

A MULHER E O CORPO: COMO OS PADRÕES DE BELEZA AFETAM A CONSTRUÇÃO DE SUBJETIVIDADES

Joice Eulália Ferreira Santos¹

Isadora Alves Cotrim ²

RESUMO

Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa, em que se adotou a revisão integrativa da literatura. A coleta de dados foi realizada em duas etapas, sendo a primeira feita por meio de uma busca avançada nas bases de dados Plataforma Periódicos CAPES, Biblioteca Virtual Scielo e na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos artigos foram: últimos 10 anos, artigos originais, em língua portuguesa e que se aproximem da temática após leitura dos títulos e resumos. Foram excluídos da pesquisa aqueles que se distanciaram da temática após leitura na íntegra, não gratuitos e duplicados. Por meio desse processo, obteve-se 06 artigos para discussão. Em suma, as ideias apresentadas na presente revisão demonstram que a mídia é o principal meio de manipulação e alusão para um corpo perfeito, e vem sempre inovando as suas formas de manipulação e modulação na sociedade. Nesse sentido, os autores refletem a pertinência deste estudo, uma vez que tecer informações sobre a temática nos compromete ainda mais nas ações de cuidado, bem como nossa implicação política enquanto pesquisador e/ou profissional.

Palavras-chaves: Mulher; Padrões de beleza; Mídia.

¹ Acadêmica do 9º período de Psicologia, FACITEC.

² Me. Relações Étnicas e Contemporaneidades, pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, na linha de "Etnias, gênero e diversidade sexual".

Jaíba-MG, Telefone: (38) 98833-8789, E-mail: joiceulalia8@gmail.com

ABSTRACT

The present work aimed to understand how beauty standards can psychologically influence women. Therefore, an integrative review with a qualitative approach was carried out. The data search was performed in the following databases: SciELO (Scientific Electronic Library Online), Virtual Health Library (VHL) and CAPES Periodicals Portal. Six articles were selected according to the inclusion criteria used. The data obtained were analyzed using content analysis. In this way, it was possible to verify how the construction of the body is influenced by the media and the beauty industry. In addition, from the elaboration of this study, it was understood how the patterns reach the constitution of the subjectivity of the bodies that deviate from the required parameters.

Keywords: Woman; Beauty standards; Media; Beauty Industry.

¹ Acadêmica do 9º período de Psicologia, FACITEC.

² Me. Relações Étnicas e Contemporaneidades, pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, na linha de "Etnias, gênero e diversidade sexual".

Jaíba-MG, Telefone: (38) 98833-8789, E-mail: joiceulalia8@gmail.com

1) INTRODUÇÃO

Compreender a história do corpo humano é também entender a história da civilização, visto que os padrões estéticos e de beleza são processos culturais definidos a partir de constructos históricos sobre o que seria o ideal de corpo. A beleza é tida como um modelo, determinado de acordo com a região e época, associado à imagem corporal. Imagem esta que pode ser entendida como o conjunto das percepções físicas, psicológicas e sociais sobre o corpo (QUEIROZ; OTTA, 1999).

Sendo assim, para identificar o sentido atribuído ao corpo e à beleza, atualmente, é fundamental entender o percurso histórico desse conceito ao longo dos tempos. Na Grécia Antiga, a noção de belo estava atrelada ao corpo simétrico, com capacidade atlética e fértil. Os gregos estabeleciam os padrões esperados para cada idade e gênero, bem como empenhavam-se na busca pela perfeição (POLACHI, 2012).

Com o advento do cristianismo, o corpo deixa de ser uma possibilidade de expressão de beleza e passa a ser considerado como uma fonte de pecado, devendo ser escondido e tendo seu acesso dificultado. Sendo assim, havia um movimento de se desprender do material para alcançar o espiritual, em que se renunciava à alimentação por longos períodos. Desse modo, o ideal de beleza dessa época era fundamentado na delicadeza das mãos, pernas e seios pequenos, com lábios finos e delicados, similares às imagens religiosas (BARBOSA *et al.*, 2011).

Na idade média, padrão de beleza era determinado pela proporção corporal, integralidade e clareza. Nesta época havia também fortes influências do cristianismo, o que definia a visão e experiência de corpo. Logo, em função disso, qualquer cuidado relacionado à constituição estética era proibido (CAMPOS, 2007).

Já na era moderna, o corpo atlético volta a ser exaltado com a valorização da prática de exercícios físicos. Nesse período, a Revolução Industrial inicia e o capitalismo se fortalece enquanto sistema econômico, trazendo consigo a ideia de que a beleza também poderia ser “comprada”. Os padrões desse período incluíam a pele branca, seios fartos, coxas grossas e cintura larga, olhos grandes, pés pequenos, dentes brancos, cabelos longos e escuros. Um corpo arredondado, com quadris largos e seios grandes era, então, sinônimo de beleza e fertilidade (BARBOSA *et al.*, 2011).

Na era das novas tecnologias, que caracterizam os dias atuais, o corpo passa por grande investimento para se encaixar nos padrões estéticos, que condiz a uma estrutura física esculpida, seca e levemente malhada. Muitas vezes isso é conseguido através de lipoaspirações, plásticas e tratamentos estéticos (BARBOSA *et al.*, 2011). Neste sentido, o padrão de beleza corporal é

um fator primordial na investigação das relações de poder e *status* social, visto que quanto mais recursos uma pessoa tem, maior é o seu acesso às práticas de beleza podendo, assim, se adequar aos padrões impostos.

