs em redes sociais, celebradas como momentos “icônicos”, como é o caso da briga entre Regina e Cady, por onde a frase “você é uma versão menos gostosa de mim” se popularizou (Figura 18), sendo usada, inclusive, em trends recentes do TikTok.

Figura 18 – Cena “Versão menos gostosa” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jul. 2025.

Essa narrativa sustenta o equívoco de que a força feminina se manifesta pela opressão da outra, quando, na verdade, trata-se de uma reprodução do controle patriarcal em outra roupagem. Wiseman (2002) observa que a consciência sobre

Queen Bees é comum, sendo tão difundida que se pode comprar camisetas, mochilas e estojos com a temática de “ser uma *Queen Bee*”, algo que devesse ser aspirado. Isso sugere que a crueldade, em vez de ser condenada, é comercializada e, de certa forma, até glamourizada. O termo “Síndrome de Regina George”, anteriormente citado e trabalhado por Leone (2021) mostra que a reprodução desses comportamentos no cotidiano já são legitimados e banalizados de sua real importância. Nesse sentido, Carvalho et al. (2021) defendem que o filme, por ser popular, serviu como base para uma geração de meninas desde seu lançamento até os dias atuais, funcionando como um recurso acessível para evidenciar experiências adolescentes.

É fundamental destacar que a banalização da figura da *Queen Bee* representa um problema significativo, sobretudo diante dos impactos profundos que o bullying pode gerar. Embora o filme *Meninas Malvadas* não utilize o termo diretamente, diversas atitudes de Regina George — como inventar mentiras e difamar Cady durante a festa de Halloween — caracterizam-se como práticas recorrentes desse tipo de agressão. Carvalho et al. (2021) evidenciam que a líder das Plásticas promove relações de intimidação e humilhação entre adolescentes, reforçando a análise sobre seu comportamento.

A agressão relacional — caracterizada por comportamentos como exclusão social, disseminação de boatos e manipulação de vínculos interpessoais — tem como principal objetivo prejudicar a reputação e as relações sociais da vítima. De acordo com Nicki Crick e Jessica Grotpeter (1995), essa forma de violência, frequentemente associada a meninas, compromete de maneira significativa a saúde emocional e a capacidade de integração social dos indivíduos afetados. Nesse contexto, estudos como o de Pimentel et al. (2020), publicado na *Acta Colombiana de Psicología*, reforçam a gravidade desse fenômeno ao identificarem correlações diretas entre a vitimização por bullying e sintomas de depressão, ansiedade, estresse e ideação suicida:

Quanto ao comportamento de vitimização de bullying ser intencional e ter magoado, a análise de frequência indicou que a maior parte dos adolescentes pontuou o quesito de ser deixado fora do grupo (41 %) seguido de rumores, boatos ou fofocas sobre você por seus colegas pelas suas costas (30 %) [...].

Ademais, o bullying também afeta diretamente quem o pratica. A figura da *Queen Bee*, segundo Wiseman (2002), perde gradativamente capacidade de manter amizades baseadas em apoio mútuo, confiança ou cuidado genuíno. Suas relações tornam-se desprovidas de substância real e podem levá-la ao isolamento social e ao cinismo. O controle passa a ser a principal preocupação, substituindo os vínculos autênticos — e, quando se perde o poder, perdem-se também os seguidores, que seriam suas companhias.

Além disso, a autora defende que as atitudes da agressora podem gerar punições, com o agressor tornando-se, posteriormente, vítima de bullying, o que evidencia o risco de que os ciclos de vingança se perpetuem. Tal dinâmica é evidenciada em *Meninas Malvadas* em dois momentos distintos: primeiro, quando Janis Ian, antes vítima de Regina George, passa a arquitetar planos para humilhá-la, e, mais adiante, quando Regina, após engordar, torna-se alvo de insultos por parte de outra personagem acima do peso — que, anteriormente, também havia sido ridicularizada por ela (Figura 19).

Figura 19 – Cena “Bullying” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jul. 2025.

Diante disso, é possível concluir que a representação da *Queen Bee* em *Meninas Malvadas* e outras produções pops atua como um espelho da cultura que, ao mesmo tempo em que denuncia, também contribui para glamourizar comportamentos violentos entre jovens mulheres. Essa glorificação da crueldade, muitas vezes mascarada pelo humor, naturaliza o bullying e seus impactos, tanto para quem sofre, quanto para quem o pratica.

