

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA SAÚDE
Curso de Psicologia

Isadora Ribeiro Bueno

PADRÕES DE BELEZA E SUA INFLUÊNCIA NA INFÂNCIA: uma análise do filme
“Pequena Miss Sunshine”

SÃO PAULO
2022

Isadora Ribeiro Bueno

PADRÕES DE BELEZA E SUA INFLUÊNCIA NA INFÂNCIA: uma análise do filme
“Pequena Miss Sunshine”

Trabalho de Conclusão de Curso como
exigência parcial para graduação no curso
de Psicologia, sob orientação da Profa. Dra.
Flavia Arantes Hime

São Paulo, SP
2022

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, gostaria de agradecer por eles terem me proporcionado o sonho de cursar Psicologia.

À minha psicóloga, por ter me ajudado nesse período de finalização.

Ao meu namorado, por ter me acompanhado de perto nessa trajetória.

À minha orientadora, que foi minha primeira professora da faculdade, e que me ajudou a construir esse trabalho.

E meu gato, que tentava me distrair deitando no computador.

Comentado [1]: obrigada! :)

“Se quisermos nos livrar do peso morto em que mais uma vez transformaram nossa feminilidade, não é de eleições, grupos de pressão ou cartazes que vamos precisar primeiro, mas, sim, de uma nova forma de ver” (WOLF, 2020, p. 38).

RESUMO

BUENO, Isadora. **Padrões de beleza e sua influência na infância**: uma análise do filme “Pequena Miss Sunshine”. 2022, Flavia Arantes Hime.

A cultura do belo atravessa a contemporaneidade e impõe rotinas de cuidados a todas as idades, e tendo como desejo maior a permanência da juventude. Somos atravessados por maneiras ideais de ser, e buscamos por corpos normatizados, ao internalizar padrões estabelecidos pela mídia. A mídia influencia na construção de identidades e valores sociais que elaboram nossa forma de pensar, agir e sentir. Ao falar de construção de identidade, falamos de infância, que é a raiz desse processo, e que sofre inúmeras transformações, nos possibilitando refletir sobre subjetividades produzidas. O aprofundamento no tema se faz necessário em função das problemáticas existentes, uma vez que o corpo, em função das pressões que sofre de acordo com cada cultura, se entrega aos procedimentos que visam aperfeiçoar e atualizar sua aparência. O objetivo do trabalho é compreender os possíveis impactos desse cenário para as crianças, em especial as meninas, além de pesquisar os efeitos da cultura da beleza na construção da feminilidade para que dados possam ser gerados para embasar intervenções nos vários âmbitos da Psicologia. Trata-se de uma pesquisa qualitativa teórica, tendo como objeto de estudo o filme “Pequena Miss Sunshine”, em que se evidencia a pressão sofrida na infância para se adequar ao padrão. Concluímos que a mídia, em seus vários veículos como a TV, revistas, cinema, redes sociais, entre outros, exerce uma forte pressão social a fim de garantir a manutenção dos estilos de vida que devem ser escolhidos. Constatamos uma adultização e sexualização precoces nas meninas, e observamos o poder de influência da família, que pode atuar como perpetuadora desses padrões que oprimem as mulheres desde a infância ou, por outro lado, fornecer o suporte para que as meninas possam se contrapor a eles.

Palavras chave: beleza, padrões, meninas, infância

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. OBJETIVO.....	8
3. RELEVÂNCIA.....	9
4. MÉTODO.....	10
5. CAPÍTULO I.....	10
6. CAPÍTULO II.....	14
7. CAPÍTULO III.....	18
8. CAPÍTULO IV.....	19
9. RESULTADOS.....	21
10. ANÁLISE E DISCUSSÃO.....	24
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
12. REFERÊNCIAS.....	35

INTRODUÇÃO

A cultura do belo atravessa a contemporaneidade e impõe rotinas de cuidados, e tem um alcance amplo, em todas as idades, e tendo como desejo maior a permanência da juventude. Segundo Eco (2017) o belo ou bonito corresponde a um adjetivo que indica algo que nos agrada. Em diversas épocas históricas, o belo foi associado ao bom. Sendo assim, visa-se a conquista do belo, tendo em vista a satisfação que isso pode gerar.

Eco (2017) afirma que o gosto é uma faculdade encarregada de julgar um objeto ou representação, por meio de um prazer ou desprazer. No caso, definimos como belo o objeto deste prazer. Já a universalidade do belo é subjetiva. Apesar de ser justamente a pretensão de quem o emite, não se pode acatar que haja alguma universalidade cognitiva.

Segundo Schillings (2017, *apud* HAGE 2022), a sociedade atual é atravessada por maneiras ideais de ser, que incentivam a busca por corpos normatizados, que são responsáveis por internalizar padrões estabelecidos pela mídia. Isso reforça aqueles que procuram se enquadrar de qualquer modo. Para Migowski (2015, *apud* HAGE, 2022, p.18), trata-se de uma estratégia nas sociedades neoliberais que direciona a liberdade de escolha, o que torna o sujeito responsável por seus atos. Assim, os mecanismos de controle, que antes, no século XIX eram exercidos pelas instituições, foram introduzidos no próprio sujeito com papel significativo na constituição identitária (MIGOWSKI, 2015, *apud* HAGE, 2022).

Giddens (2002), traz o conceito de identidade reflexiva, o que significa que ela não é permanente, pois requer uma reflexão a partir das influências que sofre do ambiente e que também provoca nele, compreendendo que os sujeitos são ativos nas escolhas daquilo que desejam incorporar às suas subjetividades. Segundo o autor, o consumo garante o que o narcisismo deseja, através da aquisição de determinados bens e serviços. Um exemplo levantado, é que estamos cercados de espelhos, pois é valorizado que possamos enxergar a própria aparência.

Le Breton (2013), conceitua o corpo enquanto um acessório, tendo em vista que a possibilidade de modificação do corpo se tornou algo comum, se constituindo como um objeto passível de modelação para submeter-se à tendência do momento. O corpo se define como “a peça principal da afirmação pessoal” (LE BRETON, 2013, p. 28). Acerca das cirurgias plásticas, Le Breton (2013) afirma que estas são influenciadas pelo desejo de modificar o olhar sobre si mesmo e o olhar dos outros.

Sant'anna (2001, *apud* HAGE 2022) reforça o corpo enquanto principal marca identitária, pois nele podemos identificar os gostos pessoais. O objetivo principal, segundo a autora, seria manter a juventude, e pensando em uma corrida, tanto os mais jovens quanto os mais velhos, não conseguem visualizar uma linha de chegada, isso porque os padrões são constantemente atualizados.

Del Priore (2000) e Dantas (2011) afirmam que a beleza está inserida em uma tríade: juventude, beleza e saúde, que seriam condições associadas entre si. O investimento em exercícios e dietas, visando o emagrecimento, seria então uma dedicação justificada pela saúde. Entretanto, o corpo cultuado como saudável pela mídia é jovem e magro, gerando um combate ao envelhecimento e a manutenção do peso, que são associados pelo mercado da beleza como problemas de saúde.

Segundo Dantas (2011, p. 901) o corpo é um meio para alcançar a felicidade: “um corpo magro, belo e jovem virou um mandamento ligado à ideia de sucesso e felicidade de nossa época”. Essa pressão é exercida principalmente sobre as mulheres, que apesar da liberdade que conquistaram ao longo do tempo, ainda se sentem presas a esse sistema que define o seu sucesso a partir da sua aparência.

Com as redes sociais, vemos o poder da manipulação de imagens, que pode ocorrer através de aplicativos de edição ou na escolha de ângulos que valorizem a aparência, sendo assim uma forma de transparecer felicidade e sucesso (HAGE, 2017).

Para Novaes e Vilhena (2003), foram ultrapassados os limites físicos do corpo, que se torna um ator social, uma vez que a manutenção da aparência de acordo com a moda é uma das principais formas de inserção nos grupos. O que motiva a busca pelo corpo ideal é a insatisfação criada e reforçada pela indústria, responsável por apontar as falhas, e através delas, manter os sujeitos empenhados para consertá-las (SIBILIA, 2010, *apud* HAGE 2022).

A mídia, por meio de seus meios de transmissão, age como um forte poder de influência social. Nomeada de quarto poder, a mídia é capaz de transmitir valores comportamentais, de estilo, de saúde e de consumo. É também fonte de informação, acesso à educação, entretenimento e, além disso, permite que os indivíduos se reconheçam nas propagandas de produtos e nas publicações das redes sociais (Sampaio, 2004).

Dentro do tema da beleza, destaca-se a influência da mídia como importante no que atinge a construção de identidades e valores sociais que elaboram nossa forma de pensar,

agir e sentir. Ao falar de construção de identidade, falamos de infância, onde estão as bases desse processo, que é considerada hoje como uma invenção da pós-modernidade, que traz consigo um dinamismo de transformações que nos possibilita refletir sobre subjetividades produzidas, para além dos marcadores biológicos da criança (Frota, 2007; Ferreira, 2010).

Kellner (2001, citado em Ferreira, 2007) compreende que a mídia atua como substituta às instituições historicamente responsáveis pela educação e formação dos indivíduos, como a família, escola, igreja, sendo assim considerada um instrumento de socialização e construção das subjetividades.

O aprofundamento no tema se faz fundamental, em função das problemáticas existentes, uma vez que o corpo, em função das pressões que sofre de acordo com cada cultura, se entrega aos procedimentos que visam aperfeiçoar e atualizar sua aparência.

Essa mania de aprimoramento sem pausa não aposta em qualquer direção; ela tem um norte bem preciso, no qual lateja o desejo de ajustar a própria compatibilidade com o tecnocosmo digitalizado. Algo que só se consegue – ou, pelo menos, procura-se sempre conseguir – graças à atualização tecnológica permanente. Trata-se de um projeto muito ambicioso que, para além dos prazeres e triunfos nele envolvidos, não está isento de perigos, aflições e desafios de toda índole. Valendo-se dos sortilégios digitais, por exemplo, essa empreitada contempla a abolição das distâncias geográficas, das doenças, do envelhecimento e inclusive da mesmíssima morte” (SIBILIA, 2020, p. 14-15 *apud* HAGE, 2022 p.46).