Dessa forma, a parcela da sociedade que não dispõe dos recursos para atingir tais padrões encontra-se em grande risco de insatisfação e comparação aos corpos tidos como ideais. Esse pode ser um caminho de frustrações e sofrimento, que desencadeará desconfortos e inseguranças sobre sua própria imagem (GRASSI, 2018; CAMPOS, 2019).

A insatisfação corporal pode ser definida como a avaliação negativa do próprio corpo. A prevalência elevada de insatisfação com a imagem corporal tem sido observada na última década, principalmente em mulheres, sendo considerada um fator de risco para o desenvolvimento de transtornos relacionados à imagem. Imagem esta composta por fatores multidimensionais, retratada a partir de uma perspectiva inerente ao sujeito, seja pela aparência seja tamanho do corpo, no qual nunca se mantém estática ou uniforme. Na realidade, ela se transforma em função da constante tentativa do indivíduo em transpassar sua identidade corporal. Desse modo, além das memórias e experiências, a construção da imagem está relacionada também a ambição e aquilo que está em voga (RIBEIRO, 2018; ANJOS, 2021).

O belo, por si só, é uma construção de um desejo de verdade imposta a partir da moralização da beleza, e que é usada como um instrumento de ilusão que apela a um ideal. A imposição é feita pela sociedade, que cobra por esse padrão para que a pessoa possa viver coletivamente, em outras palavras, para adquirir um espaço na sociedade é preciso que a mulher se molde aos padrões exigidos pela ditadura da beleza (MACIEL JÚNIOR, 2016).

Entende-se o poder da mídia em articular padrões, atribuir significações ao corpo e influenciar diretamente a criação da imagem ideal de beleza. Dessa maneira, a influência midiática ocorre através das seguintes formas: incentivo do uso de substâncias para emagrecimento ou ganho de massa muscular, adoção de práticas de exercícios inadequados e/ou exacerbados, jejum prolongado, dietas rigorosas, realização de cirurgias plásticas, a divulgação de procedimento estéticos, etc. É possível comprovar tais afirmações através dos dados da Sociedade Brasileira de Cirurgias Plásticas (SMCP, 2017), que aponta um aumento na procura por procedimentos estéticos em 390%, somente no ano de 2017, sendo realizadas 839.288 operações estéticas (RIBEIRO, 2018).

Neste sentido, entende-se a junção entre a mídia e a indústria da beleza na busca em reforçar a perpetuação dos bens de consumo sobre o culto ao corpo, em que a demonstração de beleza são como vias para uma propaganda de um corpo esteticamente perfeito e atraente utilizado como anúncio para a venda de um novo produto (KNOPP, 2008).

Sendo assim, diante da problemática da busca pelo corpo perfeito e pela grande quantidade de estímulos relacionadas à construção de um corpo ideal que são divulgados nas redes sociais torna-se necessário investigar quais as consequências que isso gera sobre a mulher, tanto em termos físicos quanto psicológicos. Além disso, a pressão instalada para o alcance dos ideais de perfeição se faz presente e exige da mulher a busca e valorização da magreza, boa forma e saúde impecável. Desse modo, este estudo teve como objetivo compreender, por meio de uma revisão integrativa da literatura, como os padrões de beleza podem impactar psicologicamente as mulheres.

2) METODOLOGIA

Esse estudo buscou compreender, por meio de uma revisão integrativa da literatura, como os padrões de beleza podem impactar psicologicamente as mulheres. Para isso, a coleta de dados foi realizada nas bases de dados SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e Portal de Periódicos CAPES. A combinação de palavras-chaves utilizadas para a obtenção de dados para a pesquisa foram: padrão *and* corpo *and* mídia.

Os critérios de inclusão para a inserção dos artigos no corpo do estudo foram: estudos publicados nos últimos dez anos (2012 a 2022), artigos disponíveis gratuitos e na íntegra, assim como trabalhos no idioma português. Desse modo, os artigos publicados antes de 2012, em outros idiomas, não disponibilizados gratuitamente e que apresentaram somente os resumos foram excluídos da pesquisa. A seleção dos artigos foi realizada a partir da leitura prévia dos resumos disponíveis, em que foi possível verificar a relevância das produções de acordo à proposta da presente pesquisa.

Os dados obtidos foram interpretados a partir da análise de conteúdo que, como aponta Bardin (2006), segue as seguintes etapas: a primeira a de organização do material a ser analisado, em seguida organização em quatro etapas que são leitura fluente, a terceira fase a escolha dos documentos, a quarta é a formulação de objetivos e a definição dos índices e a quinta fase a exploração e análise desse conteúdo e, por último, a interpretação dos resultados.

A partir do seguimento das etapas supracitadas, foram realizadas categorizações, a fim de facilitar a análise das informações. Essas categorias podem ser entendidas como um grupo ou classificações que reúnem informações acerca de uma determinada temática (BARDIN, 2006).

3) RESULTADOS E DISCUSSÃO

A princípio foram encontrados 90 artigos nas bases de dados utilizadas. Destes, 84 não se adequaram aos critérios de inclusão da pesquisa. Neste sentido, apenas 6 artigos foram incluídos e utilizados na construção do corpo do trabalho.

Sendo assim, as produções restantes para a revisão integrativa foram distribuídas de acordo com os autores, indexadores, ano, título e tema dos resultados apresentados, conforme o quadro 1.

