

**UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA VIDA  
CURSO DE BIOMEDICINA**

Karine Ruoso Luchese Purper

**AS INFLUÊNCIAS NOS PADRÕES DE BELEZA FEMININA  
ATRAVÉS DA HISTÓRIA: REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA**

Santa Cruz do Sul

2022

Karine Ruoso Luchese Purper

**AS INFLUÊNCIAS NOS PADRÕES DE BELEZA FEMININA  
ATRAVÉS DA HISTÓRIA: REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Biomedicina da Universidade de Santa Cruz do Sul para obtenção do título de Bacharel em Biomedicina.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> M<sup>a</sup>. Greice Raquel Machado

Santa Cruz do Sul

2022

## RESUMO

A idealização da beleza feminina nas sociedades contemporâneas é constante, alimentada pela mídia, que influencia, inclusive, nas relações interpessoais. A referência ao belo está continuamente presente na história humana, mas não de forma imutável. Tal temática transpassa por áreas diversas como a História, Estética, Sociologia e Antropologia, que buscam, ao longo das eras, compreender o que levou as sociedades a estabelecerem padrões de beleza. O objetivo desta pesquisa foi compreender como o conceito de beleza feminina evoluiu com o tempo e quais fatores influenciaram nas escolhas daquilo que é considerado belo e atraente. Para tal, recorreu-se ao método da revisão narrativa. Os termos escolhidos foram: Beleza; Estética; História; Aparência Física; Cultura da Beleza. Para alcançar resultados específicos e mais relevantes, foram utilizados os operadores booleanos *and* e *or*. As bases de dados utilizadas foram: SciELO, PUBMED, Biblioteca Virtual de Saúde e *National Library of Medicine*. Os artigos foram selecionados de agosto a outubro de 2022 com aplicação de critérios de inclusão e exclusão e análise de dados. Foram encontrados 732.745 artigos e selecionados 18. Como critério de exclusão, foram recusados os artigos que não contemplavam o tema e artigos fora da linha de tempo estipulada. Através da revisão, foi evidenciado o caráter filosófico da beleza, que é explicada como uma manifestação subjetiva que não possui um consenso único, sendo fortemente influenciada pela mídia, que busca a imposição de um padrão único de beleza. Como resultado, constatou-se que a mídia exerce poder massivo sob a escolha daquilo que é atraente ou não, impactando inclusive nas relações afetivas dos indivíduos. Verificou-se também que a beleza é subjetiva, influenciada por etnias, culturas e época, conforme os valores, filosofias e concepções vigentes, ou seja, é um conceito que pode variar de pessoa para pessoa ou de cultura para cultura.

**Palavras-chave:** Beleza; Estética; História; Aparência Física; Cultura da Beleza.

## ABSTRACT

The idealization of female beauty in contemporary societies is something constant, fueled by the media, which also influences interpersonal relationships. The reference to the beautiful is constantly present in human history, but not in an immutable way. This theme crosses several areas such as History, Aesthetics, Sociology and Anthropology, which seek, over the ages, to understand what led societies to establish standards – some quite peculiar – of beauty. The objective of this research is to understand how the concept of female beauty has evolved over time and what factors have influenced the choices of what is considered beautiful and attractive. To this end, the systematic review method will be used, using descriptors in line with the DECS – Health Sciences Descriptors. The terms chosen were: Beauty; aesthetics; Story; Physical appearance; Culture of Beauty. To achieve specific and more relevant results, the Boolean operators and and or were used. The databases used were: SciELO, PUBMED, CAPES, BIREME and National Library of Medicine. Works will be selected between August 2022, applying inclusion/exclusion criteria and data analysis. As an expected result, it is estimated to understand whether the media exerts massive power over the choice of what is attractive or not, impacting even the affective relationships of individuals.

**Keywords:** Beauty; aesthetics; Story; Physical appearance; Beauty Culture.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 OBJETIVOS.....</b>	<b>6</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 VISAGISMO: A ARTE DE CONCILIAR BELEZA E CIÊNCIA.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 AS CONCEPÇÕES DE BELEZA A PARTIR DAS CIVILIZAÇÕES ANTIGAS, GRECO-ROMANAS, IDADE MÉDIA E IDADE MODERNA.....</b>	<b>8</b>
2.2.1 RAÍZES HISTÓRICAS DA BELEZA.....	8
2.2.2 IDENTIDADE FEMININA E O PAPEL SOCIAL DA BELEZA.....	9
<b>3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....</b>	<b>13</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>26</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A idealização da beleza na sociedade exerce, desde sempre, forte influência no bem-estar dos indivíduos, sendo então a imagem facial fortemente ligada aos julgamentos que uma pessoa terá sobre outra, em especial entre as mulheres e sobre as mulheres, que sempre foi incentivada a aprimorar sua aparência conforme a demanda sociocultural de cada época.

Este fator sempre foi marcante na visão que a mulher tem de si mesma, assim como na construção de sua identidade e suas relações. “Compreendida a beleza feminina como tal, cabe compreender como as pressões que moldam os padrões de beleza femininos evoluíram através da história e como estes são reconhecidos na atualidade” (SOUZA; LOPES; SOUZA, 2018).

A busca por definir padrões de beleza, portanto, não é nova. Um dos primeiros a buscar explicações tangíveis sobre as qualidades indescritíveis da beleza foi o filósofo grego Pitágoras (c. 570-495 a.C). Ele acreditava que a beleza estava entrelaçada aos princípios matemáticos estáticos de simetria e proporção (KAYA *et al.* 2019).

Esses padrões também foram sugeridos por Leonardo da Vinci em seu *Homem Vitruviano*, assim como a Proporção Áurea (VICO-PRIETO, 2016) e a simetria (JACOBSEN, 2003). No Renascimento, os conceitos de beleza feminina incluíam não apenas fisionomia, mas também componentes emocionais e espirituais, como delicadeza, fragilidade, mistério e ternura materna (DEL CAMPO, 2002).

Jokela (2009) sugere que o padrão de beleza está associado ao sucesso reprodutivo. Foo *et al.* (2017) também relacionaram beleza à saúde, e, conseqüentemente à capacidade reprodutiva. Esse padrão parece persistir ao longo da história humana. Os padrões de beleza são modelos de aparência considerados ideais em determinado contexto histórico e social.

A noção clássica de beleza parece ser uma questão de matemática, concepções culturais, sexuais e evolucionárias. No entanto, com o advento do mundo altamente conectado onde os indivíduos são expostos a muitas formas de beleza, ainda nos esforçamos para entender o que a beleza implica (KAYA *et al.*, 2019).

A plataforma de mídia de massa durante anos introduziu certos critérios para o que constitui a beleza feminina. Estes critérios são impostos e reforçados atualmente por meio das mídias e redes sociais, criando uma pressão estética em todos que não correspondem à “beleza ideal” (LIRA; GANEN, 2017). Ao longo das últimas décadas, as opções de procedimentos cosméticos aumentaram significativamente para ajudar indivíduos a atingem os padrões culturais de beleza.

Procedimentos cosméticos cirúrgicos e não cirúrgicos se tornaram corriqueiros, que permitem aos indivíduos remodelar estruturas normais do corpo, bem como melhorar a aparência, confiança e autoestima (STREHLAU, 2015). Com o aumento da tecnologia em procedimentos estéticos, a quantidade de pacientes submetidos a esses procedimentos não-invasivos e invasivos também aumentaram (MERIANOS *et al.*, 2013).

Soma-se a isso o fato de a literatura recente propor o termo “dismorfia digitalizada” para definir a lacuna entre os padrões de beleza digitalizados das mídias sociais e a imagem corporal feminina, sugerindo que aplicativos como o Instagram têm contribuído para o aumento de transtornos dismórficos em mulheres jovens (VERRASTRO *et al.*, 2020).

Para a compreensão acerca das transformações dos conceitos de beleza das eras, partiu-se dos seguintes problemas de pesquisa: *Por que a sociedade está sempre alterando seus padrões de beleza? Quais fatores pressionam as mudanças nos padrões de beleza feminina através da história? Apenas os atributos físicos são suficientes para determinar se alguém é belo?*

Pretendeu-se, portanto, emergir nesses critérios, sua evolução e determinantes, para esclarecer o contexto histórico da Estética, bem como valer-se das concepções do Visagismo para compreender a influência da simetria nos padrões de beleza. O interesse pelo tema estendeu-se além da compreensão de procedimentos estéticos e produtos cosméticos e, portanto, procura compreender as raízes dos padrões da sociedade e porque estes mudam de forma tão constante.

