



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE HUMANIDADES  
CAMPUS III – GUARABIRA**

**MÁRCIA RAMOS DA SILVA  
Matrícula: 2013.4711.2380**

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE PADRÕES DE BELEZA CONSTRUÍDOS POR  
ALUNAS DE ESCOLAS PÚBLICAS DE CAIÇARA/PB**

**GUARABIRA  
2014**

**MÁRCIA RAMOS DA SILVA**

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE PADRÕES DE BELEZA CONSTRUÍDOS POR  
ALUNAS DE ESCOLAS PÚBLICAS DE CAIÇARA/PB**

Monografia apresentada ao Curso e Especialização em Fundamentos da Educação: Práticas Pedagógicas Interdisciplinares da Universidade Estadual a Paraíba, como um dos requisitos para obtenção do título de Especialista.  
Orientador (a): Prof. Dr. Juarez N. Lins

**GUARABIRA**

**2014**

S586i Silva, Marcia Ramos da  
A influência da mídia sobre padrões de beleza construídos por  
alunas de escolas públicas de Caiçara/PB [manuscrito] : / Marcia  
Ramos da Silva. - 2014.  
42 p. : il. color.

Digitado.

Monografia (Especialização em Fundamentos da Educação:  
Práticas Pedagógicas Interdisciplinares) - Universidade Estadual  
da Paraíba, Pró-Reitoria de Ensino Médio, Técnico e Educação à  
Distância, 2014.

"Orientação: Juarez Nogueira Lins, Departamento de Letras".

1. Adolescente. 2. Mídia. 3. Beleza. 4. Escola Pública. I.  
Título.

21. ed. CDD 305.23

MÁRCIA RAMOS DA SILVA

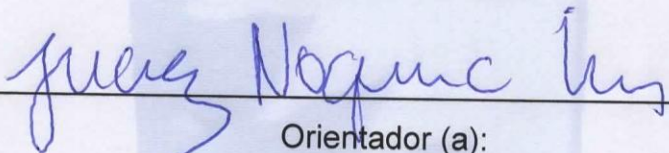
A INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE PADRÕES DE BELEZA CONSTRUÍDOS POR  
ALUNAS DE ESCOLAS PÚBLICAS DE CAIÇARA/PB

Monografia apresentada ao Curso e  
Especialização em Fundamentos da Educação:  
Práticas Pedagógicas Interdisciplinares da  
Universidade Estadual da Paraíba, como um dos  
requisitos para obtenção do título de  
Especialista.

Orientador (a): Prof. Dr. Juarez N. Lins

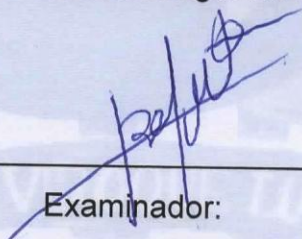
Aprovada em 27 / 09 / 2014

Banca Examinadora

  
\_\_\_\_\_

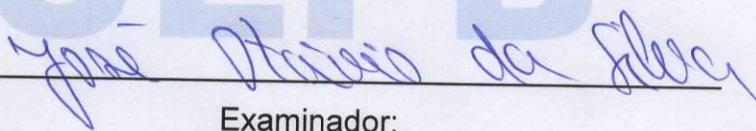
Orientador (a):

Prof. Dr. Juarez Nogueira Lins

  
\_\_\_\_\_

Examinador:

Prof. Dr. Belarmino Mariano Neto

  
\_\_\_\_\_

Examinador:

Prof. Ms. José Otávio da Silva

GUARABIRA

2014

## RESUMO

A Mídia, contemporaneamente, se tornou responsável pela construção de padrões culturais e, vem influenciando diversos aspectos da vida em sociedade. Ela dita padrões nas mais variadas áreas, inclusive, na área de beleza. Aturdidos pelos apelos midiáticos, cada vez mais, homens e mulheres, principalmente estas últimas, desejam ficar dentro dos padrões estéticos que a mídia impõe e, procuram cada vez mais, ter um corpo perfeito. Diante dessa constatação, essa pesquisa objetivou discutir a influência da mídia na construção do padrão de beleza por alunas/adolescentes no Município de Caiçara PB, apresentando ainda concepções de beleza que essas adolescentes constroem, a partir dos apelos midiáticos. Esta pesquisa bibliográfica/interpretativista, de cunho qualitativo, teve como aporte teórico, com as contribuições de Courtine (2008), Baecque, 2008, Sant'Anna (2000), Goellner (2003) Lipovetsky (2000), Del Priore (2001), Vigarello (2006) e outros. Para explicitar também o caráter prático da pesquisa, utilizaram-se algumas imagens da mídia e a aplicação de um questionário às adolescentes/alunas do ensino fundamental e médio da Escola Municipal de Ensino Fundamental João Alves de Carvalho e da Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Professora Maria Gertrudes de Carvalho Neves, do município de Caiçara/PB. Conclui-se que as alunas/adolescentes constroem ideais de beleza que refletem imposições sociais disseminadas pela mídia, de modo geral.

Palavras – chave: Adolescente; Mídia; Beleza; Escola pública.

## **ABSTRACT**

The Media, contemporaneously, became responsible for the construction of cultural patterns and has influenced many aspects of social life. She said standards in various areas, including in the area of beauty. Stunned by media appeals, increasingly, men and women, especially the latter, wishing to stay within the aesthetic standards that the media imposes and, increasingly seek to have a perfect body. Considering this fact, this research aimed to discuss the influence of the media in the construction of the standard of beauty for students / teenagers in the city of Caiçara PB, still presenting conceptions of beauty that these teenagers build, from the media appeals. This bibliographic / interpretive research, a qualitative one, had as the theoretical, with contributions from Courtine (2008), Baecque, 2008, Sant'Anna (2000), Goellner (2003) Lipovetsky (2000), Del Priore (2001), Vigarello (2006) and others. To further explain the practical nature of the research, we used some images from the media and the application of a questionnaire to teenagers / students of primary and secondary education of Municipal Elementary School João Alves de Carvalho and the State School of Elementary and Secondary Education Professor Maria Gertrudes de Carvalho Neves, the municipality of Caiçara / PB. It is concluded that the students / teenagers construct ideals of beauty that reflect social impositions disseminated by the media in general.

Key-words: Adolescent; Media; Beauty; Public School.

(...) Agora não estamos mais usando espartilhos, mas impondo inconscientemente uma armadura cultural ao nosso corpo, achando que assim vamos viver mais felizes. Assim esperamos conseguir ser mais “atraentes” do que os outros. Com certeza a nossa aparência externa condizente com atuais normas, nos leva a uma aproximação com outros. (IWANOWICZ, 1994).

## DEDICATÓRIA

A minha mãe e a meu pai por terem acreditado em mim, mesmo quando eu já não tinha tanta confiança própria. Por sempre terem me encorajado e alimentado o meu ser com suas palavras de força e coragem e nunca ter desistido de mim, mesmo quando eu não mais acreditava no meu potencial.

A Deus por ter me concedido o dom da vida e do entendimento, por ter me proporcionado essa oportunidade que foi de grande valor para o meu desenvolvimento humano e profissional e pela minha família que sempre me apoiou e incentivou nesta bela caminhada de curso.



## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pela força e determinação que me concedeu de estar concluindo o curso sabendo lhe dar com os obstáculos que no decorrer do mesmo apareceram;

Aos meus pais, Elenilda Ramos da Silva e Gilberto Ramos da Silva que me incentivaram e me deram bastante força na caminhada, sempre dispostos a me ajudarem na concretização deste meu sonho;

As minhas irmãs Marcela Ramos da Silva e Marciely Ramos da Silva, que de forma intensa e especial me auxiliaram no decorrer do curso;

Ao meu marido, pelo companheirismo e apoio;

Aos colegas de turma, pelas descobertas, trocas de experiências, companheirismo e amizade que sempre estiveram presentes em nosso convívio em sala de aula;

A todos os professores que contribuíram de forma efetiva na minha formação, que plantaram em mim a semente da sede do conhecimento e que me mostraram que ensinar não é apenas trabalhar conteúdos de forma prazerosa e criativa, ensinar vai mais além, é um caso de amor e isso me fez despertar a consciência para ser uma educadora que irá fazer a diferença.