Indexador	Título do artigo	Autores	Periódico (vol., no, pág., ano)	Considerações / Temática
SCIELO 1	Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina	Camilla Araújo Lopes Vieira Maria Lúcia Magalhães Bosi	Physis 23 (3) • Set 2013 • https://doi.org/10.1590/S0103-73312013000300010	Magreza; biopoder; dispositivo; saúde
BVS 2	O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook: implicações para a Educação Física	Rigoni, Ana Carolina Capellini; Nunes, Felipe Gustavo Barros; Fonseca, Karina das Mercês	29(n. especial): 126-143, dez. 2017. Artigo em Português LILACS ID: biblio-880931 Biblioteca responsável: BR1923.9	Treinamento, Beleza, Comunicação, humano, Mídias Sociais
BVS 3	Ser Jovem, Ser Belo: A Juventude sob Holofotes	Lopes, Amliz Ferreira; Mendonça, Érika de Sousa	16(2): 20-33, agosto - 2016. Artigo em Português LILACS, Index Psicologia - Periódicos ID: biblio-834027 Biblioteca responsável: BR1772.9	Humanos, Beleza, psicologia, culturais, Estética/psicologia
BVS 4	O corpo da mulher contemporânea em revista	Nascimento, Christiane Moura; Próchno, Caio César Souza Camargo; Silva, Luiz Carlos Avelino	Fractal rev. psicol.; 24(2): 385-404, maio-ago. 2012. Ilus Artigo em Português Index Psicologia - Periódicos ID: psi-56589 Biblioteca responsável: BR1.1	Humanos, Feminino, Corpo Humano, Mulheres, Meios de Comunicação de Massa, Propaganda
Periódicos CAPES 5	Corpo, política e emoção: feminismos, estética e consumo entre mulheres negras	Silva, Gleicy Maily da	DOAJ Directory of Open Access Journals - Not for CDI Discovery SciELO Brazil Latindex Horizontes antropológicos, 2019, Vol.25 (54), p.173-201	Feminismos negros; estética; consumo; emoções
Periódicos CAPES 6	A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória	Strehlau, Vivian Iara; Claro, Danny Pimentel; Neto, Silvio Abrahão Laban	Alma/SFX Local Collection SciELO Brazil Latindex Revista de administração (São Paulo), 2015-01, Vol.50 (1), p.73-88	Beleza, cirurgia plástica, mulher, vaidade

Quadro 1 - Distribuição dos artigos de acordo o indexador, título, autores e temas apresentados.

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Ao realizar uma breve análise sobre a temática de relevância dos artigos, compreende-se que o primeiro artigo intitulado como: “Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina”, tem como foco a ideia de construção de um corpo ideal atrelado a uma invenção histórica de padrões. Além disso, retrata como a mídia influencia na formulação dessas ideias a serem seguidas na constituição corporal. Trata-se de uma análise de conteúdo de seções específicas de duas revistas: “Boa Forma” e “Corpo a Corpo”, o que revelou uma articulação existente entre a mídia e o discurso biomédico (VIEIRA; BOSI, 2013).

O segundo é “O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook: implicações para a Educação física escolar”, que tem como foco principal a influência midiática em mobilizar ações em torno de um padrão de estética corporal dito como ideal e como as mídias sociais como o Facebook conseguiram alcançar um público ainda maior de usuários, para a propagação de esforços na busca de um corpo irreal. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e de caráter documental, com a coleta de dados no facebook a fim de fazer uma análise crítica das informações recolhidas e com a criação de um perfil unicamente com intuito de selecionar os conteúdos relevantes a pesquisa (RIGONI; NUNES; FONSECA 2017).

O terceiro que é “Ser Jovem, Ser Belo: A juventude sob holofotes na sociedade contemporânea” apresenta as significações da beleza na sociedade e como as modificações da juventude são notórias ao longo dos anos. Ademais, aponta sobre a necessidade de sempre se manter atento à estética corporal, ao que mídia impõe e o que distorcem sobre o que realmente pode ser real e o que é tido como um corpo inalcançável. O artigo sobredito é uma pesquisa qualitativa, de campo, com entrevistas semiestruturadas realizadas com jovens que frequentam uma academia de classe média (LOPES; MENDONÇA, 2016).

O quarto artigo “O corpo da mulher contemporânea em revista” faz um apanhado histórico sobre a formação do corpo da mulher ao longo dos anos e traz as modificações do que é tido como belo, até chegar aos tempos atuais, em que demonstra a necessidade de consumo para o alcance de um corpo ideal, bem como a formação da subjetividade da mulher pelo que ela apresenta esteticamente. Para atingir o objetivo da pesquisa utilizaram como método uma propaganda de uma revista feminina e um produto de uso exclusivo de mulheres, analisado através de uma investigação psicanalítica (NASCIMENTO; PRÓCHNO; SILVA 2012).

O quinto artigo “Corpo, política e emoção: feminismos, estética e consumo entre mulheres negras” elucidada acerca do sentimento das mulheres negras em não se sentirem representadas pelos padrões ou exposições da mídia sobre o corpo ideal. Sendo assim, a pesquisa é baseada em uma loja criada especialmente para atender esse público e aborda como

a moda e o consumo são responsáveis pela propagação da imagem que essas mulheres desejam passar. Ela se constitui como uma pesquisa etnográfica, por meios de redes de sociabilidade on-line e off-line que buscou alinhar as mídias atuais e como influenciam novos modos de expressão de sentimentos e subjetividade (SILVA ,2019).

O sexto artigo “A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória” traz apontamentos acerca de como a vaidade pode servir como intermédio para os padrões de beleza ideais e autoestima nas mulheres. Assim, a busca por esse padrão é baseada no consumo e os procedimentos estéticos são tidos como meio para o seu alcance. Trata-se de uma pesquisa de campo, onde os dados foram obtidos por meios de entrevistas e questionários impressos, com 210 mulheres de todas as classes sociais que frequentavam perfumarias, farmácias e lugares de comercialização de cosméticos (STREHLAU; CLARO; NETO, 2014).

