

**INSTITUTO LAURA VICUÑA
ANDRYA CORRÊA ARANDA
ISABELLA BRITO MARTINS SEVERO**

**COMO O ALUNO SE SENTE QUANDO NÃO SE ENCAIXA NOS PADRÕES DE
BELEZA QUE A MÍDIA IMPÕE AO FINAL DA INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA**

Uruguaiana - RS

2019

Andrya Corrêa Aranda
Isabella Brito Martins Severo

**COMO O ALUNO SE SENTE QUANDO NÃO SE ENCAIXA NOS PADRÕES DE
BELEZA QUE A MÍDIA IMPÕE AO FINAL DA INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca
examinadora no Instituto Laura Vicuña, como requisito
parcial para a conclusão do Ensino Médio.

Orientadora Profa. Me.: Neila Ana Provenzi

Uruguaiana - RS

2019

**Andrya Corrêa Aranda
Isabella Brito Martins Severo**

**COMO O ALUNO SE SENTE QUANDO NÃO SE ENCAIXA NOS PADRÕES DE
BELEZA QUE A MÍDIA IMPÕE AO FINAL DA INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
banca examinadora no Instituto Laura Vicuña, como
requisito parcial para a conclusão do Ensino Médio.

Aprovado em _____ de agosto de 2019.

BANCA EXAMINADORA:

Neila Ana Provenzi

Daiandra Fagundez

Ronan de Moura Franco

Andrya Corrêa Aranda:

Dedico este trabalho a todos que me ajudaram. Agradeço minha mãe que sempre esteve comigo me dando apoio e mostrando que eu sou capaz, aos meus colegas que sempre me ajudaram quando estava com dúvidas, a minha parceira que sempre esteve comigo nas horas mais estressantes e a minha orientadora que sempre esteve presente com todo amor e compreensão, fazia chuva ou sol.

Isabella Brito Martins Severo:

Dedico este trabalho a todos que estiveram comigo ao longo desta trajetória. Agradeço primeiramente a Deus por ter me auxiliado e me concedido capacidade para conseguir gerar um bom trabalho. Aos meus pais pelo incentivo de terminar este trabalho, esta etapa da minha vida, sempre me apoiando e ajudando sempre que necessito. A minha colega de trabalho pelos dias que nos esforçamos para apresentar um bom documento, me incentivou e desde o começo entendeu o meu propósito com este trabalho, nos conectamos pelos mesmos motivos e nos superamos. Agradeço especialmente a minha orientadora que sempre foi incrível com a atenção e cuidado, nunca mediu esforços para me ajudar, sempre presente. Desde o começo entendeu o nosso sentimento e a nossa escolha deste tema e só acrescentou.

“Aceitar-se a si mesmo é um pré-requisito para uma aceitação mais fácil e genuína dos outros ”

Autor desconhecido

RESUMO

No decorrer dos anos, o conceito de belo está virando cada vez mais uma estratégia para a mídia e o comércio, onde ela abusa do seu poder de influência para atingir ambos os gêneros, masculino e feminino, que se rendem ao apelo para chegarem ao corpo padrão, e acabam ultrapassando os limites para conseguirem, não satisfeitos com o corpo, adolescentes se prejudicam tentando transformá-lo. Onde essa grande parte vem tendo problemas como a anorexia, baixa autoestima e depressão.

Diante desse contexto, procurou-se refletir sobre os impactos causados em relação à autoestima e a saúde mental. Através de pesquisas publicadas e de questionários, percebe-se a influência de modelos midiáticos na busca de um corpo “perfeito”. Nesta pesquisa tivemos a intenção de responder o seguinte questionamento: “O que acontece psicologicamente quando uma pessoa não se encaixa nos padrões de beleza que a mídia impõe”

Palavras-chave: Autoestima, saúde mental, mídia, padrões.

SUMÁRIO

1. Considerações iniciais.....	7
1.1 Problema.....	8
1.2. Objetivos da pesquisa.....	8
2. Pressupostos teóricos.....	8
2.1 A beleza ao longo da época.....	8
2.2.Autoestima.....	9
2.3. A mídia influenciadora	10
3. Método.....	11
3.1. Tipo de pesquisa.....	11
3.2. Hipóteses.....	11
3.3. Participantes ou amostra.....	12
3.4. Coleta de dados.....	12
3.5. Análise dos dados.....	13
4. Discussão resultados.....	14
4.1.Dados dos alunos.....	14
5. Considerações finais.....	20
Referências.....	21

1. Considerações iniciais

A presente pesquisa teve por intuito mostrar o que acontece psicologicamente com púberes e adolescentes do Ensino Fundamental II e Ensino Médio, quando eles não se encaixam nos padrões de beleza preestabelecidos que a mídia e a sociedade impõem. De acordo com o poeta Ramón de Complémor, “**a beleza está nos olhos de quem a vê**”, em outras palavras vê-se que a sociedade absorve o conceito de belo, emitido pela mídia como: mulheres brancas de olhos claros, magras e altas, homens brancos de olhos claros e corpos sarados, muitos adolescentes não conseguindo se encaixar nesse conceito, acabam por entender que para se sentir bem consigo mesmo, devem possuir a imagem imposta por tal. Quanto mais a mídia cresce, mais influências ela vai exercendo nos indivíduos, principalmente em adolescentes, enfocando minimamente na beleza negra, mas continua exaltando o estereótipo mencionado acima, em novelas, filmes, propagandas, etc...Pode-se ver que as personagens principais sempre são brancos de olhos claros e comumente onde os negros possuem papéis inferiores em subempregos como domésticas, babás, motoristas e são retratados como pessoas pobres, que moram em favelas ou periferias.