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01: Insatisfação com o corpo .....	29
GRÁFICO 02: Uso da Maquiagem .....	32
GRÁFICO 03: Escolha da maquiagem:.....	33

## LISTA DE IMAGENS

GRÁFICO 01: Xuxa antes e depois do Photoshop .....	25
GRÁFICO 02: Criança no salão de beleza fashion mix .....	27
GRÁFICO 03: Capa da Revista Corpo a Corpo: .....	35

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>CAPÍTULO I – HISTORICIZAÇÃO DA BELEZA</b> .....	14
1.1 Beleza – em busca de conceitos .....	14
1.2 Rosto e corpo: transformações do belo nos séculos XVI e XVIII .....	16
1.3 Beleza nos séculos XX e XXI: modelos e exposição .....	21
<b>CAPÍTULO II – CORPO CONSUMO: A MÍDIA COMO PROPAGADORA DE BELEZA</b> .....	24
2.1 Mídia Falada, Mídia Escrita: influências sobre o belo .....	24
<b>CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA NA ESCOLA PÚBLICA</b> .....	28
3.1 Metodologia .....	28
3.2 Apresentação e discussão dos dados.....	28
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	36
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	37
<b>ANEXOS</b> .....	39

## INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX, o corpo feminino ganha notoriedade. Mas foi principalmente, a partir dos anos 60, graças aos movimentos sociais, como o movimento feminista e a contracultura, a mulher começa a ser objeto e sujeito da História, o corpo feminino passa a ser redescoberto na política, mídia, arte e ciência, ou seja, o corpo começa a ganhar destaque e a ser objeto de reflexão, segundo Jean-Jacques Courtine “o século XX é que inventou teoricamente o corpo” (2008, p. 7), pois desde então o corpo é pensado, pesquisado e externado. “Não é possível compreender as principais representações do corpo neste século a não ser encontrando a sua fonte ou seu meio de transmissão, tanto sua origem como sua vulgarização, sobre a tela do espetáculo de massa” (BAECQUE, 2008, p.481).

Se desde o início do século XX o corpo, sobretudo o feminino, passa a ser objeto de estudo e preocupação de diferentes profissionais, este também passa a ser divulgado pelos meios de comunicação de massa: nas revistas, cinema, publicidade, propagandas, novelas, programas televisivos; etc.

Todavia, além das representações que o corpo externara dentro e fora das artes, ele passa a ser objeto de investigação histórica, é analisado em seu aspecto emocional, sexual e social, o corpo feminino passa a ser estudado e representado como um corpo independente, livre das amarrações e submissões do passado, passado este que relegava a mulher o lugar de submissão a igreja e ao homem. No final do século XX, o corpo passara a ser estudado e analisado partindo de si para si, ou seja, “como se o corpo deixasse de ser um tabu, sede do pecado e das doenças, para ganhar dignidade e importância” (SANT’ANNA, 2000, p. 241).

Segundo o Psiquiatra Jurandir Freire Costa, em uma entrevista para a Revista de História da Biblioteca Nacional, em janeiro de 2009, “o corpo é o maestro”, ou seja, o corpo em nossa cultura é o centro das relações e da formação da identidade, e

quando as instâncias tradicionais – a política, a religião, a família, etc. – que doavam nossas identidades começam a perder o brilho e o peso cultural, o indivíduo vai buscar normas de conduta em outro lugar. A profunda metamorfose das ideologias trouxe o sujeito para si, ou melhor, para essa dimensão de si que é o corpo.

Presentemente, o sujeito não é mais identificado pelas instancias tradicionais como outrora, é identificado através de si, o corpo passa a ser configurado como principal elemento identitário, uma vez que o corpo fala muito de si, é “tanto biológico quanto simbólico (...) o corpo do individuo pode revelar diversos traços de sua subjetividade e de sua fisiologia, mas, ao mesmo tempo, escondê-los” (SANT`ANNA, 2006, p.3).

Percebemos então que o corpo tem sua linguagem e transmite muitas informações a cerca do individuo e de sua cultura, ele é sujeito às influências que o rodeia, suscetível a se modificar para atingir expectativas almeçadas, ou para condizer com as normas que lhe são impostas, pois o corpo é disciplinado e convidado de forma objetiva ou subjetiva a corroborar e se disciplinar na sociedade que está inserido, pois o corpo é uma construção mutável, caracterizado e influenciado por cada época, como diz Goellner (2003:28)

O corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc. Não é, portanto, algo dado a priori nem mesmo é universal: o corpo é provisório, mutável e mutante, suscetível a inúmeras intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura bem como suas leis, seus códigos morais, as representações que cria sobre os corpos, os discursos que sobre ele produz e reproduz. (GOELLNER, 2003, p. 28).

Dessa forma, com a possibilidade de se ter o Corpo como fonte de estudo, do mesmo estar presente “no coração dos debates culturais (...) como objeto do pensamento” (COURTINE, 2008, p. 9), a minha pesquisa vem discutir como a mídia influencia na construção do padrão de beleza das adolescentes do município de Caiçara – PB, destacando qual a concepção de beleza para as mesmas.

A análise está centrada no município de Caiçara, tendo como campo de pesquisa duas escolas públicas do município a Escola Municipal de Ensino Fundamental João Alves de Carvalho e a Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Professora Maria Gertrudes de Carvalho Neves, ambas abarcadoras de um número grande de adolescentes.

Assim, no primeiro capítulo discuto o conceito de belo e as variações que a beleza ganhara desde o século XVI ao XX, é um passeio pelo mundo da beleza, conhecendo como o belo era percebido pelas mulheres de cada época e qual era

sua caracterização, haja vista que a beleza é mutável, pertencente a cada sociedade e época. No segundo capítulo discuto o papel da mídia como propagadora de padrões de beleza. E, no terceiro capítulo apresento a pesquisa, destacando como as adolescentes do município de Caiçara, são influenciadas pela mídia, na construção dos seus ideais de beleza.

## CAPÍTULO 01 – BREVE HISTORICIZAÇÃO DA BELEZA

Há muito tempo a beleza vem sendo estimada pelas mulheres. A busca pela perfeição e a camuflagem das ditas “imperfeições” são temas que durante vários séculos foram abordados com o intuito de definir e aperfeiçoar o belo, porém nem sempre o corpo foi concebido como principal elemento da beleza, pois partes específicas do corpo como o rosto, as mãos, os cabelos, a maneira de se comportar e as vestimentas femininas, a alma, a moral etc. também compunham a beleza de diferentes épocas.

### 1.1 Beleza – em busca de conceitos

A beleza é um dos temas que cercam as mulheres do século XXI, seja pelo seu teor satisfatório ou sofredor. Mas o que é ser Bela? Esta é uma indagação que merece ser discutida, uma vez que o conceito de beleza é amplo e complexo.

Segundo o dicionário mini Aurélio século XXI (2001), a definição de beleza é a seguinte:

*Sf. 1. Qualidade de belo. 2. Pessoa bela. 3. Coisa bela, muito agradável ou muito gostosa.*

Essa conceituação da beleza não nos é muito esclarecedora, porém ao consultarmos o significado de Belo temos uma definição mais clara, são apontados oito itens, porém iremos destacar seis:

*Adj. 1. Que tem forma perfeita e proporções harmônicas. 2. Agradável aos sentidos. 3. Elevado; sublime. 4. Bom, generoso. 5. Agradável; sereno. 6. Próspero, feliz.*

Se levarmos tal definição para o corpo feminino podemos constatar que a forma perfeita e harmônica corresponderia ao corpo “bem distribuído”, que tenha coerência o rosto com o corpo e que as medidas sejam proporcionais, para além, essa harmonia seria agradável aos sentidos, agradável para quem a observa; Ao alcançar tal harmonia, a mulher se tornaria feliz, próspera, e bondosa. O contrário é tido como feio, e se caracteriza pelo desagradável, pela aparência nada harmoniosa, sendo ainda definido como indecoroso.

Sendo assim, a beleza é algo que mexe com interior e exterior das mulheres, haja vista que ela é aceita por uns e criticada por outros, há os que defendam que a



beleza é caracterizada pelas ações e comportamentos, uma beleza vinda do interior, e há os que a relacionam estreitamente ao caráter estético, e ainda há os que defendem que uma completa a outra, entretanto, não estamos aqui querendo dizer qual o certo ou errado, mas problematizarmos e compreendermos tais conceitos em suas determinadas épocas.

Fazendo referência à vinda dos portugueses para a Terra de Santa Cruz, em 1500, Mary Del Priore aponta em seu livro *Corpo a Corpo com a mulher* o quanto os portugueses ficaram maravilhados com a beleza indígena a descrevendo em suas correspondências. Pero Vaz de Caminha define os corpos indígenas femininos como “limpos e tão gordos e tão formosos que não pode mais ser”. (Apud PRIORE, 2000:17), para o padrão de beleza vigente, o corpo cheinho, arredondado era sinônimo do belo, diferentemente dos dias de hoje que a beleza é, não só, mas principalmente, caracterizada pela magreza.

Os cabelos longos e lisos também compunham o belo, eram muito valorizados, se bem que até hoje permanece a valorização dos cabelos como complemento da beleza feminina, tendo este passado por alterações ao longo dos séculos. Além do aspecto corporal, as indígenas eram consideradas belas por serem ingênuas e dóceis características estas que podem ser relacionadas, segundo Del Priore (2000), à teoria neoplatônica, onde o Belo era caracterizado pelo bem, amor e pureza, de forma antônima o feio corresponderia ao mau, ódio e impureza.

