

# Influência midiática na construção da beleza: uma visão fenomenológica existencial

Media influence on the construction of beauty: na existencial phenomenological vision

Thayna Cristine Portilho Afonso<sup>1\*</sup>, Lucas Da Silva Santos Costa<sup>1</sup>, Thaís Leite Reis<sup>2</sup>

**Como citar esse artigo.** AFONSO, T. C. P.; COSTA, L. S. S.; REIS, T. L. Influência midiática na construção da beleza: uma visão fenomenológica existencial. **Mosaico - Revista Multidisciplinar de Humanidades**, Vassouras, v. 12, n. 3, p. 50-56, set./dez. 2021.

**Nota da Editora.** Os artigos publicados na Revista Mosaico são de responsabilidade de seus autores. As informações neles contidas, bem como as opiniões emitidas, não representam pontos de vista da Universidade de Vassouras ou de suas Revistas.

## Resumo

O artigo busca conhecer a influência de um modelo padronizado de beleza na constituição do sujeito e analisar como a mídia impõe uma verdade universal sobre o corpo e interfere na vida singular em seus modos de sentir, pensar e agir. Colocando em pauta, o quanto a exagerada propagação de conteúdos estéticos proporciona o surgimento de uma beleza moldada, a qual muitas vezes impulsiona o sujeito a se encaixar nesses modelos, movido na maioria das vezes, pela busca da aceitação social. A partir de uma reflexão do pensamento filosófico de Jean-Paul Sartre dos conceitos de Liberdade, corpo e constituição do indivíduo, por meio de uma revisão bibliográfica e literária, procura-se entender uma construção dos padrões de beleza e a mídia como uma ferramenta de aquisição de conhecimentos e propagação dos padrões estéticos, os quais acabam influenciando na constituição e existência do homem.

**Palavras-chave:** Ditadura da beleza. Mídia. Constituição do sujeito. Existencialismo.

## Abstract

The article seeks to know the influence of a standardized model of beauty in the constitution of the subject and to analyze how the media imposes a universal truth on the body and interferes in the singular life in its ways of feeling, thinking and acting. To put it on the agenda, how much the exaggerated spread of aesthetic content provides the emergence of a molded beauty, which often drives the subject to fit into these models, moved most of the time, by the search for social acceptance. From a reflection of the philosophical thought of Jean-Paul Sartre of the concepts of Freedom, body and constitution of the individual, through a bibliographic and literary review, we seek to understand a construction of the patterns of beauty and the media as a tool of acquisition of knowledge and propagation of aesthetic standards, which end up influencing the constitution and existence of man.

**Keywords:** Beauty dictatorship, Media, Subject constitution, Existentialism.

## Introdução

Na atualidade, é perceptível a preocupação e os cuidados exacerbados com o corpo, o que fomentou o avanço em relação às inovações estéticas. Tais cuidados relacionam-se, principalmente, com a valorização de hábitos considerados como mais saudáveis geralmente relacionados à beleza e jovialidade, mas que por vezes acabam propagando padrões e estilos de vida basicamente inatingíveis para uma grande parcela das pessoas. Esse ideal de beleza a ser seguido, se torna um modelo padronizado para muitos indivíduos, que buscam por aceitação social e aderem a essas inovações estéticas, moldando-se dentro das formas estabelecidas

como belas e perfeitas (SHMIDTT; OLVEIRA; GALLAS, s.d.).

A partir dessa percepção, tornou-se necessário refletir sobre a construção do sujeito diante das influências que os indivíduos podem sofrer, devido às pressões impostas por padrões de beleza, que são identificados não apenas em tempos atuais, mas em diferentes épocas, de acordo com a cultura e valores sociais.

Contextualizar as noções históricas de padrões de beleza é fundamental para a reflexão proposta nesse estudo, discorrendo sobre o surgimento da ditadura da beleza, conceito recentemente criado e que problematiza a dinâmica de imposições de padrões que devem ser

Afiliação dos autores:

<sup>1</sup> Graduação em Psicologia pela Universidade de Vassouras, Curso de Psicologia, Universidade de Vassouras, Vassouras, Rio de Janeiro, Brasil.

<sup>2</sup> Mestranda em Psicologia Social/ Universidade de Vassouras, Curso de Psicologia, Universidade de Vassouras, Vassouras, Rio de Janeiro, Brasil.

\* Email de correspondência: : portilhothayna@outlook.com

seguidos para determinada aceitação social. Relevante também é abordar as possibilidades advindas da internet, através das mídias sociais, que fixam determinados padrões a serem aceitos por seus seguidores, com isso desempenhando um papel importantíssimo no processo de padronização estética, isso porque no contexto histórico atual, elas se tornaram um meio influenciador e propagador desses modelos.

