

CONCEPÇÕES DE CORPO E BELEZA: A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DO MERCADO NA BUSCA DA PERFEIÇÃO

Cláudia Conceição Zanini da Silva¹, Sonia Maria de Souza²

Resumo

O corpo é um instrumento da beleza, e sendo ele influenciado por vários aspectos, a beleza torna-se variável. Poder expressar-se livremente é uma conquista recente. Porém, apesar de toda a liberdade conquistada, os corpos ainda são instrumentos sociais. Os padrões de beleza impostos são muitas vezes inalcançáveis e levam a uma busca exacerbada por práticas estéticas. Quando a vaidade extrapola os limites, surgem doenças que podem ser fatais. Este artigo tem como objetivos compreender a influência do mercado e dos padrões de beleza impostos na vida de diferentes indivíduos e alertar sobre um problema que vem atingindo a população cada vez mais cedo. O trabalho teve como amostra 60 pessoas entre homens e mulheres, divididas igualmente em três faixas etárias. Foi realizada a pesquisa a partir da aplicação de um questionário com 10 questões, as quais cabiam as respostas “Sim” ou “Não”. A maioria dos entrevistados não se sente pressionada pela mídia, mas está insatisfeita com o seu corpo e faria procedimentos para corrigir “imperfeições”. Todos são livres para moldarem seus corpos, mas é preciso analisar o motivo para acharem que algo precisa ser modificado. Sem perceberem, estão sendo vítimas de um mercado que impõe que algo está fora do ideal. Os valores relacionados ao corpo e a beleza merecem muitas discussões, visando impedir que a aparência seja considerada o mais importante, para que o padrão de beleza inatingível deixe de ser um instrumento de tortura na cabeça da sociedade imersa na tirania da beleza.

Palavras-chave: Estética, Mídia, Beleza, Corpo

¹ SILVA, Cláudia Conceição Zanini da. Graduanda do Curso de Estética e Cosmética da Universidade Salgado de Oliveira. Juiz de Fora, MG, 2015. ² SOUZA, Sonia Maria de. Doutora em História e Professora do Curso de Estética e Cosmética da Universidade Salgado de Oliveira. Juiz de Fora, MG, 2015.

Introdução

Falar sobre corpo e beleza é abordar um tema que muito já foi trabalhado e, portanto, significa percorrer um amplo e arriscado caminho em meio às diversas formas de discuti-lo. O corpo é um instrumento da beleza, e sendo ele influenciado por vários aspectos como o contexto cultural, social e temporal, a beleza torna-se variável (SILVA & PORPINO, 2011, p.1).

Poder movimentar-se, vestir-se e expressar-se livremente são conquistas recentes. Porém, algo inegável é que, apesar de toda a liberdade conquistada, os corpos ainda são instrumentos sociais. Denise Sant'Anna, em seu livro "História da Beleza no Brasil" afirma que, "em geral, os corpos não eram vistos como exclusividades individuais. Costumavam servir como instrumento de gestão da vida coletiva, pertencentes a uma comunidade, ficando, assim, dependentes da aprovação desta" (SANT'ANNA, 2014, p. 56). Neste trecho, a autora se referia a década de 1920, deixando claro que a liberdade era restrita. No entanto, podemos estender este raciocínio tanto para períodos anteriores, como para os dias atuais.

Atualmente qualquer indivíduo tem autonomia sobre os procedimentos efetuados em seu corpo. Entretanto, deve-se aprofundar mais esta questão, já que a motivação para fazê-los é tão ou mais importante, do que de fato ter liberdade para tal. Ser livre para modificar o seu corpo é um direito de todas as pessoas, mas é preciso analisar o que as motiva a se moldarem, o que faz com que achem que algo precisa ser modificado.

A partir da segunda metade do século XX, o acesso aos produtos e práticas de embelezamento foi notável e o avanço significou que as práticas de embelezamento passaram a estar ao alcance de milhares de pessoas. Isso foi possível devido a uma recuperação econômica pós Segunda Guerra, com a reestruturação da indústria, agora também voltada para os produtos de beleza. A indústria cinematográfica foi um dos grandes difusores dos padrões de beleza, influenciando o comportamento da época, principalmente o feminino (MOTA, 2007, p. 5). Além disso, os progressos científicos e tecnológicos geraram novos cosméticos e novas práticas de embelezamento, disseminando

novos conceitos em relação ao corpo. Práticas que antes eram decorativas passaram a ser essenciais, fazendo alterações no corpo não só em relação a sua forma, como também ao seu funcionamento. A produção tecnológica da beleza inundou o mercado com produtos, técnicas, extrações, implantes, reduções, anabolizantes, inibidores de apetite, cirurgias e muito mais (IDEM, p. 7).

O poder de remodelar e até mesmo reconstruir o corpo, se tornou decisivo para a definição dos padrões de beleza. Além do corpo se tornar um objeto rentável para o mercado, agora não há motivo para que uma pessoa não seja bela, sendo ela inteiramente responsável por ser feia ou bonita (ARAÚJO & MENESES, 2009, p. 5).

Embora estas transformações tenham se dado de forma mais efetiva a partir da segunda metade do século XX, pode-se perceber que as mulheres se tornaram alvos das campanhas publicitárias já nas primeiras décadas deste período. Denise Sant'Anna menciona a presença de anúncios, veiculados pelo cirurgião plástico Dr. Pires, na *Revista Feminina* de São Paulo na década de 1930. Para a autora,

Segundo esses anúncios, as tristezas resultantes da falta de beleza eram injustificáveis. Pires afirma ter realizado centenas de cirurgias rejuvenescedoras. Dizia que elas duravam entre 20 e 30 minutos e permitiam à mulher operada mostrar seu belo rosto no mesmo dia em que a intervenção havia sido realizada. Charlatanismo ou não, as cirurgias aconselhadas por Pires incluíam um poderoso e sedutor argumento: os sofrimentos resultantes da falta de beleza não tinham mais razão de existir. Afinal, por que sofrer? Assim como era comum aos médicos recomendar a todos que evitassem perder energia, agora, aconselhava-se, principalmente à mulher, a não perder a oportunidade de embelezar-se, mesmo que fosse por meio de cirurgias plásticas. (SANT'ANNA, 2014, p. 87)

Nas primeiras décadas do século XX, o corpo pertencia a uma coletividade, a feiura era vista como doença e os cosméticos como remédios para esse mal. No entanto, principalmente a partir da segunda metade deste século o indivíduo se torna responsável por sua beleza, independente da idade, culminando na atualidade com a ditadura e imposição de padrões de beleza.