### **1.1 Objetivos**

- Avaliar a influência do padrão da beleza feminina através da história;
- Analisar, através de revisão bibliográfica narrativa, artigos correlatos à beleza feminina;
- Descrever os fatores que pressionam as mudanças de padrões estéticos femininos através da História (Egípcios, gregos, romanos, Idade Média e Modernidade);
- Conhecer os fatores sociais, biológicos, históricos, religiosos e midiáticos que incitam as mudanças e características dos padrões de beleza femininos no decorrer da História.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Visagismo: a arte de conciliar beleza e ciência

A beleza representa o equilíbrio das proporções e a genuína perfeição das formas. Logo, esta relação expande o conceito de beleza facial, um dos fatores mais determinantes para o bem-estar social. Firmada na Filosofia, a Estética, expressão oriunda do grego *aistheike* e que significa perceptível pelos sentidos, agrega o sentimental e o racional, referindo-a tudo que pode ser considerado aprazível, agradável e belo aos sentidos.

Corroborar-se com a ideia de Goldstein (2002), quando este afirmou que as expressões faciais, quando associadas ao emocional e que ao sorrir, expressam emoções, sentimentos e reproduzem uma das formas mais célebres de comunicação humana.

Logo, a ideia de um rosto simétrico e harmonioso permeia a vontade de muitos, conceito este a ser contemplado por uma técnica primordial: O visagismo, que consiste no rol de técnicas para realçar a beleza da face. O termo *visagismo*, original *visagisme*, tem origem na França e quer dizer *rostro*. A expressão foi criada em 1936 pelo então maquiador Fernand Aubry, após perceber a possibilidade de personalizar as técnicas de maquiagem conforme cada cliente, podendo assim ressaltar a beleza de cada uma delas.

O visagismo tem por objetivo principal tornar bela a face, fazendo uma transformação completa em todos os seus aspectos, desde o corte e cor dos cabelos, passando pela maquiagem e pelo uso das cores corretas no processo. Nos dias atuais, pratica-se o visagismo corriqueiramente. Quando uma mulher está em busca de um corte de cabelo ou produto de maquiagem que valorize seus traços, ela está praticando o visagismo.

Nesse contexto, o visagismo é conceituado como a arte da criação de uma imagem pessoal que expressa o seu senso de identidade conforme características observadas em uma certa personalidade, podendo ser aplicada a qualquer pessoa. É um método derivado da associação de princípios da linguagem visual artística com auxílio de disciplinas como a Psicologia, Neurobiologia, Antropologia e Sociologia (CAMPOS, 2021, p. 3).

O visagismo preza pela harmonia facial, trazendo consigo o sentimento agradável de bem-estar e de prazer e tornou-se um nicho de mercado bastante requisitado, que busca atender às tendências contemporâneas, despadronizando e customizando a face, enfatizando a beleza de cada indivíduo de forma natural.

O profissional visagista pensa primariamente na necessidade, função e no estilo pessoal e de vida da pessoa, para depois pensar em sua imagem, sempre buscando saber o que cada um quer mostrar e expressar, para em seguida pensar no que pode deixar mais bonito.

## 2.2 As concepções de beleza a partir das civilizações antigas, greco-romanas, idade média e idade moderna

A beleza possui raízes conceituais históricas associadas à aceitação, à fertilidade e à harmonia. Tal conceito ainda é muito presente na sociedade, o que impulsionou a procura por produtos que realizem o prolongamento da juventude, ou o retardo do aparecimento das marcas do envelhecimento na face. A influência midiática e o capitalismo promovido pelas redes sociais vendem uma ideia de beleza ligadas a símbolos como o aumento da qualidade de vida (SUENAGA *et al.*, 2012).

Rituais de beleza foram elaborados em conformidade com cada contexto, ainda que alguns fossem baseados em misticismo e religião, é fato que os indivíduos sempre buscaram juventude. Um exemplo disto é relatado no livro *O Retrato de Dorian Gray*, de Oscar Wilde, onde o jovem Dorian leva uma vida em busca da eterna jovialidade, seu rosto é seu maior tesouro e patrimônio e ainda que se trate de um personagem fictício, nele é personificado o desejo das pessoas em manterem-se belas e jovens.

A busca pela beleza vem desde o início da humanidade e os estilos e tipos de higiene e cuidados refletem as épocas e costumes vigentes. Os egípcios foram os primeiros a cultivar a beleza de uma forma extravagante, por assim dizer. Eles usavam os cosméticos como parte de seus hábitos de embelezamento pessoal, para cerimônias religiosas e ao preparar os mortos para o enterro. Um dos usos mais antigos da “henna” (hoje encontrada em qualquer salão de beleza) era usada na arte corporal

### 2.2.1 RAÍZES HISTÓRICAS DA BELEZA

As percepções de beleza, ao longo dos séculos, sempre foram uma questão de compreensão subjetiva e coletiva, tendo seus conceitos e padrões estabelecidos pelos valores que fundamentam cada época, sejam eles raciais, étnicos, culturais, estéticos e até mesmo as manifestações artísticas em voga. Ser considerado bonito é ter a aceitação da sociedade e possuir mais desenvoltura em meio às pessoas e habilidades sociais mais afloradas, isto porque quando alguém está satisfeito com sua aparência, ele se torna mais seguro, satisfeito e feliz (ARAÚJO; LEORATTO, 2013).

Há milhares de anos, nossa espécie busca representar-se através da arte, em uma inconstante tentativa de encontrar o verdadeiro belo. A partir da Antiguidade, essa busca começou a se tornar racional, tendo pela primeira vez uma percepção consciente da beleza.

Durante a Idade Média e o domínio do Catolicismo na estrutura ocidental, a concepção de beleza também se adaptou às tendências da época: pureza, delicadeza, rostos angelicais. Estas ideias, posteriormente, foram repensadas durante o Renascimento Cultural, que se dedicou a retratar a beleza de forma mais cética e a partir do princípio da proporção.

Os gregos não incluíam as mulheres na idealização de perfeição, pensada apenas para os homens. Com a ascensão do Cristianismo, houve nova ressignificação da função social do corpo, saindo do status de expressão da beleza para fonte de pecado, tornando-se “proibido” (SOUZA; LOPES; SOUZA; 2018).

A imagem de Beleza grega, na verdade, era radicalmente idealizada e o corpo, treinado e produzido em função do seu aprimoramento, o que nos indica que era um artifício a ser criado numa civilização que alguns helenistas chamam de "civilização da vergonha", por oposição à judaico-cristã que será uma "civilização da culpa". Assim, a imagem idealizada corresponderia ao conceito de cidadão, que deveria tentar realizá-la, modelando e produzindo o seu corpo com exercícios e meditações. O corpo era visto como elemento de glorificação e de interesse do Estado (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p. 2)

Durante o século XV, a Beleza fora concebida como uma extensão da natureza, conforme as regras da proporção, adquirindo um status de perfeição quase sobrenatural. Durante o Renascimento, as produções culturais da época foram norteadas pela matemática, bebendo de fontes da Anatomia e Biomecânica.

### 2.2.2 IDENTIDADE FEMININA E O PAPEL SOCIAL DA BELEZA

A identidade corporal feminina é equivalente à harmonia presente entre a tríade beleza-juventude-saúde. “Com forte influência da cultura midiática, a cada dia que passa as mulheres se colocam a serviço da manutenção de seus corpos, sendo incitadas a associar beleza com juventude e, conseqüentemente, juventude com saúde” (DEL PRIORE, 2009, p. 79). As características físicas humanas e sua percepção pelo cérebro estão sob pressão de seleção natural para otimizar o sucesso reprodutivo. Homens e mulheres têm estratégias diferentes para parecerem atraentes e têm interesses diferentes em identificar a beleza nas pessoas.

Apesar disso, homens e mulheres de todas as culturas concordam sobre quem é e quem não é atraente, e em todo o mundo pessoas atraentes apresentam maior aquisição de recursos e maior sucesso reprodutivo do que outras (YAROSH, 2019). Para Heinzelmann, Romani, Lessa, Silva e Strey (2014), desde o início do século XX, a beleza representa papel social e um objetivo a ser alcançado pelas mulheres que desejam ser acolhidas pela sociedade. Apesar da extensão do papel feminino além das tarefas domésticas, ainda se percebe que as regras impostas e disseminadas pela mídia influenciam muito sua autoestima.

“A sociedade determina e impõe um padrão de beleza que, inconscientemente, é incorporado (SOUTO, FERRO-BUCHER, 2002, p. 693)”. Diversas pesquisas mostram que as mulheres se apresentam menos satisfeitas com seu corpo e/ou aparência e, dessa forma, passam a procurar o ideal sociocultural do corpo feminino e esse ideal é apresentado pela mídia (CASH, 2011). Mauss (2017) afirma que há um padrão de beleza determinado em cada cultura, e em cada época e através da “imitação prestigiosa”, as pessoas constroem suas imagens.