Utiliza-se a visão fenomenológica-existencial a partir da teoria do filósofo francês Jean-Paul Sartre, focando no modo como o homem se insere e se posiciona frente à realidade da ditadura da beleza. Para tal, abordam-se os conceitos de noção de corpo, constituição do homem, a forma como ele se relaciona com o mundo e a liberdade.

O estudo se divide em quatro partes principais. Na primeira, é exposto um breve histórico sobre a beleza e a construção de padrões em diferentes épocas. Na segunda, conceitua-se “ditadura da beleza”, explanando como esse conceito impera na atualidade. Na terceira parte, apresenta-se a influência das mídias sociais e o seu caráter facilitador na propagação dos padrões. Na quarta parte, por meio da fenomenologia existencial baseada em Jean-Paul Sartre, desenvolve-se acerca das noções sobre a constituição do homem, seu corpo e sua existência sendo liberdade.

Empregou-se a metodologia de revisão bibliográfica, utilizando como fontes principais livros e artigos científicos, que permitiram a conceituação e colocação de saberes de diferentes áreas, como História, Psicologia, Medicina e Filosofia. Os materiais utilizados foram, em sua maior parte, extraídos de bases de dados online de revistas reconhecidas, como Pepsic e Scielo, também foram utilizados livros autorais de Jean-Paul Sartre, principalmente a sua obra “O Ser e o Nada: ensaio de ontologia fenomenológica”, (SARTRE, 2015), e outros escritos baseados e fundamentados em suas teorias, como o livro “Sartre e a psicologia clínica” da autora Daniela Ribeiro Schneider (2011).

## Breve histórico sobre os padrões de beleza

A imposição de modelos de comportamento é recorrente em diversas culturas e se modifica conforme as variações sociais. As noções de corpos perfeitos e beleza sofreram constantes alterações, proporcionais às épocas e sociedades em vigor, nas quais o que era aceito e devia ser seguido era estabelecido por uma pequena parcela da sociedade, fazendo do corpo um dos grandes objetos de propagação na imposição de padrões estéticos (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011).

Segundo Suenaga *et al.* (2012), na Idade Antiga a noção de beleza era baseada na mitologia, os deuses eram belos e vigorosos, sendo exemplos para as

civilizações. Neste período, surgiram impérios como o Romano e o Grego, o culto ao corpo e a beleza eram exacerbados, principalmente pelo fato de que existiam constantes guerras. Sendo assim, o preparo físico era necessário para que os soldados fossem capacitados para os conflitos, porém essa finalidade de estrutura corporal máscula se transpôs para outros âmbitos sociais e a exaltação do físico mais robusto e definido tornou-se presente, também, devido à prática dos esportes.

O período da Idade Média é marcado pela influência da igreja e do catolicismo em praticamente todos os aspectos sociais, políticos, econômicos, educacionais e culturais, portanto, a vida e constituição do homem eram diretamente afetados pelos ideais cristãos. Ao falar sobre o corpo e beleza, a Igreja abominava completamente a exaltação corporal, considerada algo pecaminoso, e para eles o belo era aquilo que remetia ao divino. Consequentemente, os padrões estéticos que prevaleciam estavam ligados a esse conceito divinal, em que o corpo era praticamente todo coberto por vestimentas e as pessoas buscavam a semelhança física das santidades, especialmente as mulheres, já que ser bela era remeter a imagem de Maria mãe de Jesus (CASSIMIRO; GALDINO; SÁ, 2012).

Em meados do século XIV ao século XVI, o renascentismo se manifesta como um movimento cultural e artístico, assumindo um papel importante na transição da Idade Média para a Idade Moderna, com ideias que possibilitaram um desprendimento de alguns dogmas católicos, inclusive da visão sobre o corpo e a beleza, já que muitos estudos sobre a anatomia e a constituição corporal surgem nesse período. (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011)

O renascentismo proporcionou um olhar diferenciado a respeito da estrutura física, que agora passa a ser mais rotunda e curvilínea, principalmente para as mulheres, as quais exibem mais partes do corpo, realçadas por roupas e acessórios. Os princípios iluministas advindos do renascentismo incentivaram a valorização do corpo e do homem e, em conjunto com a reforma protestante, marcou um período no qual os sujeitos iniciam um processo de desprendimento da imposição católica, apropriando-se de seu próprio corpo e sua história, voltando o foco para o descobrimento de mundo, evolução, significação do homem e a sua relação com o meio em que está inserido, indo além dos saberes religiosos que perpetuavam na época (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011).

O Pós-Iluminismo entra em cena ao fim do século XVIII, com os períodos das revoluções, principalmente as industriais, importantíssimas na passagem da Idade Moderna para a contemporaneidade. Um novo princípio de consumismo aparece em decorrência das transformações sociais e econômicas ocorridas, sobretudo por causa dos avanços tecnológicos, diretamente responsáveis pela produção em massa de diversos artefatos e, com isso, o

aumento do consumismo. (SUENAGA *et al.*, 2012).