Entretanto, independente da associação entre beleza e bondade, feiúra e maldade, a aparência física de fato causa aproximação ou distanciamento de quem a observa, isso pode ser observado em um relato feito pela duquesa de Abrantes onde descrevia as características físicas de Carlota Joaquina:

A princesa do Brasil teria um metro e sessenta de altura na parte mais alta do seu corpo. E digo isto porque uma queda de cavalo lhe reduzira de tal modo uma anca que coxeava horrivelmente (...) a cabeça, se tivesse sido formosa, teria podido neutralizar em parte a deformidade do corpo (...). A boca (...) tinha várias filas de dentes negros, verdes e amarelos (...). A sua pele áspera e requeimada, como para sua fealdade fosse maior, aparecia cheia de grãos que supuravam quase sempre e dava náuseas vê-la (...) seus cabelos, meio crespos, eram dos que não há pente, pomada ou escova que logrem tirar-lhes a aspereza... . (POMBO, 2009, p. 35)

Segundo tal descrição, a beleza se caracteriza por aspectos físicos, no entanto há características físicas que para uns são consideradas feias e para outros é

sinônimo de beleza, por exemplo, os dentes, se para a Duquesa de Abrantes os dentes de Carlota Joaquina lhe causava repulsão, imagine o que ela sentiria em relação aos Jagas, grupo étnico da Angola que “traziam como marca distintiva dois dentes arrancados da frente da arcada superior”? (Idem p.36). Pois é, a beleza é uma construção em que todas as culturas possuem critérios para definirem o bonito e o feio, para tanto, o corpo é que responde.

Para o psicólogo May Rollo (1992) a beleza é provocada por situações do nosso cotidiano que nos causam alegria, sentimento de paz e admiração, ou seja, a beleza é a reação que temos diante das coisas “boas”, é a harmonia entre o que se está vendo e o sentimento produzido por tal ação, dessa forma, a beleza não se configuraria pela aparência física do indivíduo, mas provinha de um sentimento interior.

Como explicar as pessoas que sacrificam seus corpos em busca da beleza e mesmo assim não se sentem belas? Segundo Freud, em seu livro *O mal estar na civilização* (1974, p. 30) o ser humano tem uma busca incessante pela felicidade, tenta alcançá-la de diversas maneiras, e uma das maneiras é achar que a busca pelo corpo ideal trará felicidade, porém ele adverte que “nunca dominaremos completamente a natureza, e o nosso organismo corporal, ele mesmo parte dessa natureza, permanecerá sempre como uma estrutura passageira, com limitada capacidade de adaptação e realização”

Por mais que busque a perfeição corporal, o ser humano nunca estará satisfeito com seu corpo, pois sabe que seu corpo é “passageiro” e vai envelhecer. Enquanto não domina a natureza, a tentativa de rejuvenescer, retardar as marcas do tempo que percorrem o corpo, se intensificará. Vejamos a seguir como a beleza era configurada do século XVI ao XX.

## **1.2 Rosto e corpo: transformações do belo nos séculos XVI – XVIII**

A beleza no século XVI é concebida como vinda do céu, uma beleza não alterável, absoluta, que direciona o corpo para o celeste; o submete a códigos de moralidade, códigos estes extremamente ligados à igreja, a qual disseminava uma concepção de beleza pura, inalterável. No entanto, percebe-se que a mulher vai perdendo gradativamente a conotação demoníaca que lhe fora outrora imposta pela

igreja, onde era “considerada a ‘arma do diabo’, sendo sua beleza indissociável da malignidade” (LIPOVETSKY, 2000, p. 114), pois ela começa a ganhar destaque nas pinturas, nos espaços sociais e no âmbito religioso. Porém, a igreja permanecera com seu discurso asseverador da submissão feminina, uma vez que a mulher não podia expressar seus desejos e nem suas vontades.

As partes consideradas belas seriam as que costumeiramente ficavam a mostra, não como forma de exibicionismo da mulher, mas por seus vestidos não as cobrirem, pois os corpos e comportamentos eram disciplinados para se enquadrarem à moral da época, moral esta que ditava o que era belo, sempre o relacionando ao pudor.

Tendo em vista isto, a beleza do século XVI voltava-se para as ditas “partes altas”, o que Vigarello (2006) destaca sendo pertencentes a tais “partes” o rosto, os olhos, boca, bochechas, nariz, busto, seios, mãos e braços. Para a valorização e destaque desses elementos considerados honrosos, a vestimenta feminina realçava ainda mais essa beleza, pois as saias eram longas e volumosas, dando destaque ao alto, já que as partes baixas (ventre, pernas e quadris) eram consideradas depreciativas para o olhar, levava os olhos para o pecado. Logo, a saia era como “pedestal do busto” (Idem, 2006, p.18), que inclinaria o busto, o rosto e as mãos para o celeste; incluiria a mulher como uma imagem angelical, destacando os olhos como portal para o céu, pois eles expressariam os desejos do corpo, a conduta da mulher, já que eles eram considerados as janelas da alma, a luz do corpo.

Destaca-se também como belo um corpo volumoso. As mulheres “cheinhas” representavam a sensualidade e beleza dessa época. No entanto, vale ressaltar que a beleza não era algo que a mulher buscava pelo simples prazer de sentir-se bela, mas sim porque a busca por tal beleza era para agradar o homem. Ou seja, “a mulher continua inexoravelmente ‘inferior’, tanto mais porque sua beleza é feita para ‘deleitar’ o homem, ou, melhor ainda, para ‘servi-lo” (Ibidem, 2006, p.27).

Percebe-se que, desde então, a beleza é produzida para agradar os olhos de quem a vê, ou seja, a beleza passa a ser produzida para agradar o outro, por mais que para alcançá-la a mulher tenha que sofrer. Por que não citarmos o famoso espartilho como forma de sofrimento? Quantas mulheres tinham seus órgãos internos deformados devido ao uso do espartilho? Este que desaparece por indicações médicas e retorna no século XIX “para dar respaldo à moda ‘Império” (DEL PRIORE, 2001, p. 11), já que ele representava a correção da postura e da

elegância, como também podemos citar o corpete, bem ajustado que dava forma ao busto, elevando-o e modelando-o, mas que causava um enorme desconforto as mulheres.

Partindo de uma beleza absoluta “vinda do céu”, a beleza do século XVII se ressignifica adquirindo novos espaços e artifícios, haja vista que as cidades vão se constituindo enquanto novos espaços de sociabilidades e significados. Logo a beleza passa a ser externada em tais locais, uma vez que esses espaços passam a ser palcos de difusão e externação de um modelo de beleza a ser seguido, pois havia comercialização de elementos pertinentes a arte de se embelezar, e acessível a todas as mulheres pertencentes à burguesia, pois só a partir do século XX que os artifícios de beleza se popularizarão, deixando de ser privilégios apenas de uma classe social.

Diante do surgimento desses novos espaços, a beleza do século XVII vai adquirir novos ares, diferentemente do século XVI, que a beleza era diretamente ligada à religião. Neste novo século, os elementos que compunham a beleza serão outros. As partes baixas vão ganhando destaque, principalmente os quadris e as pernas, membros que outrora eram considerados depreciativos pela moral da época.

Essa mudança ocorrera porque o corpo passa a desvincular-se da ordem cósmica, sendo pensado a partir de si próprio. Entretanto, é importante destacar que nessa época os espaços de lazer passaram a adquirir muita significância, como as igrejas, os teatros, os balés e as praças. Esses locais transformam-se em locais de expectativa estética; as pessoas iam às avenidas passear com o intuito de se mostrar e observar o outro, impunha-se uma beleza mais cotidiana, a beleza envolvia o corpo e o comportamento, a mulher tinha que ser delicada.

O belo agora tinha que ser externado e não tinha espaços melhores do que onde há sociabilidade, pois são também nesses espaços que vão se constituindo padrões femininos que se impõem como modelo de beleza, haja vista que as mulheres se viam e procuravam se encaixar a tal modelo de beleza. A beleza nesse momento já começa a dar importância para as formas do corpo, “o desenho da cintura e do quadril adquiriu presença e precisão [...]”. O centro do corpo existe de outra maneira, variando as formas, impondo o ‘reto’, o ‘fino’, o ‘desembaraçado’, o ‘redondo’, o ‘tosco’”. (VIGARELLO, 2006, p. 49).

Não que esses membros – cintura e quadril – tivessem expostos, mas porque esses faziam parte do imaginário que começara a emergir: o corpo passara a

ser pensado a partir de si. A beleza se constituía enquanto elemento vindo do interior; não um interior vindo da alma, mas ligado ao corpo.

A beleza do século XVII, não era privilégio de todas as mulheres, mas apenas das mulheres nobres, uma vez que para ser bela, “o corpo não deveria demonstrar qualquer sinal ou marca de trabalho físico, o cânone burguês de beleza feminina perenizava as cinturas de vespa, as extremidades pequenas e finas, as peles de pêssego.” (DEL PRIORE, 2001, p.12). As mulheres da corte eram consideradas belas por serem delicadas, terem uma forma de andar singular e magras; se comprimiam nos espartilhos para estarem belas, pois a magreza começa a emergir enquanto modelo de beleza e estratificação social.

A mulher pobre não se enquadrava nesse modelo de beleza, pois, enfrentando o trabalho na rua, no campo, ou mesmo o trabalho doméstico não poderia possuir pele de pêssego. A maquiagem começa a fazer parte desse novo modelo de beleza. A beleza se constitui enquanto modelo que pode ser alcançado através de artifícios; o corpo pode ser apertado, corrigido.

