A INTERFERÊNCIA DA PADRONIZAÇÃO DA BELEZA NA SUBJETIVIDADE FEMININA

Nayara Cristine Mazzo*
Prisla Pietra Bornholdt**
Eliane Guadagnin Rais***

JUSTIFICATIVA

Historicamente, a sociedade é concebida pelo que somos externamente, que se aplica com a beleza, a busca pela eterna juventude. Vivenciamos a busca de uma imagem de corpos bem trabalhados, sensualizados, visando a responder, principalmente ao desejo do outro. Essa é a natureza do universo feminino, que aos poucos está sendo vislumbrado pelos homens, influenciando a subjetividade humana ao culto ao corpo, modificando a maneira de ser e existir e da imagem corporal.

A compreensão da imagem corporal se dá pela análise da influência do ambiente sobre a pessoa, como processo de representações corporais constantemente perpassando por transformações, as quais pelos discursos invadem as dimensões simbólicas e subjetivas desta (NOVAES, 2015).

> A imagem corporal está associada ao conceito que o indivíduo tem de si. Ele sofre influência do meio em que vive, e esta imagem corporal envolve aspectos afetivos, cognitivos, sociais, culturais, tendo o processo de desenvolvimento sido influenciado pelos determinantes da cultura. Estes foram mudando à medida que os valores, normas e comportamentos sociais, também, sofreram mudanças (SILVA; BAÍA, 2015, p.7).

Segundo Lima (2015), o corpo é visto como uma construção social, como forma de objeto simbólico, acometido por múltiplos sentidos, que no decorrer do desenvolvimento social se reafirma e se remodela. Sendo assim, o corpo se apresenta como objeto de desejo, de conquista, um corpo padronizado pela própria sociedade. Esta padronização faz com que a mulher sinta necessidade de se estabelecer a este padrão determinado, de adequar-se à moda, ser e estar pertencente a esses paradigmas que a influenciará de forma biopsicossocial. Em consequência, “[...] criou-se uma cultura que induz a mulher a acreditar ser possível

*Acadêmica do 1° período do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da Faculdade União de Campo Mourão- UNICAMPO.
**Acadêmica do 1° período do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da Faculdade União de Campo Mourão- UNICAMPO.
***Psicóloga. Psicopedagoga. Professora da Faculdade União de Campo Mourão- UNICAMPO.

ISSN: 2358-5803

a perfeição estética, a mesma submeter-se com afinco e força de vontade a todo arsenal técnico – cosmetologia, cirurgias estéticas, massagens e academias" (NOVAES, 2015, p.3).

Ser belo, segundo Silva e Baía (2015) é condição primordial para ser feliz. Partindo deste princípio, a mulher contemporânea é bombardeada de informações que a colocam em pé de guerra com a sua imagem, ou seja, ela precisa buscar a beleza para ser contada entre as consideradas felizes. Os corpos exigidos são bem construídos. Eles devem ter suas proporções dentro dos padrões estabelecidos, sendo cada dia mais valorizado.

Por outro lado, o corpo ideal não está apenas ligado ao controle do peso e de suas medidas, mas também evidencia questões psicológicas e morais. Ser feio caracteriza, ao mesmo tempo, uma quebra estética e psíquica que é decorrente da perda de autoestima. Portanto, ao impor determinado padrão de beleza e o culto ao corpo, a sociedade promove, na subjetividade feminina, a auto rejeição uma vez que ao não atingir tal padrão, a mulher sofre com a perda de sua autoestima (SILVA; BAÍA, 2015).

Essa influência na sociedade, tem como fonte a mídia, apresentando os padrões de beleza do universo feminino, que propõe trabalhar a autoestima da mulher atual, mas ao mesmo tempo, valorizando as regras de beleza e comportamento e indicando como devem agir as mulheres modernas e independentes. "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). Como decorrência esconde-se a subjetividade das mulheres, pois para serem modernas devem corresponder aos conceitos e valores do padrão estético vigente, relegando a segundo plano, sua personalidade.

> A beleza não cessou de destacar os indivíduos; ao mesmo tempo, traduziu as oposições entre os grupos sociais, os gêneros, as gerações. Objeto inquieto ou glorioso do espelho, ela própria é um reflexo de nossa sociedade (VIGARELLO, 2006, p.185).

A mídia é a principal responsável por contribuir na criação da forma de padronização do estereótipo de mulher, de comportamento e de beleza, criando uma única mulher. Esta apresenta explicações para todos os problemas, ao mesmo tempo, soluções rápidas e hábeis para todas as necessidades e questionamentos.