Hoje ter um corpo jovem, magro e belo é obrigação de todos. Esse padrão é exposto pela mídia como ideal, ganhando diariamente extrema importância. Os padrões de beleza impostos acabam levando as pessoas a uma busca exacerbada por práticas estéticas, como dietas sem orientação, exercícios físicos intensos sem supervisão e cirurgias plásticas. Porém, na esmagadora maioria das vezes esse ideal de beleza é impossível de ser alcançado. A insatisfação e o desejo de estar no padrão imposto faz parte da história da humanidade, tornando o corpo escravo, de acordo com a exigência da sociedade ao longo do tempo (SHMIDTT, et al, sd, p. 2).

Quando se busca algo inatingível, a insatisfação é inevitável e, neste contexto, pode levar ao aparecimento de transtornos na imagem corporal, ou seja, na representação que um indivíduo faz de seu corpo (SAUR & PASIAN, 2008, p. 1 e 2). A ditadura da magreza cultiva a fabricação de indivíduos perfeitos e, quando a vaidade extrapola os limites na ilusão de alcançar os ideais impostos, surgem doenças que muitas vezes podem ser fatais. A bulimia (compulsão alimentar seguida por indução de vômito) e a anorexia (obsessão por um corpo com peso abaixo do normal conseguido por severa restrição alimentar) são distúrbios cada vez mais frequentes, mas não são os únicos. A vigorexia (obsessão por exercícios físicos em busca de ganho muscular) e a ortorexia (ingestão exclusiva e insuficiente de alimentos julgados saudáveis) também são problemas alarmantes.

No entanto, não se pode julgar as pessoas que sofrem desses transtornos, pois quem aprende a relacionar o corpo magro com o belo não esquece essa lição facilmente. A corrida pela beleza faz com que elas não se preocupem e às vezes nem tenham noção dos riscos assumidos (SHMIDTT, et al, sd, p. 9) . Imersas em um mercado que preza a boa aparência até para se conseguir um emprego – e boa aparência, nesses casos, significa estar dentro do ideal de beleza – fica difícil manter o discernimento. Somente se um indivíduo for belo, ou seja, magro e jovem, consegue *status*, amor, dinheiro, sucesso e felicidade. Estas são as recompensas da “beleza”, levando as pessoas a fazerem de tudo para adquiri-la, cultivá-la e aumentá-la (MOTA, 2007, p. 6).

Este problema atinge não só adultos, mas também adolescentes e até mesmo crianças. A crescente valorização do embelezamento reconfigura a infância, desenhada com base na lógica da sociedade de consumo (CARVALHO & SERPA, 2014, p. 838). Expostas desde cedo a *fast-foods* e ao sedentarismo das cidades, se deparam com uma cultura lipofóbica, que encara qualquer gordura como doença. Logo, elas amadurecem precocemente, buscando se encaixarem nos padrões, devido à uma imposição social. Quando não são vítimas dos distúrbios, recorrem posteriormente às cirurgias plásticas na busca de se sentirem aceitas. Apesar das mulheres serem as maiores vítimas deste cenário, cada vez mais os homens são atingidos pela ditadura da beleza (SHMIDTT, et al, sd, p. 2).

Tudo isso faz parte de um mercado que cria padrões e se vale deles para auferir lucros. Cada vez mais surgem novas técnicas, novos métodos, novos produtos, novas possibilidades de criar a beleza, que prometem ajudar qualquer pessoa a atingir os ideais e receber as recompensas almejadas. Isso significa consumir mais em nome da beleza, que se tornou uma obrigação. A sociedade e, principalmente a mídia, reforçam esses valores todos os dias. A insatisfação corporal está intimamente ligada à exposição feita pela mídia de corpos dentro dos ideais (SAUR & PASIAN, 2008, p.2). De tanto ser exposto, este corpo acaba não só sendo referência para as pessoas, como se torna vital (BERGER, 2007, p. 5). Ao atingir esse ideal, independente dos métodos usados, o indivíduo se sente inserido em um grupo seletivo, próximo daquelas imagens que admiram.

Nas revistas, na TV, nas passarelas, nas ruas, em todos os lugares, a mídia bombardeia as pessoas com imagens e situações que só quem se mantém muito alheio, consegue se aceitar e não se sentir mal com a sua aparência. Muitas vezes a pessoa se diz imune às influências do mercado, afirma estar satisfeita com o corpo, mas mudaria algo se tivesse condições. Mudaria por quê? Porque está sim sendo vítima de um mercado que impõe que algo é feio, que não pode ser aceito, que deve ser escondido, odiado e mudado.

A insatisfação com a própria imagem provoca também perda na identidade, pois muitas vezes a pessoa ignora traços genéticos, remodela uma estrutura física característica da sua formação, e agride seu organismo, apenas para se sentir aceita na sociedade. Não se trata só da visão dos outros sobre si, mas da própria aceitação que o indivíduo tem perante a imagem refletida no espelho. Trata-se de existir, de se inserir, de ascender numa cultura em que beleza e magreza se associam, se tornando pré-requisito para a felicidade.

Os valores relacionados ao corpo e a beleza merecem muitas discussões, de modo a impedir que a aparência seja considerada o mais importante, para que o padrão inatingível deixe de ser um instrumento de tortura na cabeça da sociedade imersa na tirania da beleza.

Objetivos

Visando alertar sobre um problema que vem atingindo a população cada vez mais cedo, o presente artigo tem como objetivos analisar a concepção de corpo e beleza por parte de indivíduos de diferentes gêneros e faixas etárias, bem como compreender a influência do mercado e dos padrões de beleza impostos, na vida destas pessoas.