Diante dessa mudança no padrão de beleza, a maquiagem começa a ganhar espaços, as mulheres se enfeitam e pintam os rostos, porém há limites nesse artifício. Novamente o discurso religioso vem criticar tal prática, alegando que a maquiagem esconde a beleza real da mulher, camufla o verdadeiro “eu”. Entretanto, mesmo diante de tais intervenções, as mulheres permaneciam se embelezando, se encaixando no novo modelo de beleza que surgira.

Assim como o espartilho que surgira para controlar as posturas e tornar as mulheres mais belas, no século XVII surgem os banhos de rejuvenescimento. As mulheres faziam ou compravam loções que acreditam rejuvenescer o rosto; era uma tentativa de tardar o envelhecimento. Porém, por que o medo do envelhecimento? Por que são considerados belos apenas rostos e corpos jovens?

Segundo Edna Nóbrega de Araújo, em seu artigo *A beleza feminina no discurso da publicidade no final do século XX*, na contemporaneidade a velhice é associada à tristeza e feiúra, pois “as camadas envelhecidas da pele são expostas como uma máscara que encobre a beleza e, ao ser retirada, faz com que apareça uma nova mulher: jovem, bela e feliz”. Ou seja, o envelhecimento retardado, tenta distanciar a morte do corpo, conseqüentemente trás felicidade e beleza, já que a morte simboliza o fim do corpo.

No século XVIII, o corpo permanece se desvinculando do sagrado, uma vez que a beleza começa a ganhar traços de leveza e singularidades que se expressaria através do corpo, rompendo a padronização da beleza e diferenciando esse século dos de outrora por a busca da beleza ser personalizada.

Tento em vista que no século XVI a beleza voltava-se para o rosto e no XVII para o corpo, o século XVIII é a junção de ambos; a beleza seria caracterizada pela harmonia do corpo e rosto.

Um duplo movimento se afirmou no século XVIII: o apego a uma beleza genérica, com a visão de uma silhueta de conjunto, seu equilíbrio, os quadris, o busto, os movimentos flexíveis; e o apego a uma beleza individual, com a visão de uma singularidade invencível, essa graça sempre única encarnando a beleza. (VIGARELLO, 2006, p.87).

A mulher não tinha que ser necessariamente magra para ser bela, mas tinha que ter harmonia em seu corpo e comportamento, ou seja, todas as partes do corpo compunham o conjunto da beleza; defendia-se que havia diversas belezas, no entanto o rosto e corpo teriam que expressar leveza e equilíbrio. Neste momento a beleza ganha uma liberdade expressiva constatada nas vestimentas. As saias que serviam de pedestal para as partes altas já não compunham a moda da época, visto que, agora, as roupas femininas iam se ajustando, deixando a mostra, timidamente, os contornos do corpo.

Para o rosto, surgiam maquiagens que encobriam o que era considerado “imperfeito”, “as técnicas de maquiagem buscavam copiar o que era belo, sem ultrapassar a natureza” (DEL PRIORE, 2001, p.15), ou seja, a maquiagem era uma maneira de corrigir o indesejado, sendo sabido que os retoques eram possíveis.

Surgiam, então, opções para o embelezamento, cujas variações ocorriam para atender as especificidades das mulheres, sendo que até a maquiagem tinha que se adequar as ocasiões propiciadas. Havia uma “preocupação com os tons” (VIGARELLO, 2006, p.89) na hora de se maquiar. Os banhos de beleza vão ganhando mais espaço nesse século, haja vista que o discurso médico incluía a beleza como pertencente à saúde.

Mesmo diante das mudanças no padrão de beleza feminino ocorridas no século XVIII, algo permaneceu como herança desde o século XVI: a submissão da mulher ao homem. A mulher do século XVIII deveria permanecer submissa ao

homem, e o embelezamento seria um melhoramento da aparência feminina apenas para agradar o homem e perpetuar a espécie humana, ou melhor, o corpo feminino conservaria a beleza para o homem, uma vez que até o século XVIII tem-se “por característica fundamental não separar a beleza física das virtudes morais” (LIPOVETSKY,2000, p.120 -121).

### **1.3 A Beleza nos Séculos XIX e XX – modelos e exposição**

No século XIX, o acesso à beleza se populariza e as mulheres tornam-se mais ativas, fazem caminhadas, ginásticas, começam a habitar espaços que expõem a beleza; o corpo passa a ser pensado através de si, visto como algo que pode ser moldado, cabendo a mulher a responsabilidade de tornar-se bela.

Nesse século corroboraram com a beleza a presença dos espelhos nos espaços, agora não mais os espelhos pequenos, que só viam o rosto, mas os grandes para se ver por completa, já que a beleza não só era composta pelo rosto: “os espelhos polidos ganhavam tamanho para refletir o crescente narcisismo,” (DEL PRIORE, 2001, p.16), as imperfeições seriam detectadas mais rápidas, como também as perfeições seriam mais visíveis. A cerca disso Vigarello (2006:117) faz o seguinte comentário: “Os espelhos, sem dúvida, mais numerosos, [...] renovaram os olhares sobre si: uma consciência mais aguda da silhueta e de seus movimentos, uma maneira diferente de se observar.”

Percebe-se que desde o século XVII a beleza começa a se externar; o ser belo tinha que ser posto à mostra. Além dos espelhos, as roupas também contribuía para esse modelo de beleza, principalmente no século XIX, pois em meados dos anos 1870 “o vestido se faz ‘colante’, os quadris se afirmam como se fossem ‘recheios’”. (Idem, 2006, p.119). As roupas começam a valorizar os contornos do corpo. Para estar à mostra o corpo precisava estar bem, uma vez que a beleza era ter seios grandes, cintura fina e quadris largos; a beleza ganhara a conotação da sensualidade, e era uma forte arma para despertar os desejos. O corpo passara a se mostrar com o intuito de ser desejado e apreciado. Percebe-se então que, desde o século XVI, a busca incessante pela beleza é efetiva para agradar o outro. Essa nova presença do corpo – linhas aflorando sob a roupa,

contornos impostos ao olhar – cruza-se com outra ocorrência súbita no fim do século XIX: maior liberdade concedida ao desejo.

Ainda em fins do século XIX, a nudez ganha destaque; as roupas vão se ajustando e diminuindo, os cabelos vão encurtando, deixando de fora a nuca; surgem, então, a partir de 1890, os concursos plásticos: “a mais bela perna, a mais bela nuca, os mais belos seios” (VIGARELLO, 2006, p.124). A partir de então, a nudez feminina se banaliza, ademais desde então a beleza é definida “como uma característica estritamente física, um valor autônomo distinto de qualquer valor moral.” (LIPOVETSKY, 2000, p.121).

Em fins do século XIX e início do XX, a beleza se destaca por um padrão estético que se mistura com o bem estar – discurso produzido pela saúde. A ginástica vem para justificar uma boa educação e provocar o bem estar; sua prática estava relacionada com a saúde, maior expectativa de vida e beleza. O discurso de saúde e beleza mistura-se, determinando que para ser bela a mulher teria que ser saudável, pois era preciso “oxigenar as carnes, e alegrar-se graças ao equilíbrio saudável do organismo. A elegância feminina começou a rimar com saúde”. (DEL PRIORE, 2000, p. 63).

Assim, o século XX segue com um aprofundamento da nudez. O corpo se mostrava e buscava aprimorar seus contornos para se por amostra em diversos ambientes da sociedade. Mary Del Priore (2001:100), em seu livro *História do Cotidiano*, faz um comentário em alusão à nudez feminina, pode-se dizer, uma crítica a tal nudez

No decorrer do século XX a mulher se despiu. O nu, na mídia, nas televisões, nas revistas e nas praias, incentivou o corpo a desvelar-se em público, banalizando-se sexualmente. A solução foi cobri-lo de cremes, vitaminas, silicones e colágenos (PRIORE, 2001, p. 100).

A preocupação com o corpo se exacerba impondo um ideal de beleza que associado a um corpo “sarado” e “saudável”. Os padrões de beleza dos séculos anteriores já não convêm, pois para a beleza do século XX “já não basta ser gorda, é preciso construir um corpo firme, musculoso e tônico, livre de qualquer marca de relaxamento ou moleza” (LIPOVETSKY, 2000, p.133); As Academias, os spas, as clínicas de cirurgias plásticas, os salões de beleza, são espaços que vão sendo preenchidos e cada vez mais procurados por mulheres que buscam o corpo ideal, que procuram corrigir suas “imperfeições” e tornar-se uma visão agradável para os



olhos que a vêem. Para a exposição do corpo, este tem que estar na boa forma, belo, para atender as exigências dessa sociedade capitalista, que a todo instante nos ínsita a consumir uma beleza alheia. A cerca dessa beleza alheia Del Priore (2001: 21-22) faz o seguinte comentário:

Entre nós, aumenta assustadoramente o número de mulheres que opta pela imagem da *Barbie* americana, dona de volumosos seios de plásticos falsos, cabeleiras loiras e lábios de Pato Donald. (...) Mal se percebe que nossa sociedade não valoriza a identidade, mas a identificação. Os pequenos defeitos, que outrora davam charme a uma mulher, estão em baixa. (PRIORE, 2001, p.21-22)

Essa beleza externa consumida faz com que haja uma negação do corpo considerado fora do modelo Barbie. A mulher gordinha passa a não se identificar com seu corpo, sentir-se feia e topa sacrifícios para consumir a beleza tão sonhada: “Anônimos, os que não são belos simplesmente recusam seus corpos. (...) Em uma sociedade de consumo, a estética aparece como motor do bom desenvolvimento da existência” (Idem, p. 20-21).