Embora haja muitos estudos sobre o mito da beleza, e a pressão social destinada a mulheres, esses estudos dizem respeito a jovens ou adultas. O intuito desse trabalho é compreender os possíveis impactos desse cenário para as crianças, da maneira que elas compreendem a si mesmas, e como isso pode influenciar na construção das suas identidades podendo gerar sofrimentos, tendo em vista contribuir para desconstruir padrões opressivos. Estamos vivenciando um contexto de culto ao corpo, e os investimentos que são feitos, assim como as preocupações que envolvem interessam ao campo da Psicologia (DANTAS, 2011). O avanço tecnológico possui grande responsabilidade nesta supervalorização do corpo, pois cabe ao indivíduo modificar sua aparência, editá-la por meio de exercícios físicos, dietas, além de procedimentos estéticos.

OBJETIVO

Neste trabalho abordaremos nos capítulos as questões de gênero, tendo como partida a compreensão de que os padrões de beleza são direcionados com maior força às

mulheres, em comparação à maneira que se direcionam aos homens. Assim, o objetivo desse estudo é compreender as pressões sofridas por meninas para corresponder ao padrão de beleza que é aprovado socialmente, assim como suas consequências. Para isso, usaremos o filme “Pequena Miss Sunshine”, de apoio à fundamentação teórica.

Além da questão de gênero, os capítulos irão dialogar com a questão racial, sendo feita previamente uma revisão histórica da construção do conceito de beleza, assim como será pensado o papel da mídia na transmissão dos padrões.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: após o delineamento do método, o 1º Capítulo trará uma contextualização histórica acerca da beleza; o 2º versará sobre desigualdade de gênero e racial, o 3º tratará do papel da mídia na transmissão de padrões, e por fim, o 4º será sobre o que a sociedade define como bonito e a influência dessa definição. A seguir virá uma sinopse do filme “A pequena Miss Sunshine”, de 2006, a Análise e Discussão de recortes do filme, em articulação com o embasamento teórico. O estudo terá as Considerações Finais como fechamento.

RELEVÂNCIA DO ESTUDO

Chama a atenção o sofrimento na busca de uma imagem corporal perfeita, e como esse sofrimento é normatizado na contemporaneidade. O tema foi fundado no interesse pessoal, de aprofundar os conhecimentos sobre o conceito de beleza, e seu impacto no corpo, e estilos de vida. A partir dessas concepções pensou-se em relacioná-las com suas implicações na infância, uma vez que a pressão para se encaixar no padrão se inicia precocemente, como vemos em meninas se preocupando com a aparência, vivendo processos de adultização e sexualização. O enfoque do trabalho é tanto o indivíduo quanto os contextos em que eles estão inseridos, a família sendo o principal, e o âmbito social.

A relevância do estudo consiste na possibilidade de dar visibilidade às relações de poder que subjugam meninas, incentivando-as a tirar proveito de sua juventude e beleza nas sociedades sexistas, reduzindo-as a objetos manipuláveis. Dando visibilidade a esse processo, contribui-se para denunciar e transformar relações de poder.

MÉTODO

Trata-se de uma pesquisa qualitativa teórica, através da revisão de literatura, em que foram pesquisados livros, teses e artigos. As palavras-chave do presente trabalho são: beleza, padrões, infância.

Segundo Denzin e Lincoln (1994, 2006), a pesquisa qualitativa consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão maior visibilidade ao objeto pesquisado. Tais práticas transformam o mundo em uma série de significados. Os pesquisadores interpretam os fenômenos em termos dos significados que lhes são atribuídos. Estes procedimentos são construídos com base em duas funções na aplicação: verificação de hipóteses e descoberta do que está por trás dos conteúdos, indo além das superfícies do que está sendo afirmado.

As situações serão analisadas em seus contextos, a partir do ponto de vista do sujeito, para se obter uma compreensão do fenômeno e dos processos envolvidos (MOON, 1990). Dessa maneira poderemos refletir melhor sobre os comportamentos humanos, considerando seus significados e intenções (GUBA e LINCOLN, 1994).

Como objeto de estudo será utilizado o filme “Pequena Miss Sunshine” de 2016, analisado com o embasamento construído nos capítulos teóricos. A escolha do filme se deu pelo fato de possibilitar uma análise a respeito da pressão sofrida na infância para se adequar ao padrão. Os capítulos serão construídos a partir de uma revisão da literatura, utilizando-se autores como Eco, Wolf, Sant’Anna, Brasília, teses, dissertações, artigos e livros.

CAPÍTULO I - Contextualização histórica acerca da beleza

Esse capítulo apresentará uma breve contextualização sobre o conceito de beleza ao longo do tempo. O corpo, além de ser essencial para conhecer e explorar o mundo, é elemento central na construção de identidade. Nele se encontram marcas culturais de gênero, classe social, grupo etário, raça/etnia.

Através das imagens do corpo, mediadas pela cultura, é definido o que é belo. Vive-se em um tempo de predominância de imagens. O corpo é visto como algo que sempre precisa ser melhorado, provocando diversos investimentos em cuidados, porém sempre indo em direção aos parâmetros culturais do que é considerado como “normal”. Essa preocupação, que atinge fortemente as mulheres, especialmente as meninas, não pode ser entendida como algo natural nos sujeitos femininos mas, sim, como parte de um sistema

histórico, social e cultural estabelecido e difundido. A beleza, que era considerada um dom divino, passou a ser um resultado, dependendo de um trabalho contínuo sobre si mesmo, segundo Sant'Anna (2000, *apud* JOROSKY, 2014).

A mídia é a grande responsável por disseminar representações visuais de determinado tipo de corpo para ser valorizado e tomado como modelo a ser buscado, estabelecendo padrões do que se considera bonito. Assim, o conceito de beleza está relacionado à estrutura social e cultural de uma sociedade.

A beleza pode ser definida como aquilo que atrai o olhar. No século IX a.C., a beleza é enxergada através de qualidades da alma. As formas de beleza retratadas nos séculos antes de Cristo mostram os corpos harmonizando alma e corpo, com o objetivo de se enxergar a beleza através da bondade da alma.

Pitágoras, no século VI a.C., chama a atenção para a harmonia e a proporção, e ainda afirma que o número deve apresentar uma ordem, uma vez que é uma condição para a existência da beleza. O número refere-se à proporção, que diz respeito à necessidade de uma simetria, principalmente nas esculturas, para que a beleza possa ser observada. A partir do século XV, a beleza ganha relevos, cores, formas, espessura e contornos arredondados, segundo Vigarello (2006). São valorizados na mulher seu rosto, olhar e colo. Trata-se de uma ruptura da forma como eram retratados os corpos femininos no século XIII, época a qual era exaltada a magreza, a simetria do rosto, além dele ser branco, e os seios definidos. Já nos séculos XV ao XVI surge a necessidade de equilíbrio entre a magreza e a gordura, e a mulher em grande ponto (termo usado na época que estabelecia um padrão de beleza), representava o ideal a ser seguido.

A beleza do homem diz respeito à força para trabalhar, podendo ser observada através de uma aparência robusta, com pelos no corpo e no rosto, por exemplo. Outros artistas, como Leonardo da Vinci, acreditavam que a beleza poderia ser perfeita com a existência da proporção nas partes do corpo.

Um elemento importante quando se aborda o tema da beleza, a maquiagem, não era usada pelas mulheres da corte por remeter à impureza. Tempos depois, ela passa a ser usada, porém apenas em determinadas ocasiões, como para casar, mas os produtos usados eram bastante tóxicos. Outro elemento desejado pelas mulheres, tendo em vista sua beleza, era a magreza. Para isso usavam receitas e até substâncias que provocavam a desidratação.

As figuras representadas na arte do século XVII revelam a diferença entre as mulheres da corte e as aldeãs, em que as últimas são bem nutridas, enquanto as primeiras fazem uso de espartilhos que alongam as costas e comprimem o abdômen. Entretanto, as aldeãs, pela simplicidade da beleza, encantavam pela naturalidade. Já os homens, que até então não eram cobrados de beleza física, passam a investir em sua aparência, se distanciando da brutalidade e buscando tórax mais magros e alongados.

A partir de 1910 são criados os primeiros Institutos de Beleza, onde surgem as cirurgias e procedimentos estéticos, aumentando o desejo de transformações corporais. Muda-se também a percepção do cabelo feminino, com o surgimento da moda dos cabelos curtos, trazendo um sentimento de liberdade feminina.

A beleza passa a ser vendida como mercadoria nos anos de 1950 a 1960, com a ascensão da atriz Brigitte Bardot, que é vista como inspiração para as mulheres que desejam sua liberdade de expressão. Em 1970, a beleza é vista como descontraída, com cabelos mais volumosos e crespos, e vestimentas mais largas. Nos anos 1980 exageros passam a ser valorizados, como maquiagens marcantes. Além disso, essa época marca o princípio do culto ao corpo, através do uso de suplementos vitamínicos e ginástica aeróbica, visando o emagrecimento. Seguindo a linha do tempo, em 1990 e 2000 os homens desejam ter o mesmo direito de cuidado a aparência, sem que ele seja remetido ao sexo oposto, originando o termo “metrossexual”.

Novaes, em seu artigo “Ser mulher, ser feia, ser excluída”, faz a seguinte afirmação:

Como todo culto, como toda moda, o impacto da moda do culto ao corpo sobre a sociedade, só pode ser detectado a partir da compreensão da maneira como seus ditames são interpretados pelos indivíduos que, no interior de diferentes grupos sociais, lhes emprestam significados próprios. Como aponta Strozemberg (1986) o receptor nunca recebe passivamente uma mensagem, mas sempre, necessariamente, a interpreta e elabora, na medida em que toda a decodificação é uma leitura. A experiência do corpo é sempre modificada pela experiência da cultura (NOVAES, 2005, p. 10).

A mídia vende uma ideia de felicidade, atrelada a um corpo e imagem ideal que não existem. Ao exaltar a beleza de mulheres magras não se dá a importância e preocupação necessária com a saúde e qualidade de vida que possuem. Isso leva o sujeito a tentar resolver sua angústia com relação ao corpo através de soluções rápidas, que prometem alcançar o padrão desejado.