Assim, compreender o fenômeno da *Queen Bee* exige atenção crítica às consequências reais de sua reprodução — especialmente quando essa figura se converte em produto de consumo e símbolo aspiracional. Desconstruir esse imaginário é fundamental para que surjam representações mais saudáveis de liderança e protagonismo feminino.

5.2 Sátira e cultura pop como formas de crítica social

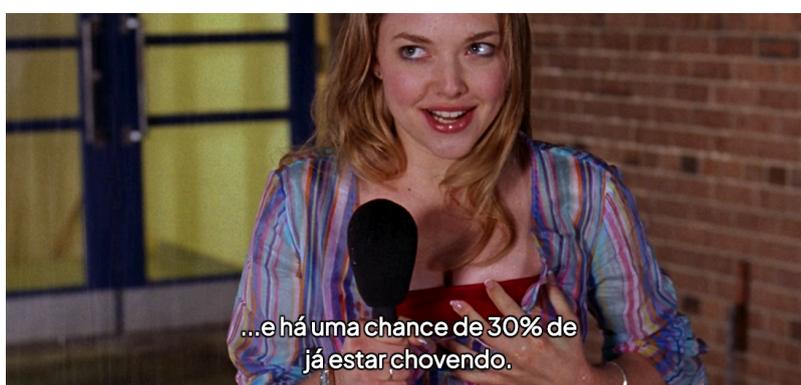
A sátira é um gênero artístico que surgiu na Antiguidade Clássica com o objetivo de criticar, expor ou ridicularizar comportamentos, instituições ou ideias. Na contemporaneidade, adapta-se aos meios de comunicação de massa, ganhando espaço na televisão, cinema e internet, logo, muitas obras de comédia crítica utilizam da sátira para expor questões sociais. A cultura pop, em especial, recorre frequentemente à sátira em suas produções humorísticas, funcionando não apenas como espelho da realidade, mas também como ferramenta formativa de comportamentos sociais. Para John Storey (2009), os produtos da cultura popular funcionam como espaços simbólicos nos quais valores e práticas sociais são negociados e absorvidos pela coletividade.

Antes de *Meninas Malvadas*, outras produções já haviam explorado esse recurso, como *As Patricinhas de Beverly Hills* (1995), que satiriza a elite adolescente ao criticar a futilidade, o consumismo e a superficialidade por meio de um humor autodepreciativo. *Meninas Malvadas*, no entanto, aprofunda essa abordagem, recorrendo a um humor mais mordaz e ácido. Ao longo da narrativa, o espectador se depara com críticas explícitas a temas como consumo exacerbado, padrões de beleza, rivalidade feminina e fragilidade da autoestima. A sátira se constrói por meio de diálogos cruéis, situações absurdas e personagens deliberadamente estereotipadas, provocando tanto desconforto quanto identificação.

Entretanto, considerando que as manifestações midiáticas não apenas refletem a sociedade, mas também a influenciam, é necessário reconhecer as limitações e problemáticas na forma como determinadas pautas são tratadas em *Meninas Malvadas*. Como discutido nos capítulos anteriores deste trabalho, ainda que o objetivo seja satirizar, algumas temáticas não foram desenvolvidas com o devido cuidado, o que compromete a efetividade da crítica. Questões como o feminismo e a oposição ao patriarcado são representadas de forma ambígua:

embora estejam presentes, muitas vezes são tratadas de maneira superficial ou caricatural. O caso da personagem Karen Smith — estereotipada como “loira burra” e sem qualquer desenvolvimento narrativo que subverta essa visão (tratado no capítulo 3.1) — ilustra bem essa limitação, afinal, seu desfecho é ser uma apresentadora que prevê a chuva sentindo seus seios, reforçando sua sexualização (Figura 20). O mesmo ocorre com a representação esvaziada de discursos feministas, discutida no capítulo 3.3.

Figura 20 – Cena “Karen apresentadora” do filme *Meninas Malvadas* (2004)



Fonte: Frame do filme *Meninas Malvadas* (2004), capturado pela autora em jul. 2025.

Ademais, mesmo que o filme acabe com a paz entre as jovens, algo até utópico, ainda não foi suficiente para tratar das consequências dos atos representados, como o bullying, por exemplo. Logo, essa ambivalência entre crítica e reprodução de padrões levanta questionamentos sobre os riscos da apropriação midiática e mercadológica de pautas feministas. Quando discursos sociais relevantes são incorporados a produtos culturais de forma rasa, corre-se o risco de reforçar os mesmos estigmas que se pretendia questionar.