A adolescência é uma etapa do desenvolvimento humano, entre a infância e a fase adulta, é uma das mais importantes fases da vida, pois é um período onde se tem transformações radicais no corpo e na mente, por alterações psicológicas mudamos nossa maneira de pensar, criando-se o caráter e procurando sua identidade. Uma das marcas, da adolescência é a necessidade de fazer parte de um grupo, onde as amizades são importantes. Ser aceito em um círculo é uma das maiores satisfações na vida de um adolescente, mas é muito difícil, pois existe um grande preconceito, onde você só é aceito se fizer parte desses padrões: pessoas gordas, negras, baixas e com cabelo cacheado, são quase que instantaneamente excluídas desse padrão social.

Na nossa sociedade existe uma grande busca por procedimentos estéticos como: Silicone, lipo, gengivoplastia, rinoplastia, preenchimento, alisamento de cabelo entre outros. Isso tudo feito para chegar a perfeição e aumentar a sua autoestima.

1.1 Problema

A presente pesquisa teve como propósito responder ao seguinte questionamento: **O que acontece psicologicamente quando um adolescente entre 10 e 18 anos não se encaixa nos padrões de beleza que a mídia impõe na cidade de Uruguaiana?**

1.2. Objetivos da pesquisa

Compreender qual tipo de comportamento existe entre os jovens em relação aos padrões de beleza que a mídia impõe e suas consequências psicológicas. Os objetivos específicos podem ser listados do seguinte modo: (1) Estruturar qual o conceito de beleza que existe na faixa etária pesquisada; (2) Analisar se ocorrem problemas psicológicos derivados dos padrões expressos pela sociedade; (3) Descobrir como isso prejudica a saúde, autoestima e o desenvolvimento dos jovens entre a faixa etária dos 10 aos 18 anos e quais seus malefícios.

2. Pressupostos teóricos

O presente levantamento de literatura teve como objetivo analisar a história da beleza ao longo dos tempos e refazer essa trajetória para entender como nós concebemos o conceito de “belo” para a sociedade contemporânea e como afeta a saúde mental de uma criança e adolescente não fazer parte desse conceito de “belo”. Essa revisão procura objetivar e delimitar a importância para o desenvolvimento dos jovens acerca desse padrão.

2.1 A beleza ao longo da História

Para que ocorra o entendimento sobre o assunto, faz-se necessário entender o verdadeiro significado da palavra beleza na contemporaneidade.

De acordo com NETO e CAPONI(2004)

A sociedade contemporânea assiste deslumbrada à passagem dos "corpos perfeitos", que invadem progressivamente todos os espaços da vida moderna. A expectativa de corpo das pessoas em relação a esses padrões de beleza é o que provavelmente interliga uma variedade de fenômenos cada vez mais comuns, como a maior incidência de bulimia e anorexia, as malhações e as cirurgias plásticas estéticas. (pag 2.)

Hoje em dia, desde cedo, crianças vem se preocupando com o seu corpo, se já se encaixam nos padrões de beleza que a mídia impõe, cria-se um pensamento de que crianças gordinhas não são felizes, principalmente meninas, querendo parar de comer doces.

De acordo com MOELLER(2008) ainda crianças, os indivíduos aprendem que estar acima do peso é indesejável, e muito cedo começam a ver seu corpo como fonte de embaraço e vergonha (pag.30).

É visto muito atualmente o sacrifício das mulheres pelo corpo perfeito, a cintura fina, e o bumbum grande são almeçados de uma forma em que viver ou morrer não é a questão, mas sim em ficar com o corpo ideal. É extremamente visível, hoje, mulheres que realizam procedimentos de “reformatar” seu próprio corpo.

De acordo com AZEVEDO (2007)

A mídia em geral, através de revistas, propagandas, desfiles de moda, mostra um modelo de corpo perfeito e padrão, que é desejado por homens e mulheres. Para mulheres os corpos magros e bem definidos, para homens corpos fortes e musculosos. Sendo assim, essas imagens sujeitam cada vez mais pessoas a buscarem esse ideal. Com isso a saúde e o bem estar dessas mulheres ficam ameaçados. (pag.11)

Nunca existiu um único padrão de beleza. Desde sempre os padrões se modificam de uma forma única e inacreditável. No movimento barroco, por volta do século XVII, o ideal de beleza exigia traços mais frágeis, já na segunda guerra mundial era exigida da mulher mais masculinidade, onde se destacavam as de ombros largos, para a força do trabalho feminino, nos anos 80. E assim por diante, sempre se modificando até atualmente.