Com a valorização das atividades físicas, os corpos magros passaram a ser sinônimo de saúde e beleza. Tendo em vista o modelo europeu, a valorização da magreza

passa a ser um valor na sociedade brasileira, impactando principalmente as mulheres (BRASÍLIO, 2007).

Antes do século XX, segundo Vigarello (2006) a vestimenta propunha uma beleza refletida sobre o corpo, promovendo o porte do busto, o alinhamento das costas, como prática de embelezamento, além das cinturas estreitas, o emagrecimento dos quadris, do uso de maquiagem para o rosto, o espartilho para o tronco e dietas contra a obesidade.

Lipovetsky (1989, *apud* AMID & LOPES, 2011) afirma que a moda reproduz o narcisismo, que tem como consequência a busca constante pela aceitação, reafirmando a vaidade humana e conseguindo transformá-la como razão para sua existência.

O termo Narcisismo tem origem de uma lenda grega, em que um jovem de extrema beleza chamado Narciso ao ver sua imagem projetada nas águas do lago, apaixonou-se por ela; ficou tão deslumbrado com seu reflexo que se debruça sobre sua própria imagem, deixando-se morrer. Esse vocábulo foi introduzido por Havelock Ellis em 1898, para descrever uma atitude psicológica semelhante à de Narciso, que segundo a Psicanálise está intimamente ligada à vaidade.

Por trás da construção dos padrões de beleza esconde-se uma ideologia política, elitista e social. Na Alemanha nazista, por exemplo, o discurso estético-corporal tinha a função de exaltar o indivíduo que se adequava aos modelos arianos e menosprezar os que não se enquadravam. Segundo Fischler (1995, *apud* FLOR, 2009), o corpo resulta das coerções sociais. Já Connell (2000) nomeia de "corporificação social" a interrelação entre a sociedade e o corpo, em que este é tanto agente quanto objeto da prática social. Assim, os processos corporais são interconectados com as estruturas sociais.

Shaw (2003, *apud* FLOR, 2009) mostra como o conceito de beleza precisa ser associado ao poder financeiro e social que o indivíduo tem, a fim de buscar uma relação entre beleza e status social. As relações entre boa forma e beleza, classe social e status, com o crescimento da indústria da beleza, tornam-se mais evidentes, uma vez que os cosméticos, as cirurgias, dietas e exercícios adquirem um valor simbólico de prestígio. Essa relação é sustentada por Max Weber (1971, *apud* FLOR, 2009), ao afirmar que nas sociedades capitalistas possuir alguns bens materiais é determinante para classificar os indivíduos em diferentes posições sociais.

CAPÍTULO II - Desigualdade de gênero, racial e beleza

As relações de gênero, assim como a construção de identidades são produzidas social, cultural e historicamente. Essa construção se dá a partir dos marcadores de raça, classe, sexualidade, entre outros, que estão associados à relação que se produz entre corpo e sociedade. As diferenças entre homens e mulheres são manifestadas através das formas de expressão corporal, emoções, comportamentos e também pela beleza.

Para Scott (1990, *apud* JOROSKY, 2014), gênero está articulado à ligação entre saber e poder. Assim, o gênero está intimamente relacionado às relações de poder: leva a distinções sociais baseadas na diferença biológica que existe entre os sexos e transforma diferenças em desigualdades. Nessa perspectiva, não basta simplesmente identificar as diferenças implícita ou explicitamente colocadas nos discursos, mas é necessário voltar-se sobre o modo como se constituem os mecanismos desses próprios discursos, no interior dos quais se produzem significados para as hierarquias e desigualdades de gênero (MOREIRA, 1996, p. 4 *apud* JOROSKY 2014 p.7).

As identidades de gênero são construídas a partir de classificações fixas e dicotômicas de masculinidade e feminilidade, que são reproduzidas nos discursos que normatizam os padrões anatômicos e biológico-sexuais. Segundo Andrade (2004, *apud* JOROSKY 2014), é nos espaços em que vivemos nossas relações que se constroem os gêneros, ou seja, na escola, família, nos grupos de amizades, acrescidos da influência da mídia. Por essas identidades não serem naturais, elas precisam ser constantemente produzidas e normalizadas. Embora no Brasil, a escola seja bastante influente, a principal instituição transmissora de valores e padrões é a família. As imagens que são intensamente produzidas, com foco no corpo e na beleza, são disseminadas pela mídia, e atingem até mesmo as crianças, ou por vezes a têm como público-alvo, oferecendo produtos e serviços que implicam na construção de suas identidades e nas diferenças e desigualdades de gênero.

Apesar dos padrões corporais serem apresentados constantemente para homens e mulheres, as últimas são as mais afetadas. Enquanto os homens atraem pelos seus recursos econômicos, sucesso profissional e prestígio, as mulheres atraem pela beleza e pela juventude. A identidade feminina é, portanto, influenciada pela busca por esse corpo, o que gera a necessidade deste ser constantemente manipulado, construído, e objeto de diversas intervenções: “Os espartilhos modernos disseminam-se em diferentes espaços e

tempos modelando o corpo feminino, fazendo compreender, também, que o corpo da mulher ao mesmo tempo que é seu não lhe pertence (Del Priore, 2000, p. 15).

O corpo da mulher é então, na realidade, corpo-para-o-outro, e é modelado pelas imagens que são difundidas através dos meios de comunicação, de maneira que sua identidade corporal esteja condicionada a atingir à tríade beleza-juventude-saúde. Seus corpos reais são projetados, dessa forma, em um ideal inatingível, o que resulta na maioria das vezes em uma profunda frustração. A crescente preocupação com a aparência atinge cada vez mais as meninas, embora não seja algo exclusivo das mulheres. Isso é observado no aumento dos distúrbios de bulimia e anorexia em meninas adolescentes, despertando a atenção de psicólogos, pais e educadores. As crianças e jovens que se encontram sob as mesmas pressões sociais que atingem os adultos, procuram incorporar os padrões que lhes são apresentados.

O corpo pode ser considerado como um veículo de comunicação entre indivíduo e sociedade, que traz consigo sua identidade. Esta, por sua vez, diz respeito aos contextos sócio-históricos nos quais se inserem os indivíduos, expressando também os conflitos e as desigualdades que permeiam sua existência. Michel Foucault compreende o corpo enquanto completamente imerso nas tramas sociais, colocando-o como alvo de saberes e poderes construídos no decorrer do processo histórico (FURLAN e SILVEIRA, 2003 *apud* MORTOZA, 2021). A dominação e controle dos corpos contribuem para a manutenção social, segundo Foucault, que acabam por atravessar os corpos femininos, através de dispositivos patriarcais e racistas.

Investigando o contexto da beleza no Brasil, Brasília (2007) faz um apanhado histórico dos modismos ao longo dos séculos no país. A autora retrata que, durante o Brasil colonial, o ideal de corpo feminino foi sendo moldado pelo padrão europeu. Segundo ela:

Notoriamente ocorre a negação do que difere desse ideal branco e europeu, sendo marcado por uma imposição de valores e comportamentos que são de fora, acarretando na valorização do branco em detrimento da população local (Brasília, 2007, p. 68).

Schucman (2020) aponta o privilégio da branquitude, principalmente no que diz respeito às relações raciais. Esse privilégio significa que pessoas brancas têm um acesso ampliado a recursos materiais, e também aos simbólicos. Os últimos seriam os valores, crenças e sentidos que são atrelados à identidade racial branca, como inteligência, beleza, educação, civilização, e etc. A branquitude ocupa, então, um lugar de superioridade racial, que garante acesso a privilégios, inclusive simbólicos, como consequência do pertencimento à identidade racial branca, mesmo que involuntariamente (Bento, 2002, *apud*

SCHUCMAN, 2020, p. 68). Dentre os privilégios simbólicos, está a estética branca, que é usada como referência brasileira de beleza feminina. Fanon (2020, *apud* MORTOZA, 2021) afirma que a superioridade passa a ser considerada como um traço característico da branquitude.

Segundo o retrato de Pitman (2003, *apud* MORTOZA, 2021), na Europa do século XIX, crescia uma concepção de que os povos europeus do norte e do oeste eram racialmente superiores às populações do sul e leste europeu. A principal maneira de classificação racial nesse momento, era a aparência física, e o fenótipo que concedia uma suposta superioridade natural era o de cabelos loiros e olhos azuis (PITMAN, 2003, *apud* MORTOZA, 2021). Com essa hierarquia racial baseada em características fenotípicas, com cabelos loiros relacionados ao Sol e olhos azuis ao céu, se desenrolou até chegar na ideia de uma “raça ariana” (PITMAN, 2003, *apud* MORTOZA, 2021), fenômeno que tem consequências até hoje, através do racismo.

Na construção identitária e subjetiva das mulheres ocidentais, a beleza serve como uma moeda de troca para acessar muitos espaços de poder. No entanto, essa moeda de troca está em constante ameaça, pois ela envelhece, engorda, e os cabelos ficam brancos. As noções de beleza estética são construídas e reconstruídas especificamente para criar uma insatisfação constante das mulheres com relação a si mesmas (WOLF, 2020). Além disso, conforme aponta Weitz (2001, *apud* MORTOZA, 2021), o poder está limitado a contextos bastante restritos e exigem grandes investimentos de dinheiro, energia e tempo. Ademais, todo o investimento do mundo não garantirá às mulheres o poder almejado (WEITZ, 2001, *apud* DRAIBE, 2021).

O modelo de humanidade considerado universal corresponde ao indivíduo branco europeu, com cabelos lisos e ondulados, até mesmo cacheados, impactando na produção das subjetividades negras (MBEMBE, 2014, *apud* SILVA JÚNIOR, 2018). Assim, as concepções de belo e desejável estão intimamente conectadas aos ideais racistas que sustentam a sociedade. O autor Gonçalves Filho (2008, *apud* MORTOZA, 2021) afirma que ao se deparar com uma mulher negra que se sente feia, deve-se levantar a hipótese dessa percepção estar mais envolvida com a não correspondência ao padrão estético branco, em detrimento a qualquer outra motivação. Um dos procedimentos comuns que retrata essa correspondência ao padrão branco, é o alisamento dos cabelos crespos ou cacheados. Dessa maneira, como coloca Silva Júnior (2018), se apoiando nas ideias foucaultianas, os

corpos das pessoas negras são disciplinados e até eliminados, com transformações baseadas nas concepções de beleza, limpeza, e até mesmo saúde.