Parte dessa dinâmica de produção e consumismo foi transcendida para a vivência do sujeito, influenciando o modo como ele enxerga a si e ao seu corpo. Padrões estéticos foram perpetuados e propagados com mais facilidade, indústrias da moda e de cosméticos ganharam maior notoriedade. Dessa forma, a beleza e os padrões físicos continuam sendo alvo de cuidados e atenção, visto que a preocupação e o zelo exagerados com a aparência está cada vez mais evidente em nossa sociedade (SUENAGA *et al.*, 2012).

Após tais mudanças de perspectiva social e econômica proporcionadas pelo consumismo, na contemporaneidade o indivíduo se encontra em uma nova situação, oposta ao tradicionalismo, agora lhe são apresentados diferentes estilos de beleza e estéticas, porém o que mais impera são os padrões de beleza ofertados, em especial pela moda e pelas mídias. Contudo, a forma estética assumida como perfeita é aquela que se assemelha ao corpo magro, esguio, bronzeado e jovial, conjunto de características que é divulgado por diversos meios, inundando a vida do sujeito, que passa a buscar meios de alcançar tal idealização (DANTAS, 2011).

## Conceituando ditadura da beleza

O termo ditadura da beleza surgiu recentemente e vem sendo utilizado com frequência em diferentes situações comunicativas, como apontam os estudos de Lira *et al.* (2017). Nota-se que a expressão é formada por três palavras, sendo que duas dela possuem maior significação. Segundo o Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, em sua versão online, as palavras ditadura e beleza significam respectivamente:

Sistema de governo que, de forma geral, não respeita as liberdades individuais. Característica do ser ou daquilo que representa harmonia de proporções e perfeição de formas: A beleza daquela escultura extasiou-nos. (MICHAELIS, 2020, n.p.).

Isto posto, entende-se a ditadura da beleza como a opressão e a busca por objetivos a serem alcançados, pela população de um modo geral, onde uma minoria estabelece o padrão estético que é aceito e utilizado como exemplar, e a outra grande parte busca alcançar esses patamares estabelecidos. Esse conceito personifica a realidade vigente na contemporaneidade em relação aos modelos de beleza, pois, como já visto, são imposições estéticas extremamente limitadoras e específicas que incitam o sujeito a uma busca constante para o alcance de padrões, tendo a necessidade de aceitação social como precursora dessa demanda (MEDEIROS, 2015).

A ditadura da beleza, seja sutilmente ou de forma explícita, limita o indivíduo, já que é propagadora da massificação e padronização a partir do momento em

que estabelece modelos a serem seguidos, que são ofertados como objeto de desejo a pessoas de todas as faixas etárias, potenciais consumidores, mas atingindo principalmente os mais jovens, como afirmam Lira *et al.* (2017):

Os adolescentes, especialmente as meninas, tendem a apresentar preocupações com o peso corporal por desejarem um corpo magro e pelo receio de rejeição, constituindo um grupo mais vulnerável às influências socioculturais e à mídia. Além disso, são importantes consumidores de tendências, entre elas, usam intensamente as mídias sociais como modo de comunicação e “informação”, e estas, por sua vez, parecem exercer importante influência sobre a insatisfação corporal. (LIRA *et al.*, 2017, p. 165).

O conceito social de beleza, atualmente encontra-se ligado diretamente às questões estéticas e corporais, as quais tornaram-se preocupações constantes dos indivíduos, que de forma generalizada, buscam alcançar o tão sonhado corpo saudável e belo. Segundo Gama *et al.* (2011), as noções de vida e corpo saudável sofreram errôneas ressignificações, pois o ideal de saúde adotado pela população e propagado pela minoria, que é o modelo estético, concebe saúde como sendo sinônimo de uma forma física magra e musculosa, considerando como debilitado qualquer outra proporção corporal ou estilo de vida que destoe desse padrão.

O homem contemporâneo diante de valores como a aparência do momento, o desejo inconsciente de ser aceito em um mundo de múltiplos padrões, a valorização da imagem exterior é, sobretudo, a questão do consumismo, deturpou o conceito de saúde, associando-o a estética, de forma totalmente contraditória. (GAMA *et al.*, 2011, p. 12).

A Organização Mundial da Saúde, conceitua saúde como “um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou enfermidade”, colocação que merece ser repensada, pois preconiza um ideal de saúde praticamente inatingível, já que seria basicamente utópico uma pessoa ter um bem-estar completo de todos os pontos (OMS *apud* SCLiar, 2007).