Segundo o MATARUNA(2004) “A imagem corporal é um processo de contínua evolução que se modifica ao longo dos anos e caracteriza-se por ser complexa e subjetiva”.(pág.16)

Considera POMMIER(1991) “que a relação entre a mulher e sua imagem é problemática e flutuante e os sinais que apontam para a feminilidade”

Com relação a esse corpo fantasmático, a imagem do espelho ou de uma foto será inadequada e insuficiente, pois sempre lhe falta algo. A mídia, atualmente, tem feito um apelo para que todos invoquem o que falta, tornando o consumo da perfeição do corpo um fenômeno que abarca o social, extrapolando a neurose individual.” (pag. 6)

Muitas empresas de cosméticos e dietas estão crescendo por meio da insegurança da mulher. Conforme WOLF(1992),

“Os números que comprovam a apropriação da beleza pelo mercado são impressionantes. As indústrias de cosméticos e de dietas estão entre as que mais crescem em todo o mundo e com a Medicina da Beleza não é diferente”(pag 3)

2.2. Autoestima

Autoestima é a qualidade que pertence ao indivíduo satisfeito com a sua identidade.

Entende-se autoestima como uma forma de o ser humano se auto aceitar, ela é formada através de relacionamentos pessoais que se tem desde a infância,

até a fase adulta, ela define a percepção que uma pessoa tem de si mesma, ou seja, o quanto ela se gosta. Ela está ligada diretamente a autoconfiança e reflete a forma como a sociedade vê e aceita cada indivíduo. Alguns chegam a se sacrificar com dietas extraordinárias e absurdas para obter o corpo desejado (GUENTHER, 1997 pag. 59)

Goñi e Fernández (2009, pag. 25) apontam que a autoestima surge daquilo que as outras pessoas presumem “[...] o conceito que uma pessoa tem de seu self surge das interações com os outros e reflete as características, expectativas e avaliações dos demais”.

A forma que se olha no espelho e se vê pode estar ligada profundamente ao reflexo da sociedade, afinal os seres humanos são efeitos de uma imagem social. Além do mais, o processo de conhecer-se a si mesmo dá-se pela visão que o indivíduo tem da própria imagem por meio do ponto de vista dos outros. Assim, o self é reflexão social de como a sociedade gostaria que eu me comportasse.

Pessoas que têm baixa autoestima geralmente são carentes. Isso pode acontecer por traumas gerados na infância, onde os pais ou responsáveis dão pouca atenção às crianças e essas se sentem ignoradas, abandonadas e até desprotegidas. O ser humano precisa da presença de pessoas que lhes afirmam e a falta disso coloca-os em condições de fragilidade. Com o passar dos anos essas pessoas podem esquivar-se dos relacionamentos interpessoais e não demonstrar sentimentos pelo outro (SILVA & MARINHO, 2002).

As referências habituais que lhe permite situar-se em relação aos outros e a si mesmo são fragilizadas ou destruídas. Em todos os casos, a autoestima é posta em questão pela falta de estima dos outros. (Gaulejac, 2006, pag. 103).

2.3. A mídia influenciadora

Houve uma época em que a mídia era apenas divulgadora de notícias... atualmente ela forma opiniões, então entramos na questão da imposição nos padrões de beleza. A força que esse veículo tem pode ser capaz de revolucionar uma sociedade inteira.

Vivemos numa era onde os direitos humanos são exaltados, mas o amor próprio não, cada parte do nosso corpo é julgado por cada centímetro da mídia, a forma que encontram de impor o corpo correto é muito larga e dissemina pelo mundo com facilidade.

O padrão estético de beleza atual, perseguido pelas mulheres, é representado imagetivamente pelas modelos esqueléticas das passarelas e páginas de revistas

segmentadas, por vezes longe de representar saúde, mas que sugerem satisfação e realização pessoal e, principalmente, aludem à eterna juventude (BOHM, 2004, pag.19).

Nessa luta onde qualquer coisa vale para ter o corpo ideal, acontece um grande avanço do mercado estético, onde são criados métodos e produtos algumas vezes até sem teste, mas aprovados pelas compradoras desesperadas apenas pelo corpo ideal.

É importante lembrar onde está à raiz do problema e o quão importante é se aceitar. Não podemos criticar uma sociedade inteira se nós mesmos não aceitamos o nosso corpo e deixamos com que a mídia diga o que é padrão. O corpo ideal se faz na própria aceitação. A aparência perfeita não existe, mas precisamos respeitar a diferença de cada um.

3. Método

3.1. Tipo de pesquisa

A pesquisa teve uma abordagem mista, baseada em Creswell (2007), de natureza descritiva. Escolhida pelos pesquisadores pois “o uso de métodos mistos de pesquisa nas ciências humanas e sociais decorre da necessidade de articular dados qualitativos e quantitativos em um estudo” (CRESWELL, 2007).