As crianças constroem suas identidades de gênero à medida que são identificadas, social e historicamente, como masculinas ou femininas (LOURO, 1997 *apud* JOROSKY, 2014). A organização dos espaços, as imagens que são dispostas, os brinquedos e materiais diversos são elementos que interferem no comportamento das crianças e suas práticas de sociabilidade, tendendo a normalizá-las, de acordo com o que é considerado padrão. Essas práticas diferenciam meninos e meninas e seus corpos, sendo importantes para refletir sobre a produção de discursos hegemônicos de feminilidade e masculinidade que circulam nas narrativas destinadas às crianças. Conforme as pesquisas de Costa e Momo (2010, *apud* JOROSKY 2014), a literatura infantil, os vídeos assistidos e as imagens colocadas em materiais escolares como estojos, mochilas, cadernos, além de roupas, calçados e até alimentos infantis fazem com que as crianças adentrem o mundo de significações impostos pelas mídias.

CAPÍTULO III - O papel da mídia na transmissão de padrões

Nas escolas, as crianças são ensinadas e preparadas para reconhecerem o masculino, o feminino, o bonito, feio, certo e errado. Com isso, aprendem a identificar os outros e a si mesmas segundo os padrões culturais predominantes e que estão presentes nas práticas de ensino. Autores como Postman (1999), têm apontado para a influência da mídia, em especial da televisão, devido a sua onipresença nos lares, na formação da identidade de crianças.

Em nenhum outro tempo o corpo teve tanta visibilidade, nem foi objeto de interesse quanto hoje. A partir da imagem do corpo se estabelece uma nova cultura do consumo, que destaca a importância da aparência. Estas representações são divulgadas pelos meios de comunicação de massa, e os meios para atingir o corpo ideal implicam em diversos procedimentos, sem haver limites para a manipulação do corpo.

O corpo se transformar em espetáculo se torna pré-requisito para as relações sociais, com a percepção do corpo dominada pelas imagens da cultura de consumo. A beleza estereotipada invade o cotidiano através da televisão, do cinema, da mídia:

Os imperativos da beleza, da juventude e da longevidade, sobretudo nos espaços dos diferentes meios de comunicação, perseguem-nos quase como tortura: corpos de tantos outros e outras nos são oferecidos como modelo para que operemos sobre nosso próprio corpo para que o transformemos, para que atinjamos (ou que pelo menos desejemos muito)

um modo determinado de sermos belos e belas, magros, atletas, saudáveis, eternos (Fischer, 2003, p. 48/49 *apud* BORGES, 2022, p. 5).

A noção de espetáculo, desenvolvida por Guy Debord, nos faz refletir sobre a natureza das representações de corpo e de sexualidade. Para Debord (1997), o espetáculo estabelece o modelo da vida nas sociedades de capitalistas contemporâneas, atuando principalmente através dos meios de comunicação. Os padrões são construídos cultural e historicamente, e se modificam de acordo com a cultura, à medida que são reafirmados pelas mídias, com forte interesse mercadológico (Carvalho & Serpa, 2014; Wolf, 2020). Assim, não é mais apenas o corpo que interessa ao capitalismo, mas sua imagem e a mercadoria que esse corpo representa. Dessa forma, o capitalismo encontra nas imagens uma lucrativa mercadoria, e é assim que, em uma economia mercantil-espetacular, a produção alienada vem juntar-se ao consumo alienado (Debord, 1997).

Ainda sobre a espetacularização, Sibilia (2008) afirma que nos deparamos com um espetáculo de nós mesmos, ao nos colocar como vitrine da própria personalidade. Com o crescimento da internet, a revolução tecnológica da informação, o aumento de blogs, sites de relacionamento e redes sociais, criou-se uma vida espetacularizada. Com isso, as relações ganham um novo sentido e o indivíduo só existe se é visto por alguém (Sibilia, 2008). Assim, nossa personalidade é orientada para o olhar dos outros, e quem conseguir construir a melhor imagem terá seu corpo aceito e a sua imagem como modelo a ser consumido. Desse modo, a aparência e a sua manutenção são categorias que se retroalimentam na lógica do consumo (Borges, 2007).

Segundo Guizzo (2010, *apud* Carvalho & Serpa, 2014), ter o corpo enquadrado nos padrões vigentes de beleza exige uma adesão precoce ao cuidado, uma vez que ser gordo(a) ou velho(a), além de outras características, vão contra ao ideal e o que é tido como beleza. Sendo assim, o corpo deve ser constantemente manipulado, a fim de garantir a “boa aparência”. A busca por essa preservação é incentivada pelos avanços tecnológicos na medicina e cosmética, visando a correção e aperfeiçoamento de características que deixem o corpo mais próximo daqueles divulgados pela mídia. Não somente há o desejo de corrigir “imperfeições”, mas também preveni-las, com o avanço da idade, através das mais diversas técnicas que surgem.

Dessa maneira, a percepção do corpo não se dá a partir dele mesmo, mas de modelos ideais de corpos que são massivamente apresentados. Através das imagens de corpo, medidas pela cultura, define-se o que é belo. As imagens, sendo cada vez mais

centrais, criam a concepção de que o corpo deve sempre ser melhorado, tendo como referencial os parâmetros culturais de normalidade.

A beleza apresentada pela mídia através das mulheres magras é tomada como ideal, porém sem avaliar a qualidade de saúde por elas apresentada. Com o corpo sendo visto como fetiche, o indivíduo busca resolver sua angústia em relação ao corpo e avança em direção a soluções rápidas para adquirir o corpo desejado. Atualmente, os meios de comunicação, e em especial as redes sociais têm sido um importante veículo na divulgação e construção dos padrões de beleza, e de consequente exclusão social, que a partir das fórmulas do mercado, atualiza constantemente as práticas coercitivas que atuam sobre os corpos. Segundo Siqueira e Faria (2007), são as representações midiáticas que têm o mais profundo efeito sobre as experiências do corpo, mostrando o poder que a exaltação e a exibição dele possuem.

Na mídia, a experiência do corpo se confunde com a de consumo, pois para atingir o corpo ideal, é necessário consumir produtos, técnicas, dietas e entre outros meios divulgados pelos veículos de comunicação. O investimento se dá, portanto, além da busca pela beleza e suposta saúde, mas também pelo status proporcionado por essa representação social. Adorno e Horkheimer (1985, *apud* FLOR, 2009) constatam que os meios de comunicação de massa impõem a padronização, e uma das táticas utilizadas é o uso de estereótipos. Laswell (2006 *apud* WOLF, 2020), por sua vez, sustenta que a comunicação na mídia é intencional e orientada para obter um efeito nos indivíduos. Segundo Santos e Serra (2003, *apud* FLOR, 2009), o poder da mídia está em produzir sentidos e legitimá-los.

CAPÍTULO IV - O que a sociedade define como bonito e influência dessa definição

Frequentemente observa-se, em determinados contextos, a presença ou ausência dos indivíduos articulados com os padrões de gênero. O ballet é um desses contextos, em que as meninas têm sua atenção voltada para a beleza, através dos enfeites, cabelos, maquiagem e modos de se movimentar.

O conceito de “cultura visual” foi introduzido por Fernando Hernández, para pensar o ensino da arte e o contexto educacional (HERNANDEZ, 2007 *apud* JOROSKY, 2014). De acordo com o autor, a cultura visual contribui para que os indivíduos fixem as representações sobre si mesmos, sobre o mundo e sobre seus modos de pensar.

É neste sentido que considero que as representações visuais contribuem, assim como os espelhos, para a constituição de maneiras e modos de ser. As representações visuais derivam-se e ao mesmo tempo interagem de e com as formas de relação que cada ser humano estabelece, também com as formas de socialização e aculturação nas quais cada um se encontra imerso desde o nascimento e no decorrer da vida. (HERNANDEZ, 2007, p.31 *apud* JOROSKY, 2014, p.12).

A importância que a aparência física assume na vida dos indivíduos pode prejudicar o seu bem-estar físico, emocional e social, sobretudo quando eles acreditam não estar de acordo com o padrão estético vigente. A mídia tem o potencial de instaurar nas pessoas de diferentes idades, um sentimento de insuficiência, culpabilidade e vergonha, que evidenciam mecanismos de reprodução de desigualdades.

No universo da moda, a beleza constitui uma forma de aceitação social. A sociedade em geral entende por belo aquela ou aquele que tem pouca porcentagem de gordura corporal, fartas nádegas (sem celulite ou estrias), seios grandes (e empinados), músculos definidos, pele bronzeada, ausência de manchas na pele, além de pouca ou nenhuma característica que demonstre idade, como rugas e marcas de expressão. Apesar da beleza se tratar de um conceito subjetivo, que varia de acordo com a cultura, já que a estética corporal é um elemento que muda com cada representação de mundo (Queiroz & Otta, 2000), a mídia é responsável por propagar noções específicas e padronizadas de beleza e aparência.

A moda propõe o pertencimento a um grupo e simultaneamente o individualismo, como afirma Catoria (2009, p.48 *apud* AMID & LOPES, 2011, p.8).

[...] não se pode esquecer o outro aspecto relevante na moda que é o individualismo-particularizado como pertencente a uma família, classe, regime político e religião. Assim, a moda tem extraordinário poder de fazer com que cada pessoa sinta-se verdadeiramente única, mesmo que outras se vistam de maneira parecida.

Ao conhecer o funcionamento do sistema no qual a moda está inserida, os vários mercados que abrangem e suas influências, pode-se compreender a infância sendo manipulada, com as crianças como novos consumidores, fazendo com que a indústria vise somente o lucro, não considerando suas consequências.

CAPÍTULO V - RESULTADOS - Sinopse do Filme “Pequena Miss Sunshine” (2006) dirigido por Jonathan Dayton e Valerie Faris

O filme começa com a cena da menina, Olive, bem próxima à tela, mostrando seus óculos grandes e olhos azuis. Na televisão, está anunciando a miss ganhadora de uma bolsa de estudos e a nova miss America. O programa é gravado, então a menina pausa para observar a reação da ganhadora, e então imita os movimentos das mãos, agradecendo. Olive é uma menina de 7 anos, branca, de cabelos claros e altura e corpo próprios de uma criança dessa idade.