Metodologia

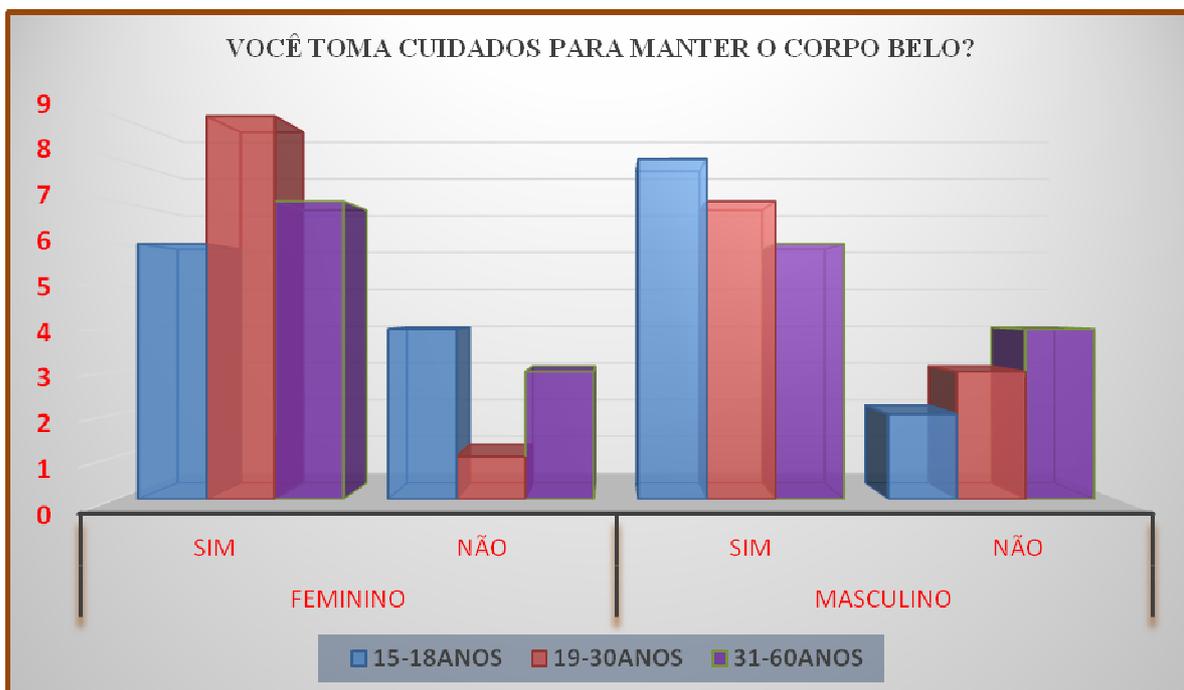
O trabalho teve como público alvo um total de 60 pessoas entre homens e mulheres e divididas igualmente em três faixas etárias: de 15 a 18 anos; de 19 a 30 anos e de 31 a 60 anos. Foi realizada a pesquisa a partir da aplicação de um questionário com 10 questões, as quais cabiam as respostas “Sim” ou “Não”. A escolha das pessoas pesquisadas se deu de forma aleatória, sendo os questionários aplicados em escolas e ruas do município de Juiz de Fora, tendo o cuidado em evitar um direcionamento que pudesse comprometer os

resultados obtidos. Posteriormente os dados foram colocados no programa Excel, cuja análise se dará a seguir.

Discussão dos Resultados

Como foi colocado anteriormente, para a realização deste estudo, foi empreendida uma pesquisa baseada na aplicação de um questionário, cujas perguntas visavam perceber qual a concepção de corpo e beleza possuem homens e mulheres de diferentes faixas etárias e como o mercado e os padrões de beleza impostos influenciam a vida destes indivíduos. Entre os questionamentos procurou-se saber o grau de satisfação corporal, os cuidados para a manutenção de um corpo “belo”, a possibilidade de realização de intervenções no corpo e a influência do mercado e da indústria da beleza na busca deste corpo belo. Os resultados obtidos e sua análise podem ser percebidos nos gráficos e páginas seguintes.

Gráfico 1 – Cuidados para a manutenção do corpo belo



Fonte: Questionários aplicados.

No gráfico 1, referente a pergunta a respeito dos cuidados para a manutenção do corpo belo, verifica-se que 43 indivíduos da amostra total de 60, responderam de forma positiva. Ou seja, 71,6% dos pesquisados tomam cuidados para manter o corpo belo, sendo que entre eles, as mulheres com idade entre 19 a 30 anos são as que mais se preocupam com esta questão. Analisando mais detalhadamente, observamos que entre os homens a preocupação com a manutenção do corpo belo se dá mais entre os mais jovens e vai diminuindo conforme o aumento da idade. Já no caso das mulheres esta proporção diminui entre as mais jovens e as mais velhas, tendo seu ápice entre os 19 e 30 anos. Isso nos levar a pensar que no caso das mais jovens não há uma necessidade de muita preocupação, já no outro extremo a maturidade se expressa, sugerindo que existem outras preocupações além do físico.

Em meio a cultura de consumo atual, o cuidado com o corpo extrapolou os limites do bem-estar pessoal. Logo, os dados confirmam a ideia de que o

corpo estaria se tornando uma mercadoria. Mas não se trata apenas de consumir um corpo real, mas sim uma imagem de corpo perfeito, através do qual se pode obter felicidade e prestígio (TRINCA, 2008, p.60).

Se por um lado a grande maioria tem uma preocupação em procurar manter um corpo belo, por outro há o cuidado em evitar cometer excessos conforme pode ser percebido no gráfico 2.

Gráfico 2 – Cuidados com excessos visando à manutenção do corpo belo



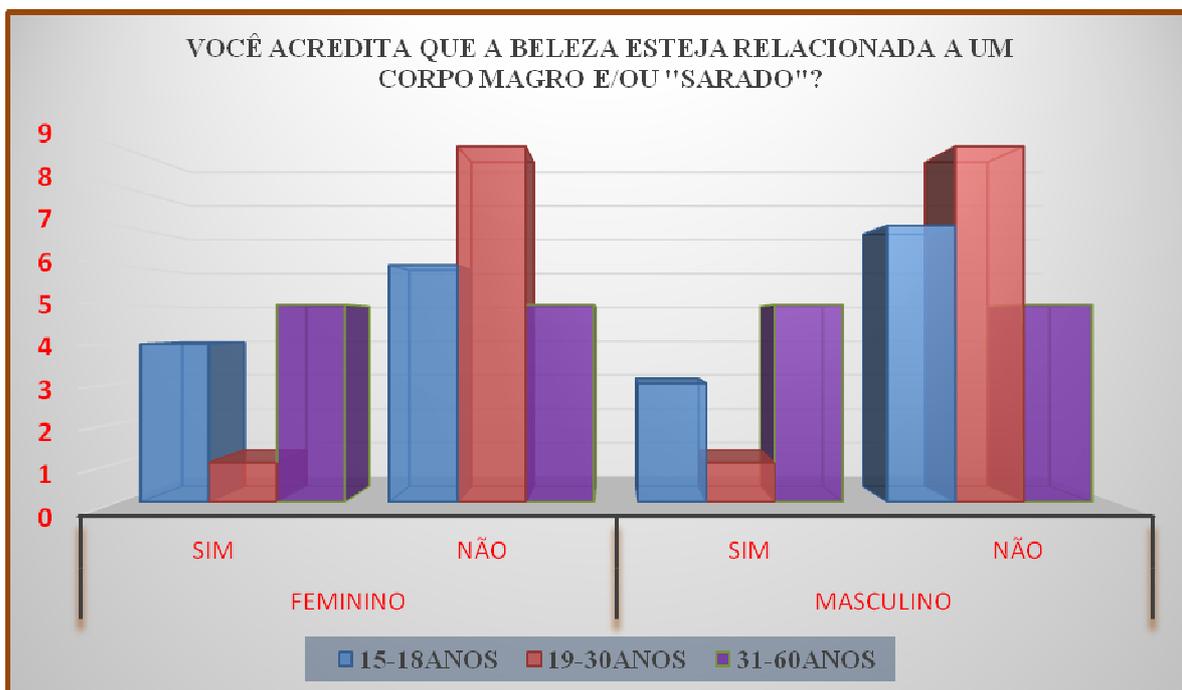
Fonte: Questionários aplicados

Os dados indicam que 48 dos entrevistados, mais precisamente 80% deles tomam cuidados em não se exceder nos procedimentos para manter o corpo belo. Dentre estes, as mulheres se destacam nas duas primeiras faixas etárias que se igualam com nove respostas positivas em cada uma delas, enquanto que a faixa etária de 30-61 fica um pouco atrás com oito. Quanto aos homens podemos notar que a preocupação em não exceder nos procedimentos decresce com a idade, o que nos permite inferir que os mais jovens mesmo preocupados em manter o corpo belo, procuram não levar esta vaidade a atos extremos.