Portanto, foram feitas descrições, análises, interpretações e atribuição de significados referentes a parte qualitativa, e ao mesmo tempo que foram utilizadas técnicas estatísticas para a quantitativa. Ambas auxiliaram no esclarecimento de dúvidas, forneceram informações, e, referente à parte qualitativa, discorrer sobre fatos e conceitos. O levantamento bibliográfico, realizado através de livros, artigos e resenhas, também serviram de ajuda na interpretação e discussão dos dados.

3.2. Hipóteses

Antes de a pesquisa ter sido realizada, foram determinadas as seguintes hipóteses:

1. A influência dos padrões gera comportamentos depressivos nos jovens e adolescentes pela pressão imposta pelo seu círculo social, no qual o mesmo que não se encaixa nos padrões, segundo Émile Durkheim, sofrem uma sanção social;
2. As crianças são as mais facilmente manipuladas pela mídia.
3. Mídia manipula as pessoas para o conceito de belo.
4. Existe um padrão de beleza para ser aceito em grupos sociais de amizade definido previamente.

5. Existem padrões de beleza diferentes em cada país e em diferentes épocas.
6. A família muitas vezes critica o adolescente por não fazer parte do padrão estético de beleza e isso pode causar doenças.
7. Fundamental existir o apoio e a ajuda da família para o indivíduo aceitar-se como é, não importando os padrões preestabelecidos.

3.3. Participantes ou amostra

Os sujeitos de pesquisa envolvidos foram alunos de duas escolas privadas do Ensino Fundamental I, II e Ensino Médio, da cidade de Uruguaiana. Totalizando 241 alunos participantes, com idades de 10 a 18 anos de idade.

3.4. Coleta de dados

Foi utilizado um instrumento de pesquisa: um questionário de perguntas fechadas que foi elaborado a partir dos objetivos propostos, respondido à mão pelos alunos participantes da pesquisa, cujas perguntas tinham as opções respondidas de maneira objetiva e subjetiva, permitindo que os entrevistados tivessem diversas formas de se expressar e explorar dentro de si a sua opinião sobre o assunto.

Os dados obtidos foram analisados tomando como parâmetro informações e observações fornecidas. Pela organização que foi dada na forma de gráficos, de maneira que a parte quantitativa abra espaço para comparações, interpretações e descrições em relação à parte qualitativa (as questões subjetivas inseridas no questionário) e, ao mesmo tempo, os dados quantitativos serviram de fonte de apoio, refutação e/ou questionamento dos dados qualitativos e quando necessário também, do referencial teórico.

Por meio dos dados obtidos através do método utilizado na pesquisa, tanto quantitativo quanto qualitativo, foi feita uma análise capaz de mostrar a opinião dos participantes da pesquisa, através do questionário misto.

3.5 Análise dos dados

Os dados qualitativos obtidos foram analisados através da análise de conteúdo, que é conceituado por Bardin (2016, pag. 734) como:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. ... A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção).

Tendo a metodologia da autora como base de análise, originalmente se optaria por elencar as etapas da técnica em três fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação, sendo que cada etapa possui subdivisões em fases. Entretanto, algumas dessas fases não seriam tão necessárias na elaboração da análise e discussão de dados, sendo estas então não consideradas neste trabalho. A pré-análise consistiu em organizar o material de coleta de dados com fins de torná-lo funcional, e foi dividida em duas etapas: (a) leitura flutuante, que foi quando se teve contato com os instrumentos de análise de dados e a familiarização com os mesmos; e (b) escolha dos documentos, quando demarcou-se o que seria analisado. (BARDIN apud MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2016, pag. 735).

Assim como fala Bardin apud Mozzato e Grzybovski (2011), a exploração do material consistiu na categorização do mesmo. Esta foi uma etapa importante pois a fase de descrição analítica, em que o *corpus*¹ passou por um estudo profundo, onde foram feitas relações, classificações e categorizações.

A terceira fase se tratou do tratamento dos dados, inferências e interpretações. Aqui foi o momento da reflexão, intuição e análise crítica, que culminaram nas interpretações inferenciais. A categorização foi a classificação de elementos constituintes de um conjunto, sendo elas classes de elementos que possuem caracteres comuns entre si (BARDIN). As categorias geradas pela Exploração do Material² foram referentes a (1) Conceito de Beleza; (2) Conceito de Corpo; e (3) Aceitação.

Em relação a parte quantitativa, sua organização se deu na forma de gráficos que foram criados a partir do programa Microsoft Word Excel 2016, de maneira que ela pudesse abrir espaço para comparações, interpretações e descrições em relação à parte qualitativa (questões

¹ “Qualquer material textual coletado” (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, pag. 735).

² 2ª etapa da metodologia de Análise de Dados.

subjetivas inseridas no questionário) da pesquisa e, ao mesmo tempo, os dados quantitativos serviram de fonte de apoio, refutação e/ou questionamento dos dados qualitativos, assim como do referencial teórico.

Por meio dos dados obtidos através de ambos métodos utilizados na pesquisa, tanto quantitativo quanto qualitativo, foi feita uma análise capaz de mostrar a opinião dos participantes da pesquisa.