Em seguida, temos o pai da menina fazendo uma apresentação sobre vencedores e perdedores, como uma palestra motivacional, incentivando as pessoas a agirem como vencedoras. Ele apresenta seu programa de 9 passos, chamado Recusa da Derrota, que poucas pessoas assistem.

O irmão da menina aparece também no início, fazendo exercícios físicos em seu quarto, e marca há quantos dias está sem falar. Seu voto de silêncio tem como inspiração o filósofo Nietzsche, e o objetivo é ingressar na academia da força aérea.

Enquanto isso, o avô está cheirando cocaína na mesma casa.

A mãe está fumando e dirigindo até o hospital, para buscar seu irmão (tio de Olive), que foi internado por conta de uma tentativa de suicídio. A mãe leva o irmão para ficar em sua casa, pois precisa ficar sob supervisão, para prevenir uma nova tentativa de suicídio. O tio ficará com seu sobrinho, no mesmo quarto, pois segundo a mãe ele não se importa com o que ele fez. O tio resiste em dormir no mesmo quarto que ele, pois não queria ser supervisionado, mas entende que não pode dormir sozinho e aceita.

Antes do jantar, Olive ensaia com seu avô. O pai chega em casa e pergunta sobre uma ligação que está esperando, sobre um possível livro acerca de seu programa motivacional. O que ele encontra nas chamadas é uma ligação da tia de Olive, falando sobre uma competição para escolher a nova Miss Sunshine.

Encontrando com seu tio, Olive pergunta o que aconteceu com seu braço, e ele responde que teve um pequeno acidente. Enquanto jantam, discutem sobre o voto de silêncio de Dwayne (irmão de Olive), que está sem falar há 9 meses, e o pai diz que isso mostra muita disciplina, e associa com os 9 passos que ele criou. A mãe pede para ele parar de falar sobre esse assunto.

Olive volta a questionar como aconteceu o acidente do tio, que responde para a mãe dela que ele não se importa de contar, a não ser que ela se oponha, e ela responde que aprecia honestidade. A mãe conta então a Olive que o tio na verdade não sofreu um acidente, mas tentou se matar. O pai interrompe dizendo que não acha essa conversa apropriada, e pede que deixem o tio terminar de jantar. Ela continua perguntando por que ele tentou se matar, e o pai intervém dizendo ao tio que não responda. O tio ignora e responde que tentou se matar porque estava muito infeliz, enquanto o pai diz que ele está doente da cabeça, reforçando que a conversa não é apropriada para uma criança de 7 anos. Olive pergunta então por que ele era infeliz, e ele responde que dentre as inúmeras razões, ele se apaixonou por alguém que não o amava, um de seus estudantes. Ela questiona o fato de ser um menino, com estranheza. A menina segue questionando até encontrar o momento em que seu tio tentou se matar. O pai afirma que é importante que ela entenda que o tio fracassou, se deu por vencido, algo que os vencedores não fazem.

O assunto muda e Olive explica sobre o concurso de beleza Miss Chili, que ocorre em Albuquerque, e as participantes seriam meninas entre 6 e 7 anos. Olive conta que ficou em segundo lugar quando foi passar as férias com sua tia. Ela acredita que pode ganhar, porque pratica todo dia. O pai, por sua vez, acredita que ela precisa querer ganhar, mais do que qualquer outra menina, e assim ela vencerá.

Retornam a ligação da tia, que passa a informação de que abriu uma vaga para a competição estadual, porque a vencedora da competição regional perdeu a coroa por tomar pílulas para dieta (Olive havia ficado em segundo lugar). A menina fica em êxtase, grita e sai correndo, dizendo que já ganhou. Nesse momento os pais discutem, porque estão sem dinheiro para viajar até lá. Todos concordam em ir de carro, e o pai questiona a menina se ela acha que vai ganhar, porque senão não faz sentido ir.

Durante a viagem, eles param para comer, e Olive pergunta quanto eles podem gastar, e baseado nisso ela escolhe waffles com sorvete. O pai explica a ela que sorvete tem muita gordura, que se transforma em gordura no corpo dela, portanto se tomar muito, ela pode engordar, enquanto que se ela não tomar, ela ficará linda e magra. A mãe fica aborrecida com a explicação do pai, assim como o restante da família, e explica à menina que não importa ser gorda ou magra, ela pode ser o que quiser. O pai não desiste, e pergunta para a filha se as meninas do Miss America são gordas ou magras, e ela responde que acha que magras, então o pai conclui que provavelmente elas não tomam sorvete.

Quando a comida chega, Olive oferece o sorvete dela, e todo mundo aceita menos o pai. Vendo todos comer, ela decide comer também.

Quando chegam no hotel, antes de dormir, Olive diz para o avô que está com medo de amanhã (dia da competição). Pergunta para ele se é bonita, chorando, e ele diz que ela é a garota mais linda do mundo, porque ela é bonita por dentro e por fora. Ela diz que não quer ser uma perdedora, porque seu pai odeia perdedores. A conversa termina com o avô dizendo que eles irão se divertir, e que podem mandar todos ao inferno.

Devido a diversos acontecimentos, eles chegam no local da competição atrasados (4 minutos). A mulher das inscrições se recusa a incluir Olive na competição, porque seria uma vantagem para ela, comparado-a a quem chegou no horário. Um homem que estava presente concorda em colocá-los no sistema. Enquanto isso, Olive avista a Miss California e vai falar com ela. Conta que seu talento é dançar e pergunta se ela toma sorvete. A miss responde que adora, e diz qual o seu sabor favorito, o que deixa Olive feliz.

As crianças participantes se apresentam com maquiagem forte, cabelos extremamente arrumados e biquínis chamativos. Olive estava com um simples maiô, maquiagem leve, rabo de cavalo baixo e sem óculos.

Depois da apresentação inicial e de ver as outras meninas, Olive volta para o camarim e fica observando seu corpo no espelho. As meninas voltam para o palco, com vestidos bufantes. Na competição de talentos, as meninas cantam, fazem ginástica e dançam. No camarim, para a apresentação principal, Olive se veste de calça, camisa, gravata, faixa no cabelo e um chapéu.

O irmão vai até o camarim, e diz à mãe que não quer que Olive participe, porque não quer as pessoas julgando a irmã. Diz também que ela é a mãe e que deveria protegê-la, e não quer que riam dela, porque ela não é uma rainha da beleza. A mãe rebate dizendo que ela se dedicou muito, e que não podem tirar isso dela, portanto devem deixar Olive ser quem ela é. Antes de ir para a competição, a mãe confirma se Olive realmente quer fazer isso, mas diz que irão apoiá-la de qualquer forma.

Na apresentação, Olive bate nas suas próprias nádegas, arranca a calça e balança no ar, arranca a camisa e joga, e enquanto isso a plateia vai se retirando, e a família apoia a apresentação. A música escolhida é divertida, porém a música possui elementos sexuais explícitos, conforme apresentaremos no capítulo seguinte. Uma das juradas pede para tirar a menina depravada do palco, levando toda a família a dançar no palco, o que os leva até

a polícia. A condição é que não inscrevam mais Olive em nenhuma competição de beleza no estado da Califórnia, e eles voltam para casa.

ANÁLISE E DISCUSSÃO

A análise e discussão do filme será feita à luz dos capítulos, de maneira que serão discorridas cronologicamente cenas e falas do filme; estas estarão escritas em itálico e entre aspas.

Setton (2002) associa três instituições importantes quando falamos de padrões: família, escola e mídia. Segundo ela, a família e a escola são instituições tradicionais de educação, que estão progressivamente dividindo o papel pedagógico com a mídia. Isso pode ser observado na cena de abertura do filme, em que Olive está assistindo à premiação da miss ganhadora, e imita os seus gestos de agradecimento com as mãos e o sorriso, evidenciando esse espelhamento de comportamentos valorizados por ela.

A mídia, por meio de seus meios de transmissão como a televisão, as redes sociais, revistas, jornais, etc permite que os indivíduos se reconheçam - ou não - nas propagandas de produtos, o que não acontece com Olive, apesar do seu esforço para se enxergar nas vencedoras de outros concursos de beleza que assiste na TV.

Segundo Dantas (2011), o corpo magro, belo e jovem estaria ligado à ideia de sucesso e felicidade. No filme, o pai, ao decidir se levaria a família para a Califórnia, para que Olive pudesse participar do concurso Little Miss Sunshine, pergunta a ela se acredita que irá vencer. Respondendo que sim, ele concede sua aprovação. Dessa forma, vencer o concurso serviria como prova desse sucesso que ele tanto valoriza.

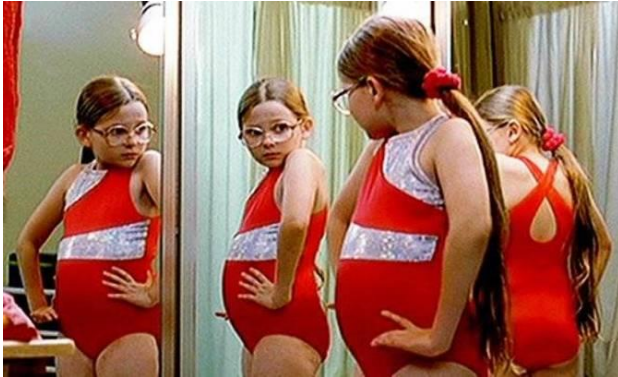
A tríade juventude, beleza e saúde, faz com que seja normalizado o investimento em dietas visando o emagrecimento. O corpo considerado saudável pela mídia é magro, ou seja, qualquer outro que não se encaixe no padrão não é considerado bonito, ou nem mesmo saudável. O fenômeno das dietas, no filme, pode ser observado na cena do restaurante, em que a família para para comer, no caminho do concurso. Olive tem a liberdade de escolher o que quiser, e dentro do limite de valor que foi estabelecido, ela escolhe waffles com sorvete. O pai então, reprova a escolha, dizendo que as modelos, para alcançarem o corpo que tem, provavelmente não tomam sorvete. Ele diz: *“Se você toma muito sorvete, pode ser que engorde. E se não tomar, ficará linda e magra, querida.”* Assim, seria uma fórmula quase mágica, ao associar beleza e magreza, o que nem sempre é

verdadeiro. Isso deixa Olive bastante triste, uma vez que ela se depara com uma preocupação com o corpo, que não existia até o pai levantar a questão, e associar ao que Olive via na TV - dando credibilidade ao seu argumento. Em meio a esse dilema (tomar o sorvete ou seguir o que pai disse, aumentando suas chances de ganhar o concurso), o resto da família se delicia com o sorvete assim que a garçonete o traz, mas Olive se convence, e aproveita o que restou.