Esse anonimato dá-se porque ninguém quer ser considerada feia dentro dessa sociedade capitalista, onde partes do corpo podem ser “compradas”, modificadas, refeitas. Logo, corpo belo são corpos sarados e considerados saudáveis; e os gordinhos, o oposto, o feio, o doente. Para não ser feio e ter aspecto de doente, a busca pela beleza é constante. A mulher tem que manter-se bela em todos os espaços e se prevenir, cuidar-se para a feiúra não voltar: “Não há mais um momento especial para se fazer bela já que todos os momentos devem ser conjugados com um trabalho sobre si mesmo de conquista da beleza e de prevenção da feiúra” (SANT’ANNA, 1995, p. 130).

Assim, essa beleza tão sonhada e acatada pelas mulheres, tem a mídia como impulsionadora, uma vez que ela produz discursos para convencer o consumidor de que há como tornar-se bela. Esse é o assunto que iremos discutir a seguir.

## **CAPÍTULO 02 – CORPO CONSUMO: A MÍDIA COMO PROPAGADORA DA BELEZA**

A mídia é um dos veículos que propagam esse modelo de beleza que deve ser seguido pelas mulheres, seja através da mídia impressa ou televisiva, o corpo passa a ser convidado a inserir-se e tornar-se belo. No entanto, é importante atentarmos para o fato de que a mídia não é só esse “monstro” que costumamos taxar, mas que mesmo tendo seu lado negativo a mídia evidencia o que a sociedade já usa, ou pratica. Ou seja, no caso da mídia voltada ao embelezamento do corpo feminino ela enfatiza aquilo que as mulheres desejam.

Para a perfeição do belo, a mídia divulga produtos e práticas para serem executadas, e mulheres com corpos esculturais como resultados alcançados através desses produtos e práticas. Assim, a imprensa feminina trata de instigar as mulheres a manterem-se belas, a serem consumistas da beleza.

### **2.1 A Mídia falada, A mídia escrita: influências sobre o “belo”**

A mídia é um dos veículos que propaga o modelo de beleza a ser adotado em cada período. Ela instiga a mulher a transformar seu corpo para inserir-se e ser aceita na sociedade. Não estamos afirmando que a mulher seja forçada a tal atitude, no entanto sabemos que ela é pressionada a praticar as mudanças, pois as revistas, novelas, *outdoor*, comerciais televisivos e de propagandas mostram mulheres altas, magras, loiras (em sua grande maioria) e cabelos lisos; mulheres homogenias que apresentam o corpo revestido com os elementos que caracterizam ser o “belo”, como este fosse a porta de entrada para o sucesso e a felicidade.

Tendo em vista que a propaganda projeta um discurso que instiga ao consumo, o corpo feminino é o transmissor de tal discurso; ele é apresentado para seduzir e despertar os desejos dos que o vêem. A imagem do corpo é utilizada para a elevação da qualidade do produto em pauta, já que a grande meta do publicitário é satisfazer o consumidor. Porém os corpos estão ali expostos não só porque são bonitos, mas esperam por respostas do consumidor, pois o corpo transmite

mensagens que convidam os indivíduos a fazerem parte do modelo de mundo lançado; não é um convite que passa despercebido, principalmente para as mulheres que se deparam com “deusas da beleza” nas propagandas.

As imagens desses corpos perfeitos propagam um modelo de corpo ideal que tende, como afirma Ines Senna Shaw (2003:197), a “convencer a mulher de que para ela ser amada e desejada precisa chegar a tal ideal”. Para tanto, as mulheres que vêem esses corpos não se atentam para o fato de que são corpos imbuídos de artifícios para embelezar, como por exemplo, o *Photoshop*, que corrige as “imperfeições” corporais. Assim, essa deusa da beleza que o público acredita ver, “ela não passa de excelentes efeitos visuais propiciados pelo tratamento técnico de maquiagem, vestuário, iluminação e fotografia” (GARCIA, 2005, p.45).

Vejamos o exemplo abaixo:



Imagem 1 : Xuxa antes e depois do *Photoshop*. Disponível em: <http://www.mdig.com.br>.

Atualmente, é raro ver fotos de celebridades sem *Photoshop*. Na segunda foto de Xuxa observa-se a correção das “imperfeições” presentes em seu rosto, tornando-a com uma aparência “perfeita”.

A imagem reproduzida pela mídia em muitos casos são bem diferentes da própria imagem da mulher. Mas é a imagem da mídia que seduz a mulher “comum”. Quantas das adolescentes entrevistadas não possuem como ícone de perfeição de beleza a Xuxa? No entanto, a beleza que elas conhecem, é bem diferente das fáceis da própria Xuxa, como mostra a imagem. Mas é com a Xuxa “perfeita” que elas desejam parecer. A Xuxa que aparece nos programas de TV nas revistas, ou nos

anúncios dos produtos de embelezamento como xampus, óleos corporais, hidratantes, batons, etc.

Esse bombeamento da beleza pela mídia ocasiona nas mulheres que não se enquadram dentro do modelo de beleza, um sentimento de inferioridade ou infelicidade. Nesse sentido, buscam a todo custo, seja se apertando em uma minúscula calça jeans ou se submetendo aos diversos tratamentos e cuidados para alcançar a tão desejada “perfeição física”. “Ora, a identidade corporal feminina está sendo condicionada não pelas conquistas da mulher no mundo privado ou público, mas por mecanismos de ajuste obrigatório da tríade beleza-juventude-saúde” (DEL PRIORE, 2000, p. 95).

Dessa forma, percebe-se que a mulher sempre buscou a perfeição, ter o corpo belo, nem que para isso tenha que sofrer, pois o que fica valendo é o resultado não os meios para alcançá-lo. E o espelho decide: quem nunca ouviu a frase *Espelho, espelho meu, existe um rosto mais lindo que o meu?* Essa é uma pergunta que inquieta muitas adolescentes, uma vez que para as mesmas a beleza pode ser adquirida como mostra os programas de TV, onde com alterações no visual seja com uso de maquiagem, mudanças no estilo das roupas, no corte do cabelo, tratamento dentário, ou mesmo as cirurgias plásticas podem ser usadas para deixar uma mulher bela.

Querer ser a mais bela é um desejo de quase todas as meninas e adolescentes e não se reconhecerem no espelho como belas geralmente as deixa desejosas de mudanças. Mas que mudança teria disponível para as adolescentes de uma cidade do interior da Paraíba?

No caso a maquiagem parece ser a principal aliada das adolescentes que buscam o embelezamento. Muitas são as adolescentes que começam a usar maquiagem cedo, ainda na infância, acreditando que um rosto maquiado e cabelos “esticados” pelo uso da famosa chapinha sejam sinônimos de beleza.



Imagem 2: Criança no salão de beleza *Fashion Mix*, na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.

Lavagem, escova, penteado e unha feita. Serviços que antes eram desejados por todas as mulheres, agora também são disputados por crianças e pré-adolescentes. Por isso, os salões de beleza infantis aproveitam para conquistar as meninas não apenas pelos serviços, mas pela diversão. Com internet, vídeo game e até lanche, as horas passam mais rápido, e se arrumar vira um programão.

Luna Kubudi, de 5 anos, vai sempre ao salão. Segundo sua mãe, Andrea Dias, a filha gosta de fazer escova nos cabelos cacheados. “Ela ama ir ao salão, é muito vaidosa. Faz escova nos cabelos cacheados. A Luna é a mais vaidosa do que eu e do que a irmã dela. É a mais mulherzinha da casa”. Por medo que a vaidade da filha se torne exagerada, Andrea controla as idas de Luna ao salão. “Eu não estimulo que ela se cuide. Até porque não é uma necessidade. Mas quando ela pede, não vejo como uma coisa ruim, ela se diverte”, contou Andrea, que já decidiu que a festa de 6 anos de Luna será no salão infantil. “Ela me lembra isso todos os dias”. [uma festa para 10 meninas custa dois mil reais]

Cliente desde os 6 anos, Letícia Vaimberg, atualmente com 9, frequenta o salão para manter as unhas feitas. Segundo sua mãe, Lilian, a cor preferida do esmalte é sempre a mesma: rosa. “Ela sempre está com as unhas pintadas. Não deixo tirar cutícula, só pintar mesmo”. (LETA, Thamine. *G1* 10/10/2010.).

