

PADRÕES DE BELEZA¹

**Débora Linn², Maria Eduarda Silva Martins³, Maria Valentina Franco Valente⁴,
Maysa Dienifer da Silva Schneider⁵, Munya Hãrter⁶**

¹ Trabalho da disciplina Psicodinâmicas Institucionais

² Estudante do curso Psicologia; debora.linn@sou.unijui.edu.br.

³ Estudante do curso Psicologia; maria.silva@sou.unijui.edu.br.

⁴ Estudante do curso Psicologia; maria.valente@sou.unijui.edu.br.

⁵ Estudante do curso Psicologia; maysa.schneider@sou.unijui.edu.br.

⁶ Estudante do curso Psicologia; munyke.harter@sou.unijui.edu.br.

INTRODUÇÃO

Podemos caracterizar a cultura contemporânea, em muitos aspectos, como sendo uma cultura da imagem. Isso se deu, segundo Klein (2007), a partir do século XX, com o surgimento das mídias visuais como TV, cinema e fotografia que funcionaram como dispositivos através dos quais a imagem tornou-se onipresente em grande parte das relações humanas. Essa situação se intensificou ainda mais a partir do século XXI, momento no qual, segundo o autor, ocorreu o fenômeno da digitalização das vidas humanas.

A partir disso, podemos também observar como estar dentro do padrão de beleza passa a ser associado a uma vida perfeita. Nesse sentido, o que é superficial é o que é valorizado, uma vida perfeita passa a estar resumida a possuir determinados aspectos físicos valorizados socialmente.

Com relação aos padrões e ideais estéticos, é possível observar ainda, que sua internalização é moldada por fatores externos ao próprio sujeito em medida considerável. Devido ao fato de que o indivíduo é socializado no seio de uma determinada cultura, este é um forte mecanismo regulatório do comportamento humano, sendo inevitável que ele tome para si atitudes, crenças e valores transmitidos através das gerações (DE SOUSA SILVA, 2018).

METODOLOGIA

Este trabalho foi construído por meio do método hipotético dedutivo por intermédio de pesquisa bibliográfica em livros, textos e artigos com leitura, fichamento e análise crítica de tais documentos com o tema em estudo, junto de dados e estatísticas divulgadas no âmbito do senso comum, como em revistas, sites e perfis nas plataformas sociais. Além disso, foram

observadas as discussões na disciplina de Psicodinâmicas Institucionais e as bibliografias obrigatórias da disciplina.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

1. Teoria Psicanalítica

Em “Psicologia das Massas e Análise do Eu (1921)”, Freud aponta que a psicologia individual e a psicologia social estão interligadas desde o início, pois é no Outro que o sujeito encontra um modelo, objeto e, até mesmo, adversário. Ou seja, o estudo da psicanálise sobre as relações do sujeito com o objeto do seu desejo podem ser vistas como fenômenos sociais (FREUD, 1921).

O corpo é a imagem que transmite a nossa verdade subjetiva, é o que representa o sujeito na sociedade, além de ser o principal objeto de investimento do amor narcísico. No universo simbólico, os discursos dos padrões de beleza vão atravessando as significações acerca do corpo a partir de imagens e informações apresentadas como normas (KEHL, 2002; VILHENA E NOVAES, 2003; apud PETRONI, 2018).

Ao se refletir sobre o conceito de "padrão", que é parte do significado de "padrão de beleza", admite-se uma noção de uniformidade, conforme Freitas et al. (2010). Sendo beleza um conceito bastante subjetivo, por "padrão de beleza corporal" se pode considerar como um conjunto de características que um corpo deveria apresentar para ser considerado como belo por um determinado grupo de indivíduos (PETRONI, 2018, p.15).

Freud corrobora essa afirmação apontando que uma das formas que o sofrimento aparece é através do envelhecimento do próprio corpo e que para nos protegermos desse sofrimento que nos ameaça, buscamos no prazer da beleza estética uma meta de vida, de felicidade. Esse prazer que se busca em contrapartida do sofrimento é apresentado como algo embriagante que “não há uma utilidade evidente da beleza; sua necessidade cultural não se deixa entender, e, no entanto, não poderíamos prescindir dela na cultura” (FREUD, 1930, p. 329).

Os autores Vilhena e Novaes (2003 apud PETRONI, 2018) afirmam que os padrões de beleza femininos e contemporâneos geram frustração e sofrimento ao invés de compensar narcisicamente as mulheres, na medida que gera uma comparação entre algo que é real e a idealização. Dessa forma, a busca pelo padrão de beleza idealizado é “uma tentativa de tamponar uma falta que é constitutiva do sujeito” (PETRONI, 2018, p. 33), gerando na

mulher uma perseguição com o seu próprio corpo em busca daquilo que é colocado como regra: uma beleza idealizada.

2. Mas afinal, o que é beleza?

A beleza é um acordo social que está sobre o poder da indústria e da classe dominante. Podemos analisar os diferentes conceitos sobre beleza no decorrer da história; durante a Idade Média, por ser considerada pecaminosa, a aparência não possuía relevância, eram consideradas belas as características morais. A mulher para ser bela deveria ter alma pura, ser casta, devota, com lábios pequenos e cabelos louros, já os homens precisavam ter poder.

No Renascimento, para demonstrar poder aquisitivo, a gordura era o ideal de beleza, pois simbolizava que possuía capital para comprar alimentos, tanto para os homens e também para as mulheres possuir braços e quadris grandes eram considerados sinais de beleza, junto com cabelos longos e barriga aparente. Sinônimo de beleza, na época barroca, eram as roupas refinadas e também a elegância (LIMA *apud* ARAUJO, 2023).