Del Priore (2014, *apud* HAGE, 2022) afirma que a busca pela beleza pode gerar frustração e a sensação de incapacidade, fazendo com que as mulheres se tornem juízas do seu próprio corpo, criando uma relação persecutória com suas “falhas”, como peso, rugas, cabelos brancos, flacidez, entre inúmeras outras. As meninas do concurso demonstram ter internalizado os padrões estabelecidos pela mídia, se mostrando inclusive muito parecidas uma com as outras.

Em associação com o filme, uma cena bem forte, em que essa frustração fica evidente, é após a primeira apresentação, em que todas as meninas estão de biquíni e ficam uma ao lado da outra. Falaremos sobre essa cena mais adiante. Ao ver todas as meninas, e seus corpos expostos com biquínis, maiôs, Olive fica diante do espelho do camarim, observando seu corpo de todos os ângulos. Essa cena, bem comum para mulheres, surpreende ao evidenciar o quão cedo esse movimento em busca da perfeição buscada mas nunca atingida, se inicia. No caso, Olive com 7 anos já mostra perceber algo de diferente com seu corpo, em comparação com as outras participantes. Na imagem abaixo, vemos a cena em que a menina se olha no espelho, enquanto encolhe a barriga, o que mostra que ela se sente inferiorizada:



O filme, mostra uma desconsideração dos corpos reais de crianças, exigindo que elas sejam magras, principalmente as meninas, fazendo com que elas se preocupem com isso. Portanto, a percepção do corpo não se dá a partir dele mesmo e do que é esperado para cada idade em termos de peso, altura, etc, mas de modelos ideais de corpos que são massivamente apresentados. No filme, os corpos valorizados e considerados o padrão a ser perseguido são de jovens, fazendo com que crianças e mulheres maduras ou idosas não se encaixem no que é aprovado, o que dificulta a identificação e percepção do próprio corpo, visto como desviante.

O irmão de Olive, durante o filme, faz diversos exercícios físicos, seja dentro de casa ou ao ar livre, no caminho para o concurso. Isso é interessante, pois enquanto os homens procuram hipertrofiar, as mulheres buscam emagrecer, uma vez que nos homens é valorizado a parte superior do corpo, pois remete ao intelectual, enquanto a valorização do corpo da mulher está ligada à sua sexualidade (GOLDENBERG, 2007).

A família se constitui como o elemento central no que se refere à influência que exerce sobre as crianças, sendo capaz de perpetuar esses padrões que escravizam as mulheres desde a infância ou, por outro lado, dar o suporte para que elas possam se contrapor aos padrões, e assim viver a infância com leveza e respeito a si mesmas. No filme, vemos a família em alguns momentos conservando os padrões, principalmente o pai, quando ele aconselha Olive a ter hábitos que pudessem levá-la a ter o corpo das misses que ela via na TV. O irmão, antes da apresentação, tenta convencer a mãe a impedir Olive de se apresentar, pois acredita que *“ela não é uma rainha da beleza”*. Diz que não quer que as pessoas riem dela, e que a mãe deveria protegê-la disso. A mãe rebate dizendo: *“Olive é quem ela é. Ela trabalhou duro. Se dedicou a tudo isso. Não podemos tirar isso dela.”* Assim, mesmo sem saber ao certo como será a apresentação, a mãe demonstra suporte à

filha, de maneira a apoiá-la em qualquer decisão; por outro lado, não a protege de uma provável frustração, anunciada pelo irmão. Até mesmo durante a dança, depois de ficarem surpresos com a coreografia, o pai impede que Olive seja expulsa do palco, e se junta a ela para que ela consiga terminar o que começou, assim como o resto da família faz posteriormente.

As recentes transformações nos âmbitos social, político, econômico, tecnológico, assim como nas relações interpessoais e o fácil acesso a informações, levam a uma diminuição das fronteiras entre os mundos adulto e infantil (BUCKINGHAM, 2006, *apud* WEBER & FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, 2006). Isso faz com que estímulos adultos atinjam crianças de diversas idades, assim como diferentes gêneros e classes sociais. Esses estímulos podem contribuir para a internalização de comportamentos, hábitos, cuidados, e até responsabilidades de adultos. Dessa maneira, compreende-se o fenômeno de adultização, que ocorre mediante a essa apropriação. A adultização é observada nesse incentivo à inserção da criança em contextos que não estão relacionados à infância. Crianças que possuem muitos compromissos e responsabilidades, e que ainda se preocupam com cuidados com o corpo e sua aparência refletem esses estímulos, além da sexualização precoce de meninas, principalmente.

No filme, a adultização pode ser observada no momento em que Olive e sua mãe entram no camarim do concurso de beleza, e as outras participantes estão fazendo bronzeamento artificial, arrumando o cabelo e aplicando maquiagem. Uma menina faz uso inclusive de *face shield* ao aplicar os produtos no cabelo. A cena em que as participantes estão lado a lado, usando biquínis e maiôs, também chama atenção, quando observamos os outros elementos que compõem a cena. As meninas, com exceção de Olive, se encontram todas na mesma posição, fazendo uma pose como as modelos e misses jovens e com um sorriso exagerado e portanto, falso. Seus cabelos estão volumosos, lisos ou encaracolados artificialmente, aparentando serem mais velhas. Além disso, observa-se o uso de maquiagem pesada e uma maior exposição do corpo daquelas que estão de biquíni.

Sabe-se que nas sociedades patriarcais as mulheres atraem pela beleza e juventude, havendo um controle sobre seu corpo, assim como de sua capacidade reprodutiva e força de trabalho (Barbieri, 1991). Percebe-se na contemporaneidade um encurtamento da infância e, nesse sentido, as candidatas mirins a miss Sunshine já reforçam características supostamente sedutoras, o que remete a uma sexualização extremamente precoce, no sentido de ressaltar características de um corpo atraente.

Imagina-se que seus pais incentivam esse processo, o que leva à constatação de perpetuação de valores sexistas, que são transmitidos, entre outras, pela instituição familiar. Fica evidente a pressão que é exercida para que as meninas do concurso tenham características em comum: afinal, elas estão sob o padrão de beleza vigente, o que faz com que elas se entreguem aos procedimentos de bronzeamento artificial, maquiagem exagerada e excesso de produtos no cabelo, fazendo com que eles fiquem rígidos, sem nenhum fio fora do lugar. Em contrapartida, Olive se encontra em uma posição natural, assim como seu sorriso, não usa maquiagem e seu cabelo está preso. Na imagem abaixo, podemos observar mulheres em miniatura.



No filme, fica clara a visibilidade dos corpos principalmente quando as meninas estão de biquíni ou maiô. Como objeto de interesse, se destaca a importância da aparência nesse cenário, estabelecendo uma nova cultura de consumo. Assim, as participantes são consumidas pelo público, além de perscrutadas em seus corpos, e julgadas.

Pensando a respeito do concurso de misses, que consiste em meninas ou mulheres expostas para o consumo, estes contribuem para manter a objetificação, a submissão e a rivalidade que as enfraquece enquanto grupo, através da comparação e competição umas com as outras. Dessa maneira, não é mais apenas o corpo que interessa ao capitalismo, mas sua imagem e a mercadoria que esse corpo representa.

As imagens que são dispostas às crianças, os brinquedos e materiais que são fornecidos a elas e até a organização dos espaços são elementos que interferem no comportamento das crianças e suas práticas de sociabilidade, tendendo a normalizá-las, de acordo com o que é considerado padrão. O concurso de miss é um espaço que, pretendendo incensar a beleza da mulher, a objetifica, além de criar competição, conflitos

e rixas entre elas, tirando-lhes a força ao reforçar o individualismo em detrimento da coletividade.

Castro (2004, *apud* HAGE, 2022) afirma que relacionar corpo e moda envolveria fazer uma reflexão sobre as ambiguidades existentes. A moda tem o poder de editar o corpo, valorizando certas partes, seja aumentando ou diminuindo. Simultaneamente, o corpo limita a moda, impondo suas proporções no momento da criação das roupas. Se tomamos a moda como ditadora de regras que determinam o que é e o que não é permitido ser usado, ao se vestir o sujeito pode aderir aos padrões ou contrariá-los, provando a autonomia de expressar seu próprio estilo (CASTRO, 2004, *apud* HAGE, 2022).

Desde o início do filme, observamos o estilo de Olive, que usa roupas confortáveis, coloridas, até mesmo sem combinar muito bem. Pode-se analisar também o figurino de Olive no momento da apresentação ao final do filme, que é diferente do das outras meninas, justamente indo contra o padrão e ao que era esperado de uma menina no concurso de beleza. Olive usa calça e camisa social, gravata, e uma faixa na cabeça. O único elemento que reforça a feminilidade de Olive, em meio à roupa considerada predominantemente masculina, é o cabelo longo e solto. A roupa, que provavelmente foi escolhida junto com seu avô, causa estranheza à família em um primeiro momento, porém nenhum dos membros se opõe. Já, pela reação da plateia e dos jurados, fica evidente o não pertencimento da menina àquele contexto padrão. A suposta transgressão de Olive foi julgada e condenada, sendo a exclusão o castigo.



A mídia televisiva, além de despertar o consumismo nas crianças, revela outro conceito importante, que é a sexualização do corpo infantil. Observamos a sexualização

desde em propagandas publicitárias que estimulam o uso de maquiagem, salto alto, unhas, ou equipamentos como celular, tablet, computador, que são elementos propriamente de adultos, até a construção de uma autoimagem que é baseada no corpo adulto. Essa imagem é criada na venda de bonecas com seios grandes, silhueta fina, magras e também bonecos musculosos. Nos programas de TV, o corpo infantil é vulgarizado através de concursos de dança, com movimentos que possuem conotação erótica (Postman, 1999; Santos, 2009).