Ainda assim, a sátira permanece como um recurso potente para escancarar as contradições e tensões da sociedade. Apesar das falhas pontuais em sua abordagem crítica, *Meninas Malvadas* consegue, sob uma aparência leve e cômica, tornar visíveis estruturas sociais profundamente naturalizadas, abrindo margem para interpretações mais densas. A obra consolidou-se como um marco cultural e geracional, influenciando novas produções e estabelecendo um universo estético próprio que segue sendo amplamente referenciado.

5.3 O impacto cultural de *Meninas Malvadas* 21 anos depois

É notório que *Meninas Malvadas* consolidou-se como um dos grandes ícones da cultura pop contemporânea. Passadas mais de duas décadas desde seu lançamento, a obra ainda ocupa lugar de destaque no imaginário coletivo, sendo constantemente lembrada, referenciada e reapropriada por novas gerações. A manutenção desse interesse se dá, em parte, pela ampla disponibilidade da obra em plataformas de streaming, como Netflix e Prime Video, incluindo a opção da dublagem clássica brasileira, responsável por eternizar diversas falas que se transformaram em memes e bordões culturais.

Expressões como “Você não pode sentar com a gente”, “Nas quartas usamos rosa” e “Por isso o cabelo dela é tão grande, está cheio de segredos” ultrapassam o contexto do filme e tornaram-se parte do vocabulário cotidiano. Tais frases estampam camisetas, planners e produtos diversos, movimentando o mercado e reforçando a presença simbólica do filme na cultura de consumo jovem. Essas referências também aparecem em campanhas publicitárias — como na coleção de maquiagens lançada em 2017 pela marca britânica Spectrum Collections e nas camisetas temáticas comercializadas por redes de lojas de departamentos, como a Riachuelo (Figura 21).

Figura 21 – Camisa de *Meninas Malvadas* em loja de departamento



Fonte: Captura de tela da loja online Riachuelo, realizada pela autora em jul. 2025.

Além disso, a moda dos anos 2000, que retornou fortemente sob o nome de *Y2K fashion*, ressurgiu como tendência dominante entre a geração Z, tendo *Meninas*

Malvadas como uma de suas principais referências estéticas. Como explica um artigo da AP News (2023), a moda Y2K tem influência direta das redes sociais e do branding nostálgico, sendo inspirada nas tendências fashions do início dos anos 2000. Segundo a Vogue (2025), o ressurgimento desse estilo ganhou força em 2023 e permanece em alta, com marcas como Marc Jacobs e Blumarine incorporando elementos visuais inspirados no filme em suas coleções, atendendo à demanda do público por uma “estética glitterizada de *Meninas Malvadas*”. Nas redes sociais, isso se confirma em plataformas como TikTok, Pinterest e Lemon8 (Figura 22), com sua estética constantemente reproduzida e difundida, tendo destaque para peças de saias xadrez, roupas rosa e curtas. Celebidades e influenciadoras como Charli XCX, Hailey Bieber e Gigi Hadid também têm resgatado elementos visuais do período, reafirmando o estilo como aspiracional e impulsionando seu consumo entre os fãs, ainda de acordo com a Vogue.

Figura 22 – Inspiração de roupas confortáveis de *Meninas Malvadas*



Fonte: Captura de tela do aplicativo Lemon8, realizada pela autora em jul. 2025.

Esse resgate visual e simbólico não se limita apenas à moda, mas também permeia estratégias de marketing de grandes marcas. Em 2023, a multinacional Walmart veiculou um comercial de volta às aulas com parte do elenco original, como Lindsay Lohan (Cady), Amanda Seyfried (Karen) e Lacey Chabert (Gretchen), resgatando cenas clássicas do longa com abordagem cômica (Figura 23), reafirmando o apelo intergeracional da obra.

A campanha integrou uma estratégia de “nostalgia marketing”, neste caso, voltada especialmente para atrair o público millennial, que vivenciou o auge do

sucesso do filme na adolescência. Seu impacto foi expressivo, mostrando como a obra ainda é muito apreciada pelos fãs: segundo relatório da agência Abby Gross Creative Direction (2023), a ação gerou mais de 3 bilhões de impressões e visualizações, um aumento de 400 vezes no engajamento social, crescimento de 66 vezes nas conversões e envolvimento de mais de 400 milhões de usuários únicos.