Como afirmou Marcel Mauss (1974) é por meio da "imitação prestigiosa" que os indivíduos de cada cultura constroem seus corpos e comportamentos. Para Mauss, o conjunto de hábitos, costumes, crenças e tradições que caracterizam uma cultura também se refere ao corpo. Assim, há uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo, que pode variar de acordo com o contexto histórico e cultural, é adquirido pelos membros da sociedade por meio da "imitação prestigiosa". Os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que têm prestígio em sua cultura. É importante destacar que este processo de imitação não é, necessariamente, um ato consciente dos membros de cada cultura (GOLDENBERG, 2011, p. 3).

Sobre a imitação prestigiosa, esta consiste na imitação de comportamentos e da aparência de pessoas que são consideradas um exemplo a ser seguido na sociedade: pessoas bem-sucedidas, ricas e com fama são considerados tais exemplos, especialmente entre as mulheres. Um exemplo vívido disto são os pedidos, em salões de beleza, pelo corte de cabelo de uma determinada atriz ou personagem, que se torna adotado por várias mulheres.

Lipovetsky (2000) assevera que, de maneira contraditória, quanto mais o conceito de autonomia é disseminado na sociedade, maior é a exigência de atender aos padrões sociais para que assim sejam mais atraentes.

Yarosh (2019) aponta que homens e mulheres têm diferentes estratégias para o sucesso reprodutivo que foram aperfeiçoadas durante dezenas de milhares de anos. Mulheres procuram homens para parceiros que contribuam com recursos materiais, enquanto os homens procuram uma ou mais parceiras. A estratégia de cada sexo inclui publicidade para potenciais companheiros e membros concorrentes do mesmo sexo, para demonstrar que ele ou ela é valioso. A exibição desses traços é chamada de “atratividade” ou “beleza”. Os sinais de aptidão para os seres humanos incluem saúde, juventude e proporções ideais. O cérebro desenvolveu módulos para perceber formas faciais e corporais, interpretar seus significados e então atribuir valor: bonito e atraente, ou não.

A beleza é suscetível de manifestações cada vez mais elevadas e, uma vez apreendida, instiga o eros ou a paixão que compele a alma a uma ascensão espiritual, uma viagem de conhecimento combinada com amor que culmina, por fim, numa apreensão puramente intelectual da beleza, do bem, da justiça e da sabedoria. (BLACKBURN, 1997, p. 39).

Como homens e mulheres têm estratégias reprodutivas diferentes, e diferentes hormônios sexuais moldam seus corpos, o cérebro está sintonizado com essas características impulsionadas por esses padrões de desenvolvimento específicos de gênero na tomada de decisões sobre atratividade. Uma descoberta chave é que homens e mulheres de todas as culturas concordam sobre quais homens e mulheres são atraentes e quais não são (YAROSH, 2019).

Além dos aspectos “matemáticos” da beleza, o conceito de atratividade tem forte base biológica evolutiva que se relaciona com a koinofilia, que é uma predileção pela média. As pressões evolutivas eliminam os extremos da população e, portanto, o pool genético “médio” é mais adequado para a sobrevivência e procriação. Esse fator afeta a seleção de um parceiro, há uma tendência a ser atraído por pessoas com as qualidades mais medianas para maximizar a aptidão de sobrevivência (CAMPOS, 2021, p. 9).

A atratividade facial tem sido sugerida para fornecer sinais de qualidade biológica, particularmente de saúde, em humanos. Os traços atraentes que têm sido implicados como sinais de qualidade biológica incluem dimorfismo, simetria, média, adiposidade e cor da pele baseada em carotenóides. Em contraste ao relato biológico, tem sido sugerido que nossas preferências são produtos de nossas experiências culturais. Essa visão foi contestada por dois tipos de evidências.

Não só existe um acordo intercultural sobre o que considerar atraente, mas também nossas preferências faciais surgem em uma idade precoce, antes que seja provável que tenhamos aprendido sobre o que nos atrai. Além disso, a atratividade facial e os traços relacionados a ela demonstraram estar associados à escolha do parceiro e ao sucesso do acasalamento em humanos. Juntos, esses resultados sugerem que nossas preferências faciais refletem em parte adaptações que evoluíram por meio da seleção sexual.

Nas mulheres, a atratividade foi predita positivamente pela feminilidade e negativamente pela adiposidade. A cor da pele fez não predizem atratividade em ambos os sexos, sugerindo que, apesar do recente interesse na literatura, a cor pode desempenhar um papel limitado na determinação da atratividade. A percepção de saúde masculina foi prevista positivamente por média, simetria e amarelecimento da pele, e negativamente pela adiposidade (FOO, 2016).

Para Adams (2016), a sociedade ainda dispensa tratamentos preconceituosos àqueles considerados como não atraentes, em diversas situações no cotidiano. Os padrões vigentes de beleza de cada época fornecem precedentes para que pessoas sejam julgadas e aceitas ou não em um grupo social.

Quem é considerado atraente tem mais portas abertas, seja em relacionamentos, entrevistas de emprego e passa maior credibilidade. Em contrapartida, aqueles que “destoam” de tal padrão são mais propensos a se deparar com ambientes menos acolhedores e sofrem com um índice maior de rejeição, desfavorecendo a convivência de forma igualitária. O rosto é uma ferramenta importante de aceitação e a imposição midiática massiva traz à tona a imposição de padrões que interferem em aspectos variados da vida das pessoas.

De acordo com Caron (2014), a beleza feminina é um conceito permeado de padrões que são amplamente difundidos pela mídia, mas que, entretanto, o indivíduo não sabe o porquê da determinação de tal padrão. As revistas e redes sociais atualmente funcionam como eloquentes vitrines de corpos e rostos perfeitos, porém, iguais. Não é difícil se deparar com pessoas com procedimentos faciais que dão a sensação de que todas saíram da mesma “fábrica”, em outras palavras, trata-se de um fenômeno de vasto campo para estudo. Esta padronização do rosto feminino ajuda a alavancar o mercado de consumo (TOMAZ et al., 2020).

Pode-se cogitar a ideia de que os padrões e regras da beleza feminina são pensados para agradar uma parcela da sociedade que funciona mediante demandas. Sejam os quadris largos propícios para a gestação de filhos na Antiguidade como os preenchimentos labiais dos tempos atuais, os rostos e corpos das mulheres parecem funcionar como meros instrumentos de modificação. E não é só isso. Tal imposição de padrões incita nas mulheres uma concorrência em relação a quem veste as melhores roupas, os melhores sapatos, causando uma onda de consumismo desenfreado (GOLDENBERG, 2011).

A percepção de si e o nível de satisfação ou insatisfação consigo mesma possuem fortes raízes com a forma como a mulher é vista na sociedade, conforme os padrões determinados por cada cultura e época, cabendo assim investigação sobre o que determina tais padrões e se eles são de fato genuínos; se as mulheres são consideradas belas por realmente serem ou por estarem dentro de um parâmetro estipulado. Os grupos sociais nos quais a mulher está inserida também podem ser determinantes na forma como ela se vê. Tendências são lançadas a todo momento, sendo maciçamente disseminadas pelas redes sociais e pela mídia e tais ferramentas contribuem para a construção de uma opinião pública que muitas

vezes pode ser tóxica, impondo comportamentos que podem ser prejudiciais e causando nas mulheres preocupação excessiva para serem aceitas.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para a realização da revisão narrativa, recorreu a portais acadêmicos entre os meses de agosto a outubro de 2022, nas bases de dados eletrônicas acadêmicas, a saber: PUBMED, SciELO, BIREME, Biblioteca Virtual de Saúde e *National Library of Medicine*.