Vale ressaltar, no entanto, que o restante dos entrevistados respondeu de forma negativa a este quesito, não apenas relacionando o excesso de procedimentos a uma agressão à saúde. Em alguns casos a negativa foi relacionada a falta de preocupação em fazer tais procedimentos. De modo geral, o excesso de procedimentos pode vir a ser deveras prejudicial para a saúde física e psicológica do indivíduo. Isto porque, além de indicar que ele já perdeu certo discernimento do que é bom para si, e continua em uma busca incessante de um ideal de beleza inatingível, o corpo se torna mero instrumento usado sem limites para esse fim, o que às vezes pode ser fatal. Logo, apesar dos resultados terem se mostrado favoráveis, onde à primeira vista parece haver algum tipo de conscientização, ainda deve-se pensar que 20% dos entrevistados não se preocupam com esta questão.

No que se refere à concepção de beleza e do que pode ser considerado um corpo belo, seguindo uma tendência em voga a partir de finais dos anos 80, procurou-se saber dos entrevistados se acreditam ou não que o corpo belo esteja relacionado a um corpo magro e/ou sarado. O gráfico a seguir traz dados interessantes neste sentido.

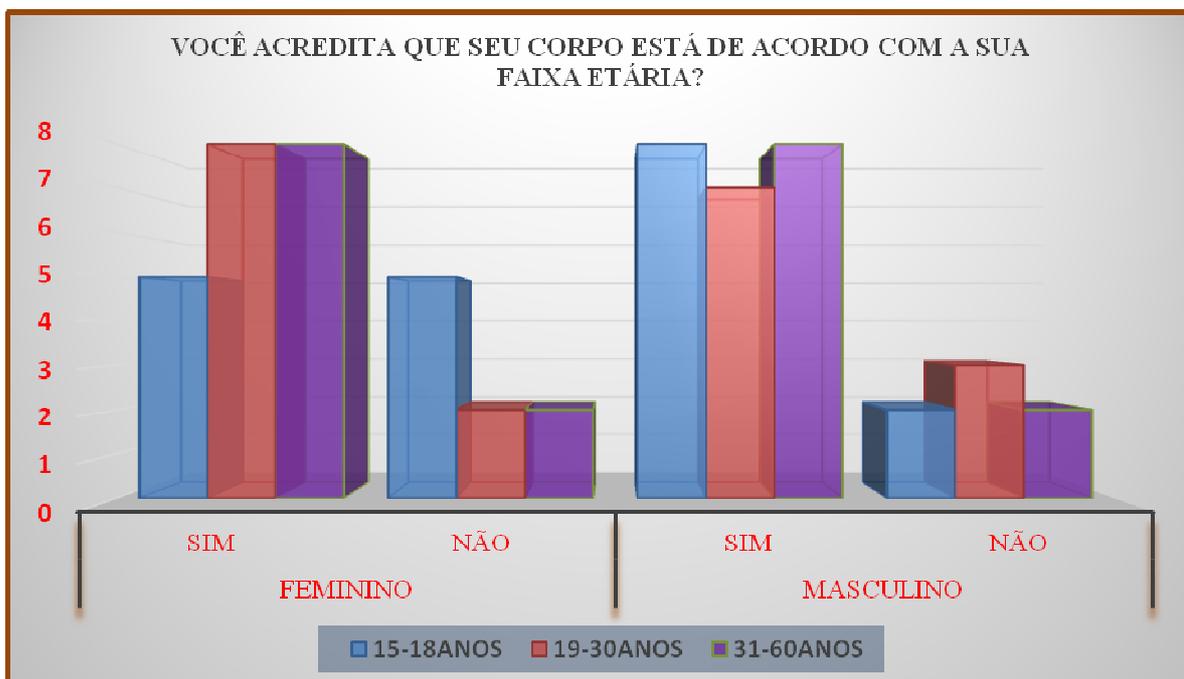
Gráfico 3 – Beleza relacionada ou não a um corpo magro



Fonte: Questionários aplicados

Conforme o gráfico 3, observa-se que 41 entrevistados, o equivalente a 68,3% deles não acreditam que a beleza esteja relacionada a um corpo magro e/ou sarado. No entanto, como demonstram as análises a seguir nos gráficos 4 e 5, verificaremos que grande parte dos que responderam ao questionário se acha fora dos padrões, de alguma forma. Deixando de lado as incoerências e centrando a análise somente nas respostas dadas, é interessante verificar que o grupo mais expressivo quanto a este posicionamento é formado por aqueles que se situam na faixa etária entre 19 a 30 anos. Muitas suposições poderiam surgir a partir destes dados. Uma delas seria a possibilidade de pensarmos que estes números se expliquem pelo fato de ser esta a faixa etária em que há mais facilidades em garantir um corpo magro e/ ou sarado. Daí não haver tanta preocupação em associar a beleza ao este estereótipo. Passemos à discussão dos dados presentes nos gráficos 4 e 5.

Gráfico 4 – Corpo de acordo ou não com a faixa etária



Fonte: Questionários aplicados

Gráfico 5 – Satisfação Corporal



Fonte: Questionários aplicados

No gráfico 4, por exemplo, referente à pergunta que relaciona corpo e faixa etária, verifica-se que 44 indivíduos, ou 73,3% dos entrevistados, acreditam que seu corpo está de acordo com a sua faixa etária. No entanto, ao serem questionados sobre o grau de satisfação corporal, conforme pode ser verificado no gráfico 5, um total de 40 indivíduos não estão satisfeitos com seu corpo. Destes, 19 são mulheres e 21 homens.