Sendo assim, para a melhor visualização e compreensão dos assuntos retratados nos artigos, foram criadas categorias a partir dos temas em comum encontrados entre os estudos, com o objetivo de apresentá-los e discuti-los de forma sucinta. A construção das categorias e o compilado de artigos que as compõem podem ser conferidos na tabela 2:

Categorias	Artigos
Impactos psicológicos da construção do corpo ideal	-Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científicos e midiático em revistas de beleza feminina -O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Face book: implicações para a educação física escolar. -Ser jovem, Ser Belo: A juventude sob Holofotes na sociedade contemporânea. -O corpo da mulher contemporânea em revista.
Gênero e diversidades na construção do corpo feminino	-Corpo, política e emoção: feminismos, estética e consumo entre mulheres negras. -A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Quadro 2 - Distribuição dos artigos de acordo a categoria de análise

Impactos psicológicos da construção do corpo ideal

Rodrigues (2006) aponta que o corpo sempre está em pauta nas relações sociais, crenças e sentimentos, o que contribui para a classificação de pessoas quanto à sua aparência, bem como a associações às representações sociais.

Neste sentido, os dispositivos midiáticos tais como as revistas femininas são, segundo Vieira e Bosi (2013), capazes de trazer diversos modos de representação, pois, ao mesmo tempo que se fundamentam em conhecimento científicos e pesquisas, fornecem a divulgação da venda de uma estética e modo de ser. Assim, acontece a propagação de textos como meios de demonstrar a forma de ter um corpo bonito e saudável, mas apresentados através de imagens de mulheres ditas como padrões e, desta maneira, vendem o que querem definir como belo.

Ainda nesta mesma perspectiva, os autores supracitados apresentam a revista “Corpo a Corpo”, que traz em suas capas, todo mês, mulheres famosas que estão em evidência na mídia e os temas principais que perpassam as matérias são: mais bonita, na moda, magra e saudável e corpo em forma. Sobre isso, Silva e colaboradores (2016) apontam que há o estabelecimento da relação entre a forma física e a saúde e, com isso, o corpo magro aparece associado à saúde, à beleza, ao sucesso e ao alcance de um *status* social.

Como outro exemplo disso é a revista “Boa Forma”, que contempla a mesma temática: a ideia de cuidado com o corpo, manter a juventude e as matérias trazendo assuntos como dietas, vida fitness, saúde e dando destaque nas capas a mulheres que são referência de “beleza” na mídia atual. Desse modo, as revistas apresentam imagens de um corpo construído através de dietas, academias, procedimentos estéticos, mas sempre pregando a ideia de uma beleza natural, o que esconde um estilo de vida exaustivo de treinos, cuidados estéticos, privações alimentares e a incansável busca pelo corpo perfeito e sua propagação pela mídia (VIEIRA; BOSI, 2013).

A mídia e a indústria da beleza são associados na perpetuação do culto ao corpo, sendo os meios midiáticos responsáveis por propagar sobre o tema, visando a circulação das informações cotidianas e a atualização das tendências. Já a indústria da beleza é tida como uma agente responsável pela materialidade, o mundo de objetos e produtos a serem consumidos, traduzindo a ideia de comportamento de consumo (CASTRO, 2007).

De uma forma ilustrativa, Rigoni, Nunes e Fonseca (2017) apresentam postagens do Facebook divulgando formas para se chegar ao corpo desejado e criticando corpos que não se encaixam no padrão. Desse modo, a primeira postagem faz referência a um programa online que prega a promessa de transformação e emagrecimento rápido, no qual a divulgação feita pela cantora Ivete Sangalo leva o público a entender que os resultados serão semelhantes ao seu

corpo. Tais divulgações, feitas de forma massivas, situam-se na esfera estética, sem considerar a saúde, e compartilham a ideia de que essa mudança corporal é acessível para todos.

A segunda postagem apresenta uma matéria dos participantes do Big Brother Brasil que mais ganharam peso durante o confinamento, o foco da reportagem foi o corpo feminino, como se a mulher que engordasse e não se encaixasse mais aos padrões fosse um problema. Já para os homens isso não seria um obstáculo, levando-nos, assim, a compreender que o corpo da mulher é objetificado e julgado pelo olhar do outro (RIGONI; NUNES; FONSECA, 2017).

Seguindo a linha de ilustração, a terceira postagem é sobre uma foto da atriz Carolina Dieckmann, que traz divergências em seus comentários sobre o fato de as mulheres famosas também terem celulites, mas a noção geral da postagem é pautada na ideia de que celulite é algo que deforma o corpo e, portanto, um problema. Nesse sentido torna-se possível entender que os padrões são impostos de maneira tão severa que não levam em consideração características naturais do corpo (RIGONI; NUNES; FONSECA, 2017).

A quarta postagem apresenta a forma como os padrões são estabelecidos de forma rígida, reforçando a ideia de que as pessoas fora do modelo ideal não podem se vestir como desejam, mas de acordo a sua forma corporal. A exemplo disso tem-se a noção de que corpos gordos devem ser encobertos, a fim de ocultar aquilo que foge do padrão, enquanto roupas para corpos magros não possuem tal característica (RIGONI; NUNES; FONSECA, 2017).