4. Discussão de resultados

A seguir, serão apresentados os dados quantitativos e qualitativos graficamente. Os questionários puderam fornecer informações sobre os estudantes e suas opiniões. Os gráficos de 1 a 11 são referentes às perguntas que foram realizadas aos alunos da amostragem.

4.1. Dados dos alunos

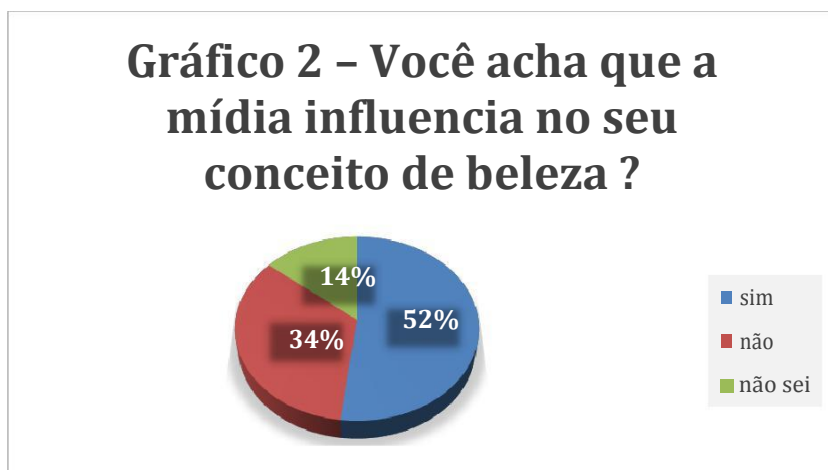
De todos os 241 alunos que responderam ao questionário, 49,7% (n = 120) afirmam ser do sexo masculino e 50,3% (n = 121) do sexo feminino. Alunos do 5º ano (21,5%, n = 52), alunos do 7º ano (26,9%, n = 65), alunos do Ensino Médio (51,6%, n = 124), do total a maior parte dos estudantes eram estudantes do Ensino Médio.

A primeira questão é relativa ao conceito de beleza e emergiu também a categoria (1) Conceito de beleza.

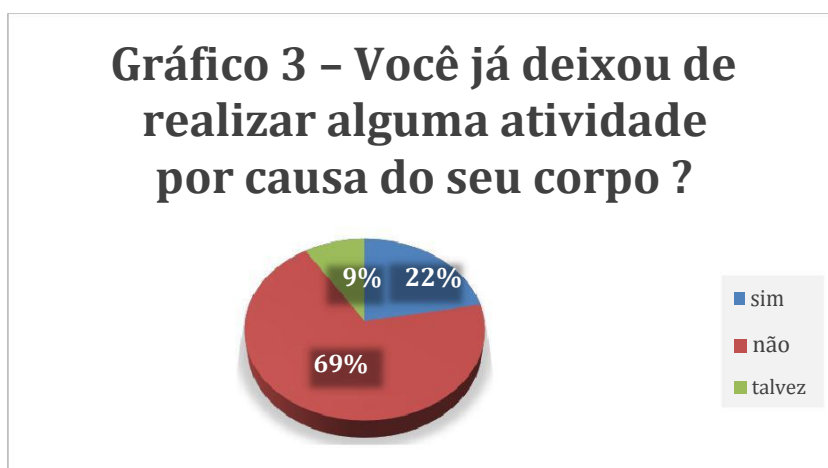


De acordo com a figura acima 60% (n = 144) dos entrevistados afirmam que não se importam com o conceito de beleza, enquanto 30% (n = 73) afirmam que o conceito é magro e alto. 5% (n = 11) nem magro nem alto. 4% (n=10) no padrão das revistas. 1% (n=3) gordo e

baixo. Como foi possível perceber, maior parte dos entrevistados não se importam com o conceito de beleza.

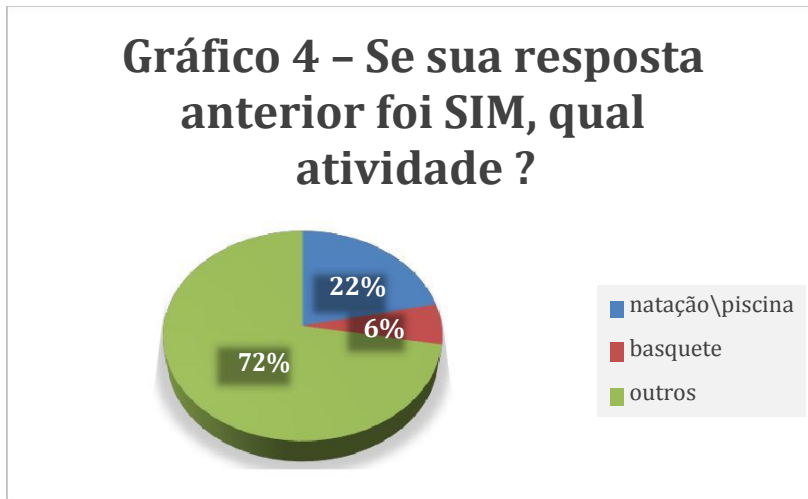


De acordo com a figura 2, 52% dos alunos acham que a mídia manipula o conceito de beleza, o que se encaixa com a hipótese 3. Onde, estipulamos que o conceito de belo era uma manipulação da mídia, 125 preencheram e colocaram que sim, a mídia manipula e 33 colocaram que talvez, pois não tem muita certeza.