Os descritores estão em conformidade com os termos estabelecidos pelos descritores controlados DeCS/Mesh – Descritores em Ciências da Saúde, são eles: Beleza; Estética; História; Aparência Física; Cultura da Beleza. Para alcançar resultados específicos e mais relevantes, serão utilizados os operadores booleanos *and* e *or*. Como critérios de inclusão, foram estabelecidos: estudos primários, com abordagem qualitativa, publicados a partir de 2010 a outubro de 2022 em inglês, português e espanhol. Como critérios de exclusão, foram estabelecidos: estudos com dados incompletos, trabalhos de conclusão de curso, obras que não contemplavam os padrões de beleza dentro dos aspectos históricos e sociais, artigos duplicados, publicações com incidência de plágio e com mais de 11 anos de publicação.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

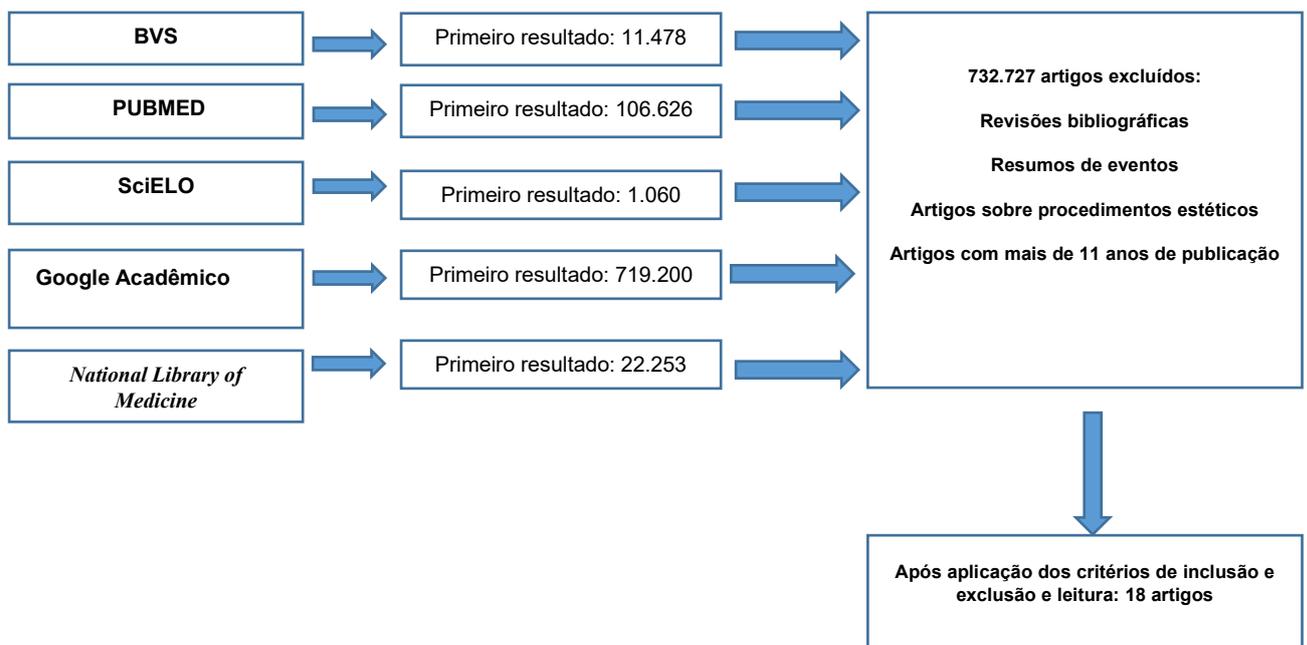
O intuito da pesquisa é compreender quais fatores foram essenciais para que determinado padrão de beleza fosse adotado por uma sociedade, sendo fator, inclusive para o firmamento ou não de um matrimônio. A pesquisa configura-se como uma revisão narrativa. Abaixo, seguem os resultados dos 18 arquivos recuperados pré-triagem

Quadro 1 – Resultados primários de pesquisa antes da triagem.

Resultados	Plataforma
Beauty (8.960); History <i>AND</i> beauty (800); Beauty <i>AND</i> esthetic (859); Esthetic OR Beauty (859);	BVS
Beauty (11.574); History <i>AND</i> beauty (992); Beauty <i>AND</i> esthetic (3.574); Esthetic OR Beauty (90.486).	PUBMED
Beauty (311); History <i>AND</i> beauty (18); Beauty <i>AND</i> esthetic (8); Esthetic OR Beauty (723).	SciELO
Beauty (327.000); History <i>AND</i> beauty (89.500); Beauty <i>AND</i> esthetic (251.000); Esthetic OR Beauty (51.700)	Google Acadêmico.
Beauty (7.628) History <i>AND</i> beauty (5.662); Beauty <i>AND</i> esthetic (339); Esthetic OR Beauty (8.624).	<i>National Library of Medicine</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

O fluxograma a seguir auxilia a compreender o processo de triagem:



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Contudo, apenas 18 fizeram parte do escopo desta revisão.

Quadro 2 – Resultados após triagem.

Estudo, autores e ano	Descritores	Objetivo do Estudo	Tipo de Estudo	Resultados
<b>Autoestima e autoimagem: a relação com a estética.</b>  Flavia Floriani; Márgara Silva e Laércio Baggio (2010).	Autoestima; Autoimagem; Estética; Beleza.	Esclarecer os conceitos de autoestima, autoimagem e a relação destes com a Estética.	Pesquisa bibliográfica explicativa.	Com a evolução da ciência e da sociedade, o conceito de belo passou a ser visto de forma individualizada, onde cada um tem sua beleza, seu estilo e sua liberdade de expressão. a mesma sociedade durante muito tempo impôs padrões inviáveis e hoje expõe que é possível alcançar boa aparência de forma saudável.
<b>The Beauty Industry's Influence on Women in Society</b>  Ann Marie Britton (2012).	Beauty; industry.	Compreender o efeito que a publicidade na moda e a indústria da beleza tem sobre as mulheres.	Revisão bibliográfica	Em geral, a indústria da beleza tem efeito negativo na autoestima, imagem corporal e percepção de beleza das mulheres que estão constantemente se comparando aos padrões de beleza que sociedade lhes mostra.
<b>Who determines the ideal body? A Summary of Research Findings on Body Image</b>  Poorani (2012).	Feminine beauty; body image.	Compreender o papel da mídia na determinação da imagem perfeita.	Revisão bibliográfica	A tentativa de “vender” por meio de ideais estereotipados de corpo tornou o “corpo” parte do pacote.  As consumidoras podem não comprar todos os produtos, mas vários estudos provam que eles inconscientemente compraram a ideia de ideais de corpo, internalizando-os fielmente através a exposição às imagens da mídia.
<b>Medicalization of Female Beauty: A Content Analysis of Cosmetic Procedures</b>  Ashley Merianos; Rebecca Vidourek; Keith King (2013).	Cosmetic Surgery; Content Analysis; Medicalization, Therapy; Beauty.	Realizar levantamento sobre os procedimentos estéticos disponibilizados para clientes do sexo feminino em centros de cirurgia plástica;  Examinar técnicas de enquadramento médico e terapêutico usadas para incentivar as mulheres a se submeterem a procedimentos estéticos.	Análise de conteúdo	Todos os centros de cirurgia estética avaliados ofereciam procedimentos invasivos ou cirúrgicos, tratamentos antienvhecimento e procedimentos de rejuvenescimento (Sephyl, fotorejuvenescimento, Deka e thermage, Sculptra, procedimento de microesfoliação DiamondTome, Botox, injeções de Dysport, e vários preenchimentos, incluindo Juvederm, Radiesse, Perlane/Restalyne, Artefill).
<b>Beauty: neglected, but alive and kicking.</b>  Christoph Redies (2014).	Beauty; aesthetic.	Descrever a importância da beleza em apreciação estética e julgamentos estéticos.	Estudo qualitativo.	A beleza é considerada como uma inerente forma de estímulos visuais que tem o potencial de eliciar prazer visual por meio de estímulos sensoriais diretos
<b>Sujeito mulher: a imagem da beleza.</b>  Christiane Moura Nascimento; Luiz Carlos Avelino da Silva (2014).	Mulher; imagem; psicanálise; beleza; subjetividade.	Investigar a formação subjetiva da mulher através da beleza, enviesada pela sociedade do espetáculo, e pelas postulações psicanalíticas, sobretudo de Freud	Revisão Bibliográfica.	A beleza é compreendida como uma forma de poder das mulheres. Também é uma espécie de compensação à imperfeição, ou à condição de castrada.  Em outras palavras, a beleza – poder atribuído à mulher, tornou-se uma imagem a ser assistida e copiada, destituída, assim, de possibilidade de singularidade.
<b>Aspectos não explícitos das representações sociais da beleza física em relacionamentos amorosos.</b>  Adriano Schlösser; Brigido Vizeu Camargo (2015).	Representações sociais; relacionamento amoroso; atração interpessoal; beleza física.	Investigar a existência de uma zona muda das representações sociais da beleza física em contexto de estabelecimento de relacionamentos amorosos	Estudo descritivo, comparativo, de recorte transversal e amostragem intencional com 120 pessoas, entre homens e mulheres, 60 deles modelos fotográficos, e outros 60 estudantes de Ciências Exatas ou Tecnológicas.	A zona muda da representação social da beleza indicou que os participantes tanto a consideram abertamente como um atributo central no estabelecimento de relações amorosas, quanto percebem que outras pessoas consideram da mesma forma