Já a quinta publicação diz respeito à venda de produtos de beleza, que representam o corpo como sendo composto por partes transformáveis e substituíveis e, para cada pedaço, haveria um preço para se adaptar ao ideal, como se para chegar à perfeição pregada pelos padrões de beleza, bastasse consumir aquele produto (RIGONI; NUNES; FONSECA, 2017).

Em contrapartida, Rigoni, Nunes e Fonseca (2017) trazem em sua pesquisa as publicações que demonstram o contrário da ideologia do que seria o “corpo perfeito”. A primeira postagem apresenta a ideia de desnaturalizar o corpo magro como o único padrão e como superior ao gordo e buscar a representação igualitária e respeitosa de todos.

As questões relacionadas ao corpo gordo é algo recorrente na atualidade, principalmente na mídia. De acordo com Silva e colaboradores (2016), não se tolera mais a gordura e quem é gordo é visto com desprezo e passível de exclusão, pois seu corpo é visto como sinal de doença e desacerto da moral. Rigoni, Nunes e Fonseca (2017) exemplificam tal afirmativa abordando em seu estudo um anúncio de vendas de mensalidades de uma academia, que divulgam seus serviços através de piadas relacionadas ao peso e à indisposição em fazer exercícios. Nas mídias sociais os compartilhamentos com a finalidade de brincar com essa forma física e a própria preguiça anulam o objetivo inicial, que é vender pacotes de atividades físicas.

Seguindo a sequência de publicações, em outra postagem é apresentada uma ideia de corpo comum e natural que seria de uma mulher real, na tentativa de associá-lo a quebra de estereótipos que são a ideias dos corpos perfeitos associados as padrões de beleza ditos como ideias. No entanto, tal ideal de corpo está atrelado a obsessões estéticas, em que há grandes modificações para que esteja adequado para ser apresentado nas redes sociais. Por trás disso tem-se a concepção de que para ser postado precisa ser editado ao que é julgado como adequado, e, além disso, traz também a ideia de que corpos fora dos padrões devem ser corrigidos antes de exibidos (RIGONI; NUNES; FONSECA, 2017).

Tal pressão e influência da mídia por um corpo ideal inalcançável para muitas pessoas podem gerar frustrações, insatisfações, culpas, insegurança, vergonha e causam impactos de ordem física e psicológica, através de ansiedade, depressão, baixa autoestima, aumento pela busca de procedimentos cirúrgicos estéticos e até ideação suicida (SILVA *et al.*, 2016).

Dessa forma, o estudo apontado por Lopes e Mendonça (2016) traz considerações sobre a insatisfação do corpo de alguns jovens, que sempre respondem em suas entrevistas que não estão satisfeitos ou estão quase satisfeitos, até porque o corpo ideal é um processo que se encontra em permanente mudança e atualiza-se com o tempo.

A insatisfação corporal é avaliada pela diferença entre imagem corporal idealizada e a real. De maneira generalizada, as mulheres apresentam maior insatisfação do que os homens e, na maioria das vezes, a insatisfação corporal vem associada a maior restrição alimentar, práticas exacerbadas de exercícios, baixa autoestima e sentimento de inferioridade (ALVARENGA *et al.*, 2010). Além disso, outro aspecto visto na entrevista, é o interesse das mulheres, mesmo praticando exercícios e modelando seus corpos, em se submeterem a procedimentos estéticos para se sentirem ainda melhor, pois entendem as cirurgias como uma mudança rápida e eficiente (LOPES; MENDONÇA, 2016).

Por fim, a respeito dos padrões de beleza ideais, muitos dos jovens entrevistados têm suas concepções sobre e outros não acreditam que estão inseridos nesses padrões de beleza e estão cientes de que suas relações com o corpo estão quase sempre estabelecidas pela sua estética e suas relações sociais vinculadas com o que consideram beleza. Dessa forma, constata-se que, mesmo subjetivamente, não acreditando ou indo contra, a maioria se submete a procedimentos na construção do corpo ideal, por influências sociais e midiáticas (LOPES; MENDONÇA, 2016).

Gênero e diversidades na construção do corpo feminino

A construção do corpo feminino passou por diversos impasses ao longo dos anos e a pluralidade de tipos corpos trazem ainda mais especificidades ao seu processo construtivo. Neste sentido, é importante salientar sobre as especificidades relacionadas a cada um deles. A exemplo disso, tem-se os impasses enfrentados por mulheres negras que, muitas vezes tem os seus corpos hipersexualizados. Além disso, não se encaixam aos padrões de beleza vigentes, que estão pautados no corpo branco e europeu. Dessa forma, as produções estéticas relacionadas ao corpo negro seguem em expansão para que se possa ocupar novos espaços (SILVA, 2019).

A pesquisa realizada por Silva (2019), em um ateliê de uma jovem negra, aborda sobre as dificuldades nas formas das roupas que são comercializadas usualmente, tais como “padrões europeus”. No contraponto, essa jovem busca vender peças para mulheres comuns, maiores, com suas diferenças corporais e assim conquista, além das mulheres negras, o público que busca vestimenta para corpos fora dos padrões. Isso desvela os sentimentos de desajustes, através dos sacrifícios feitos para se adaptarem aos padrões de beleza, tais experiências são remetidas a constrangimento, vergonha e inferioridade por nunca se encaixarem nessa ideia de belo que é pregada (SILVA, 2019).