Pode se ver na figura 3 que, existe uma grande porcentagem de alunos que não deixaram de fazer alguma atividade que gostavam por causa do seu corpo (69%). 22% afirmam que sim, e quando perguntamos quais atividades eles colocaram: basquete, ir a praia, natação, handebol entre outras atividades. Desses 22% uma aluna X afirmou: “Fui jogar handebol e eles me apelidaram de gorda”. Isso corrobora com nossa (hipótese 4), onde diz que “Existe um padrão de beleza para ser aceito em grupos sociais... “ Onde essa aluna X, não foi aceita

no grupo de handebol, por causa do seu corpo e se sentiu mal, deixando, assim de participar de uma atividade.



Analisando a figura 4 os alunos que afirmaram ter deixado de fazer alguma atividade devido ao seu corpo, especificaram qual seria a tal. 22% afirmaram deixar a natação e 6% o basquete. 72 % afirmam ter deixado outras atividades como ballet, vôlei, futebol entre outros.



Nessa figura 5, 30% dos alunos colocaram que se sentem muito bem e 36% colocaram bem, no total de 159. Isso afirma que mais da metade dos alunos se sentem bem com seu corpo, mas ainda existe uma pequena porcentagem de alunos que não se sentem bem, 14% colocaram não muito bem (n=33), 15% regular (n=36) e 5% péssimo (n=13).

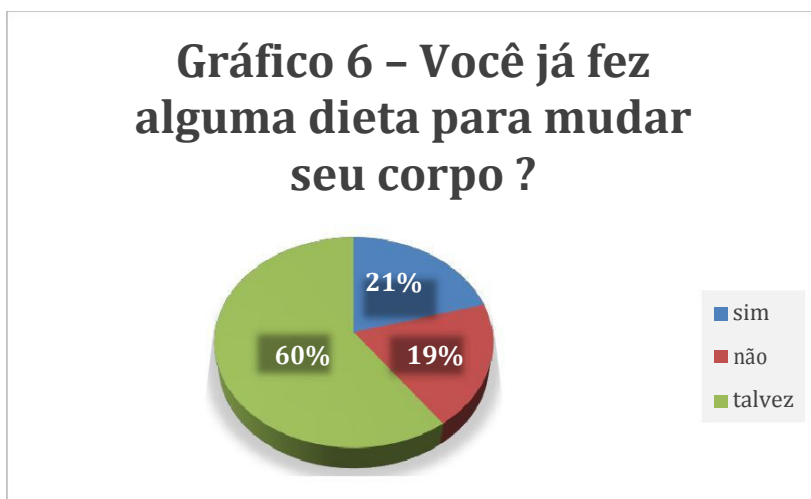


Figura 6, 48% dos alunos não fizeram nenhuma dieta para mudar seu corpo, onde 45% já fizeram e 7% não sabiam responder.

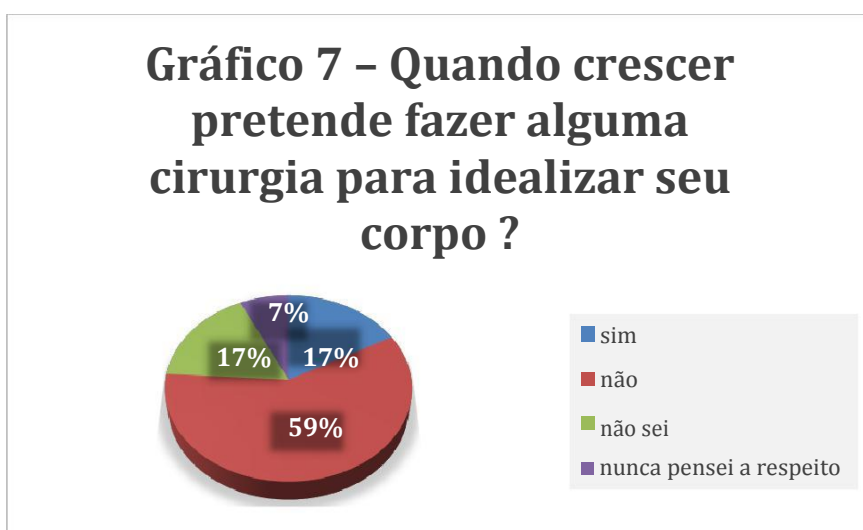


Figura 7, Grande porcentagem colocou que não pretende fazer nenhuma cirurgia para idealizar seu corpo, (59%, n=142), onde 17% colocaram que não sabem se pretendem fazer algum tipo de cirurgia e 17% colocaram que pretendem fazer cirurgia para idealizar o corpo. Quando perguntamos para os alunos quais cirurgias eles falaram: Rinoplastia (cirurgia no nariz), silicone (aumento das mamas), lipoaspiração (aspiração de gordura) entre outras.