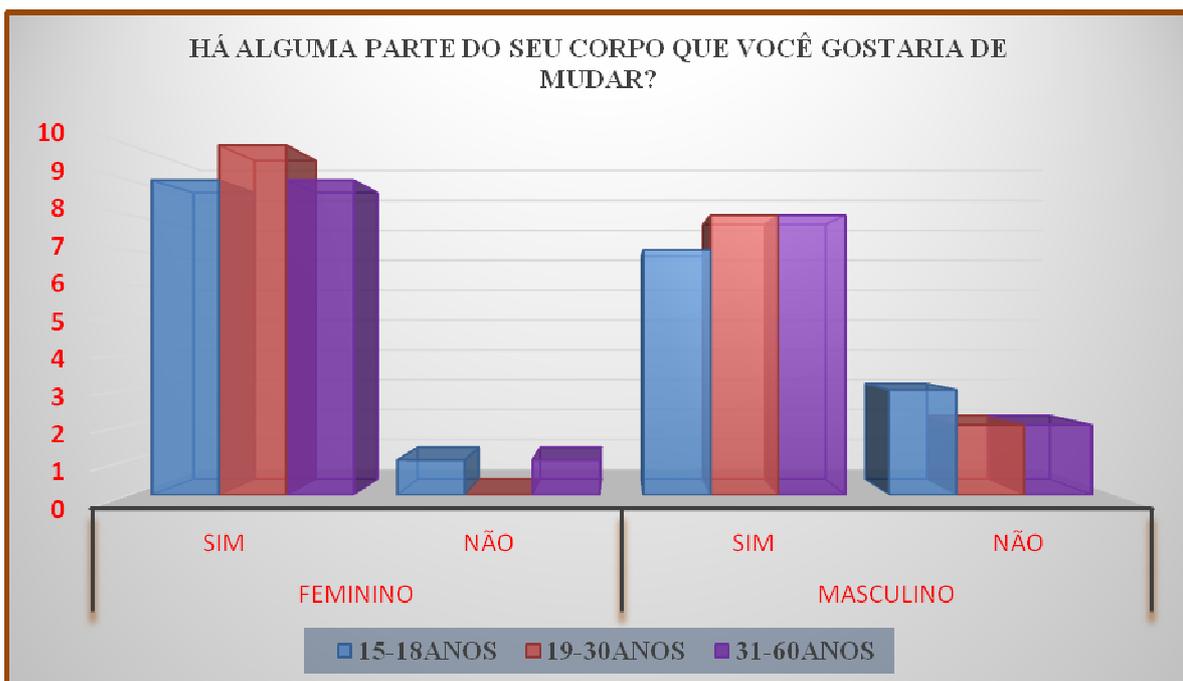
Além disso, deve-se observar que as mulheres pertencentes a faixa etária de 31-60 se destacam das demais, somando nove ao todo, ou dizendo de outra forma, 90% das mulheres entrevistadas, cuja idade se situa entre 31 e 60 anos estão insatisfeitas com seu corpo. Há que se ressaltar que nesta etapa elas estão entrando em uma fase madura, mas ainda não envelhecida, em que as preocupações com a beleza e o medo do envelhecimento começam a aflorar. Isso se justifica, porque as marcas da idade hoje não são mais consideradas sinais de experiência, mas sim descuido. Envelhecer virou sinônimo de feiura, tornando-se um drama. Está é outra tática do mercado para fabricar beleza e juventude (ARAUJO & MENESES, 2009, p.10).

Por outro lado, também observa-se uma grande proporção de homens situados nos dois extremos insatisfeitos com seu corpo. Os oito homens pertencentes a faixa etária de 31-60 se encaixam no que foi citado anteriormente. Já a insatisfação dos nove pertencentes a faixa etária de 15-18, pode ser entendida como uma transição da adolescência para a fase adulta, onde o corpo ainda não atingiu aquele ideal exigido pelo mercado.

De modo geral, homens e mulheres comparam sua beleza com os modelos expostos pela mídia. Isso gera uma baixa autoestima e uma autoimagem negativa, já que os padrões de beleza estabelecidos transmitem e reforçam a ideia de perfeição (KNOPP, 2008, p.5).

O nível de insatisfação corporal se torna mais evidente, quando os entrevistados foram questionados se gostariam de mudar algo em seu corpo, como pode ser percebido no gráfico a seguir.

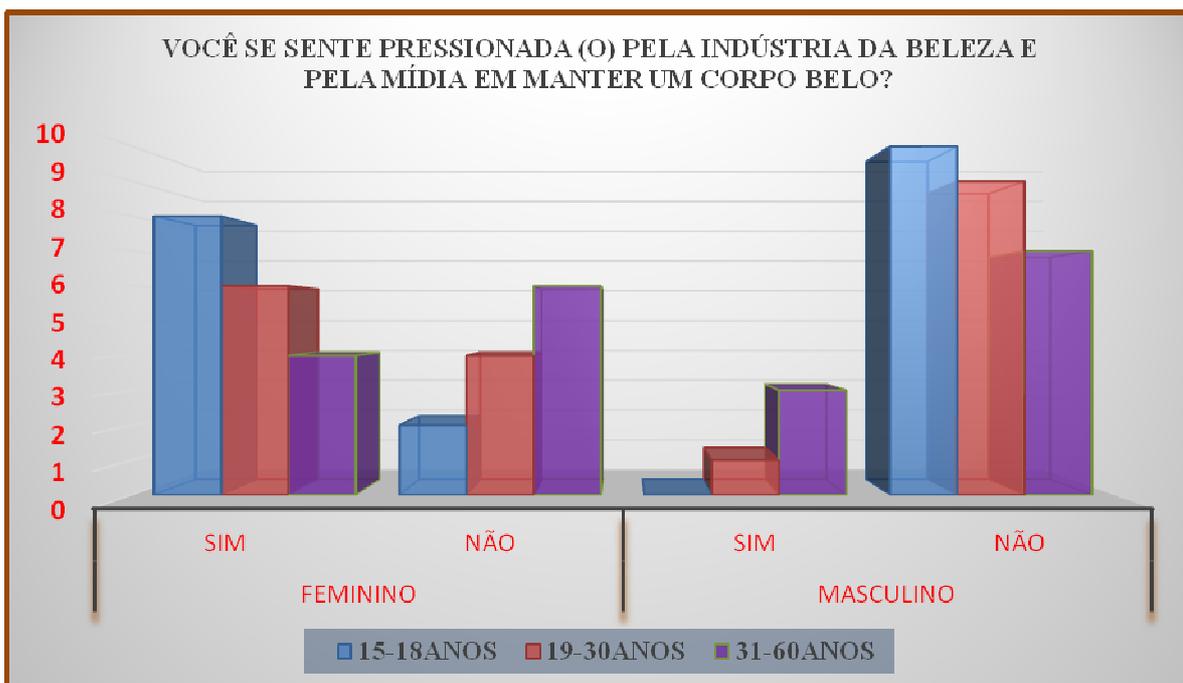
Gráfico 6 – Mudança em alguma parte do corpo



Fonte: Questionários aplicados

Entre os indivíduos pesquisados, 51 deles, mais precisamente 85% dos que responderam ao questionário afirmam que gostariam de mudar alguma parte do seu corpo. Esses dados são controversos, pois na pergunta anterior 40 deles declaram não estarem satisfeitos com seu corpo. Isso vem confirmar o que foi citado anteriormente, ou seja, muitas vezes a pessoa se acha imune às influências do mercado, afirma estar satisfeita com o corpo, mas mudaria algo se tivesse condições. Isso ocorre porque está, inconscientemente, sendo vítima de um mercado que impõe que algo é feio. No entanto, essa é uma realidade que não é clara, como pode ser analisado no gráfico 7, quando procurou-se verificar a influência da mídia e da indústria da beleza sobre eles.