Figura 23 – Propaganda *Meninas Malvadas* Walmart



Fonte: Captura de tela da propaganda do Walmart (2023), realizada pela autora em jul. 2025.

O filme também inspirou outras linguagens artísticas, como videoclipes e músicas que também focam sua atenção no nostálgico. Um dos exemplos mais marcantes é o clipe de *Thank U, Next*, de Ariana Grande, que referencia vários filmes dos anos 2000 e recria diversas cenas do filme *Meninas Malvadas*. Além disso, a música *Naked in Manhattan*, da cantora Chappell Roan, faz referência direta à personagem Regina George: “Mean Girls, we watch it every night and we both have a crush on Regina George” (“nós assistimos *Meninas Malvadas* todos os dias e nós dois temos crush na Regina George”).

Tal presença reverbera até na criação de uma data simbólica: o *Mean Girls Day*, celebrado anualmente no dia 3 de outubro. A escolha da data faz alusão a uma cena icônica do filme em que a protagonista relata em voz off: “No dia 3 de outubro, ele me perguntou que dia era”. Apesar da simplicidade da fala, o trecho se tornou emblemático para os fãs, justamente por representar o início do interesse amoroso da personagem. Com o passar dos anos, o *Mean Girls Day* consolidou-se como um marco no calendário das redes sociais, especialmente entre os públicos millennial e geração Z. Plataformas como Twitter (X), Instagram, TikTok e até mesmo serviços de

streaming como Netflix e Paramount+ aproveitam a data para repostar cenas do filme, lançar conteúdos temáticos ou promover produtos relacionados à obra.

Figura 24 – Netflix referenciando o Dia Mundial das *Meninas Malvadas*



Captura de tela da rede social X, publicação da conta @NetflixBrasil, realizada pela autora em jul. 2025.

Com o sucesso contínuo, a franquia expandiu-se. Em 2011, foi lançado o telefilme *Meninas Malvadas 2*, dirigido por Melanie Mayron, com roteiro de Elana Lesser e Cliff Ruby. Apesar de manter a estética e algumas ideias do original, foi amplamente considerado um fracasso pela crítica, recebendo apenas 31% de aprovação no Rotten Tomatoes. Já em 2018, *Meninas Malvadas: O Musical* estreou oficialmente na Broadway, com roteiro de Tina Fey — roteirista do filme original —, sendo indicado a 12 prêmios Tony. Em 2024, o musical foi adaptado para o cinema, alcançando cerca de 71% de aprovação no Rotten Tomatoes e uma expressiva bilheteria, o que reforça a relevância contínua do enredo, sua ressonância com o público e a capacidade da obra de se reinventar artisticamente sem perder sua essência.

Toda essa presença marcante de *Meninas Malvadas* também se reflete no meio acadêmico, tornando-se objeto de interesse em diversas áreas do conhecimento. A obra é constantemente utilizada em trabalhos de conclusão de curso, artigos científicos, teses e até mesmo em disciplinas universitárias nas áreas de comunicação, psicologia e sociologia. Como evidenciado no levantamento

exploratório apresentado no Quadro 1, diversas produções brasileiras tomam o filme como ponto de partida para analisar dinâmicas sociais contemporâneas.

Essa abordagem demonstra a potência pedagógica do longa, pois permite tratar de temas sérios — como bullying, rivalidade feminina, padrões de beleza e consumo — por meio de uma linguagem acessível e ilustrada por cenas do cotidiano escolar. Nesse sentido, *Meninas Malvadas* consolida-se não apenas como um fenômeno cultural, mas também como ferramenta didática e crítica.

Logo, a força do filme está não apenas em seu conteúdo narrativo, mas em sua capacidade de ser constantemente ressignificado por meio de produtos, tendências, linguagens artísticas e estratégias publicitárias, transcendendo sua condição de comédia adolescente. Além disso, sua permanência no imaginário coletivo é sustentada por uma combinação de elementos simbólicos e estéticos que dialogam com diferentes gerações.

6 Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo analisar o filme *Meninas Malvadas* a partir de um viés crítico, investigando como a obra trata e representa dinâmicas sociais relacionadas ao consumo, padrões de beleza, performatividade feminina, rivalidade entre mulheres, representações do feminismo, entre outros aspectos. Por meio de uma abordagem que integrou conceitos da sociologia, comunicação e psicologia social, buscou-se compreender de que modo a obra reflete, reforça e, ao mesmo tempo, molda comportamentos e imaginários sociais contemporâneos.