Como se pode perceber, os apelos são inúmeros e, na maioria das vezes, perversos, pois eles não respeitam classe social, faixa etária, gênero... Todos são expostos, cotidianamente nos lares, nas ruas, na escola à imposição midiática da beleza a qualquer custo. No próximo capítulo iremos discutir como a mídia influência a concepção do que seja belo para as adolescentes do município de Caiçara – PB.

## **CAPÍTULO 03 – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA NAS ESCOLAS PÚBLICAS**

### **3.1 Metodologia**

Com o objetivo de discutir a influência da mídia na construção do padrão de beleza das adolescentes do município de Caiçara, destacando a concepção de belo para essas adolescentes, foi elaborado um questionário com 16 questões para ser aplicado nas duas escolas públicas do município: Escola Municipal de Ensino Fundamental João Alves de Carvalho e da Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Professora Maria Gertrudes de Carvalho Neves.

O questionário foi aplicado a 50 adolescentes do sexo feminino entre doze e dezessete anos, tendo em vista que é nessas escolas que há um maior número de adolescentes, sendo perceptível a sociabilização entre as meninas, pois as escolas tornam-se um espaço de moda, cada qual que queira exibir a melhor roupa e a mais bonita maquiagem, no entanto o questionário não foi aplicado a todas as turmas, foi aplicado às meninas do 9º ano de ambas as escolas.

### **3.2 Apresentação e Discussão dos Dados**

No questionário aplicado as 50 meninas constatamos que 46 adolescentes estão insatisfeitas com seu corpo, um número alto para o número estudado, pois apenas quatro estão satisfeitas com seus corpos.

Vejamos o gráfico:

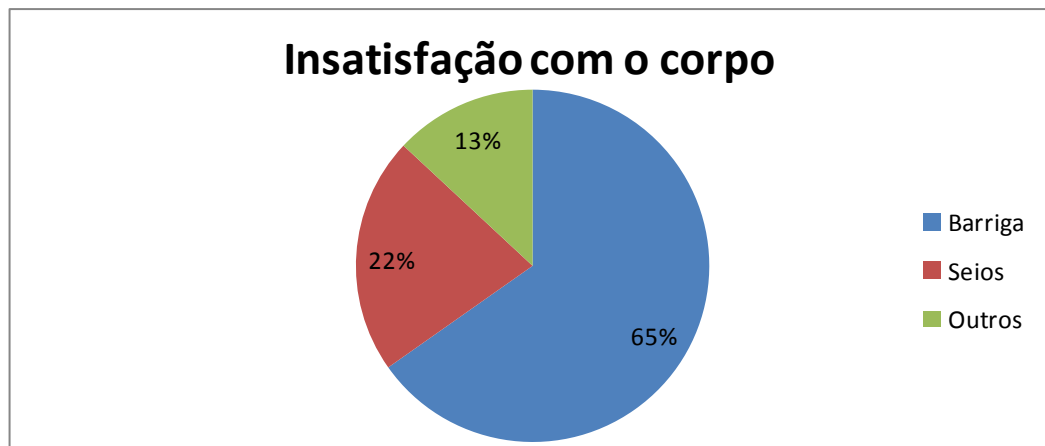


Gráfico 1. *Insatisfação com o corpo*. Arquivo pessoal.

A insatisfação com o corpo parte mais em relação a barriga, as adolescentes afirmam serem gordas e por isso não gostarem do seu corpo, em segundo lugar os seios, muitas os acham pequenos e os queriam maiores porque acham bonito, mas por que a gordura é sinônimo de feiúra? Segundo Sandra dos Santos Andrade “a conquista de um corpo mais magro e mais de acordo com os padrões estéticos atuais é promessa de uma maior auto-estima” (2003, p. 113), a gordura nesse caso se insere como causador de baixo-estima e infelicidade.

Essa insatisfação com o corpo pode ser relacionada as influências que tais meninas recebem no cotidiano, pois muitas assistem TV e lêem revistas sobre beleza e moda, afirmando manterem-se sempre informadas sobre o mundo da moda, para estarem bonitas e elegantes. As adolescentes não se enxergam nas imagens de deusas femininas da beleza que são lançadas pelas mídias, mas buscam e sonham em adquirir o corpo “sarado” e agradável do outro, consumindo diversos produtos de beleza com o intuito de se tornarem belas como as mulheres expostas. Lipovetsky (2000:164) destaca o quanto os produtos de beleza e a imprensa mercantil influenciam as mulheres na busca pela beleza:

Subordinada às exigências da ordem mercantil, a imprensa feminina submete as mulheres à ditadura do consumível; difundindo imagens de sonho, inferioriza as mulheres, intensifica as angústias da idade, cria o desejo vão de parecer-se com os modelos de sedução. (LIPOVETSKY, 2000, p. 164).

Importante destacar que as meninas entrevistadas se inibiram ao responderem o questionário, pois perguntavam se eu ia mostrar a alguém, temiam que as pessoas viessem saber suas respostas acerca do seu corpo. Tal atitude não

nos é inusitada, uma vez que as imagens e a aparência se tornam, no mundo do adolescente, signos de identificação, e demonstrar que não está satisfeito com o seu corpo, explicitar detalhes do gosta e do que não gosta em si, ou seja, deixar vir à tona suas “imperfeições” é desnudar os medos de tornar-se a diferente, de não tornar-se bela, pois como afirma Vigarello “nesse mundo da imagem, em que a presença física deve se impor de imediato, a beleza existe como primeiro fator de atração” (VIGARELLO, 2006, p. 157).

No entanto devemos nos perguntar: Qual a aparência ideal de uma mulher bonita para as adolescentes entrevistadas? Pois bem, de acordo com a pesquisa 40 das 50 adolescentes entrevistadas afirmam que uma mulher bonita é uma mulher magra, bem arrumada, com os cabelos lisos e bem maquiada, já as demais compactuam que uma mulher bonita é ela ser simpática e inteligente. Notamos que a beleza apresentada pelas adolescentes é uma beleza consumida, atingida, isso porque a mídia expõe que você pode ser bela basta buscar a beleza usando produtos estéticos, freqüentando academias, fazendo dietas, etc. Argumentos diferentes de outrora, que a beleza era considerada uma dádiva divina, hoje ela pode ser consumida graças a chamada democratização da beleza e a propagação da mesma pela mídia:

Por intermédio da fotografia e da imprensa, os mais belos modelos de sedução são regularmente vistos e admirados pelas mulheres de todas as condições: a beleza feminina tornou-se um espetáculo para folhear em papel brilhante, um convite permanente a sonhar, a permanecer jovem e embelezar-se. (LIPOVETSKY, 2000, p. 158)

Ainda se tratando da concepção de beleza das adolescentes, é inerente destacar que para elas “não há mulher feia, mas desajeitada”, que não sabe se vestir, exceto para uma em especial que destacou que a aparência de uma mulher feia é ela ser gorda, “ela pode ta bem vestida, maquiada, cabelo esticado, mas se for gorda não tem jeito, é feia do mesmo jeito” (adolescente de 16 anos, resposta a 5ª pergunta do questionário), logo para essa mesma adolescente a aparência de uma mulher bonita é ela ser magra, apenas isso já é o suficiente, pois a mesma alega que “tudo combina com quem é magro”.

Pela resposta da adolescente, se percebe a insatisfação com seu próprio corpo, pois ela é “gordinha” e sofre muito com isso, já que suas duas irmãs são magras, segundo ela sente-se o patinho feio, evitando muitas vezes até sair de



casa. Segundo Ines Senna Shaw (2003:198), “como o corpo ideal é um ideal, a mulher ou o homem, porque não tem um corpo ideal, se sentirá errada/o, inadequada/o, ou não atraente”.

Ao que parece é isso que acontece com tal adolescente, pois a mesma namora com um rapaz, porém vive com medo de ele a deixar além de ter ciúme, afirmar que ele fica olhando para as mulheres magras porque “são bonitas”. Diante desse depoimento, podemos discutir como muitas adolescentes maltratam seus corpos com medo de engordar causando sofrimento para si, tanto físico quanto psicológico, é o caso da anorexia e bulimia.

A maioria das adolescentes que são vítimas da anorexia e bulimia tentam esconder de todos que estão passando por problemas, inclusive de sua família, seja por medo de críticas ou por seus parentes a conduzirem para tratamento. O que leva uma adolescente a mal comer e olhando no espelho sentir-se e ver-se gorda?

Sabemos que falar em beleza hoje é falar em magreza, assim as adolescentes buscam manter-se belas, e quando olham-se no espelho se acham feia, desajeitada, gorda, martirizam seus corpos, seja fazendo dietas alimentares severas ou provocando vômitos com frequência.

Dessa forma, as meninas não se contentam com o corpo que tem, mais sonham com o corpo que querem consumir, para sentirem-se felizes, amadas e desejadas.