Gráfico 7 – A pressão da indústria da beleza e mídia para ter o corpo belo



Fonte: Questionários aplicados

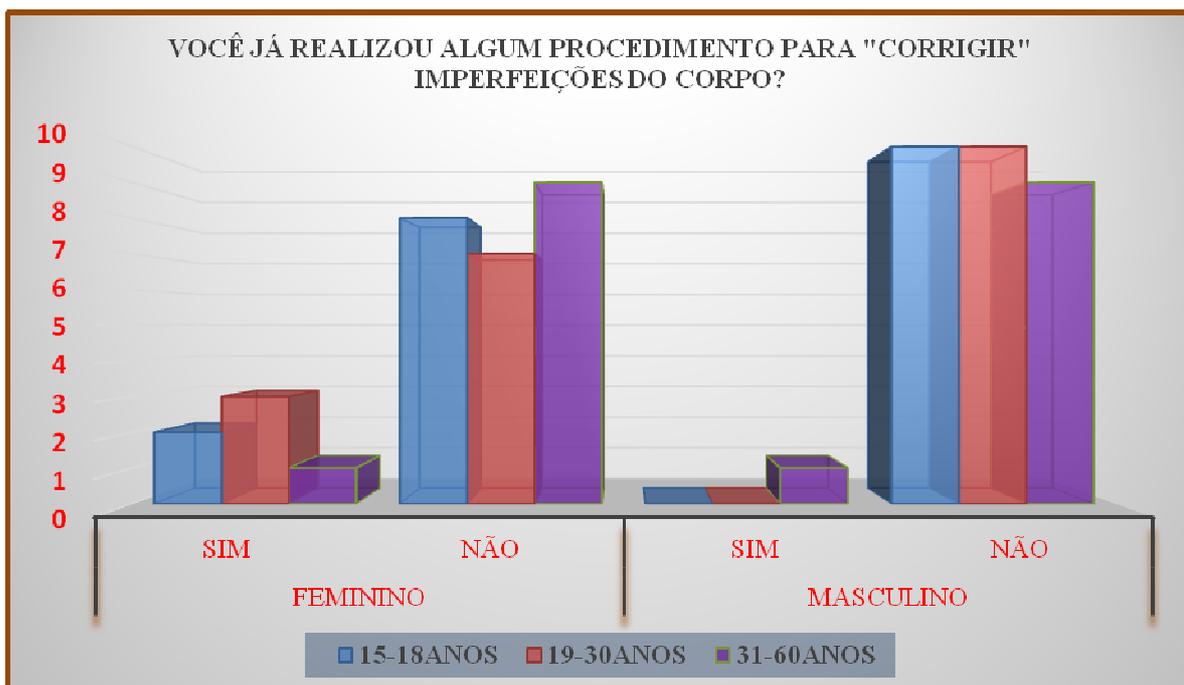
Apesar dos dados analisados até então, nos quais foi possível perceber um considerável grau de insatisfação corporal e contrariando uma tendência demonstrada em várias publicações relacionadas ao tema aqui abordado, o gráfico 7, demonstra que apenas 22 dos entrevistados (36,6% deles) se sentem pressionados pela indústria da beleza e pela mídia em manter um corpo belo. O que podemos observar, claramente fazendo uma análise em conjunto dos gráficos é que, como citado anteriormente, a influência da mídia é camuflada. Grande parte das pessoas não consegue perceber que sua insatisfação corporal está associada ao que o mercado impõe como belo. O padrão exigido já foi tão aceito pela sociedade que muitos não conseguem ver o quanto são influenciados a cada segundo, achando essa busca pelo corpo “perfeito” algo natural e espontâneo.

Cabe ainda destacar que dos 22 indivíduos que afirmaram se sentirem pressionados pelo mercado, 18 são mulheres. Na verdade, os homens geralmente se dizem mais alheios a preocupação com a aparência física do que as mulheres, mas a pressão em relação a beleza masculina é crescente. Nunca se falou tanto em vaidade masculina como nos dias atuais e não é raro

encontrar homens não só nas academias, como também em salões de beleza e centros de estética (KNOPP, 2008, p.6). Porém, as mulheres há séculos vêm sendo pressionadas a se fazerem belas. É algo cultural e histórico e, talvez por isso estejam mais representadas entre os que responderam de forma afirmativa ao questionamento proposto. Desde a Renascença ser bela é um dever para as mulheres das classes mais abastadas (ARAÚJO & MENESES, 2009, p.3). Já no século XVII o uso de pós, perfumes, sangrias e dos cruéis espartilhos, eram artifícios utilizados pelas mulheres com intuito de se sentirem mais jovens e belas. Mas foi a partir do século XX que a mulher foi colocada no centro do mercado, sendo ela de qualquer classe social. Com o maior acesso a produtos e procedimento de beleza, relacionados à industrialização, ao crescimento das cidades e às mudanças de costumes e comportamentos, agora não há mais motivos para a mulher não se fazer bela (IDEM, p.2-3). E se só a beleza traz sucesso, amor e felicidade, para atingir o padrão imposto pelo mercado é necessário consumir mais (MOTA, 2007, p. 6). Em suma, o mercado com o apoio da mídia, cria padrões e se vale deles para auferir lucros.

De forma parecida com os dados apresentados no gráfico anterior quando os entrevistados foram questionados se sentiam pressionados pela indústria da beleza e pela mídia no sentido de buscar um corpo belo e perfeito, a proporção dos que realizaram algum procedimento estético visando correção de “imperfeições” deste corpo é bem pequena, como pode ser percebido adiante.