Esse seria o próprio conceito de saúde propagado contemporaneamente, uma distorção da real estética saudável, gerando uma massificação e um senso comum irreal, de um modelo idealizado, mas que não é acessível e nem alcançável por muitos (SEGRE; FERRAZ, 1997).

Conforme Medeiros (2015), ficam claros a intensidade e o modo como a ditadura da beleza age, operando invisivelmente sobre o indivíduo e influenciando na forma como ele se constitui, se enxerga e se molda, impulsionado pela vontade de alcançar os padrões determinados, mesmo que não sejam reais do ponto de vista da saúde, mas tão somente imposições sociais.

Invisível porque trata-se de uma questão etnocêntrica, ou

seja, as pessoas quando nascem e crescem dentro de uma determinada cultura, com diferentes costumes e valores tendem a tomar aquele tipo de comportamento como correto, sem dar-se conta do quão nocivos em vários níveis tais paradigmas podem ser. (MEDEIROS, 2015, p. 38).

O termo ditadura da beleza representa o quanto a sociedade é opressora, ao ponto de se utilizar da necessidade de pertencimento, fator que impulsiona o indivíduo a buscar diferentes alternativas para alcançar o tão almejado corpo perfeito. Os métodos incluem, por exemplo, a simples utilização de cosméticos, a prática exagerada de exercícios físicos e até intervenções cirúrgicas desnecessárias, tudo isso em prol da estética e dos estilos de vida propagados pelos ideais surrealistas da ditadura da beleza (SANTOS *et al.*, 2013).

## As mídias sociais como ferramenta de propagação da ditadura da beleza

É através do corpo que ocorre a relação com o mundo, pois, de que outra forma além do corpo, o sujeito se revelaria ao mundo em simples ações como sair para o trabalho, estudar, desfrutar do lazer e afins? Primeiramente mostra-se o corpo ao mundo e, diante de tantas tecnologias, tem-se a ampliação das relações pessoais, promovidas pelas mídias sociais, que inserem o sujeito no contexto do mundo virtual. Ao indivíduo é possibilitado que seu perfil virtual seja visto por diferentes pessoas em diversos lugares, não existem barreiras geográficas para tais recursos. Basta uma simples busca nas mídias sociais para se ter acesso a diferentes perfis, em contrapartida deixando também expostos os seus dados ao alcance de outras pessoas (RIBAS; CALEIRO, 2012).

Por meio de uma visão voltada para o corpo, embasada em saberes científicos, anatômicos, biológicos, juntamente com as tecnologias e as mídias sociais, torna-se possível transformar gradualmente a relação do indivíduo com o corpo. Os discursos propagados em prol de uma mudança física e estética ocorrerão ou não pelo investimento do sujeito nesse corpo. A naturalização desses discursos afasta os questionamentos sobre a quem é interessante esse corpo, no sentido de existir um real desejo do indivíduo em modificar sua estética, ou se esse desejo é produzido sobre ele, por fortes influências externas, como aponta Foucault (1980):

O domínio, a consciência de seu próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo efeito do investimento do corpo pelo poder: a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo... tudo isto conduz ao desejo de seu próprio corpo através de um trabalho insistente, obstinado, meticuloso, que o poder exerceu sobre o corpo das crianças, dos soldados, sobre o corpo sadio. (FOUCAULT, 1980, p. 74).

Trata-se de um investimento estético exagerado,

impulsionado pelo poder da mídia, que divulga modelos a serem reproduzidos de acordo com os padrões de moda atuais, sempre acompanhados de estilos de vida promovidos como perfeitos e desejáveis pelas mídias sociais. Braga (2009) explica que estilos de vida e estéticas padronizadas surgem a todo o momento e são mostrados por perfis que buscam visibilidade através das mídias sociais, pessoas que almejam satisfação pessoal através de determinada fama e considerável quantia de seguidores. Com tanta visibilidade, tornam-se referência, isto é, acabam estabelecendo determinados padrões, os quais são aceitos socialmente e passam a ser objetivo almejado por seus seguidores (BRAGA, 2009).

Nessas condições, a ditadura da beleza se utiliza do poder que exerce sobre o sujeito, aproveitando a reafirmação das características culturais já impostas, e que são disseminadas com agilidade através do alcance e popularização das mídias. A estimulação do padrão de beleza é possibilitada ao sujeito como forma de se expressar ao mundo, e principalmente o padrão de corpo magro e bonito (RIBAS; CALEIRO, 2012).

As mídias sociais utilizadas atualmente são populares e possuem milhares de usuários, geralmente baseiam-se no compartilhamento de fotos e vídeos e, assim, acabam se tornando espaços para exibição de modelos de vida e de corpos, inevitavelmente instituindo padrões. Perfis com milhares de seguidores utilizam de recursos tecnológicos e das mídias sociais para engajar-se com o público, divulgam de modo cativante a sua forma específica de viver, deste modo exercem determinada influência sobre os seus seguidores, ocupando lugar detentor de verdades, as quais por diversas vezes são compostas por interesses econômicos, como o envolvimento de marcas, que ditam as tendências e modelos sociais de acordo com o mercado (SILVA; TESSAROLO, 2016).