Atualmente a realidade já é diferente: De Souza Silva (2018) observa que o corpo magro, que simbolizava fraqueza e escassez de alimentos no passado passa a ser valorizado nos dias atuais, e é visto como algo que deve ser buscado por todos, para que ocorra sua inclusão na sociedade. Por outro lado, o corpo gordo, que antes significava abundância, riqueza e poder, hoje é repleto de estigmas que refletem a superioridade social da magreza, muitas vezes disfarçados de discursos a favor da saúde (DE SOUZA SILVA, 2018). A autora, ao citar Ferreira (2008), complementa que

[...] a produção de sentidos sobre a imagem do corpo e a percepção que o sujeito tem do próprio corpo é, ao mesmo tempo, individual e coletiva, opera no social, mas não se limita a ele. Ela se desenvolve para além do indivíduo, das relações interpessoais ou dos complexos intrafamiliares, mesclando intensidades pré-verbais, afetos e códigos sociais de conduta (FERREIRA, 2008 *apud* DE SOUZA SILVA, 2018).

Nesse sentido, pode-se falar em um conceito de padrão de beleza gerido pela mídia, apesar de se tratar de um conceito subjetivo, o qual varia a cada cultura, e de não haver consenso sobre o que significa ser bela, é a mídia especializada em moda que propaga noções específicas padronizadas de beleza e aparência (HEINZELMANN, 2012).

Ser bela, para Sampaio e Ferreira (2009), está ligado a qualidades estéticas, explicitadas nos atributos físicos e que estão constantemente veiculados pela mídia. Assim, a sociedade em geral entende por belo aquela ou aquele que tem a pouca porcentagem de gordura corporal, fartas nádegas (sem celulite, nem estrias) e seios

grandes (e empinados), músculos definidos, pele bronzeada, além de ausência de mancha ou espinha na pele e até mesmo pouca ou nenhuma característica que denota idade, como rugas e marcas de expressão (HEINZELMANN, 2012).

Isso fica evidente na análise feita por Heinzelmann, (2012) de 9 edições da revista Vogue publicadas ao longo de 11 anos, onde pode-se perceber um único perfil estético de mulher. Apenas um padrão corporal minimamente diferenciado dos demais é visualizado nos editoriais analisados; este, trata-se da modelo Gisele Bündchen, com pernas mais grossas e músculos tonificados, ligeiramente distintos dos corpos extremamente finos das outras páginas da revista.

Todavia, De Souza Silva (2018) afirma que há uma situação a respeito dos padrões corporais socialmente estipulados, e massivamente difundidos pela mídia, que forma um dos grandes paradoxos contemporâneos. Apesar de existir um ideal que equipara a beleza como sinônimo de magreza, não é este o cenário observado no mundo externo. Pelo contrário, existe uma elevada taxa de sobrepeso e obesidade de acordo com o World Health Organization (WHO, 2015; apud DE SOUZA SILVA, 2018). Assim, a autora conclui que “a percepção, bem como a satisfação com a autoimagem, é modulada pela norma, socialmente construída, do corpo magro e esbelto como referência de beleza; e não pelo que é predominantemente visto nas ruas” (DE SOUZA SILVA, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista disso, é possível perceber que cada sociedade produz um padrão de beleza, que está presente no contexto social em que cada sujeito está inserido. É importante ressaltar que a mídia dita e expõem os padrões de beleza ideais.

Para Novaes (2006), a experiência do corpo é sempre modificada pela experiência cultural, ou seja, o corpo está desinquieto pela dimensão cultural, e são moldados e produzidos a partir da sociedade.

Dessa forma, o conceito de beleza ao longo dos anos está sempre em constante mudança, no entanto ela é sempre associada ao feminino. A mulher precisa ser bela ou demonstrar interesse para ser considerada feminina pois são sinônimos no imaginário social a beleza e a feminilidade (NOVAES apud ARAUJO, 2023).

Por buscar o padrão de beleza idealizado, causa na mulher uma perseguição com o seu próprio corpo, o que é tomado como regra, a beleza idealizada. Para suprir a falta que é constitutiva do sujeito. Em suma, pode-se destacar que as mesmas estão em busca de uma

nova estruturação, que refere-se a uma tentativa de uniformização subjetiva, mas que acaba impedindo a busca por uma identidade; Em busca da perfeição muitas vezes acabam encontrando a insatisfação.

Palavras-chave: beleza. mulher. social. psicanálise.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Maria-Leticia di Rodrigues. O mito da beleza e a psicanálise: análise dos padrões de beleza em interferência ao feminino. 2023.

DE SOUSA SILVA, Ana Flávia et al. “A magreza como normal, o normal como gordo”: reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social, v. 6, n. 4, p. 808-813, 2018.

FREUD, Sigmund. O mal-estar na cultura e outros escritos de cultura, sociedade, religião. Grupo Autêntica, 2020. E-book. ISBN 9788551306697. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788551306697/>. Acesso em: 18 mai. 2023.

HEINZELMANN, Fernanda Lyrio et al. Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na Vogue Brasil. Psicologia em Revista (Online), 2012.

NOVAES, J.V. (2006) O intolerável peso da feiura. Sobre as mulheres e seus corpos. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Garamond.

PETRONI, Carolina Garcia. Eu não tenho esse corpo: um estudo sobre as influências do padrão de beleza feminino difundido no Instagram na subjetividade de mulheres jovens. 2018.