Gráfico 8 – Realização de procedimentos para correção de imperfeições



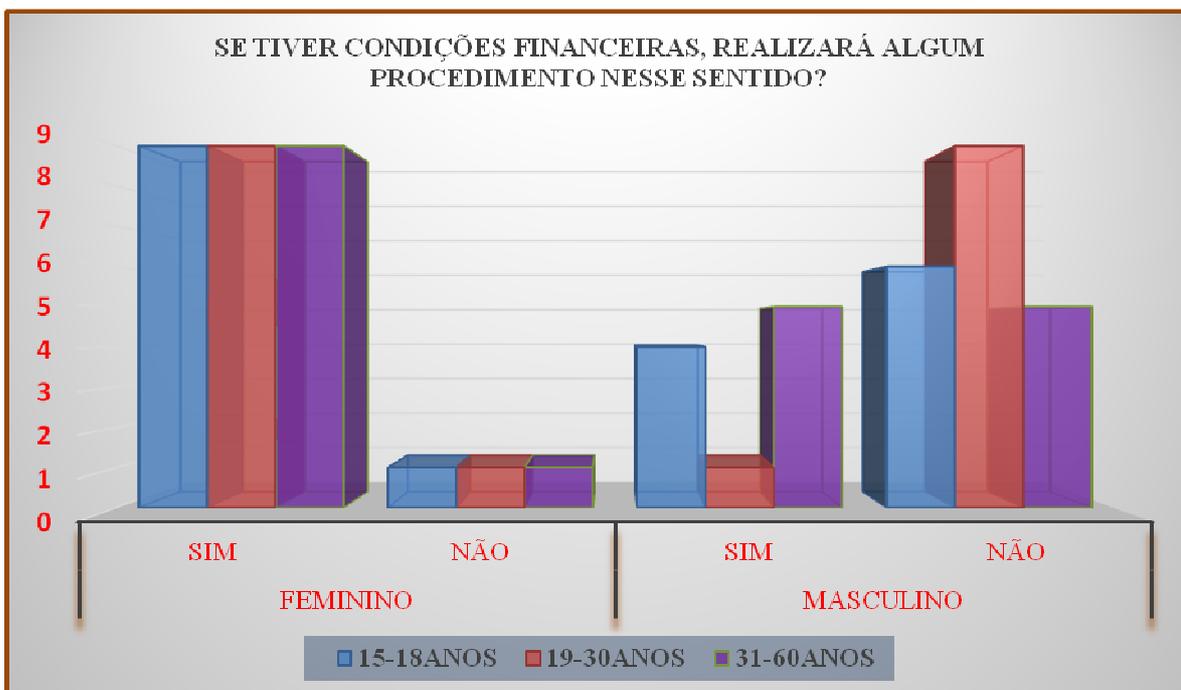
Fonte: Questionários aplicados

Os dados apresentados no gráfico 8 indicam que apenas cinco mulheres e um homem, ou seja, somente 10% dos entrevistados disseram já terem realizado algum procedimento para corrigir imperfeições do corpo. Deve ser ressaltado o fato de que uma cirurgia estética envolve diversos riscos, mas a preocupação com estes não é significativa a ponto de impedir o crescimento da prática no país (BERGER, 2007, p. 11). Embora, a primeira vista, os dados encontrados pareçam pouco significativos, vale destacar que se tornam alarmantes, levando em consideração que dentre as mulheres que realizaram algum procedimento neste sentido, duas delas são pertencentes a faixa etária de 15-18 anos. Isto indica que cada vez mais cedo as pessoas recorrem a técnicas imediatas para se sentirem belas. A pressa em ter o corpo perfeito se deve ao fato de que a tirania da beleza exige que até mesmo as crianças estejam dentro dos padrões, de modo que elas e os pais consumam precocemente cada vez mais. Na fase da vida onde se há menos preocupações, o mercado tratou de inserir seus ideais. A mídia disponibiliza figuras que o público quer imitar, no caso das crianças e adolescentes, estas vão desde as princesas aos ídolos “*teens*” (CARVALHO & SERPA, 2014, p.

839). E como explicar, para um indivíduo que sabe tão pouco da vida, que ele é diferente e não consegue ser igual a quem admira? Essas são as novas formas infantis de existir, levando à criação de adultos complexados e insatisfeitos.

Se por um lado, os dados indicam uma baixa proporção de entrevistados que fizeram algum tipo de procedimento estético, para “corrigir imperfeições” do corpo, este panorama muda, quando questionados se fariam algum procedimento, caso a situação econômica assim o permitisse, como pode ser percebido no gráfico 9,

Gráfico 9 – Realização de procedimentos estéticos se tiver condições financeiras



Fonte: Questionários aplicados

Os dados encontrados indicam que 37 dos entrevistados afirmam que realizariam algum procedimento para corrigir imperfeições se tivessem condições financeiras para isso. Vale destacar que nove em cada dez mulheres de cada faixa etária responderam “sim” a esta pergunta, mostrando ser o

gênero mais susceptível a se render as facilidades cirúrgicas e aos apelos da mídia e do mercado.

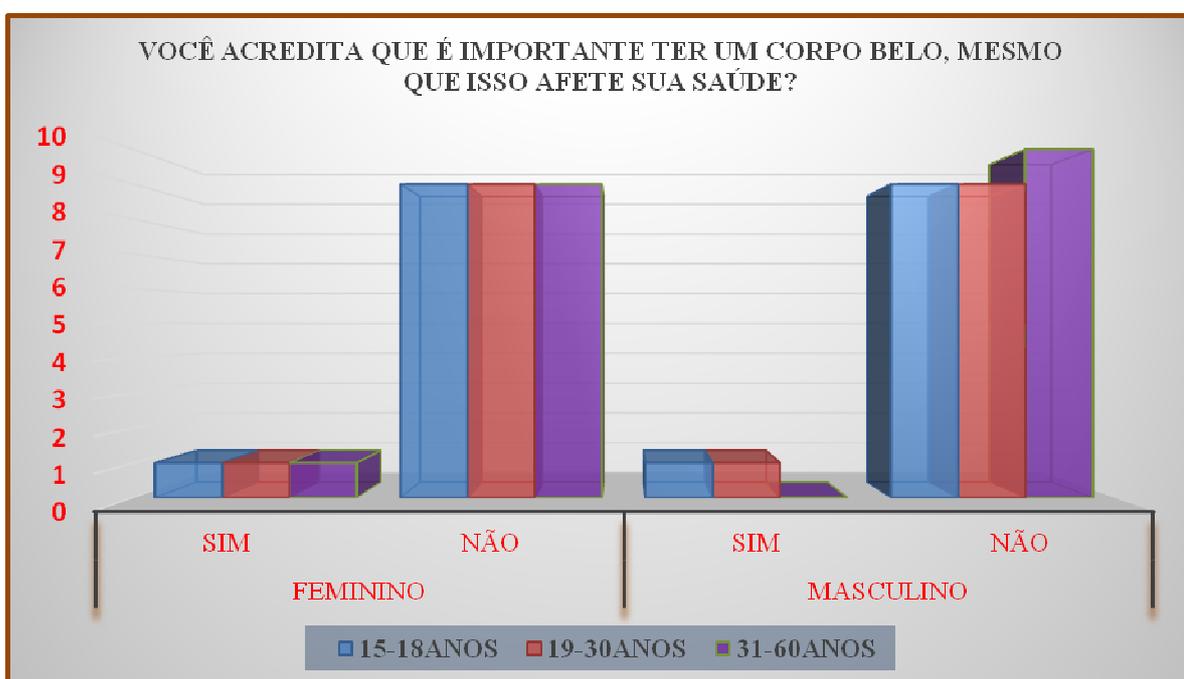
Apesar do predomínio feminino, deve-se observar a presença dos homens dispostos a esses procedimentos, dez ao todo. Quanto as faixas etárias, mais uma vez eles se destacam nos dois extremos, mesmo panorama observado no gráfico 5, que tratou sobre a satisfação corporal. Isto é, as mesmas faixas etárias masculinas insatisfeitas com seu corpo, também estão entre as mais propensas a fazerem procedimentos “corretivos”.