Ao alcance das mãos, os aparelhos eletrônicos são gatilhos para inautenticidade, já que proporcionam uma visualização cada vez mais rápida e acessível aos conteúdos midiáticos. A partir de tal disponibilidade de informação em tão pouco tempo, os padrões de beleza atingem o sujeito com maior intensidade, pois ao navegar nas mídias sociais, geralmente não reflete e nem analisa aquilo que consome, na maioria das vezes só reproduz. Antes das mídias sociais, esse processo acontecia de modo mais lento, através de revistas ou televisão, o que demonstra que o acesso aos aparelhos eletrônicos tem papel representativo na popularização das mídias sociais (LOPES; MENDONÇA, 2016).

## Um olhar fenomenológico-existencial sobre o homem e a influência da ditadura da beleza

Ao abordar o homem e a sua relação com o mundo,



Sartre o define como ser-no-mundo, terminologia Heideggeriana apropriada por ele que caracteriza o ser-para-si lançado no mundo. O homem se encontra como ser-em-relação, em sua constante troca com o mundo, em que será formado por meio de suas vivências, influenciando ao mesmo tempo em que é influenciado (SCHNEIDER, 2011).

Sendo assim, Sartre (2015) traz uma nova noção de experimentação de existência, para além das separações cartesianas de sujeito e objeto, interno e externo, corpo e alma. Diante dessa nova perspectiva, o homem se posicionará como um ser-para-si, ou seja, não há uma relação dicotômica entre corpo e alma, o corpo é consciência e o primeiro contato com o mundo. Portanto, sendo consciência de mundo também pode vir a ser transcendência se relacionando com os temas existenciais a partir de outros modos (VIEIRA JUNIOR, et al., 2016).

O ser-para-si é um ser da consciência lançado no mundo imerso aos possíveis, podendo fazer as escolhas por esses ou aqueles modelos que são oferecidos como possibilidade a uma consciência que poderá se apropriar para representar-se no mundo através do corpo e colocado como objeto que surge no encontro com o outro, uma vez que o outro, a priori, só vê no sujeito o exterior, o corpo, o em-si fechado, e ser-para-outro é visto como aquilo que surgiu a vista no encontro. “O choque do encontro com o Outro é, pra mim, uma revelação no vazio da existência de meu corpo, lá fora, como um Em-si para o Outro” (SARTRE, 2015, p. 441).

O ser-para-outro é uma estrutura fundamental para percepção do sujeito sobre a realidade do mundo em que vive e pertence, e a partir do momento em que o indivíduo tem consciência da existência do outro, esse outro passa a fazer parte do seu existir. O indivíduo agora se enxerga através do olhar alheio, assumindo a condição de um ser-em-si, pois a ótica do outro é entificante, e o sujeito passa a se assemelhar a um objeto, que é visto e observado pelo outro que o cerca (VIERA JUNIOR *et al.*, 2016).

Segundo Schneider (2011), uma das condições da existência é a relação do indivíduo com os objetos que são lançados para a consciência, todo alguém é perpassado pelas relações sociais, culturais, históricas de determinada época, costumes e tradições, essas condições materiais inicialmente não são por nós escolhidas, nascemos em meio a elas, pois é reflexo do avanço tecnológico histórico, onde são produzidas muitas possibilidades das quais o sujeito poderá se apropriar através do consumo e do encontro com o para-outro, onde se apropria de formação identitária de si, formação que poderá ser reflexiva ou irreflexiva, contudo, muito reveladora da liberdade das escolhas que cada um de nós é.

Essas condições materiais, em um primeiro momento,

não são por nós escolhidas, nascemos no meio delas. Mas, no entanto, devemos nos apropriar delas, já que essas questões objetivas são aspectos definidores de nossa subjetividade. (SCHNEIDER 2011, p. 114).

A subjetividade é formada por meio das condições sociais, históricas e culturais, apropriada de modo singular na relação do indivíduo com tudo o que o perpassa e relacionada ao contexto em que está inserido. Atualmente, na chamada era da pós-modernidade, onde a busca de afirmação do ser se dá em relação ao que se apropria, consome, conseqüentemente se expõe ao mundo como modo de ser-no-mundo representado pelo corpo. Sartre aborda uma subjetividade objetivada, em que o subjetivo é constituído por seus atos, pensamentos e emoções, a partir dessa relação integrada com o meio (MAHEIRIE, 2002).