A beleza feminina, na maioria das vezes, se relaciona com a forma de como é vista socialmente. Sendo assim, Strehlau, Claro e Neto (2015) realizaram uma pesquisa com o intuito de compreender o conceito de beleza, o foco no comportamento vaidoso e o envolvimento desses fatores com a autoestima. Desse modo, foi possível constatar que a vaidade impulsiona a busca por procedimentos estéticos, que o comportamento vaidoso gera a ação de consumo. Outro aspecto relevante foi a percepção do modo de como a mulher se dedica com os cuidados para alcance de uma beleza e como a autoestima influencia na busca por procedimentos em prol de uma satisfação corporal (STREHLAU; CLARO; NETO, 2015). Assim, a beleza faz parte da construção da subjetividade da mulher, bem como faz parte do seu modo de ser no mundo (BORIS; CESÍDIO, 2007).

Neste sentido, é importante salientar que a noção de marcadores sociais como gênero, etnia, classe, religião etc. irão mediar as relações sociais no sentido de que tais classificações contribuem para verticalização das dinâmicas sociais. Sendo assim, torna-se necessário a construção de movimentos de resistência contra discursos racistas e sexistas, em que seja possível o empoderamento e a criação de novas perspectivas sobre a inserção das diferenças no protagonismo sobre sua própria vivência (CARNEIRO; FERREIRA, 2014).

Logo, empoderar-se sobre sua própria cultura é um elemento crucial para a construção de identidades, visto que a falta de identificação diante os padrões sociais pode influenciar à baixa autoestima em razão do branqueamento que permeia as relações interpessoais e para com o mundo (CARNEIRO; FERREIRA, 2014).

Desse modo, a busca incansável da mulher para se enquadrar em um ideal, acaba ofuscando a ideia de construção da sua subjetividade e perpassa a discussão sobre diversidades sociais. A necessidade em alcançar a perfeição faz com que a mulher exija sempre mais de si. Contudo, faz necessário se conscientizar sobre as suas potencialidades diante aos papéis assumidos culturalmente, bem como ter em mente que o ideal de beleza é a singularidade de cada uma (BORIS; CESÍDIO, 2007).

4) CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho abordou questões relacionadas a forma como os padrões de beleza podem influenciar psicologicamente as mulheres. Com ele foi possível fazer um levantamento histórico sobre o corpo e os padrões impostos a este, além de perceber como a construção do corpo é influenciada pela mídia e a indústria da beleza. Ademais, a partir da elaboração desse estudo, compreendeu-se como os padrões atingem a constituição da subjetividade dos corpos que fogem dos parâmetros exigidos.

Percebeu-se também que diante o emaranhado de possibilidades midiáticas como: revistas, televisão e redes sociais, a propagação do ideal de corpo perfeito se dá de maneira muito rápida e capaz de ditar o que é belo o que, conseqüentemente, estabelece aquilo que deve ser consumido para adquirir um corpo bonito e supostamente saudável.

Visualizou-se, comumente, que os corpos vendidos como os melhores estejam relacionados a um padrão de beleza europeu, ou seja, mulheres brancas, magras e geralmente acompanhadas de uma rotina rígida de exercícios, dietas e procedimentos estéticos. Neste sentido, foi possível perceber a forma como a indústria da beleza em conjunto com a mídia são responsáveis por propagar e fazer a manutenção do que é tido como ideal, do que está em alta, na “moda”. Muitas vezes tais propagandas passam a ideia de naturalidade relacionada ao corpo perfeito, juntamente com a concepção de que a mulher pode ser “gerente de si mesma” e dar conta de tudo, inclusive de ter o corpo perfeito. Desse modo, toda a comparação e mudanças estéticas são camufladas e substituídas pela ideia de que concomitantemente à aquisição do corpo belo, há também a transformação de vida, uma suposta felicidade atrelada ao alcance desse ideal.

Também foi possível verificar como os impactos psicológicos relacionados à exposição e supervalorização da beleza podem ocasionar no desenvolvimento de transtornos alimentares e de imagem, o que está estritamente ligado à forma de lidar com as exigências sociais. Ademais, a insatisfação corporal pode se associar a maior restrição alimentar, práticas exacerbadas de exercícios, baixa autoestima e inferioridade.

Além disso, este trabalho permitiu a compreensão de como corpos fora do padrão são afetados socialmente e psicologicamente. A exemplo disso, tem-se o corpo gordo que é visto como doente, preguiçoso, desprezível e moralmente desajustado.

Outra questão levantada por este trabalhado envolve corpos de mulheres negras, que muitas vezes são vistos como objetos e que não se encaixam aos padrões de beleza estabelecidos pela sociedade. Por isso, a indústria da moda se concentra em fornecer roupas para mulheres brancas que correspondem aos modelos vigentes. Portanto, foi possível observar um movimento de transformação por parte das mulheres negras para revolucionar esta indústria e facilitar o acesso de outros corpos a moda.

Em suma, este trabalho favoreceu a reflexão a respeito da beleza feminina e como isso impacta a construção da subjetividade de mulheres e sua forma de ser no mundo. Sendo assim, diante tantas exigências sociais que acometem este público, acabam por se submeterem a diversos procedimentos para alcançar o corpo ideal. Tais imposições estéticas impactam a constituição da singularidade feminina que, em alguma medida, está sempre exigindo mais de si. Neste sentido, faz-se necessário pensar a respeito das possibilidades de desenvolvimento das próprias potencialidades diante aos papéis interpretados culturalmente, bem como a construção da sua imagem pessoal.

5) REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, M. S.; PHILIPPI, S. T.; LOURENÇO, B. H.; SATO, P. M.; SCAGLIUSI, F. B. **Insatisfação com a imagem corporal em universitárias brasileiras.** Ciência e Saúde Coletiva. 2010.
- ANJOS, L. A. **Saúde Estética: Impactos Emocionais e causados pelo padrão de beleza imposto pela sociedade.** Id on Line Rev. Mult. Psic. V.15, N. 55, p. 595-604, Maio/2021.
- BARBOSA, R.S.N.G. **A mídia como instrumento modelador de corpos: um estudo sobre gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares.** Razón y Palabra, vol. 20, Quito, Equador 2016.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo** (L. de Rego & A. Pinheiro, Trans). Lisboa: Edições 70, 2006.
- BORIS, G. D. J.; CESÍDIO, M. H. **Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado a contemporaneidade.** Revista Mal- Estar e Subjetividade, Fortaleza, v. VII, n. 2. Set, 2007.
- CAMPOS, G. R. **Cultura da Estética: O Impacto do Instagram na Subjetividade Feminina.** Caderno de Psicologia 01 (2): 310-334, Juiz de Fora – MG, 2019.
- CARNEIRO, A. N. de. FERREIRA, S. L. Padrões de beleza, raça e classe: representações e elementos identitários de mulheres negras da periferia de Salvador – BA. **18° REDOR**, Salvador, _____, 2014. Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/index.php/18redor/18redor/paper/viewFile/2136/718>>. Acesso em mai. 2022.
- CASTRO, A. L. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura do consumo/ 2ª edição-** São Paulo: Annablume: Fapesp, 2007.
- CAMPOS, E. L. D. **A representação do corpo na modernidade especificidades na publicidade.** (Curso de Comunicação Social). Centro universitário de Brasília. Faculdade de ciências sociais aplicadas. Brasília, outubro, 2007.
- GRASSI, C.F; et. al. **A influência da mídia sobre as mulheres de um corpo perfeito.** SEFIC, 2018.
- LOPES, A. F.; MENDONÇA, E.S. **Ser jovem, ser belo: a juventude sob holofotes na sociedade contemporânea.** Rev. Subj., Fortaleza, v. 16, n. 12, agosto, 2016.
- JUNIOR, M. A. **“A potência do belo”.** In: Que corpo é este que anda sempre comigo? corpo, imagem e sofrimento psíquico/ Organizadoras: Joana de Vilhena Novaes, Junia de Vilhena. 1ªed. Curitiba: Appris, 2016.
- KNOPP, G. C. **A influência da mídia e da indústria da beleza na cultura de corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea.** Encontro de estudos multidisciplinares em cultura. Faculdade de Comunicação, Salvador, 28 a 30 de maio, 2008.
- NASCIMENTO, C. M., PRÓCHNO, C.C.S.C E SILVA, L.C.A. **O corpo da mulher contemporânea em revista.** Fractal: Revista de Psicologia. 24,2 (set. 2012).
- POLLACHI, B. **A beleza em consumo.** (Curso de Especialização em Estética e Gestão de Moda). Universidade de São Paulo. Departamento de Relações Públicas, Propagandas e Turismo. São Paulo, dezembro, 2012.

QUEIROZ, R. S & Otta, E. (1999). **A beleza em foco:** condicionantes culturais e psicobiológicos na definição da estética corporal. *In:* R. S. Queiroz, (org.). *O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza.* (pp. 13-16). São Paulo: Senac.

RIBEIRO, M. T. O. **A influência da mídia na imagem corporal.** Revista Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas, 2018.

RODRIGUES, J.C. **Tabu do corpo.** Rio de Janeiro: Achimé, 1979.

RIGONI, A. A. C.; NUNES, F. G. B.; FONSECA, K. M. **O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social facebook:** implicações para a Educação Física Escolar. Ver. Motrivivencia, Florianópolis/SC, dez. 2017.

SILVA, M. G. **Corpo política e emoção:** feminismos, estéticas e consumo entre mulheres negras. Horiz, antropol., Porto Alegre, ano 25, n.54, p. 173-201, maio/ago. 2019.

SILVA, A. F. S.; LIMA, T. F.; JAPUR, C. C.; ARNAIZ, M. G.; PENAFORTE, F. R. O. **“A magreza como normal, o normal como gordo”:** reflexões sobre o corpo e padrões de beleza contemporâneos. Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social, vol. 6, n. 4, 2018.

Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP). 2017. Disponível em <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/2017/10/27/estetica-procura-por-procedimentos-nao-cirurgicos-aumenta-390/>.

STREHLAU, V. I.; CLARO, D. P.; NETO, L. S. A. **A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres?** Uma investigação exploratória. RAUSP Management Journal, v. 50, n. 1, p. 78-88, 2015.

VIEIRA, C. A. L; BOSI, M. L. M. **Corpos em confecção:** considerações sobre os dispositivos científicos e midiáticos em revista de beleza feminina. Physis, Revista de saúde coletiva, Rio de Janeiro, 2003.

Relatório do Software Anti-plágio CopySpider

Para mais detalhes sobre o CopySpider, acesse: <https://copyspider.com.br>

Instruções

Este relatório apresenta na próxima página uma tabela na qual cada linha associa o conteúdo do arquivo de entrada com um documento encontrado na internet (para "Busca em arquivos da internet") ou do arquivo de entrada com outro arquivo em seu computador (para "Pesquisa em arquivos locais"). A quantidade de termos comuns representa um fator utilizado no cálculo de Similaridade dos arquivos sendo comparados. Quanto maior a quantidade de termos comuns, maior a similaridade entre os arquivos. É importante destacar que o limite de 3% representa uma estatística de semelhança e não um "índice de plágio". Por exemplo, documentos que citam de forma direta (transcrição) outros documentos, podem ter uma similaridade maior do que 3% e ainda assim não podem ser caracterizados como plágio. Há sempre a necessidade do avaliador fazer uma análise para decidir se as semelhanças encontradas caracterizam ou não o problema de plágio ou mesmo de erro de formatação ou adequação às normas de referências bibliográficas. Para cada par de arquivos, apresenta-se uma comparação dos termos semelhantes, os quais aparecem em vermelho.