<p><b>Individual Aesthetic Preferences for Faces Are Shaped Mostly by Environments, Not Genes.</b></p> <p>Laura Germine et al. (2015).</p>	<p>Atractiveness; simmetry.</p>	<p>Compreender os fatores de preferência para que um ser humano considere outro atraente.</p>	<p>Classificação de atratividade facial.</p>	<p>A maioria das preferências foram explicadas pela contribuição de ambiente – aqueles aspectos do ambiente que são únicos para indivíduos e não compartilhados entre gêmeos. Dados sugerem que a história de vida e a experiência individual são uma força motriz por trás das preferências de rosto individuais</p>
<p><b>Predictors of facial attractiveness and health in humans.</b></p> <p>Yong Zhi Foo; Leigh W. Simmons; Gillian Rhodes (2016).</p>	<p>Atractiveness; simmetry; beauty.</p>	<p>Fornecer avaliação abrangente dos preditores da aparência facial de atratividade, saúde percebida e saúde real.</p>	<p>Revisão bibliográfica</p>	<p>Não só existe um acordo intercultural sobre o que é atraente. As preferências faciais surgem em idade precoce, antes que seja provável que tenhamos aprendido nossas preferências A atratividade facial e os traços demonstraram associação à escolha do parceiro e ao sucesso do acasalamento em humanos.</p> <p>Juntos, esses resultados sugerem que nossas preferências faciais refletem em parte adaptações que evoluíram por meio da seleção sexual.</p>
<p><b>A beleza que vela o feminino.</b></p> <p>Maria Cristina Bion Cardoso (2017).</p>	<p>Beleza; feminino; olhar</p>	<p>Compreender a afinidade entre a mulher e o atributo da beleza, ou seja, a beleza como um recurso para ser identificado.</p>	<p>Estudo qualitativo.</p>	<p>A busca da beleza representa uma, dentre outras tentativas, do sujeito inventar, criar sua ficção de feminilidade, contornando assim o enigma que o feminino implica.</p>
<p><b>The multicultural evolution of beauty in facial surgery</b></p> <p>Thomas Cerrati (2017).</p>	<p>Beleza facial, proporcionalidade; juventude.</p>	<p>Descrever as diversas definições de beleza facial</p>	<p>Revisão narrativa.</p>	<p>Embora modificações faciais possam ter impacto na vida dos pacientes, o resultado planejado não deve se aventurar muito longe dos conceitos de beleza facial que definiram o campo desde a sua criação.</p>
<p><b>A Dimensão do Belo no Tempo</b></p> <p>José Carlos Souza, Luiz Henrique Bernardinelli Lopes, Vítor Cruz Rosa Pires de Souza (2018).</p>	<p>Beleza, tempo, biopsicossocial, saúde-doença</p>	<p>Conceituar a beleza ao longo da história da cultura ocidental, considerando implicações atuais do corpo ideal segundo os fatores que determinam e condicionam o processo saúde-doença.</p>	<p>Revisão bibliográfica</p>	<p>Pessoas atraentes têm mais facilidade de serem aceitas em ambientes sociais e profissionais. O corpo torna-se, paulatinamente, uma moeda de troca nas relações humanas; o belo torna-se sadio, perfeito e o mais adequado.</p> <p>Enquanto a beleza for um adjetivo e um predicado, além de sinônimo de saúde, a humanidade terá padrões distorcidos de personalidade e de qualificação, prejudicando, em última análise, a qualidade da vida humana.</p>
<p><b>Perception and Deception: Human Beauty and the Brain.</b></p> <p>Daniel B. Yarosh (2019).</p>	<p>Beleza social; atratividade; biologia evolutiva; sinais caros; cosméticos; engano; autossinalização</p>	<p>Estudas as concepções de aparência e beleza pessoal no contexto da biologia evolutiva.</p>	<p>Revisão narrativa.</p>	<p>Como homens e mulheres têm estratégias reprodutivas diferentes, e diferentes hormônios sexuais moldam seus corpos, o cérebro está sintonizado com essas características impulsionadas por esses padrões de desenvolvimento específicos de gênero na tomada de decisões sobre atratividade.</p> <p>Uma descoberta chave é que homens e mulheres de todas as culturas concordam sobre quais homens e mulheres são atraentes e quais não são.</p>

<p><b>The nature of beauty: behavior, cognition, and neurobiology.</b></p> <p>Martin Skov; Marcos Nadal (2020).</p>	<p>Beauty; pleasure; neuroaesthetics; mate choice; decision making</p>	<p>Descrever estudos empíricos recentes e sintetizar o que experimentos têm revelado sobre a natureza da beleza</p>	<p>Revisão integrativa.</p>	<p>A beleza é um conceito que tem atraído intelectuais por pelo menos três milênios.</p> <p>Pessoas e animais têm expectativas complexas de que beleza é, o que significa e o que sinaliza, e tal expectativa desempenha um papel importante na avaliação da beleza e em responder a ela.</p>
<p><b>What is Beauty?</b></p> <p>Andrea Sisti, Negaar Aryan e Payam Sadeghi (2021).</p>	<p>Beauty; beauty of the face; body and breast; models of beauty beauty in cosmetic surgery.</p>	<p>Investigar o conceito de beleza a partir de diferentes perspectivas em diferentes períodos históricos.</p>	<p>Revisão transversal.</p>	<p>De Platão aos estudos modernos, o conceito de beleza sempre foi tema de debates acalorados e pensamentos apaixonados. A verdadeira definição do conceito de beleza ainda é ambígua e individual.</p>
<p><b>O insustentável peso da autoimagem:(re)apresentações na sociedade do espetáculo.</b></p> <p>Michelle Rodrigues Oliveira e Jaqueline Simone Almeida Machado (2021).</p>	<p>Adolescente; Autoimagem; Imagem corporal; Identificação social; Cultura à beleza</p>	<p>Identificar a autoimagem do adolescente diante de uma sociedade forjada por padrões de imagem-corpo perfeitos, compreendendo a influência das relações sociais e da mídia na construção de suas identidades.</p>	<p>Estudo qualitativo.</p>	<p>Os adolescentes que colaboraram com a pesquisa, se percebem imersos em cobranças que perpassam os padrões sociais, midiáticos e a própria autocobrança, nesse sentido estão constantemente insatisfeitos, principalmente, fisicamente.</p>
<p><b>Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents.</b></p> <p>Valéria Verrastro et al. (2020).</p>	<p>Instagram, adolescence, body image, stereotypes, anxiety, social media</p>	<p>Análise da relação Instagram x pressão social para aderir aos padrões de beleza.</p>	<p>Pesquisa com 621 jovens com idades de 13 a 21 anos, usuários de Instagram e estudantes do sul da Itália.</p>	<p>O uso do Instagram está associado à imagem corporal ruim, ansiedade e níveis mais altos de pressão social/digitalizada para defender um tipo específico e irreal de beleza em adolescentes do sexo masculino e feminino, que decidem editar e mudar sua aparência online para atingir esses padrões e alcançar popularidade on-line.</p>
<p><b>'How to Botox' on YouTube: Influence and Beauty Procedures in the Era of User-Generated Content.</b></p> <p>Bárbara Castillo-Abdul, Daniela Jaramillo-Dent, Luis M Romero-Rodríguez (2021).</p>	<p>Botox; YouTube; influencers; social media; social networks; tutorial</p>	<p>Compreender como o Youtube e as influencers impactam na adesão a procedimentos de beleza.</p>	<p>Análise quantitativa do conteúdo de 221 vídeos, selecionando amostragem de 50 vídeos mais vídeos sobre o assunto. Foram analisados: popularidade dos vídeos, as estratégias de contato e emotivas do criador, a credibilidade transmitida e as características das informações sobre o procedimento em si.</p>	<p>Os resultados sugerem que esses influenciadores se alinham com a cultura de celebridades da Internet em práticas que visam aumentar seus seguidores e visualizações, bem como chamadas para assinaturas e visitas a outras plataformas e perfis.</p> <p>Além disso, eles incluem diferentes estratégias para estabelecer sua credibilidade, mas enfatizam a experiência pessoal. A representação positiva do procedimento, incluindo emoções positivas e conteúdo que destaca os benefícios, é interessante e corrobora a natureza comercial de grande parte do conteúdo.</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Após leitura das produções selecionadas, os artigos foram separados em eixos temáticos, sobre os quais se discorre a seguir.

### **Eixo temático 1 – A Beleza, redes sociais e a mídia.**

Oliveira e Machado (2021) pesquisaram os efeitos dos padrões de beleza em adolescentes, promovendo uma pesquisa que deu voz aos jovens para ouvirem o que acham sobre a sociedade, ávida por exposição e espetacularização, levando à imposição de padrões que interferem na construção das relações, cenário este alimentado pela mídia. O padrão de beleza do mundo virtual estende-se para o real e aqueles que não se enquadram, são acometidos por baixa autoestima e autodepreciação.