Ao longo da análise, observou-se que o filme constitui um meio eficaz para suscitar reflexões sobre formas de dominação simbólica presentes no cotidiano das mulheres. A construção da identidade — aspecto inerente ao ser humano —, na contemporaneidade, encontra-se intrinsecamente vinculada ao consumo, de modo que este atua na transformação e conformação dos indivíduos, orientando-os a se adequar aos comportamentos e normas estabelecidos pelo grupo ao qual desejam pertencer. Esse processo, embora possa promover um senso de pertencimento, também gera exclusão ou o sentimento de solidão, mesmo quando se está inserido nesse grupo.

A imposição de padrões de beleza e a mercantilização da autoestima constituem dispositivos sociais e patriarcais que afastam as mulheres de posições de poder — ou de sua possível conquista — ao distraí-las e desarticulá-las de suas lutas feministas. A glamourização da crueldade feminina configura-se como uma estratégia midiática que perpetua essa realidade, contaminando subjetividades, enfraquecendo o pensamento crítico e fomentando rivalidades entre mulheres.

Meninas Malvadas, com sua linguagem acessível, estética caricata e narrativa característica, permite que diferentes públicos, especialmente o jovem, identifiquem nas situações retratadas experiências próximas de seu cotidiano, identificando-se. Essa característica amplia o alcance da obra e a torna um recurso potente em espaços acadêmicos e pedagógicos, bem como em contextos de formação crítica.

Em relação ao feminismo, embora o filme apresente várias cenas pontuais que abrem espaço para discussões, verificou-se neste trabalho acadêmico como o discurso feminista pode ser esvaziado ou distorcido na cultura pop, reforçando violências e estereótipos — como no caso da representação da personagem Karen

Smith como “loira burra”, a forma que o filme abordou o discurso feminista em si e a propagação da *Queen Bee* como algo positivo e comercializável. Isso evidencia a apropriação mercadológica de pautas feministas na cultura pop e a fragilidade de certos discursos que, mesmo sob a aparência de empoderamento, acabam por reforçar normas patriarcais. Mesmo sendo uma sátira, e que esta tenha poder de criticar e gerar conscientização sobre aspectos sociais, ainda assim deve ter o cuidado para não engajar a perpetuação de situações ao representá-las.

A permanência de *Meninas Malvadas* no imaginário coletivo, com a sequência do filme, obra teatral e remake, além de sua presença constante na cultura pop, nas redes sociais e nos estudos acadêmicos, evidencia a atualidade de suas temáticas. A estética e falas icônicas do filme ainda ecoam na moda, na publicidade, no comportamento de jovens e em outras produções artísticas e audiovisuais, demonstrando seu enorme impacto cultural e sendo reciclados e ressignificados por novas gerações.

A extensão temática abordada neste trabalho, bem como a complexidade das questões discutidas, evidenciam o potencial da obra e a relevância de sua articulação com conceitos sociológicos, comunicacionais e culturais como objeto de estudo. Diante da densidade teórica e da riqueza dos temas aqui explorados, com a profundidade dos debates levantados, é notória a necessidade de investigações futuras, em nível de mestrado e outras instâncias da pós-graduação, que permitam ampliar o escopo da análise.

REFERÊNCIAS

AP NEWS. Gen Z's Y2K revival: Baggy jeans, baby tees and a retail boom. *AP News*, 8 maio 2023. Disponível em: <https://apnews.com/article/fashion-retail-trend-gen-z-millennial-9d5cdf091384841999f28be8a243f889>. Acesso em: 24 jul. 2025.

ARMSTRONG, Jennifer Keishin. *Back to school: why we keep returning to Mean Girls*. The Guardian, 17 jan. 2024. Disponível em: <https://www.theguardian.com/film/2024/jan/17/tina-fey-mean-girls-remake-vs-original>. Acesso em: 24 jul. 2025.

ASSOCIAÇÃO MÉDICA BRASILEIRA. Ozempic vira fenômeno no Brasil e gera R\$ 3,7 bilhões em vendas. *Brasília Urgente*, 2024. Disponível em: <https://amb.org.br/brasil-urgente/ozempic-vira-fenomeno-no-brasil-e-gera-r-37-bilhoes-em-vendas/>. Acesso em: 13 jul. 2025.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BORDO, Susan. *Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body* [e-book]. Berkeley: University of California Press, 1993. Acesso em: 10 jul. 2025.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. p. 82–121. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, v. 39).