As emoções na hora de consumir ficam evidenciadas e intrinsecamente ligadas às marcas e produtos, pois os objetos de consumação não são apenas objetos quaisquer, mas sim para uma consciência a representação do desejado e consumido. Então, as marcas e sua representatividade no social são consumidas por um sujeito que está em constante construção de si e que se pauta na forma ser-no-mundo. Dessa forma, sua consciência intenciona para o objeto a ser consumido e terá reafirmada sua subjetividade objetivada (CECCATO; SALOMÃO; GOMES, 2012).

O homem contemporâneo é instigado a consumir, as mídias sociais facilitam essa consumação devido à sua rapidez na propagação e exposição de diferentes temas, o sujeito perpassado pelas mídias se encaixa dentro desse novo contexto de modo tão naturalizado, que muitas vezes sem se quer perceber adere à ideias e a estilos de vida. O indivíduo nem sempre consegue desvelar sentido das influências que o cercam, é o que ocorre na ditadura da beleza, que atrelada ao poder midiático potencializa as suas influências sobre a constituição do homem, uma vez que conectado, é inundado de informações e produtos que lhe são expostos (BRAGA, 2009).

O conteúdo midiático exposto ao sujeito é gradativamente personalizado, de acordo com seus gostos pessoais. Essa customização é baseada nas pesquisas feitas pelo próprio indivíduo, sendo assim lhes são apresentados sempre o mesmo nicho de perfis e conteúdo, que acabam fechando o sujeito dentro de uma temática bastante específica. Dessa forma, inúmeros outros modos de ser-aí que estão fora da personalização que a mídia oferece não serão percebidos pelo sujeito, o que dificulta o desvelar de novos sentidos de existir (SILVA; SANTOS, 2009).

O corpo em interação social poderá engajar-se com uma diversidade de biotipos e estilos, possibilitando apropriar-se como possíveis vir-a-ser, onde o exterior visto pelo outro revelará traços da singularidade do para-si (SILVA; SANTOS, 2009). O corpo tornou-se

objeto e alma do negócio para a ditadura da beleza, como aponta Santos:

[...] mais do que nunca o corpo se converte na suposta/possível/prometida fronteira da mortalidade. Não é mais suporte da alma ou morada do espírito, mas a própria “alma do negócio” nas sociedades seculares de consumo. (SANTOS, 2019, p. 251).

No livro “Sartre e a Psicologia-Clinica”, Schneider (2011) traz que a teoria sartriana aborda o existir como sendo constituído por fenômenos que transformam toda a vivência do sujeito, e inúmeros são os sentidos que podem se desvelar a partir das relações que o indivíduo estabelece. A existência humana, a partir do olhar do outro, a título de corpo, é vista em muitos padrões da ditadura da beleza, que promovem a divulgação do corpo belo, sarado, definido, muitas vezes como objeto posto a consciência do outro, onde o ser é perpassado por aquela imagem que revela aquele corpo.

Existo meu corpo: esta é sua primeira dimensão de ser. Meu corpo é utilizado e conhecido pelo outro: esta, a segunda dimensão. Mas, enquanto sou para -outro, o outro desvela-se a mim como o sujeito para o qual sou objeto. Trata-se inclusive, como vimos, de minha relação fundamental com o outro. Portanto, existo para mim como conhecido pelo outro – em particular, na minha própria facticidade. Existo para mim como conhecido pelo outro a título de corpo. (SARTRE, 2015, p. 441)

O ser-objeto na ditadura da beleza remete-se aos perfis que propagam a idealização de beleza, onde o sujeito relaciona como ser-para-si ao deparar-se com o que é oferecido pelo outro e idealizado por ele em seu projeto existencial a partir da imaginação. Nessa projeção sobre o ser-para-outro acontece a construção do ser-para-si por meio do que é oferecido e apropriado dentro do contexto histórico. Estes modos de existir juntamente com o conceito de liberdade e a noção de consciência reflexiva e irreflexiva presentes na existência humana, poderão clarificar alguns sentidos da apropriação do homem da ditadura da beleza (SARTRE, 2015).

O indivíduo imerso em um mundo de possibilidades é liberdade, sendo assim possui capacidade plena de exercer inúmeras escolhas. Como ser social, o homem vive em constante relação com o mundo, portanto sendo liberdade experienciando uma existência repleta de possibilidades, é colocado a escolher a todo o momento, ressaltando que por ser liberdade e por se apropriar de suas ações, o indivíduo possui então também a possibilidade do não escolher, o que de certa forma também é uma escolha, se omitir é escolher (SARTRE, 2015).

