



A BUSCA RITUALIZADA PELA BELEZA: UMA DITADURA SOCIAL E MIDIÁTICA

Natali Fernanda Mello Padilha¹, Adriana Oliveira Miranda², Ieda Márcia Doanti Linck³.

Resumo: O presente trabalho trata-se de uma revisão bibliográfica, desenvolvida na Unicruz, em 2019, no Projeto de Leitura e Escrita com o objetivo de discutir os padrões de beleza criados nos editoriais de moda e a influência da mídia sobre os mesmos. Foi realizada em bases de dados eletrônicos, consultas em artigos, livros, teses e dissertações, para a qual foram utilizadas as palavras-chave: "Moda", "Padrões", "Corpo", "Consequência", "Beleza", "Mulher". Seguiram-se os critérios de inclusão e de exclusão estabelecidos, que fossem convenientes ao tema. Realizou-se a leitura dos títulos e dos resumos dos estudos para selecionar os materiais que compõem os resultados das informações obtidas. A questão que norteou este estudo foi: "Como que a mídia consegue propagar noções específicas padronizadas de beleza se esse conceito é subjetivo?" Como resultado, constatou-se que o perfil de beleza nunca mudou e que, ainda, há um único perfil estético de mulher ditado e aceito socialmente. Esse tipo de corpo-beleza, que diz respeito ao fascínio do mundo contemporâneo pela estética, tem levado as pessoas a investir em seus corpos, seguindo os atuais padrões ideais de beleza, influenciadas pela publicidade (CARRETEIRO, 2005). A beleza constitui uma forma de aceitação social e os seus padrões rígidos, ditados e divulgados pela mídia, possuem relação com o universo da moda, chegando próximos a rituais. Ser bela está ligado a qualidades estéticas, explicitadas nos atributos físicos que são, constantemente, veiculados pela mídia, aceitos e seguidos sem serem discutidos ou negados. Em geral, entende-se por belo, aquela ou aquele que tem pouca porcentagem de gordura corporal, fartas nádegas, sem celulite nem estrias, seios grandes e empinados, músculos definidos, pele bronzeada, além da ausência de mancha ou espinha na pele e, até mesmo, características que denotam a idade, como rugas e marcas de expressão (SAMPAIO E FERREIRA, 2009). Apesar da beleza ser um conceito subjetivo, que varia em cada cultura, a mídia especializada em moda propaga noções específicas padronizadas de beleza e aparência, sendo, inclusive, proibido envelhecer (QUEIROZ & OTTA, 2000). Basicamente, a explicação é que os meios de comunicação apresentam momentos forçados e montados, para serem atraentes, aplaudidos e endeusados, criando uma corrente fotográfica de beleza construída que força as pessoas a se encaixarem a um padrão, para, assim, sentirem-se aceitos. Em consequência, o culto ao corpo é crescente e tem gerado uma contradição com o real que leva a sérios problemas de saúde, expressos através do sentimento de insatisfação com a própria imagem, baixa autoestima, ansiedade ou, também, de transtornos e distúrbios alimentares, como anorexia e bulimia nervosa. Nessa premissa, faz-se necessária uma conscientização social acerca da imposição dos conceitos de beleza, influenciados pela propagação dos padrões inculcados pela mídia e dos problemas ocasionados pela excessiva busca da beleza no contemporâneo. Por outro lado, os processos estéticos utilizados, para atender aos padrões ideais de beleza, podem comprometer a saúde mental, física ou colocar em risco a própria vida das pessoas. Portanto, a diferença entre tratar ou ritualizar uma prática vai estar na formação recebida pelo profissional esteticista, e na sua atuação que deverá ser pautada na ética e no compromisso com a vida de quem procura os seus serviços. Eis aí a importância deste trabalho.

Palavras-chave: Consequência. Padrões. Beleza. Imposição.

¹ Discente do curso de Estética, da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: natalifmello12@gmail.com

² Discente do curso de Estética, da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil.
E-mail: adrimranda123@gmail.com

³ Docente da Unicruz. Doutora em Linguística pela UFSM e UA Portugal. Pesquisadora do Grupo de Pesquisas: GEL e NEEPS. E-MAIL: imdlinck@gmail.com