A sexualização precoce é uma das grandes questões do filme, pois o que espanta a plateia e os jurados no concurso, durante a apresentação de Olive, é justamente a dança que ela faz. No entanto, a sexualização das outras candidatas é valorizada. Quem ensina a dança para ela é seu avô, que foi expulso da última casa de repouso em que esteve, precisando ir morar com seu filho (pai de Olive). Juntos eles ensaiam, mas o resto da família só assiste à coreografia no dia da apresentação. Os movimentos “sexuais” observados foram tirar a roupa, balançá-la no ar e jogá-la para a plateia, bater nas próprias nádegas e mexê-las apontando para o público, além de rastejar pelo palco. Ao longo do filme, o avô faz diversos comentários machistas e sexuais, fazendo referência ao corpo de mulheres, como por exemplo em: *“as jovens são as melhores do mundo”* e *“eu gosto de mulheres com carne nos ossos”*. Esta última frase faz referência ao momento em que Olive não deseja mais tomar sorvete, pelo medo de ficar gorda. Na viagem, enquanto o tio e avô de Olive conversam abertamente sobre temas como esses, a menina está de fone de ouvido ouvindo música, aparentemente alheia.

Durante a dança, e até antes dela, outro elemento que chama atenção e que preocupa, é a música que toca nesse momento. Antes de ser chamada para o palco, Olive entrega o CD para a produção, que questiona se aquela era realmente a música escolhida. A menina confirma, e justifica que a escolha foi feita pelo seu avô. A letra é bastante sexualizada, associada à dança que é performada, ocasionando choque no público.

Letra “Super Freak” - Rick James (1981)

“Ela é uma garota muito danadinha
Do tipo que você não apresenta para a mãe
Ela nunca deixará você ficar triste
Uma vez que você a tire das ruas

Ela gosta dos caras da banda
Ela diz que eu sou seu favorito de todos os tempos
Quando eu vou para o quarto dela, é o momento certo
Ela nunca é difícil de agradar

Aquela garota está bem selvagem agora (a garota é uma super safadinha)
Do tipo de garota que você lê sobre (na revista New Wave)
Aquela garota é bem danadinha (a garota é uma super safadinha)
Eu realmente adoro saboreá-la (toda vez que nos encontramos)

Ela é uma garota muito especial
(Do tipo que você quer conhecer)
Da cabeça até as unhas dos pés
E ela irá me esperar no camarim com as suas amigas
Em uma limusine
(Voltando para Chinatown)

Três não é uma multidão para ela, ela diz (sexo a três)
(Quarto 714, eu estarei esperando)
Quando eu chegar lá, ela vai ter incenso, vinho e velas
É uma cena tão safada (tradução nossa)
(...)"

Segundo Wolf (2020), um alto número de mulheres não acreditam que são bonitas, enquanto não conquistam a mesma aprovação que os homens recebem por natureza em nossa cultura, pelo simples fato da Bíblia afirmar que eles são feitos à imagem de Deus. Essa aprovação precisa ser conquistada por uma autoridade masculina, "um dublê do Deus pai: um cirurgião, um fotógrafo ou um jurado" (p. 140). Nas sociedades patriarcais as instituições respaldam as desigualdades entre homens e mulheres. O exemplo de Wolf, apresentado de maneira sarcástica, revela, por meio da referência à Bíblia, como as religiões judaico-cristãs inverteram os papéis em suas narrativas: ao invés da mulher dar a vida, ela é quem nasce do homem, mais propriamente de sua costela; por outro lado ele nasce do barro e recebe o sopro divino, que lhe dá vida.

No filme podemos ver essa necessidade de aprovação das mulheres, citada por Wolf, de diferentes formas. A primeira, pelo pai, que afirma no começo do filme que Olive só deve ir para concurso se acredita que irá vencer. Por conta de seu discurso motivacional (vencedores x perdedores), Olive tem medo de se tornar uma perdedora, o que a faz perguntar a seu avô se ela é bonita. Ao se aproximar do dia da competição, vemos a confiança da menina diminuir, ao se questionar sobre sua própria beleza. Por fim, apesar de ter conquistado a chancela do pai e do avô (dois homens), Olive não conquista a aceitação dos jurados, pelo contrário, tentam expulsá-la do palco, e apenas não conseguem porque a família se junta a ela, demonstrando apoio e consentimento ao que estava sendo apresentado. Como consequência por não se enquadrar no padrão vigente Olive fica proibida de participar de outros concursos de beleza no estado da Califórnia, evidenciando que estar de acordo com o ideal de beleza e tudo o que ele acompanha é uma condição para estar nesse contexto, partindo diretamente para a exclusão.

A manutenção da aparência de acordo com a moda se constitui como uma das principais formas de inserção nos grupos. No filme, esse senso de pertinência seria importante para Olive na sua infância, enquanto que a exclusão sofrida é forte e traz sofrimento.

Muito frequentemente, na busca inalcançável pela imagem aceita e exaustivamente disseminada, surgem transtornos psicológicos, de imagem, de alimentação e de saúde. Esses transtornos estão tão disseminados, e muito próximos de estar desestigmatizados, devido à intensa exposição, o que os torna praticamente normais (WOLF, 2020).

Os meios de comunicação, em especial as redes sociais, são importantes veículos na divulgação e construção dos padrões de beleza, e consequente exclusão social. Dessa maneira, quem se enquadra nos padrões são os privilegiados, e quem não, está sujeito às agressões, como o bullying. Essa é uma das possíveis consequências de Olive ter sido julgada e expulsa do concurso, e banida de qualquer outro no estado da Califórnia, além de ser um dos resultados da manipulação da infância. Por fim, a dominação e controle dos corpos femininos contribuem para a manutenção social, segundo Foucault, através de dispositivos patriarcais e racistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tornou-se evidente que a mídia exerce uma forte pressão a fim de garantir a manutenção dos estilos de vida que devem ser escolhidos. O que observamos de positivo é que, apesar disso, o sujeito é capaz de filtrar as informações que acessa, conforme seus valores e entendimentos, não sendo assim totalmente persuadido pelas fontes externas de informação que possui. Apesar da influência dos ideais de beleza, tendo como referência o corpo e a juventude, somos responsáveis pela sua construção (GIDDENS, 2002).

Podemos afirmar, portanto, que há muitos mitos da beleza, não somente um. Atualmente, as representações sociais crescem gradualmente, sendo elas diferentes corpos, idades e cores sendo apresentadas para o coletivo. “Olhando por esse ângulo, há um pouco mais de espaço para cada uma ser ela mesma” (WOLF, 2020, p. 21).

Em ordem de se obter autoestima, devem ser adotados cuidados que valorizem o corpo, tais quais a alimentação e os exercícios, que desempenham o papel de recuperar o amor próprio. Sant’Anna (2014) elucida que a busca e a manutenção da beleza estão relacionadas à utopia de eterna juventude, como se pudesse garantir o amor próprio e, sendo assim, uma mistura de obrigação e prazer na tentativa de se adequar ao padrão. A nossa identidade deve ter como referência a nossa beleza, de maneira que nos encontramos vulneráveis a uma constante aprovação externa, escancarando nossa autoestima a todos (WOLF, 2020).

Novaes et al (2018) afirmam que a ideia de velhice é ditada pela cultura, sendo relacionada às perdas e finais. Ainda que os papéis sociais dos idosos estejam caminhando em direção a uma mudança, se faz necessário desvincular o estereótipo de inutilidade e doenças. A busca pela juventude nas mulheres é incessante, uma vez que são introjetados os padrões idealizados. “Eliminar os sinais da idade do rosto de uma mulher equivale a apagar a identidade, o poder e a história das mulheres” (Wolf, 2020, p.126). Por outro lado, no filme vê-se que a infância é encurtada, o que mostra a existência de desigualdades em termos de idade: uma valorização da juventude em detrimento da infância e da velhice. Assim, essas desigualdades articulam-se com outras, como as de gênero, raça e classe social.

Comentado [2]: Por outro lado, no filme vê-se que a infância é encurtada, o que mostra a existência das desigualdades em termos de idade: uma valorização da juventude em detrimento da infância e da velhice. Assim, essas desigualdades articulam-se com outras, como as de gênero, raça e classe social. (Isa, no filme aparecem meninas negras? Se não aparecer, melhor para a análise. E parece q ali é todo mundo classe média.)

Comentado [3]: sim, aparecem umas 5, de 12 participantes.

Comentado [4]: Então pode colocar isso, mas não fala nada das meninas negras do filme.

Constituiu-se um desafio pesquisar sobre a influência dos padrões de beleza na infância, e o seu impacto, atingindo principalmente as meninas. A maior parte da literatura trata sobre o tema da beleza à luz da experiência das mulheres jovens ou adultas.

A pesquisa qualitativa que foi realizada é dinâmica, dado que a partir do que se conhece pode haver modificações e também acréscimo de informações no tema. O estudo sobre gênero se amplia, e assim podem ser feitas novas pesquisas acerca de concursos de beleza, um olhar masculino a respeito da beleza, assim como estender os estudos para meninas adolescentes.

A escolha do filme foi feita a partir da observação de diversos elementos trazidos na pesquisa que aparecem em diversas cenas e falas dos personagens. Quem mais chama atenção é a protagonista de 7 anos, que com tão pouca idade já se depara com os padrões existentes. Na cena do restaurante, vemos o desejo da menina de tomar sorvete ficar em segundo plano, em função de caber no padrão. Esse desejo foi validado somente no encontro com a Miss California, em que ela assume gostar de sorvete. Uma criança questionar sua própria beleza é certamente perverso, e é uma das consequências das imagens que circulam exaustivamente pelas mídias. No filme, vemos a exclusão que a menina sofre por não corresponder aos comportamentos esperados no concurso de beleza. Exclusão esta que terá impacto na sua autoestima, pela falta de aprovação, além da perda da espontaneidade. Em contrapartida, vemos em oposição à rejeição social que a menina sofre, o apoio e acolhimento que ela encontra no grupo familiar, o que é surpreendente.