Assim, entender que o homem não possui liberdade, mas que ele é liberdade, modifica visões engessadas sobre a forma como nos inserimos e nos relacionamos com o que nos cerca, já que sendo liberdade nos apropriamos de nossa vivência, no sentido de que

tudo é possível. Porém, não confundindo ser liberdade com libertinagem, socialmente existem regras e leis que sancionam a existência, de forma que colocar-se a pensar sobre isso é importante, para que não se limite o existir (SARTRE, 2015).

A consciência irreflexiva pode ser entendida como consciência do objeto que a transcende, ou seja, ela é a consciência que percebe o objeto, mas não o intencionaliza. Já a consciência reflexiva que intencionalizará o objeto, pois é consciência de algo e de si ao mesmo tempo, se faz por meio da captação de mundo como objeto transcendido a essa consciência que o sujeito apropria-se ou não das objetificações que surgem no encontro que o deixam sempre em questão o parasi, que está se constituindo por meio da consciência. Transpondo esses conceitos para a realidade da ditadura da beleza, torna-se mais claro o entendimento de como os ideais influenciam e configuram a existência do indivíduo. Ao encontrar-se lançado ao mundo, o sujeito é perpassado por diferentes instituições e ideologias, cada uma delas influenciará na constituição do sujeito, a qual é singular e constante. Sendo assim, entende-se que nem sempre será possível que o indivíduo tenha clareza da ação da ditadura da beleza sobre a sua constituição como ser, mas muitas vezes é atingindo por ela sem sequer refletir, ou até mesmo perceber tal situação, porém é responsável por sua escolha espontânea no mundo, mesmo não sendo para uma consciência reflexiva é intencional. (SARTRE, 2015).

## Conclusão

Refletindo os posicionamentos possíveis do sujeito dentro da dinâmica da ditadura da beleza e suas nuances com a teoria Sartreana, o existir será perpassado por escolhas que ao sujeito serão conferidas e o mesmo poderá se posicionar de forma reflexiva ou irreflexiva, pois até mesmo o não posicionamento já é um posicionamento. O sujeito inserido no mundo em meio as constantes ofertas e mudanças sociais, culturais, será captado por toda lógica oferta/demanda capitalista.

Sendo assim, ficou claro o quanto a ditadura da beleza opera sobre o sujeito, utilizando como ferramenta de propagação o poder midiático, ressaltando que o homem, sendo liberdade, possui a escolha de se inserir ou não nessa busca constante por se encaixar nos padrões, porém vale lembrar que em grande parte da existência, o indivíduo experimenta momentos autênticos e inautênticos, ou seja, poderá seguir o padronizado em busca da aceitação, agindo assim de forma irreflexiva, existindo como ser-objeto ou se apropriar de suas escolhas, agindo de modo mais autêntico, fugindo de estilos de vida já pré-moldados.

Compreendeu-se que essa escolha, na maioria das vezes, não é algo reflexivo para o sujeito, mas

que ele está dentro dessa ditadura limitante desde seu nascimento existencial, que seria o momento em que começa a se apropriar melhor de suas escolhas, já que experimenta outras instituições para além da familiar, se constituindo além daquilo que o instituiu. Isso é extremamente importante, já que somos constituídos por diversas instituições, portanto torna-se difícil encarar e refletir sobre essas crenças restritivas, porém não é impossível se posicionar contra elas, pois como liberdade, o homem possui plena capacidade de escolher e se posicionar mediante dos engessamentos institucionais, somos fluxo de vivência, ora agindo com mais apropriação de nossa existência, ora agindo de forma mais pessoal.