A sociedade ainda exige que estes jovens se empenhem para serem aceitos, conduzindo os adolescentes por um caminho de cobranças que buscam atender padrões estéticos, midiáticos e sociais, além disso, há a auto cobrança, que constrói uma geração insatisfeita com a própria imagem. Este cenário revela que a sociedade está imersa em valores frívolos, voltados unicamente para a aparência, os autores encerram sugerindo que sejam realizados mais estudos que promovam subsídios para auxiliar os jovens a construir sua singularidade desprendidos destes padrões.

Verrastro et al. (2020) analisaram o poder das redes sociais na formação do conceito de beleza e para tal, fizeram uma pesquisa amostral com 621 estudantes, com idades de 13 a 21 anos, para analisar como se dava o processo de internalização dos padrões de beleza e os efeitos da pressão social promovida pelo Instagram. Os autores verificaram que os participantes da pesquisa absorviam os padrões de beleza postados no Instagram e só postavam uma foto após editá-la até que sua imagem se assemelhasse aos *influencers*.

O uso massivo da rede social está atrelado a uma imagem corporal negativa, culminando no aumento dos níveis de ansiedade para seguir um padrão irreal de beleza, este fenômeno foi observado tanto nas meninas como nos meninos. O Instagram impacta negativamente no bem-estar destes jovens e afirma que os jovens estão vulneráveis a estereótipos irreais e sugerem que haja um uso mais consciente das redes sociais.

Castillo-Abdul e Romero-Rodriguez (2021) verificaram a relação existente entre padrões endossados por digital *influencers* e a adesão a procedimentos como o botox. Como conclusão, há o inquestionável apelo das redes sociais, onde o conteúdo de *influencers* digitais se fundem a conteúdos de profissionais de Medicina e Estética que mencionam o botox como uma intervenção benéfica, incentivando o público a realizá-lo. Entretanto, a ânsia por resultados leva os produtores de conteúdo a não dar a devida atenção aos cuidados que devem ser tomados com o procedimento em questão.

É enfatizado que YouTubers não são profissionais da saúde, e que focam nas emoções do público para gerar audiências e isto tem relevância no que diz respeito à influência que estas pessoas têm e à mídia que ronda o campo médico. O interesse em ser belo faz com que esse tipo de conteúdo seja produzido e para altos níveis de visualizações.

Poorani (2012) versa que a beleza, apesar percebida de forma diferente em cada indivíduo, possui padrões midáticos, que valorizam corpos extremamente magros. As revistas femininas vendem as imagens de modelo como um modelo ideal, levando milhares de mulheres a desenvolver problemas de autoestima. A mídia vincula a magreza à saúde e felicidade, induzindo ao pensamento de que uma pessoa acima do peso é triste e preguiçosa. O capitalismo prega que a magreza está atrelada ao sucesso e atratividade, criando um mercado lucrativo através de imagens distorcidas e anúncios apelativos. A beleza, neste cenário, parece algo intangível, o chamado “mito da beleza”, que leva milhões de mulheres a gastarem bilhões em busca de serem belas.

Britton (2012) versa sobre a influência da indústria de cosméticos e maquiagens na construção da autoimagem feminina. A autora realizou uma pesquisa com mulheres que foram unânimes afirmando que a maquiagem faz parte de suas vidas e que seria pouco improvável que saíssem de casa sem que estivessem utilizando. Este comportamento indica preocupação com a aparência. A maquiagem é um artifício para realçar traços e corrigir imperfeições, a prova disso é a movimentação de 7 bilhões de dólares injetados na compra de cosméticos, que fazem parte da rotina das mulheres e o ato de se maquiar equivale a dormir, comer, tomar banho etc.

A partir da análise dos artigos que compuseram este eixo, constata-se que a mídia, as redes sociais e a indústria de cosméticos formam uma tríada que determinam, de forma massiva, quais os padrões de beleza aceitáveis, gerando um quadro de insatisfação nas pessoas que não se enquadram nesses padrões.

O culto à magreza e a padrões faciais surreais reforçam a ideia de que, aparentemente, o mundo é mais justo com as pessoas que são consideradas bonitas e este pensamento é refletido nos perfis de celebridades e *influencers* digitais, cujos rostos passaram por procedimentos estéticos que reforçam tais padrões.

## **Eixo temático 2 – A Beleza além do físico**

Floriano, Silva e Baggio (2010) versam que os indivíduos estão constantemente analisando a imagem que têm de si mesmos. O artigo explica que os conceitos do autoestima e autoimagem possuem uma diferença: autoestima equivale à auto aceitação, à soma da visão que o indivíduo tem de si mesmo, reconhecendo-se a partir das influências que absorveu ao longo da vida, um fator de saúde mental, física e emocional, cujo desequilíbrio afeta as relações interpessoais.

Os padrões de beleza influenciam a própria percepção e quando não se está satisfeito com o que o espelho, recorre-se a procedimentos estéticos, dietas, academia e cirurgias, passando a desconhecer limites para aprimorar a aparência. A necessidade de sentir-se belo é comum ao ser humano. A beleza, entretanto, conforme os autores, não se trata de padrões intangíveis, mas sim da essência de cada pessoa, adquirindo um caráter além do físico.

Sisti, Aryan e Sadeghi (2021) debruçaram-se sobre a definição da beleza. O levantamento dos autores trouxe importantes fatos sobre a relação entre a simetria e os padrões culturais de cada nação ou povo, incutindo a ideia de que as diferenças culturais influenciam na determinação dos padrões de beleza conforme as etnias.

Além disso, este estudo mostrou que a autoimagem influencia diretamente no julgamento que as outras pessoas fazem sobre a personalidade de outrem, introduzindo a concepção de que a beleza reúne características intelectuais, incitando o leitor a procurar ver a essência das pessoas além dos atributos físicos.

Skov e Nadal (2020) debruçaram sob o amplo espectro da beleza, que passou a ser uma percepção exclusiva do ser humano a partir da tradição filosófica ocidental. Evidências de estudos psicológicos, neurocientíficos e biológicos sugerem que a beleza é concebida como estímulo: aquilo que é belo provoca prazer, conferindo à beleza um aspecto de estímulo ao bem-estar.

A mensuração da beleza é obtida a partir da representação do objeto de avaliação. Pessoas e animais possuem conceitos sobre o que é beleza, o que ela significa e representa, e tais conceitos influenciam a avaliação da beleza de algo ou alguém. Os autores sugerem que decidir sobre o que é belo ou não contempla a combinação de modelos conceituais do que é considerado belo com representações online de suas propriedades perceptuais, cognitivas e hedônicas.

Souza et al. (2018) abordam o caráter mutável da beleza em diferentes épocas, estabelecendo uma comparação entre a Antiguidade, a Idade Média, a Idade Moderna e Contemporânea. A Idade Contemporânea idealiza a beleza imposta nas redes sociais, induzindo ao aparecimento de psicopatologias naquelas pessoas que não se consideram dentro do padrão de beleza.

Para os autores, “O corpo torna-se, paulatinamente, uma moeda de troca nas relações humanas; o belo torna-se sadio, perfeito e o mais adequado. Enquanto a beleza for um adjetivo e um predicado, além de sinônimo de saúde, a humanidade terá padrões distorcidos de personalidade e de qualificação, prejudicando, em última análise, a qualidade da vida humana”. Os autores encerram seu ensaio afirmando que o caminho para a beleza é a auto aceitação e a compreensão de que cada pessoa é única e diferente e que o corpo não deve ser modificado ou colocado em uma medida para se encaixar nos padrões de beleza impostos.

Os artigos escolhidos para compor este eixo tratam a beleza como uma forma de manifestação de opinião individual, porém, influenciada por valores filosóficos e subjetivos. O que é bonito para uma pessoa, pode não ser para outra, porém o que varia de uma pessoa para outra são as influências que cada uma recebeu ao longo da vida.

### **Eixo Temático 3 – A Beleza feminina voltada à satisfação masculina**

Cardoso (2017) trata do aspecto psicanalítico da beleza à luz de Freud, Lacan e Miller, percebendo-a como subsídio para extirpar ou guardar o lugar do “ser feminino”, construindo padrões inalcançáveis para mascarar o fato de que as mulheres não são perfeitas. Neste ensaio, a beleza funciona como meio opressor das mulheres, um “repúdio ao feminino”, que coloca a mulher em uma posição subordinada e tal concepção é representada de forma diferente em cada época. A autora concebe os padrões de beleza como uma forma de se inventar ficções sobre feminilidade.