Ainda de acordo com nossa pesquisa, das 50 adolescentes entrevistadas apenas 4 alegam não usar nenhum utensílio de maquiagem, quanto as demais alegam usarem tudo que tem direito, como base, pó, rímel, sombra, blush, batom entre outros. Veja o gráfico:

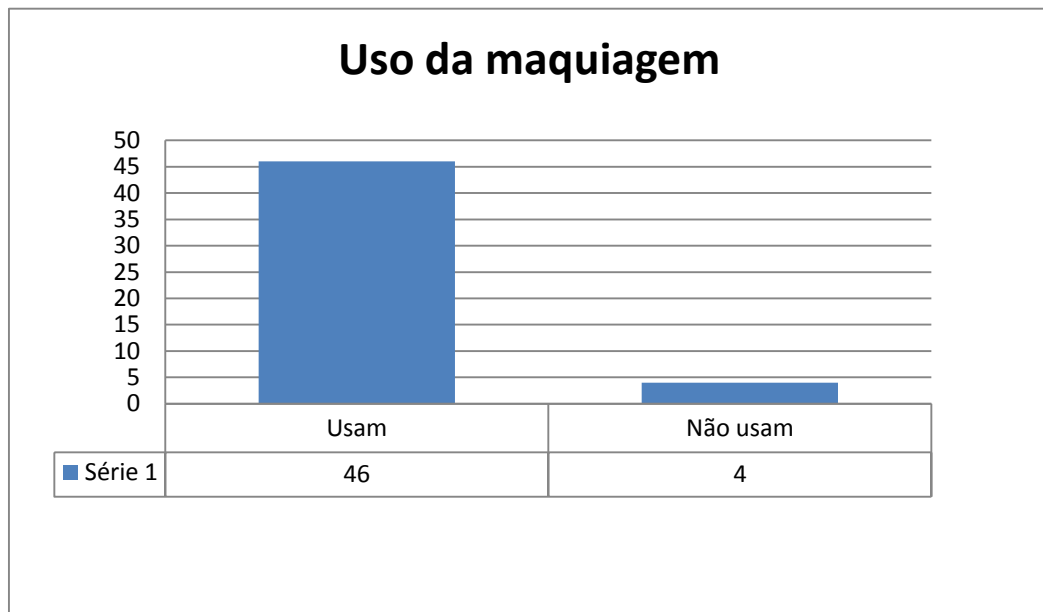


Gráfico 02. *Uso da maquiagem*. Arquivo pessoal.

Percebemos então que das adolescentes entrevistadas, 92% usam maquiagem, um número alto que comprova o quanto as mulheres dão importância a maquiagem como um dos elementos fundamentais na composição da beleza, já que o uso da maquiagem também expressa, pelas adolescentes, a maturidade, é quando a criança torna-se mulher e começa a importar-se com a aparência, fazendo suas próprias escolhas. Segundo as adolescentes, elas tiveram seu primeiro contato com a maquiagem entre 10 e 13 anos, tendo exceções de adolescentes que começaram a usar maquiagem aos cinco anos de idade.

Como explicar a inserção precoce de muitas adolescentes, até mesmo crianças, nesse mercado consumidor da beleza? Segundo Vigarello (2006), com a democratização da beleza, ou seja, com a popularização da beleza, as distâncias sociais que separavam quem podia se tornar belo são quebradas. Os cosméticos existem para todos os tipos de pele e idades, seus preços são variados para que as mulheres tenham a oportunidade de ficarem bonitas o quanto antes, o que acarreta na inserção das adolescentes cada vez mais cedo no mercado consumidor, já que “os pré-adultos, adquirindo hoje o *status* de adultos, compartilham maquiagem, recurso cirúrgico, artificialização e estetização de si” (VIGARELLO, 2006, p. 175).

Ainda analisando o uso de maquiagem pelas adolescentes, no questionário havia uma questão referente à escolha dos produtos, como elas faziam a escolha da maquiagem. As respostas variaram entre de acordo com a idade e a moda, veja:

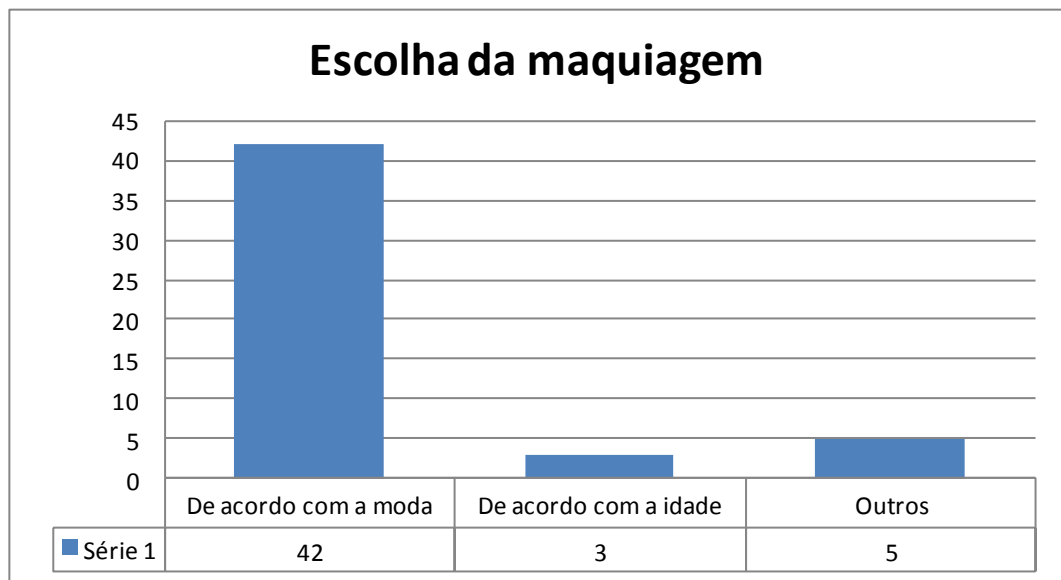


Gráfico 3. *Escolha da maquiagem*. Arquivo pessoal.

A maioria das adolescentes fazem suas escolhas influenciadas pela moda, pelas cores que estão em vigor, não se importando com a qualidade do produto e muito menos com as restrições a idade adequada para o uso, pois o importante é estar bonita e na moda já que para as mesmas uma mulher bonita é ela estar maquiada e bem arrumada. A imprensa feminina é uma das responsáveis por essa concepção, já que muitas das revistas femininas propagam conselhos e formas para se manter na moda e ter o corpo ideal, pois

Dirigindo-se a todas as mulheres, valorizando os meios de sedução, substituindo os segredos pela informação, a imprensa feminina fez o universo da beleza entrar na era moderna da educação das massas e da promoção do consumo cosmético por intermédio de instancias especializadas (LIPOVETSKI, 2000, p.159).

Assim a imprensa feminina não atinge só uma determinada classe de mulheres, atinge a todas, da mesma forma, pois todas as mulheres querem ser bonitas, atraentes e atualizadas na moda. O que leva as mulheres a terem esse apreço e busca incessante pela beleza? De acordo com Lipovetski (2000:199) “os homens são seduzidos antes de tudo pela aparência das mulheres, e é por isso que estas conferem à sua beleza uma importância particular”.

Sem dúvida a mulher dá uma importância particular a sua beleza com o intuito de agradar aos homens, mas também a todos que a vejam. Vivemos em uma sociedade em que o indivíduo é responsabilizado por suas atitudes e pela forma

como os outros o enxergam, já que somos o resultado de nossas escolhas, “somos responsáveis por nós mesmos, pelo nosso corpo, pela saúde e pela beleza que temos ou deixamos de ter” (GOELLNER, 2003, p. 39).

Muitas revistas usam esse discurso, impulsionando as mulheres a serem magras e saberem se maquiar, para estarem belas. A exemplo temos a *Corpo a Corpo*, revista que trata de corpos, principalmente o feminino, afirmando preocupar-se com a beleza feminina.

Em uma entrevista a Ana Lúcia de Castro, a diretora da redação da revista *Corpo a Corpo* Inês de Castro, afirmou que a revista não se restringe a concepção da beleza como produzida pelos cosméticos:

Quando a gente fala em beleza, não estamos só falando de cosméticos, estamos falando de bem – estar, de qualidade de vida, porque a gente acha que é muito difícil alguém ser bonito sem estar bem consigo mesmo. Beleza é uma coisa muito relativa, o seu padrão muda de sociedade para sociedade, mas para ser bonito – em qualquer lugar – é necessário ter um equilíbrio interior, e é nisso que a gente procura investir (2007, p. 51-52).

É curioso esse discurso da diretora sobre o equilíbrio interior, como buscar um equilíbrio interior se ao folhear as revistas deparamo-nos com imagens de mulheres magras e consideradas bonitas? Ao folhear a revista a mulher que não se encaixa nesse padrão sente-se mal, entra em desequilíbrio consigo mesma, tenta dietas, fazer exercícios físicos exaustivos, porém quando não consegue o desejado se frustra e sente-se uma mulher fracassada, incapaz de ser feliz.