Gráfico 8 – Se sua resposta anterior foi SIM, qual ?

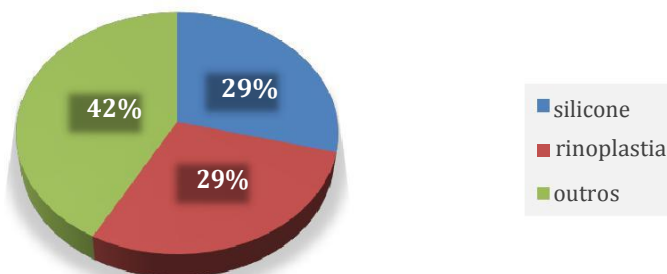


Figura 8, É referente ao anterior com respostas femininas, deixando mais claro e específico qual cirurgia desejam fazer sendo assim, 29% das entrevistadas tenham em vista para o futuro colocar silicone, 29 % pretende fazer rinoplastia e o restante (42%) são variadas cirurgias como hidrolipo, otoplastia e também como uma aluna X falou (quero reduzir o estomago) que pode ser caracterizada como bariátrica.

Gráfico 9 – Você já entrou em depressão por causa do seu corpo ?

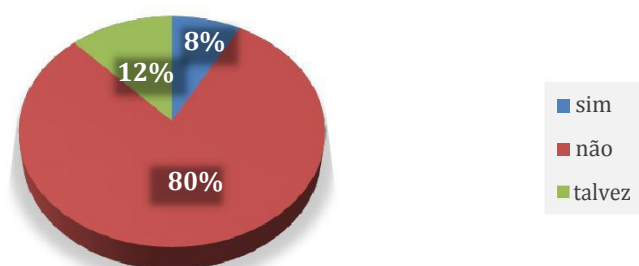


Figura 9, 80% dos alunos colocaram que não, isso significa que grande parte dos alunos não entraram em depressão por causa do seu corpo, mas infelizmente existe uma pequena minoria 8% que colocaram que sim e 12% colocaram talvez.

(Hipótese 1) “A influência dos padrões gera comportamentos depressivos nos jovens e adolescentes pela pressão imposta pelo seu círculo social, no qual o mesmo que não se encaixa nos padrões, segundo Émile Durkheim, sofrem uma sanção social”. Mesmo sendo uma pequena minoria, existe alunos que sofreram ou sofrem por depressão devido seu corpo.

Gráfico 10 – Você já procurou algum especialista para ajudar ?

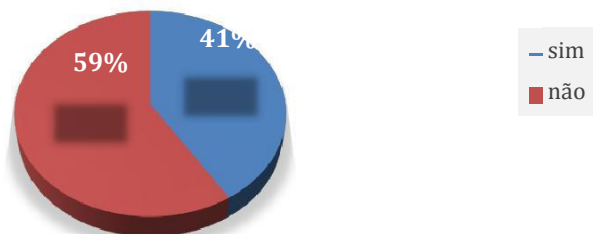


Figura 10, Logo em seguida 59% dos alunos colocaram que não procuraram ajuda e 41% colocaram que já.

Uma aluna x afirmou: “Meu pai acha bobagem”, ou seja, a família muitas vezes não ajuda o indivíduo a se aceitar do jeito que é e não os apoia na sua escolha de tentar melhorar.

(Hipótese 7) “Fundamental existir o apoio e a ajuda da família para o indivíduo aceitar-se como é, não importando os padrões pré-estabelecidos”. Pode se ver que muitas vezes não existe esse apoio e essa ajuda.

Gráfico 11 – Você acha que está nos padrões de beleza impostos pela mídia\sociedade ?



Figura 11 mostra que 50% dos alunos acham que não estão nos padrões de beleza impostos pela mídia, 24% dizem que sim e 26% afirmam que talvez. Quando perguntamos o porquê alguns alunos responderam:

Aluno X1: “Acho q estou no padrão por que sou alta e magra”, novamente a (hipótese 3) entra, pois a mídia passa que o padrão de beleza é de pessoas magras e altas.

Aluno X2: “Sim, porque eu me acho linda e o que importa é o que achamos de nós mesmos, não o que os outros acham”, isso afirma que muitos alunos não se importam com os padrões e sim com eles mesmo, se amam do jeito que são.

Aluno X3: “Não estou nos padrões, mas não ligo”, isso condiz que o aluno não liga para os padrões de beleza impostos pela mídia e acha esse patriarcado todo da beleza uma grande bobagem.