Nascimento e Silva (2014) contemplam a beleza como reflexo dos anseios masculinos, auxiliados e validada pela mídia, condicionando a mulher a uma posição submissa aos padrões de beleza para ser, de alguma forma, vista, desejada, cobiçada ou simplesmente notada. Tal cenário delega às mulheres a necessidade de estarem em constante disputa umas com as outras e que o conceito de beleza está ligado à forma como o corpo feminino é percebido em cada cultura e que na era pós-moderna, cuidar do corpo é “o caminho legítimo e seguro para a felicidade individual” (NOVAES, 2006, p.84 apud NASCIMENTO e SILVA, 2014, p. 9).

Na concepção dos autores, a beleza é constituída de ideias falocêntricas e ocidentais, ao mesmo tempo em que confere um falso poder às mulheres. Aquela que é bela é aceita, bem vista, desejada e amada. Entretanto, tal posição também é negativa, pois limita a mulher à condição de “castrada”, como um ser que busca apenas a aprovação alheia.

Neste eixo, as obras estudadas concebem a beleza como uma espécie de forma de validação feminina, analisando do ponto de vista psicanalítico como a beleza pode ser uma via de mão dupla: ela dá poder à mulher à medida em que a torna escrava dos padrões. O poder é compreendido como a potencialização da aceitação desta mulher ser escolhida por alguém, enquanto isso, a mulher é colocada em uma posição de busca constante por aceitação masculina através de sua aparência.

#### **Eixo 4 – Variáveis subjetivas e étnicas na construção dos padrões de beleza**

Schlosser e Camargo (2015) realizaram um estudo experimental que demonstrou que as pessoas consideradas não atraentes do grupo de participantes da pesquisa veem a beleza física como algo sem padrão estabelecido e que a ideia de beleza varia para cada indivíduo.

Ao associar beleza a relacionamentos e amizades, a beleza é posta em segundo plano, pois quem a prioriza, em tese, é visto como alguém fútil. No caso dos participantes do estudo, estes alegaram que a beleza física é fator importante, seja no teste de evocação ou na técnica de substituição.

Redies (2014) concebe a beleza como um conjunto de estímulos visuais que buscam proporcionar prazer àqueles que a contemplam e que qualquer experiência com a beleza é permeada por fatores culturais, psicológicos e individuais, cabendo a cada pessoa construir seus padrões de beleza.

Para Cerrati (2017) o conceito de beleza foi aperfeiçoado no Renascimento Cultural, acompanhando uma tendência artística de valorização do físico. Além disso, para o autor, a beleza é formada pela junção da proporcionalidade, juventude, simetria e dimorfismo sexual, fatores estes variáveis em cada cultura, ou seja, a beleza possui princípios que são mutáveis em cada região e que procedimentos como a harmonização facial devem ser feitos a fim de conciliar a beleza com a preservação dos traços étnicos de cada paciente.

Germine (2016) revelou em sua pesquisa que há, na humanidade, um comportamento genético sensível e que o campo das Artes e das Ciências Humanas explicam que o meio no qual o indivíduo está inserido contribui para a construção do conceito de beleza, bem como moldam nossas preferências, que podem variar de uma pessoa para outra, em outras palavras, a beleza está nos “olhos de quem vê”.

Os artigos acima versam sobre os fatores que influenciam a determinação da beleza ou da falta desta e compreendem a beleza como um estímulo visual que traz bem-estar a quem a contempla e este estímulo varia a depender do meio no qual o indivíduo está inserido. Toda a pluralidade étnica contempla diversas percepções de beleza, bem como as aspirações individuais de cada um.

### **Eixo temático 5 – A beleza explicada pela neurociência e genética.**

Para Yarosh (2019) a beleza possui relação com o sucesso reprodutivo e afirma que os homens e as mulheres possuem métodos distintos para se tornarem mais atraentes e que possuem padrões diferentes para decidir se alguém é belo ou não. Apesar da variação, homens e mulheres concordam de forma unânime que uma pessoa atraente possui alta taxa de sucesso reprodutivo.

O autor afirma que o cérebro humano possui regiões interconectadas que atribuem julgamentos à beleza de uma pessoa: identificação, interpretação e avaliação e que os aspectos utilizados para definir a beleza de alguém são: idade, simetria, saúde, proporção facial e corporal, cor e aspecto da pele.

Para se tornarem mais atraentes, indivíduos recorrem a estratégias de intervenção em uma tentativa de burlar o cérebro de quem o vê: mudam a cor dos cabelos, alteram a forma do rosto, preenchem os lábios, etc. Tais artificios podem, inclusive, gerar uma mudança na autoimagem: a pessoa se acha mais bonita após as mudanças.

A seleção natural que engloba nossa evolução favorece os mais atraentes, por isso o cérebro desenvolveu meios para atribuir juízo de valor: bonito ou não. O cérebro está programado de forma a ser sintonizado com as características para definir quem é belo ou não, assim é explicada a neurociência da beleza.

Foo et al. (2017) sugere que a atratividade facial fornece sinais de qualidade biológica, especialmente de saúde. As características consideradas atraentes e como sinais de qualidade biológica são: dimorfismo sexual, simetria, média, adiposidade e cor da pele baseada em carotenóides. Os autores fizeram um exame contemplativo sobre as características consideradas atrativas.

Nas mulheres, a atratividade foi mensurada por: feminilidade de forma positiva e negativamente pela adiposidade. A concepção sobre saúde feminina foi determinada pela feminilidade.

A partir da leitura dos artigos deste eixo, extraiu-se a seguinte conclusão: o cérebro humano responde automaticamente aos estímulos visuais da beleza, através da ligação que há entre a visão e o prazer sentido a partir de um estereótipo de beleza imbricado. Esta atividade neural liga a beleza ao bem, à virtude e à harmonia, permitindo assim o surgimento de gatilhos biológicos que são frutos dos efeitos sociais que a beleza possui – os padrões -, reforçando a mentalidade de que as pessoas bonitas têm mais oportunidades.

### **Eixo temático 6 – A beleza medicalizada: procedimentos estéticos**

Merianos et al. (2013) analisaram a beleza sob a ótica médica, dado o aumento de procedimentos estéticos para que as mulheres pudessem atingir os padrões de beleza americanos. Os autores analisaram folhetos de centros estéticos e constataram que parte dos profissionais atribuíram à beleza um caráter medicinal, associando-a à saúde e utilizam termos médicos para mensurar a beleza. Isto indica que há um massivo mercado que procura “vender” a beleza como se fosse uma medicação.

O marketing utilizado influencia na decisão da paciente em submeter-se a uma intervenção estética e que o preço não se justifica pelo procedimento em si, mas por haver um raciocínio que interliga beleza à saúde. Os autores indicam que intervenções invasivas e não invasivas devem ser feitas de maneira cautelosa, pois muitos pacientes buscam padrões surreais de beleza e o emocional destes deve ser contido, uma vez que há uma série de etapas a serem cumpridas: anamnese, escolha do procedimento e outras.

## 5 CONCLUSÃO

O aporte teórico construído para esta pesquisa acabou por ressaltar o aspecto mutável e subjetivo da beleza, que é concebida de diversas formas e influenciada por fatores biológicos, étnicos, psicológicos, culturais e, principalmente, individuais. Cada pessoa pode determinar quem achar belo ou não, atraente ou não, entretanto, percebe-se que há forte participação da mídia na elaboração do juízo de valor sobre a aparência de uma pessoa.

Percorreu-se pelo curso história das concepções dos padrões de beleza a fim de compreender quais fatores culturais, sociais e religiosos influenciavam na determinação de quem seria considerado belo ou não.

Além disso, algumas produções também sugerem que a beleza feminina foi construída não para enfatizar o que há em cada mulher, mas como uma forma de dominação masculina que determina padrões que a mulher deve possuir para ser considerada atraente e assim, ser escolhida por um parceiro.

A beleza de fato possui ligação próxima com a sensação de harmonia e bem-estar e este caráter é percebido nas reproduções do feminino em obras como a *Monalisa*, dentre outras aclamadas e que trazem conforto e satisfação ao serem contempladas. Tal concepção de beleza atualmente é considerada, de certa forma, ultrapassada, visto que os valores hoje em dia são firmados pelas redes sociais e seus *digital influencers*, que ao serem observados, percebe-se que seus rostos possuem o mesmo padrão: lábios preenchidos, sobrancelhas arqueadas, bochechas proeminentes, dentre outros, fazendo com que estas características sejam desejadas por milhões de pessoas que se veem à margem da sociedade por não estarem dentro do padrão.

Entretanto, justamente pelo caráter subjetivo, a beleza não deve ser atrelada a padrões alcançados por poucos, mas sim por um conjunto de aspectos que auxiliam na construção de um ideal de beleza mais próximo à realidade, que permite as imperfeições e a individualidade.