Quanto a manter-se magra, no site da *Corpo a Corpo*, na edição 260 do ano 2010, no ícone Beleza, a diretora da revista convida, ou melhor impõe as suas leituras a manterem-se em forma para o verão:

Restam apenas quatro meses para o verão. Leitora de *Corpo a Corpo* que se preza já deve estar às voltas com mil tratamentos para chapar a barriguinha, enrijecer o bumbum, fortalecer as pernas... Com a vaidade totalmente voltada para os pontos mais chamativos da anatomia feminina, muitas acabam negligenciando áreas que também são importantes para a *beauté*, como o pescoço, a parte interna dos braços, os tornozelos, as costas e as axilas. Basta o sol surgir, no entanto, para uma dobrinha ou uma estria indesejável comprometer o visual e estragar o efeito daquele vestido decotado incrível. (Disponível em <http://corpoacorpo.uol.com.br/> Acesso em: Novembro 2010).

Acrescenta-se ainda que a capa da edição 263 desse ano é muito sugestiva, pois trás na capa Claudia Leite seminua com o corpo considerado “perfeito” e matérias que prometem as mulheres se livrarem dos quilinhos a mais, supondo que elas também podem ter o corpo de Claudia Leite. Veja:



Imagem 3: Capa da revista *Corpo a Corpo*. Disponível em <http://corpoacopo.uol.com.br/nutricao-saude>. Acesso em: Novembro de 2010)

Dessa forma, as adolescentes entrevistadas do município de Caiçara deixaram nas entrelinhas de seus discursos explícito o quanto a mídia influência na concepção do que seja belo para as mesmas, uma vez que a beleza é tida como algo consumido, pelo menos é o que dizem os discursos midiáticos. As adolescentes buscam e fazem tudo para alcançar essa beleza, porém nunca alcançarão esse corpo modelo ideal, pois sempre ele foge de seus alcances, já que ele nunca é o mesmo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto, observamos que as instancias midiáticas são realmente, em grande parte, responsáveis pela construção do corpo, uma vez que dita como os corpos devem comportar-se, seja o feminino ou masculino, jovem ou velho, branco ou negro. No quesito beleza, as mais atingidas são as mulheres, pois a própria sociedade cobra mais do ser feminino. E assim, a mídia “perversamente” busca atingir a todas as mulheres – independente da idade/amadurecimento, alegando serem elas próprias as responsáveis pelo sucesso e/ou fracasso de suas vidas, constituída socialmente, através da beleza, em detrimento de tantas outras qualidades femininas. A beleza passa a ser então, a grande responsabilidade da mulher, segundo, principalmente a mídia.

A beleza se insere nesse contexto de responsabilidade, e a adolescente, não só ela, mas todas as mulheres são responsáveis pela busca da beleza, já que esta pode ser consumida, alcançada. O problema é que muitas mulheres não alcançam esse “corpo ideal” e se frustram, sentem-se fracassadas por seu insucesso, porém não percebem que esse corpo não será alcançado, pois “as representações em torno dele alteram-se, modificam-se de acordo com referenciais históricos e culturais” (ANDRADE, 2003, p.120).

Infiro, à vista disso, que o corpo apresentado pela mídia, é um corpo projetado, composto de muita maquiagem e/ou *Photoshop* que iludem as mulheres a acreditarem que estão diante de “verdadeiras deusas da beleza”. Assim acreditam as adolescentes do município de Caiçara, que buscam o protótipo de mulher construído pela mídia: uma mulher bonita tem que ser “alta, magra, cabelos loiros, olhos azuis, feita de corpo e rosto bem definido”. A mulher que não consegue se enquadrar nesse perfil é estigmatizada e acaba se frustrando e, se deteriorando enquanto ser humano. De isso é um grave transtorno que afeta adultos, que dirá adolescentes, que ainda estão evoluindo psicologicamente e fisicamente.

Cabe a nós, enquanto professores (as) desmistificar os mitos de beleza consagrados pela mídia e conscientizar os nossos alunos (as) de que a beleza é apenas uma das características do ser humano, mas não é a mais importante. E, que beleza pode ser uma questão importante para uns e outros não. Desse modo, contribuiremos para uma sociedade mais voltada para a formação do caráter e dos princípios que transformam o ser em *humano*.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Sandra dos Santos. “Mídia impressa e educação de corpos femininos” In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs). **Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo**. Petrópolis, Vozes, 2003.
- BAECQUE, Antoine de. “Telas - O corpo no cinema” In: CORBIN, Alain. VIGARELLO, Georges (Orgs.). **Histórias do corpo 3: as mutações do olhar: O século XX**. Tradução e revisão Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CASTRO, Ana Lúcia. **Culto ao corpo e sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. 2ª Edição. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2007.
- CORBIN, Alain. VIGARELLO, Georges (Orgs.). **Histórias do corpo 3: as mutações do olhar: O século XX**. Tradução e revisão Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- COSTA, Jurandir Freire. “O corpo é o maestro”. **Revista de História da Biblioteca Nacional**, ano 4, n.40, p. 38-43, janeiro, 2009.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI Escolar**. 4. Ed. rev. Ampliada. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.
- DEL PRIORE, Mary. **História do Cotidiano**, São Paulo: Contexto, 2001. \_\_\_\_\_  
**Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações no corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- FREUD, Sigmund. **O Mal-Estar na Civilização**. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud Vol.XXI. Rio de Janeiro: IMAGO, 1974.
- GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Thomson, 2005.
- GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs). **Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo**. Petrópolis, Vozes, 2003.
- LIPOVETSKY, Giles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs). **Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo**. Petrópolis, Vozes, 2003.

POMBO, Nívia. “Feios, mas nobres”. **Revista de História da Biblioteca Nacional**, ano 4, n.40, p. 35, janeiro, 2009.

\_\_\_\_\_ “Esculpindo dentes”. **Revista de História da Biblioteca Nacional**, ano 4, n.40, p. 36, janeiro, 2009.

ROLLO, May. **Minha busca da beleza**. Petrópolis: Vozes, 1992.

SANTANA, Gelson (orgs.). **Corpo e mídia**. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. “É possível realizar uma história do corpo?” In:

SOARES, Carmen Lúcia.(org). **Corpo e História**. 3 ed. São Paulo: Autores Associados, 2006.

\_\_\_\_\_ (org). **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

\_\_\_\_\_ As infinitas descobertas do corpo. **Cadernos Pagu** (14) 2000, p. 235-249.

SHAW, Ines Senna. “O corpo feminino na propaganda” In: LYRA, Bernadete e SANTANA, Gelson (orgs.). **Corpo e mídia**. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

### **Sites**

<http://www.mdig.com.br/index.php?itemid=3215>. Acesso: 09/12/2010.

<http://www.ehelpcarolina.com/wp-content/uploads/2010/10/salao.jpg>. Acesso: 10/10/2010.

<http://corpoacorpo.uol.com.br/nutricao-saude/260/artigo180715-1.asp>. Acesso: 12/12/2010.



## **ANEXOS**

## PESQUISA

Escola: \_\_\_\_\_

Aluna: \_\_\_\_\_

Turma: \_\_\_\_\_

Ano:

\_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Estado Civil:

\_\_\_\_\_

Você costuma assistir televisão com qual frequência?

(    ) Diariamente    (    ) Semanalmente    (    ) Não costuma assistir TV

Quais seus programas favoritos? Por quê?

Você gosta de ler revistas? (    ) Sim    (    ) Não

No caso afirmativo, qual (is) as revistas de sua preferência? Por quê?

Para você, qual é a aparência ideal de uma mulher bonita?

Como você se sente perto de uma mulher que você considera bonita?

Para você, qual é a aparência de uma mulher feia? Por quê?

Você se acha bonita? Por quê?

O que você acha do seu corpo?

O que você mais gosta no seu corpo?

O que você menos gosta no seu corpo? Por quê?

Você mudaria alguma parte do seu corpo? (    ) Sim    (    ) Não

No caso afirmativo, qual a parte do seu corpo que você gostaria de modificar? Por quê?

Você frequenta salões de beleza? (    ) Sim    (    ) Não

No caso afirmativo, com que frequência?

(  ) Todos os dias (  ) Semanalmente (  )  
Quinzenalmente

(  ) Mensalmente (  ) Períodos de festas (  ) Outro:

Qual o tipo de atendimento que costumeiramente você busca no salão de beleza?

Você usa ou usou algum tipo de produto de tratamento estético (anti-espinhas, anti-rugas, anti-celulite, etc.)? (  ) sim (  ) Não

No caso afirmativo, qual (is)?

Você usa algum tipo de cosmético (maquiagem)? (  ) Sim (  ) Não

No caso afirmativo, qual (is)? Como você fez/faz a escolha?

No caso afirmativo, você lembra da sua idade ao fazer uso da primeira maquiagem?

Você já aplicou ou aplica algum tipo de produto para modificar seu cabelo? (  ) Sim (  ) Não

No caso afirmativo, qual (is)? ( por exemplo escova progressiva, “chapinha”, produtos químicos, etc.) Por que?

Você já fez ou faz algum tipo de restrição alimentar (dieta)? (  ) Sim (  ) Não

No caso afirmativo, qual o objetivo da restrição?

Você faz algum tipo de atividade física? (  ) Sim (  ) Não

No caso afirmativo, qual (is) e por quê?