## Referências

- BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emilia. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, n. 1, p. 24-34, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822011000100004>. Epub 02 Jun 2011. ISSN 1807-0310. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822011000100004>. Acesso em 10 jun. 2020.
- BRAGA, Adriana. Corpo, Mídia e Cultura. **Razón y Palabra**, n. 69, jul./ago. 2009. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/CORPO%20MIDIA%20E%20CULTURA.pdf>. Acesso em 27 ago. 2020.
- CASSIMIRO, Érica Silva; GALDINO, Francisco Flavio Sales; SÁ, Geraldo Mateus de. As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia Antiga à contemporaneidade. **Revista Eletrônica Print**, n. 14, 2012. Disponível em: [https://www.ufsj.edu.br/portal2repositorio/File/revistametanoia/4\\_GERALDO\\_CONFERIDO.pdf](https://www.ufsj.edu.br/portal2repositorio/File/revistametanoia/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf). Acesso em: 17 set. 2020.
- CECCATO, Patricia; SALOMÃO, Luiz; GOMES, Ribas. A Sociedade de Hiperconsumo e as marcas de Moda. **Moda Palavra e-periódico**, n. 9, p. 116-132, 2012. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7803/5368>. Acesso em: 15 jun.2020.
- DANTAS, Jurema Barros. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 11, n. 3, p. 898-912, 2011. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1808-42812011000300010&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812011000300010&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 18 ago. 2020.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1980.
- GAMA, Júlia de Fátima Ribeiro; et al. A ditadura da beleza: conceito estereotipado de estética e os níveis de satisfação com a imagem corporal em alunas do instituto federal fluminense. **Revista Científica Indexada Linkania Master**, n. 1, set./out. 2011. Disponível em: <http://docplayer.com.br/81844056-A-ditadura-da-beleza-conceito-estereotipado-de-estetica-e-os-niveis-de-satisfacao-com-a-imagem-corporal-em-alunas-do-instituto-federal-fluminense.html>. Acesso em: 17 jul. 2020.
- LIRA, Ariana Galhardi; et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Bras Psiquiatr**, v. 66, n. 3, p. 164-71, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>. ISSN 1982-0208. <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>. Acesso em: 1 jul. 2020.
- LOPES, Amliz Ferreira; MENDONÇA, Érika de Sousa. Ser jovem, ser belo: a juventude sob holofotes na sociedade contemporânea. **Rev. Subj., Fortaleza**, v.16, n. 2, p. 20-33, ago. 2016. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2359-07692016000200002&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692016000200002&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 13 maio. 2020.
- MAHEIRIE, Katia. Constituição do sujeito, subjetividade e identidade. **Interações**, v. 7, n. 13, p. 31-44, 2002. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-29072002000100003&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072002000100003&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 10 set. 2020.
- MEDEIROS, Franciele. A “invisível” ditadura da beleza no Brasil. **Revista Antropología del Cuerpo, Salamanca**, n. 0, p. 38-50, jul.-dez. 2015. Disponível em : <https://giiac.files.wordpress.com/2015/07/a3f.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2020.
- MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. Editora Melhoramentos, 2020. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=RzVL>. Acesso: 27 set. 2020.
- RIBAS, Raíra Emanuelle Barbosa; CALEIRO, Maurício de Medeiros. Padrões estéticos e globalização: a sociedade pós-moderna frente à ditadura da beleza. In: **XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/r33-1567-1.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2020.
- SANTOS, Ana Raquel Mendes; et al. A busca pela beleza corporal na feminilidade e masculinidade. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 21, n. 2, p. 135-142, 2013. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RBCM/article/view/3575/2603>. Acesso em : 10 jun. 2020.
- SANTOS, Manoel Antônio dos; et al. Corpo, saúde e sociedade de consumo: a construção social do corpo saudável. **Saúde Soc. São Paulo**, v. 28, n. 3, p. 239-252. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902019170035>. Epub 07 Out 2019. ISSN 1984-0470. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902019170035>. Acesso em : 17 jul. 2020.
- SARTRE, Jean-Paul. **O Ser e o Nada: ensaio de ontologia fenomenológica**. 18. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- SCHNEIDER, Daniela Ribeiro. **Sarte e a psicologia clínica**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2011. 290 p.
- SCLIAR, Moacyr. História do conceito de saúde. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, pág. 29-41, abril de 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-73312007000100003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312007000100003&lng=en&nrm=iso). Acesso: 1 set. 2020.
- SEGRE, Marco; FERRAZ, Flavio Carvalho. O Conceito de Saúde. **Rev. Saúde Pública**, v. 31, n. 5, p. 538-42, 1997. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-89101997000600016>. Epub 16 Ago 2001. ISSN 1518-8787. <https://doi.org/10.1590/S0034-89101997000600016>. Acesso em: 5 set. 2020.
- SHMIDTT, Alexandra; OLVEIRA, Claudete; GALLAS, Juliana Cristina. **O Mercado da Beleza e suas consequências**. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Alexandra%20Shmidt%20e%20Claudete%20Oliveira.pdf>. Acesso: 10 set. 2020.
- SILVA, Ellen Fernanda Gomes da; SANTOS, Suely Emilia de Barros. O Impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade. In: Encontro Nacional da ABRAPSO. **Anais [...]**. Maceió: ABRAPSO, 2009. Disponível em: [http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais\\_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%C3%ancia%20da%20m%C3%ADdia.pdf](http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%C3%ancia%20da%20m%C3%ADdia.pdf). Acesso em: 25 ago. 2020.
- SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>. Acesso em 19 jun. 2020.
- SUENAGA, Camila; et al. Conceito de beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética. Florianópolis, 2012. **Monografia** (Especialização em Estética Facial e Corporal) - Universidade do Vale do Itajaí, 2012. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>. Acesso 24 maio. 2020.
- VIEIRA JUNIOR, Cezar Augusto; et al. A construção do sujeito na perspectiva de Jean-Paul Sartre. **Revista Subjetividades**, v. 16, n. 1, p. 119-130, abr. 2016. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/rmes/article/view/4857/pdf>. Acesso em: 27 set. 2020.