É pertinente comentar que foram encontradas algumas limitações para a realização deste estudo, como o número de artigos que realmente eram pertinentes ao tema. Outra limitação foi o tamanho da amostra obtida, uma vez que a quantidade de obras encontradas, uma vez que os descritores destoavam dos conteúdos, dificultando assim a análise.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Denise Castilhos; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, 2013, v. 35, n. 3, pp. 717-739. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/8BSXZbDtwPmLd7y9Dy3fSTp/abstract/?lang=pt#ModalArticles>. Acesso em fevereiro de 2022.

BARDIN, L. (2011). **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70.

BRITTON, Ane Marie. The Beauty Industry's Influence on Women in Society. **Honors Theses and Capstones**, 2012. Disponível em: <https://scholars.unh.edu/honors/86>. Acesso em maio de 2022.

CAMPOS, João Heli. Visagismo, dimorfismo sexual, proporção áurea e simetria como bases sólidas para alterações imagéticas. **AOS**, 2021, Vol. 02, n. 02, página 74 a 90.

CARDOSO, Maria Cristina Bion. A beleza que vela o feminino. **Revista aSEPHallus de Orientação Lacaniana** 12(23), 110-118, nov. 2016 a abr. 2017. Disponível em: [http://www.isepol.com/asephallus/numero\\_23/pdf/9-a\\_beleza\\_que\\_vela\\_o\\_feminino.pdf](http://www.isepol.com/asephallus/numero_23/pdf/9-a_beleza_que_vela_o_feminino.pdf). Acesso em abril de 2022.

CASTILLO-ABDUL, Bárbara; JARAMILLO-DENT Daniela; ROMERO-RODRÍGUEZ; Luís. 'How to Botox' on YouTube: Influence and Beauty Procedures in the Era of User-Generated Content. **Int J Environ Res Public Health**. 2021 Apr 20;18(8):4359. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33924004/>. Acesso em abril de 2022.

CERRATI, Eric W; THOMAS Regan. The multicultural evolution of beauty in facial surgery. **Brazilian Journal of Otorhinolaryngology**, 2017, v. 83, n. 4, pp. 373-374. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bjorl/a/kcGpvdBg9gdbS8m9FH5MHmc/?lang=en>. Acesso em abril de 2022.

FOO, Yong Zhi; SIMMONS, Leigh; RHODES, Gillian. Predictors of facial attractiveness and health in humans. **Sci Rep**, 2017 Feb 3;7:39731. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/srep39731>. Acesso em março de 2022.

FLORIANI, Flávia; MARCANTE, Márgara; BRAGGIO, Laércio. **Autoestima e autoimagem: a relação com a estética**, 2010. Disponível em: <https://siaibib01.univali.br/pdf/Flavia%20Monique%20Floriani,%20M%C3%A1rgara%20Dalyana%20da%20Silva%20Marcante.pdf>. Acesso em julho de 2022.

GERMINE, Laura *et al*. Individual Aesthetic Preferences for Faces Are Shaped Mostly by Environments, Not Genes. **Curr Biol**. 2015 Oct 19;25(20):2684-9. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4629915/>. Acesso em março de 2022.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero, "o Corpo" e "Imitação Prestigiosa" na Cultura Brasileira. **Saúde e Sociedade**. 2011, v. 20, n. 3, pp. 543-553. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sausoc/a/BrVKTfgNphNsL8JQYnTxrGP/?lang=pt#ModalArticles>. Acesso em maio de 2022.

KAYA, Kerem Sami *et al*. Assessment of facial analysis measurements by golden proportion. **Brazilian Journal of Otorhinolaryngology**, 2019, v. 85, n. 4, pp. 494-501. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bjorl/a/GF36bytcM6MP558ZbbNbpXk/#:~:text=Conclusion%3A,were%20more%20common%20in%20females>. Acesso em maio de 2022.

LIRA, Ariana Galhardi et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, 2017, v. 66, n. 3. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?lang=pt>. Acesso em maio de 2022.

LIPOVETSKY, G. **A terceira mulher**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MERIANOS, Ashley; VIDOUREK, Rebecca; King, Keith. (2013). Medicalization of Female Beauty: A Content Analysis of Cosmetic Procedures. **The Qualitative Report**, 18(46), 1-14. Disponível em: <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol18/iss46/1/>. Acesso em setembro de 2022.

NASCIMENTO, Christiane Moura; SILVA, Luiz Carlos Avelino da. Sujeito mulher: a imagem da beleza. **Rev. Subj.**, Fortaleza, v. 14, n. 2, p. 343-357, ago. 2014. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S235907692014000200016&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S235907692014000200016&lng=pt&nrm=iso). Acesso em setembro de 2022.

OLIVEIRA, Michelle Rodrigues; MACHADO, Jacqueline Simone de Almeida. O insustentável peso da autoimagem: (re)apresentações na sociedade do espetáculo. **Ciência & Saúde Coletiva**, 2021, v. 26, n. 07, pp. 2663-2672. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232021267.08782021>. Acesso em setembro de 2022.

POORANI, A. Who determines the ideal body? A Summary of Research Findings on Body Image. **New Media and Mass Communication**, Vol 2, 2012. Disponível em: <https://www.iiste.org/Journals/index.php/NMMC/article/view/1249/1170>. Acesso em setembro de 2022

REDIES, Christoph. Beauty: neglected, but alive and kicking. **Br J Psychol**. 2014 Nov;105(4):468-70. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25280120/>. Acesso em setembro de 2022

SCHLOSSER, Adriano; CAMARGO, Brígido Vizeu. Aspectos não explícitos das representações sociais da beleza física em relacionamentos amorosos. **Psicologia e Saber Social**, 4(1), 89-107, 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/psi-sabersocial/article/view/10405/13019>. Acesso em setembro de 2022

SISTI, Andrea; ARYAN Negaar; SADEGHI, Payam. What is Beauty? **Aesthetic Plast Surg**. 2021 Oct;45(5):2163-2176. doi: 10.1007/s00266-021-02288-2. Epub 2021 May 13. PMID: 33987698.

SKOV, Martin; NADAL, Marcos. The nature of beauty: behavior, cognition, and neurobiology. **Annals of the New York Academy of Sciences**, 2020. Disponível em: <https://nyaspubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/nyas.14524>. Acesso em agosto de 2022.

SOUZA, José Carlos; LOPES, Luiz Henrique Bernardinelli; SOUZA, Vítor Cruz Rosa Pires de. A Dimensão do Belo no Tempo. **Rev. Psicol. Saúde**, Campo Grande, v. 10, n. 3, p. 87-94, dez. 2018. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2177093X2018000300008&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2177093X2018000300008&lng=pt&nrm=iso). Acesso em agosto de 2022.

SUENAGA, Camila; LISBOA, Daiane Carla.; SILVA, Mariane dos Santos.; PAULA, Vandressa. **Conceito, beleza e contemporaneidade:** fragmentos históricos no decorrer da evolução estética. 2012. Dissertação (Lacto Sensu em Estética Facial e Corporal) – Universidade do Vale do Itajaí, Florianópolis. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>. Acesso em abril de 2022.

STREHLAU, Vivian Iara. A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória. **Revista de Administração**, 2015, v. 50, n. 1, pp. 73-88. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rausp/a/6JMHxTWyycNWYPXKcFtRYwv/abstract/?lang=pt>. Acesso em abril de 2022.

SOUZA, José Carlos *et al.* A Dimensão do Belo no Tempo. **Rev. Psicol. Saúde**, Campo Grande, v.10, n.3, p.87-94, dez. 2018. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2177093X2018000300008&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2177093X2018000300008&lng=pt&nrm=iso). Acesso em abril de 2022.

TEIXEIRA, Fábio Luís Santos *et al.* A beleza feminina como poder: desvendando outros sentidos para a construção estética. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte [online]*. 2014, v. 36, n. 2, pp. 485-500. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-32892014000200014>. ISSN 2179-3255. Acesso em abril de 2022.

VERRASTRO, Valéria *et al.* Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents. **QWERTY** 15, 1 (2020) 31-49. Disponível em: <https://www.ckbg.org/qwerty/index.php/qwerty/article/view/318/299>. Acesso em abril de 2022.

YAROSH, Daniel. Perception and Deception: Human Beauty and the Brain. **Behav Sci**. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6523404/>. Acesso em abril de 2022.

FOO, Yong Zhi; SIMMONS, Leigh; RHODES, Gillian. Predictors of facial attractiveness and health in humans. **Sci Rep** 2017. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28155897/>. Acesso em agosto de 2022