Veja também:

[Analisando o resultado do CopySpider](#)

[Qual o percentual aceitável para ser considerado plágio?](#)

Versão do CopySpider: 2.1.0
 Relatório gerado por: joiceeulalia8@gmail.com
 Modo: web / normal

Arquivos	Termos comuns	Similaridade
Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx X https://cadernoscajuina.pro.br/revistas/index.php/cadcajuina/article/view/162	31	0,54
Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx X https://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/desmisticando_duvidas_sobre_alimentacao%C3%A7%C3%A3o_nutricao.pdf	143	0,39
Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx X https://www.dietaesaude.com.br/temas/alimentacao/16625-como-nao-desistir-da-dieta-com-12-atitudes	7	0,11
Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx X https://uw.manifoldapp.org/read/beauty-standards	4	0,05
Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx X https://spb.hse.ru/soc/illuminated/news/450412934.html	0	0,00

Arquivos com problema de download

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS1677-04712002000200002	Não foi possível baixar o arquivo. É recomendável baixar o arquivo manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos). - Erro: Parece que o documento foi removido do site ou nunca existiu. HTTP response code: 404 - http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS1677-04712002000200002
https://www.univale.br/wp-content/uploads/2019/11/ED.-F%C3%8DSICA-2018_2-CORPO-E-SA%C3%9ADE-REFLEX%C3%95ES-SOBRE-A-INFLU%C3%8ANCIA-DAS-MIDIAS-SOCIAIS...-NICOLE.-RODRIGO.-TAYNARA.pdf	Não foi possível baixar o arquivo. É recomendável baixar o arquivo manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos). - sun.security.validator.ValidatorException: PKIX path building failed: sun.security.provider.certpath.SunCertPathBuilderException: unable to find valid certification path to requested target
https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6668/000488093.pdf%3Fseque	Não foi possível baixar o arquivo. É recomendável baixar o arquivo manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos). - Erro: Parece que o documento foi removido do site ou nunca existiu. HTTP response code: 404 - https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6668/000488093.pdf%3Fseque
http://old.scielo.br/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS0080-62342006000200004	Não foi possível baixar o arquivo. É recomendável baixar o arquivo manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos). - Erro: Parece que o documento foi removido do site ou nunca existiu. HTTP response code: 404 - http://old.scielo.br/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS0080-62342006000200004

Arquivos com problema de conversão



<https://books.scielo.org/id/wnvqt/pdf/carneiro-9786558460510.pdf>

Não foi possível converter o arquivo. É recomendável converter o arquivo para texto manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos).

Arquivo 1: [Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx \(4957 termos\)](#)

Arquivo 2: <https://cadernoscajuina.pro.br/revistas/index.php/cadcajuina/article/view/162> (762 termos)

Termos comuns: 31

Similaridade: 0,54%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [Artigo -JoiceEulalia ultima versão.docx \(4957 termos\)](#)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento

<https://cadernoscajuina.pro.br/revistas/index.php/cadcajuina/article/view/162> (762 termos)

A MULHER E O CORPO: COMO **OS PADRÕES DE BELEZA** AFETAM A CONSTRUÇÃO DE
SUBJETIVIDADES

Joice Eulália Ferreira Santos¹

Isadora Alves Cotrim²

RESUMO

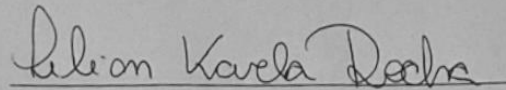
Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa. Adotou-se ainda a revisão integrativa da literatura. A coleta de dados foi realizada em duas etapas, sendo a primeira em uma busca avançada nas bases de dados Plataforma Periódicos CAPES, Biblioteca Virtual Scielo e na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos artigos foram: últimos 10 anos, artigos originais, em língua portuguesa e que se aproximem da temática após leitura dos títulos e resumos, foram excluídos da pesquisa aqueles que se distanciaram da temática após leitura na íntegra, não gratuitos e duplicados. Por meio desse processo, obteve-se 06 artigos para discussão. As ideias apresentadas na presente revisão, demonstram **que a mídia** é o principal meio de manipulação e alusão para um corpo perfeito, e vem sempre inovando as suas formas de manipulação e modulação na sociedade. Nesse sentido, os autores refletem a pertinência deste estudo, uma vez que tecer informações sobre a temática nos compromete ainda mais nas ações de cuidado, bem como nossa implicação política enquanto pesquisador e/ou profissional.

Palavras-chaves: Mulher; **Padrões de beleza**; Mídia.

ABSTRACT

DECLARAÇÃO

Eu, LÍlian Karla Rocha, RG 18.333.423, graduada em Letras/Português pela Universidade Estadual de Montes Claros-UNIMONTES declaro ter realizado a correção ortográfica e gramatical do trabalho de conclusão de curso da autora Joice Eulália Ferreira Santos, cujo título é "A MULHER E O CORPO: COMO OS PADRÕES DE BELEZA AFETAM A CONSTRUÇÃO DE SUBJETIVIDADES".



Assinatura

Janaúba, 21 de junho de 2022.