Com isso, tem-se a impressão que vem a contribuir para uma massificação da universo feminino em que a mulher esquece de sua individualidade para aceitar os padrões estabelecidos. “Fazendo a mulher de acordo com os desejos do capitalismo, levando-as ao consumo, estabelecendo a imagem da mulher bem sucedida, moderna, e sensual” (LIMA, 2015, p.17).

O mercado de trabalho fez a mulher a se posicionar-se, em consequência, a disputar com sua imagem corporal e estética, buscando um ideal a ser seguido, ao mesmo tempo, provocando uma ruptura entre o seu corpo e a beleza natural, na busca sem controle pela perfeição, perdendo sua autoimagem. Além disso, novos sintomas corporais, os transtornos de percepção, distúrbios alimentares, o desenvolvimento de síndromes e fobias sócias, a dependência de drogas, provocando o abuso na exploração das sensações corporais (SILVA; BAÍA, 2015).

De acordo com Veiga (2006) a beleza acompanha a ideia que somente por meio desta, a mulher conseguirá felicidade e confiança. Fonte de um desejo de uma permanente angústia pela insatisfação do corpo, fragilizando sua autoestima, sua subjetividade, negando ser quem realmente é, e tentando aparentar o que a sociedade espera, uma forma de coerção social. Não aceitar que as pessoas tem sua finitude. “Fazer as pazes com o envelhecimento é um dos desafios mais difíceis da vida, porque implica reconhecer a transmutação do próprio corpo e aprender a abraçar a eternidade com a própria alma” (MACEDO, 2005, p.256).

Dentro dessa questão, se faz necessário entender quais são as implicações quando se extrapola o limite de manter e melhorar a beleza humana, dentro de um equilíbrio que contemple a saúde, o bem estar emocional, a valorização da beleza natural. Neste contexto, como o profissional de estética poderá possibilitar a valorização da estética para o bem estar das pessoas que buscam seus serviços.

Considerando os aspectos acerca da problemática do culto à beleza e ao corpo perfeito, este projeto se justifica pela necessidade de analisar as consequências na busca da padronização da beleza feminina que resultam na distorção da imagem corporal e na própria subjetividade da pessoa.

OBJETIVO GERAL

O presente projeto visa compreender a influência da supervalorização do padrão de beleza na contemporaneidade, influenciando a subjetividade feminina.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar como o corpo é apreendido como uma construção social.
- Analisar como a imagem corporal está sendo construída pelos meios de comunicação na sociedade contemporânea.
- Verificar as consequências que a busca da beleza e corpo perfeito tem contribuído para a desvirtualização da subjetividade feminina e da beleza natural.

METODOLOGIA

O presente estudo será realizado por meio de revisões bibliográficas mediante pesquisas a serem realizadas em fontes primárias, secundárias e terciárias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LIMA, J. A. **A Influência da Mídia na Subjetividade Feminina**: uma Compreensão da Subjetividade das Mulheres Leitoras da Revista Nova Cosmopolitan. Disponível em:<https://psicologado.com/atuacao/psicologia-socia>. Acesso em: 02 de mai. 2015.

MACEDO, O. **A construção da beleza**. São Paulo: Globo, 2005.

NOVAES, J. V. **Ser mulher, ser feia, ser excluída**. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0237.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2015.

SILVA, M. S. L.; BAÍA, Â. F. **Cultura, Corpo e Subjetividade**: a Busca Constante pela Perfeição na Atualidade. Disponível em:<https://psicologado.com/atuacao/psicologia-clinica>. Acesso em: 17 abr. 2015.

VEIGA, A. P. **A institucionalização da beleza no universo feminino.** IGT na Rede N 5 (www.igt.psc.br), Rio de Janeiro, v. 3, n. 5, Ago. 2006. Disponível em: <www.igt.psc.br/ojs/include/getdoc.php>. Acesso em: 25 abr. 2015.

VIGARELLO, G. **História da beleza.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

CRONOGRAMA

Atividades	**Abril**	**Maio**	**Jun.**	**Jul.**	**Ago.**	**Set.**	**Out.**	**Nov.**
Seleção de livros e artigos	x		x					

Pesquisa e revisão bibliográfica	x	x	x	x	x			
Projeto de pesquisa		x						
Apresentação do projeto no Colóquio Acadêmico		x						
Elaboração do artigo			x	x	x	X	x	
Apresentação da pesquisa em formato artigo na Mostra Acadêmica								x