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.

CARVALHO, Ana Luísa Rossito de et al. “Meninas Malvadas”: a caracterização do bullying e a preocupação com a autoimagem em garotas adolescentes em contexto escolar. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 7, n. 3, p. 516–538, 2021. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/rppp/article/view/5082>. Acesso em: 14 jul. 2025.

CARVALHO, Cláudia; PIRES, Débora; CORDÁS, Táki Athanássios. Transtornos alimentares e imagem corporal. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, São Paulo, v. 21, n. 3, p. 87–91, set. 1999. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbp/a/yq6pKcz6QLfkHpgvmYNmRsD>. Acesso em: 17 jul. 2025.

CRICK, Nicki R.; GROTPETER, Jessica K. Relational aggression, gender, and social-psychological adjustment. *Child Development*, [s. l.], v. 66, n. 3, p. 710–722, 1995.

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

E-COMMERCE BRASIL. Como a geração Z está transformando o consumo e impulsionando soluções digitais. *E-commerce Brasil*, 16 mai. 2024. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-a-geracao-z-esta-transformando-o-consumo-e-impulsionando-solucoes-digitais>. Acesso em: 4 jul. 2025.

ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

GILMORE, David D. *Misogyny: the male malady*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2001.

GROSS, Abby. Mean Girls × Walmart Black Friday Campaign. *Abby Gross Creative Direction*, 2023. Disponível em: <https://www.abbyjgross.com/meangirls>. Acesso em: 22 jul. 2025.

INSTAGRAM. Labubu [imagem]. Reprodução em: *G1*. Labubu: o que é o boneco que virou febre mundial e teve venda suspensa no Reino Unido por motivos de segurança. 23 maio 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2025/05/23/labubu-o-que-e-boneco-que-virou-febre-mundial-e-teve-venda-suspensa-no-reino-unido-por-motivos-de-seguranca.ghtml>. Acesso em: 1 jul. 2025.

LEMON8. Y2K outfits are back!. *Lemon8*, [s. l.], 2023. Disponível em: <https://www.lemon8-app.com/@ritaashlee/7432431499355832838?region=us>. Acesso em: 16 jul. 2025.

LETICIA, Maria. As mulheres também têm o direito de envelhecer. *Brasil de Fato*, São Paulo, 1 mar. 2024. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/colunista/maria-leticia/2024/03/01/as-mulheres-tamb-em-tem-o-direito-de-envelhecer>. Acesso em: 17 jul. 2025.

LEVY, Ariel. *Female chauvinist pigs: women and the rise of raunch culture*. New York: Free Press, 2005.

LEONE, João Victor Dantas. Meninas Malvadas é tão barro! *Revista Escaleta*, Rio de Janeiro, RJ, v. 4, n. 4, p. 50–71, jan./dez. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MCROBBIE, Angela. *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. London: SAGE Publications, 2009.

MENINAS MALVADAS. Direção: Mark Waters. Produção: Lorne Michaels. Roteiro: Tina Fey. EUA: Paramount Pictures, 2004. 1 DVD (97 min), son., color.

MORENO, Rachel. *A beleza imaginada: a mulher e a mídia*. São Paulo: Ágora, 2008.

MOURA, Larissa Pereira Alexandria de; ARAUJO, Fábio Francisco de. Influência dos pares nas práticas de consumo: análise do grupo de referência no filme Meninas Malvadas. *Consumer Behavior Review*, v. 4, n. 1, p. 1–18, 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9230113>. Acesso em: 14 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. 3 de outubro. Publicado em: 03 out. 2023. Disponível em: <https://twitter.com>. Acesso em: 05 jul. 2025. Captura de tela realizada pela autora.

O TEMPO. Labubu: o novo queridinho entre os acessórios de moda. *O Tempo*, 16 maio 2025. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/moda-e-beleza/2025/5/16/labubu-acessorio-moda>. Acesso em: 4 jul. 2025.

PACHECO, Paula Caroline de Moraes. Performances de gênero e sexualidade na escola: análise do filme *Meninas Malvadas*. *Anais do Seminário de Educação (SEMIEDU)*, Cuiabá, v. 8, 2022. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/semiedu/article/view/20188>. Acesso em: 14 jul. 2025.