Para Wolf (2020), é fantástico que jovens hoje em dia cresçam tendo consciência do seu direito de analisar e criticar as ideias que os impactam, sendo difundidas pela mídia de massa. Dessa forma, é possível que elas definam individualmente o que é beleza. “A beleza ideal é ideal porque não existe” (Wolf, 2020, p. 256).

Atualmente, as revistas, que foram em sua maioria transformadas em conteúdo virtual, seguem disseminando seus ideais através das redes sociais, com o mesmo objetivo: transmitir os padrões de beleza e convocar seus leitores a segui-los. Em pesquisa de doutorado, concluiu-se que as redes sociais são um novo espaço de exposição, antes exclusivo às revistas. Com as imagens, há um esforço para mostrar a melhor versão, por meio de edições, que revelam um cotidiano predominantemente feliz e belo (HAGE, 2017).

“Como o corpo é para Platão uma caverna escura que aprisiona a alma, a visão sensível deve ser superada pela visão intelectual, que exige o aprendizado da

arte dialética, ou seja, da filosofia. Nem a todos, portanto, é dado perceber a verdadeira Beleza” (ECO, 2017, p.50).

REFERÊNCIAS

AMID, Ellen Danna da Silva; LOPES, Gileyde Geyde F. Castro. A influência da moda no comportamento infantil, diante da beleza imposta. **Colóquio de moda**, [s. l.], p. 1-11, 2011. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202011/GT02/Comunicacao-Oral/CO_89806A_influencia_da_moda_no_comportamento_infantil_diante_da_beleza_imposta_.pdf. Acesso em: 17 jun. 2022.

BARBIERI, Teresita de. Sobre la categoría género: una introducción teórico-metodológica. **Seminários Prodir / Fundação Carlos Chagas**. São Paulo, pp 25-45, 1991.

BORGES, Eliane Medeiros. Corpo, espetáculo e consumo: novas configurações midiáticas para a infância. **Media & Jornalismo**, [s. l.], ed. 11, p. 91-103, 11 jun. 2022. Disponível em: <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/04/n11-05-eliane-borges.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2022.

BRASÍLIO, Liza Aparecida. **Um olhar sócio-histórico sobre a beleza**: das amarras à alteridade. 2007. 129 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, 2007.

BUSS, Juliana; STOLTZ, Tania. Percepções de crianças sobre padrões de beleza. **Psicologia escolar e educacional**, Curitiba, v. 24, p. 1-8, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pee/a/MYW4j7j7F9hq9h3DwpgvdtB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 jun. 2022.

CARVALHO, Isis Alves de; SERPA, Monise Gomes. Corpo e embelezamento: a criança participante de concurso de beleza. **Psicologia: ciência e profissão**, [s. l.], v. 34, n. 4, p. 835-849, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/3ZfsthrRkdtrWkzFyqxX3Bc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 jun. 2022.

CONNELL, Robert W. **Masculinities**: knowledge, power and social change. Berkeley / Los Angeles: University of California Press, 2000.

DANTAS, J. B. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p. 898-912, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4518/451844636010.pdf>. Acesso em: 17 junho 2022.

DÉBORD, G. (1997). **A Sociedade do Espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

DENZIN, N.K. e LINCOLN, Y.S. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, Norman K., Yvonna S.(Org.) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

ECO, Umberto. **História da beleza**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2017. 438 p.

SIQUEIRA, D. C. O.; FARIA, A. A. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 4, n. 9, mar. 2007.

FLOR, Gisele. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. **Rev. Estud. Comun.**, Curitiba, v. 10, ed. 23, p. 267-274, 2009. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/estudosdecomunicacao/article/view/22317/21415>. Acesso em: 17 jun. 2022.

FONSECA, Martha Ribeiro da. A história da beleza. **Marraio**, Rio de Janeiro, p. 58-64, 2013.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

HAGE, Zakiee Castro Mufarrej. **A busca do corpo ideal: consumo de rotinas de beleza e saúde, constituição da identidade e questões de gênero**. 2022. 120 p. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP, [S. l.], 2022.

HAGE, Z. C. M. **Jovens adultos em redes: significados dos autorretratos postados no Instagram**. 2017. 97 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Núcleo Família e Comunidade, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

HEINZELMAN, Fernanda Lyrio *et al.* Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na Vogue Brasil. **Psicologia em revista**, Belo Horizonte, v. 18, n. 3, p. 470-488, 2012. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/9256/2/Corpos_em_revista_a_construcao_de_padroes_de_beleza_na_Vogue_Brasil.pdf. Acesso em: 11 jun. 2022.

JAMES, Rick. **Super freak**. UMG Recordings, 1981. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wnKc4zi0MLA>. Acesso em 16 jun. 2022.

- JAMES, Rick. **Super freak**. UMG Recordings, 1981. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/rick-james/282076/traducao.html>. Acesso em 16 jun. 2022
- JÚNIOR, J. S. **Foucault e as raízes do racismo: os cabelos das pessoas negras diante dos recortes de biopoder**. 2018. Dissertação (Trabalho de conclusão de curso em psicologia)-Faculdade de Psicologia, Universidade Federal do Maranhão, São Luís.
- JOROSKY, Narda Helena. **Corpo e beleza em imagens e nas falas das crianças: aprender a ser menino ou menina na educação infantil**. Orientador: Prof^a Dr^a Maria de Fátima Salum Moreira. 2014. 42 p. Projeto de pesquisa (Pós-Graduação em Educação) - Universidade do Oeste Paulista UNOESTE, Presidente Prudente, 2014. Disponível em: http://www.unoeste.br/SGP/docs/%7B46E6ECB6-4FCE-4845-A826-DFEFACB5FBFF%7D_PROJETONARDAFINAL.pdf. Acesso em: 10 jun. 2022.
- JOROSKY, Narda Helena; QUADROS, Marta Campos de; MOREIRA, Maria de Fátima Salum. Corpo, gênero e beleza: o que a educação infantil tem a ver com isso?. **Colloquium humanarum**, Presidente Prudente, v. 11, n. 3, p. 62-70, 2014. Disponível em: <https://revistas.unoeste.br/index.php/ch/article/view/1221/1281>. Acesso em: 11 jun. 2022.
- LE BRETON, D. **Adeus ao corpo**. 6. ed. Campinas: Papyrus, 2013.
- MENEZES, Sandra Maria Moreira de. Adultização da infância pela mídia: uma leitura sócio-histórica. **Revista Psicologia**, [s. l.], v. 2, p. 1-15, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/psi/article/view/269>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- MORTOZA, Gabriela Draibe. **O cabelo enquanto significativo de destaque na construção subjetiva e identitária de feminilidades no Brasil**. 2021. 149 p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2021.
- NOVAES, Joana de Vilhena. Ser mulher, ser feia, ser excluída. **Psicologia.com.pt: O portal dos psicólogos**, Rio de Janeiro, p. 1-11, 2005. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0237.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.
- NOVAES, J. D. V.; VILHENA, J. De cinderela a moura torta: sobre a relação mulher, beleza e feiúra. **Interações**, São Paulo, v. 8, n. 15, p. 9-36, 2003. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/354/35401502.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.
- NOVAES, J. D. V. et al. Being old in the consumption society: body, media and social representation. **MOJ Gerontology & Geriatrics**, Budapest, v. 3, n. 2, p. 171-177, 2018. Disponível em: <https://medcraveonline.com/MOJGG/MOJGG-03-00109.pdf>. Disponível em: 17 de junho de 2022.

PEQUENA Miss Sunshine. Direção: Valerie Faris, Jonathan Dayton. [S. l.]: Searchlight Pictures, 2006. DVD.

PONTE, Vanessa Paula da. Beleza, mídia e construção do corpo em narrativas de crianças. **13º Mundo de Mulheres & Fazendo Gênero 11: transformações, conexões, deslocamentos**, Florianópolis, p. 1-13, 2017. Disponível em: [http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1518172228_ARQUIVO_Artigo_revisado_06-07-2017\(2\).pdf](http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1518172228_ARQUIVO_Artigo_revisado_06-07-2017(2).pdf). Acesso em: 11 jun. 2022.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. RJ: Graphia, 1999.

QUEIROZ, R. S. & Otta, Ema. (2000). **O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza**. São Paulo: Senac.

SAMPAIO, I. S. V. (2004). **Televisão, publicidade e infância**. (2ª ed). São Paulo, SP: AnnaBlume

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

SANTOS, I. M. (2009). A cultura do consumo e a erotização na infância. *Revista Extraprensa*, 2(2), 1-20. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/74369>. Acesso em: 17 de junho de 2022.

SCHUCMAN, Lia Vainer. **Entre o encardido, o branco e o branquíssimo: branquitude, hierarquia e poder na cidade de São Paulo**. Editora Veneta, 2020.

SETTON, M. G. J. Família, escola e mídia: um campo com novas configurações. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 107-116, jan./jun. 2002.

Sibília, P. (2008). **O show do eu: A intimidade como espetáculo**. São Paulo: Nova Fronteira.

VIGARELLO, G. A história da beleza. Tradução Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WEBER, Tiziana Brenner B.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, Eliane Cristine. Mídia, Consumo e a Adultização de Crianças: Uma Reflexão Macrossocial. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Curitiba, p. 2-16, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Tiziana-Brenner-Beauchamp-Weber/publication/330833375_Intercom-Sociedade_Brasileira_de_Estudos_Interdisciplinares_da_Comunicacao_XVII_Congresso_de_Ciencias_da_Comunicacao_na_Regiao_Sul-Curitiba-PR-26_a_28_Midia_Consumo_e_a_Adultizacao_de_Crianças_Uma_Ref/links/5c55e916a6fdcc6b5dcfedc/Intercom-Sociedade-Brasileira-de-Estudos-Interdisciplinares-da-

Comunicacao-XVII-Congresso-de-Ciencias-da-Comunicacao-na-Regiao-Sul-Curitiba-PR-26-a-28-Midia-Consumo-e-a-Adultizacao-de-Criancas-Uma-R.pdf. Acesso em: 10 jun. 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 15. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020. 490 p.