Os médicos mais conscientes alertam sobre a disseminação desmedida dos tratamentos estéticos aos quais as pessoas aderem cada vez mais cedo. Porém, quem realiza ou deseja realizar algum procedimento cirúrgico, não age de modo banal, mas sim busca bem-estar psicológico e aumento da autoestima (RISCADO, 2009, p.12-13). Eles querem se sentir aceitos, inseridos num grupo seleto de pessoas que estão dentro do padrão exposto pela mídia e exigido pelo mercado. O corpo se transformou em uma tela onde os ideais de cada pessoa são projetados, e muitas vezes não importa a forma de fazê-lo.

Essa afirmativa se completa ao se analisar o gráfico 10, referente ao questionamento “se acreditam na importância de um corpo belo, mesmo que implique riscos à saúde”, como pode ser visto a seguir.

Gráfico 10 – Crença na importância de um corpo belo mesmo que

prejudique a saúde



Fonte: Questionários aplicados

Os dados indicam que um em cada dez indivíduos de cada gênero e faixa etária (exceto o grupo de homens de 31-60 anos) declara que acredita ser importante ter um corpo belo mesmo que isso afete a sua saúde. Levando em consideração que se trata de uma amostra relativamente pequena, esses números são alarmantes. O grande agravante de perseguir um ideal de beleza inalcançável é que quanto mais se busca atingi-lo, mais insatisfação é acumulada. A pressão social é tão grande que para muitos vale tudo em nome da beleza, o que culmina em doenças que podem ser fatais. Os distúrbios alimentares vêm se tornando cada vez mais comuns e atingindo a população mais cedo. Nas redes sociais não é raro encontrar comunidades que apoiam e até ensinam como ter mais resultados se valendo dos distúrbios alimentares (BERGER, 2007 p. 21). Além de ser a causadora do problema, a mídia acaba sendo também uma disseminadora do mesmo.

Considerações finais

Hoje muito se foi conquistado, todos têm o direito ao voto, de se expressarem, de se vestirem como desejarem, de ir e vir quando quiserem. Porém, o que limita as pessoas, persegue e aprisiona é uma ditadura interna. Algo que é colocado na mente de cada indivíduo desde cedo, fazendo-o escravo de um mercado que apenas quer lucrar, não importando o quanto isso afete a saúde física ou mental das pessoas. Não são algemas ou grades que as aprisionam, agora o corpo cumpre esse papel. A busca pela perfeição substitui no presente, de forma consciente ou não, as opressões do passado. A ditadura da beleza se instala no interior de cada um e, na grande maioria das vezes, não é percebida. O padrão imposto já foi tão aceito pela sociedade que muitos não conseguem ver o quanto são influenciados a cada segundo, achando essa busca pelo corpo “perfeito” algo natural e espontâneo. E muitas vezes, acham válido prejudicar a saúde para atingi-lo.

Algo ainda mais alarmante é que, como podemos observar no presente estudo e em muitos outros, este problema vem atingindo a população cada vez mais cedo. A realidade das crianças inclui má alimentação e sedentarismo, tornando a obesidade infantil uma doença crescente. E à medida que vão ficando mais velhas, a sociedade que rejeita a gordura corporal exige que sejam adolescentes e, posteriormente, adultos magros dentro do padrão imposto pelo mercado e exposto pela mídia. O que se tem como resultado são indivíduos significativamente insatisfeitos com seu reflexo no espelho e susceptíveis a fazer de tudo para se adequarem ao ideal de beleza, a fim de se sentirem inseridos e aceitos. Algo que pode ser fatal quando extrapolam os procedimentos estéticos ou quando sofrem de distúrbios alimentares.

Em suma, os valores relacionados ao corpo e a beleza merecem ser ampla e constantemente discutidos, visando tornar a aparência algo menos essencial. Em uma época em que só é feliz quem está dentro dos padrões, entender que felicidade é bem-estar físico e mental – ou seja, é algo interior – significa quebrar as correntes invisíveis, não deixar se influenciar e poder exercer verdadeiramente o direito de ser livre. E que esta liberdade seja em

todos os sentidos. Para pensar, para sentir, ter suas próprias concepções. Enfim, ser quem e como quiser.

Referências Bibliográficas

ARAUJO, Edna M. N. & MENESES, Joedna R. Histórias e artifícios da beleza feminina: a “batalha” contra o tempo. In: **Anais do IV Colóquio Internacional Cidadania Cultural: diálogo de gerações**. Campina Grande (PB): EDUEPB, 2009, pp. 1-12.

BERGER, Mirela. Mídia, mercado e culto ao corpo: o corpo miragem. In: **SINAIS** - Revista Eletrônica - Ciências Sociais. Vitória: CCHN, UFES, Edição n.02, v.1, Outubro. 2007, pp. 1-38.

CARVALHO & SERPA, Corpo e embelezamento: a criança participante de concurso de beleza. In: **Psicologia: ciência e profissão**. Brasília, V.34, n.4, 2014, pp. 835-849.

KNOPP, Glauco da C. A influência da mídia e da indústria da beleza na cultura da corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea. In: **IV ENECULT – Encontros de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador: UFBA, 2008, pp. 1-13.

MOTA, Maria Dolores B. **De Vênus a Kate Moss**: reflexões sobre corpo, beleza e relações de gênero. Fortaleza: UFCE, 2007, p. 1 a 11.

RISCADO, Liana C. **Culto ao corpo**: o significado da cirurgia estética entre mulheres jovens do Rio de Janeiro. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

SANT'ANNA, Denise B. de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SAUR, Adriana M.; PASIAN, Sonia R. Satisfação com a imagem corporal em adultos de diferentes pesos corporais. In: **Avaliação Psicológica**. Porto Alegre, v. 7, n. 2, ago. 2008, pp.199-209.

SHMIDTT, A.; OLIVEIRA, C.; GALLAS, J. C. **O mercado da beleza e suas consequências**. Camboriú (SC):UNIVALI, sd, pp.1-15.

SILVA, Liege M. F & PORCINO, Karine O. **Os sentidos do corpo e da beleza**: uma análise dos trabalhos dissertativos da área de Educação Física. Natal: UFRN, 2011, pp.1-10.

TRINCA, Tatiane P. **O corpo-imagem na “cultura do consumo”**: uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado. Dissertação de mestrado. São Paulo: UNESP, 2008.