PEREZ, Clotilde. *Há limites para o consumo?* Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

PIMENTEL, Fernanda de Oliveira; DELLA MÉA, Cristina Pilla; PATIAS, Naiana Dapieve. Vítimas de bullying, sintomas depressivos, ansiedade, estresse e ideação suicida em adolescentes. *Acta Colombiana de Psicología*, Bogotá (Colômbia), v. 23, n. 2, p. 230–240, 2020. Disponível em: <https://actacolombianapsicologia.ucatolica.edu.co/article/view/2568>. Acesso em: 22 jul. 2025.

RUBINSTEIN, Ruth P. *Dress codes: meanings and messages in American culture*. Boulder: Westview Press, 1995.

SARTRE, Jean-Paul. *O existencialismo é um humanismo*. Tradução de Paulo Perdigão. Petrópolis: Vozes, 1997.

SEATTLE MAGAZINE. Mean Girls reboot sparks surge in Y2K fashion. *Seattle Magazine*, Seattle, 23 jan. 2024. Disponível em: <https://seattlemag.com/seattle-culture/mean-girls-reboot-sparks-surge-in-y2k-fashion>. Acesso em: 16 jul. 2025.

SIMMEL, Georg. A filosofia da moda. In: SIMMEL, Georg. *Moda, cultura e sociedade*. Tradução de Luiz Repa. Porto Alegre: Sulina, 2008.

SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade*. Tradução de Cristina Cavalcanti. São Paulo: Nobel, 2002.

STAINES, G. L.; JAYARATNE, T. E.; TAVRIS, C. The queen bee syndrome. *Psychology Today*, v. 7, n. 8, p. 55–60, 1973.

STAINES, Graham L.; TAVRIS, Carol; JAYARATNE, Toby L. The tyranny of the Queen Bee. *DP-DLA.com*, [S. l.], 1974. Disponível em:

<https://dp-dla.com/wp-content/uploads/2020/12/REF-The-Tyranny-of-the-Queen-Bee.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2025.

STOREY, John. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. 5. ed. Harlow, England; New York: Pearson Longman, 2009.

TAN, Tanya. Why Labubu is so popular? The handbag pendant trend & its underlying meaning. *LinkedIn*, 24 maio 2024. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/why-labubu-so-popular-handbag-pendant-trend-its-underlying-tanya-tan-gjctc/?trackingId=uuDEi%2BJCSvSPeo0jtAd9hw%3D%3D>. Acesso em: 4 jul. 2025.

THE UPTOWN AGENCY. Mean Girls Black Friday Ads. *The Uptown Agency*, 2023. Disponível em: https://www.theuptownagency.com/insights/mean-girls-black-friday-ads?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 18 jul. 2025.

THIS IS GENDERED. *Queen Bee*. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://thisisgendered.org/entry/queen-bee/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

TORISU, Bárbara; BARBOSA, Karina Gomes. O olhar masculino no filme *Meninas Malvadas*. In: ENCONTRO REGIONAL DE COMUNICAÇÃO, 7., 2018, Caxias do Sul. *Anais [...]*. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2018. p. 1–15.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. Busca por padrões estéticos pode levar a distúrbios alimentares. *Faculdade de Medicina da UFMG*, 15 maio 2024. Disponível em: <https://www.medicina.ufmg.br/busca-por-padroes-esteticos-pode-levar-a-disturbios-alimentares/>. Acesso em: 13 jul. 2025.

VOGUE. Y2K fashion: the comeback we can't stop wearing. *Vogue*, New York, 7 fev. 2024. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/y2k-fashion>. Acesso em: 16 jul. 2025.

WALMART. Mean Girls – Black Friday commercial. Direção de Josh Greenbaum. Estados Unidos: Walmart Inc., 2023. 1 vídeo (1min44s), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PH59qo5j4us>. Acesso em: 22 jul. 2025.

WATERS, Mark (Dir.). *Meninas Malvadas*. Roteiro de Tina Fey. Estados Unidos: Paramount Pictures, 2004. Filme disponível em: <https://pin.it/2wW1LUdQj>. Acesso em: 22 jul. 2025.

WISEMAN, Rosalind. *Queen bees and wannabes: helping your daughter survive cliques, gossip, boyfriends, and the new realities of girl world*. 2. ed. New York: Harmony, 2009.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Tradução de Waldéa Barcellos. 1. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.