5. Considerações finais

A mulher vive em uma busca, pelo padrão ideal divulgado pelas imagens que a mídia veicula as pessoas que procuram ter um corpo perfeito, é porque muitas das vezes são influenciadas pela mídia ou são ofendidas por ter um corpo fora do padrão. A mídia é responsável pela veiculação de ideais e , por muitas vezes, influenciar no modo de agir e pensar de uma população. A sociedade nunca está satisfeita com seu padrão de beleza, querendo emagrecer ou até mesmo engordar, tendo em si uma auto rejeição e indicando uma autoestima baixa, sua capacidade de manter relações saudáveis estará seriamente prejudicada, como, sofrer por se considerar inadequada, não acredita em seu potencial, não conseguir enxergar a sua capacidade e isso pode causar uma série de acontecimentos ruins. Podemos observar por meio de alguns estudos citados nesse trabalho que a mídia pode se utilizar de várias ferramentas para convencer o público feminino a seguir determinado padrões de beleza. Como também as diferentes sentenças que utiliza para manipular e subordinar a mulher. Como no (gráfico 2) mostra que 52% dos alunos, acham que a mídia manipula o conceito de belo. Não fazer parte dos padrões de beleza pode ocasionar sérias doenças e malefícios à saúde mental, como depressão, bulimia, anorexia, ansiedade e autoestima baixa. O problema é quando vaidade se transforma em obsessão, no qual o ser humano vira escravo da beleza, pondo suas vidas em risco com procedimentos desnecessários (gráfico 6), onde 48% dos alunos fizeram alguma dieta para poder mudar o seu corpo, com finalidade de serem aceitos e agradarem a sociedade. Onde no (gráfico 3), 22% dos alunos já deixaram de fazer alguma atividade física e lazer por não gostar ou ter vergonha de seu próprio corpo, (gráfico 4), como, natação, ir a praia, jogar basquete, entre outros. (Gráfico 11) mostra que 50% dos alunos acham que não estão nos padrões de beleza impostos pela mídia. Pode se ver que na sociedade onde vivemos poucas pessoas se identificam nos padrões, mesmo (gráfico 5) 30% e 36% dos alunos gostando do seu próprio corpo

Referências:

Disponível em: <https://cursoseempregos.com/regras-abnt-2019-para-trabalho-academico/> Acesso dia 15 de julho de 2019.

Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/ed794_o_padrao_de_beleza_imposto_pela_midia/

Acesso dia 10 de julho de 2019

Disponível em: <https://projetoredacao.com.br/temas-de-redacao/o-que-e-uma-familia/padrao-de-beleza-imposto-pela-midia-um-problema-social-ou-pessoal/1952>. Acesso dia 03 de junho de 2019

Disponível em: <https://www.osho.com/pt/meditate/meditation-tool-kit/questions-about-meditation/what-is-the-connection-between-inner-and-outer-beauty> Acesso dia 17 de maio de 2019

Disponível em: <https://www.audaces.com/corpo-e-estetica-como-a-beleza-e-vista-hoje/> Acesso dia 12 de junho de 2018

Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/3414/como-o-conceito-de-beleza-se-transformou-ao-longo-dos-seculos>. Acesso dia 20 de junho

Disponível em: <http://www.sbie.com.br/blog/baixa-autoestima/> . Acesso dia 05 de maio de 2019

1. Considerações iniciais

A presente pesquisa teve por intuito mostrar o que acontece psicologicamente com púberes e adolescentes do Ensino Fundamental II e Ensino Médio, quando eles não se encaixam nos padrões de beleza preestabelecidos que a mídia e a sociedade impõem. De acordo com o poeta Ramón de Complémor, “**a beleza está nos olhos de quem a vê**”, em outras palavras vê-se que a sociedade absorve o conceito de belo, emitido pela mídia como: mulheres brancas de olhos claros, magras e altas, homens brancos de olhos claros e corpos sarados, muitos adolescentes não conseguindo se encaixar nesse conceito, acabam por entender que para se sentir bem consigo mesmo, devem possuir a imagem imposta por tal. Quanto mais a mídia cresce, mais influências ela vai exercendo nos indivíduos, principalmente em adolescentes, enfocando minimamente na beleza negra, mas continua exaltando o estereótipo mencionado acima, em novelas, filmes, propagandas, etc...Pode-se ver que as personagens principais sempre são brancos de olhos claros e comumente onde os negros possuem papéis inferiores em subempregos como domésticas, babás, motoristas e são retratados como pessoas pobres, que moram em favelas ou periferias.

A adolescência é uma etapa do desenvolvimento humano, entre a infância e a fase adulta, é uma das mais importantes fases da vida, pois é um período onde se tem transformações radicais no corpo e na mente, por alterações psicológicas mudamos nossa maneira de pensar, criando-se o caráter e procurando sua identidade. Uma das marcas, da adolescência é a necessidade de fazer parte de um grupo, onde as amizades são importantes. Ser aceito em um círculo é uma das maiores satisfações na vida de um adolescente, mas é muito difícil, pois existe um grande preconceito, onde você só é aceito se fizer parte desses padrões: pessoas gordas, negras, baixas e com cabelo cacheado, são quase que instantaneamente excluídas desse padrão social.

Na nossa sociedade existe uma grande busca por procedimentos estéticos como: silicone, lipo, gengivoplastia, rinoplastia, preenchimento, alisamento de cabelo entre outros, isso tudo feito para chegar a perfeição e aumentar sua autoestima, muitas vezes funciona, mas também pode causar muitos riscos não só fisicamente, mas também psicologicamente.

