

Paradigmas da Estética do Corpo Feminino na Mídia Publicitária: Revista Capricho¹

Camila FITTIPALDI²
Natália CAMPELLO³
Talita NÓBREGA⁴
Jarbas AGRA JR.⁵

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O objetivo desse artigo é apresentar a maneira como a mídia vem impondo um padrão de beleza ocidental, muito excludente do real padrão físico da mulher brasileira. Essa imposição é posta em questionamento a partir dos efeitos que eles têm nas jovens adolescentes em formação. O artigo propõe-se a investigar as revistas adolescentes Capricho, expondo um estudo feito com edições de 2011 e 2012, sobre diversas matérias que trazem temas sobre beleza e moda, e impõe um padrão para as leitoras das revistas, as incentivando a mudar e se encaixar nesse molde.

PALAVRAS-CHAVE: Influência midiática, estética, padrão de beleza, adolescência, revista teen

INTRODUÇÃO

Por décadas a mídia vem impondo um tipo de padrão de beleza para as mulheres, fazendo com que, desde cedo, elas almejem um padrão estético muitas vezes inalcançável para muitas delas. Uma forma de iniciação para esse desejo são as revistas *teen*, que tem como público alvo meninas adolescentes em formação física e psicológica. Como essas raízes garotas estão em formação, as informações contidas nessas revistas podem fincar

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de graduação do 3º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Unicap, email: camila.fittipaldi@hotmail.com

³ Estudante de graduação do 3º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Unicap, email: nataliafcampello@gmail.com

⁴ Estudante de graduação do 3º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Unicap, email: talitapnobrega@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Mestre em Design (UFPE) e professor do curso de Publicidade e Propaganda da Unicap. Email: jarbasagra@gmail.com

fazendo com que essas meninas desenvolvam certo tipo de fixação pelo “corpo da modelo da propaganda de protetor solar”, ocasionando, dessa maneira, o desenvolvimento de distúrbios alimentares ou mentais.

As propagandas existentes nesse meio de comunicação são, grande parte, influências para o seu público alvo. Por exemplo, quando utilizam uma celebridade para a construção de ideias de moda e elegância, estão, dessa forma, contribuindo para que o consumidor acredite que vá parecer de alguma maneira com aquela pessoa. Este tipo de atitude faz com que, cada vez mais, meninas (adolescentes) mudem seus modos de agir e pensar para encaixar-se num padrão ou em um determinado grupo. Essa prática tomou uma enorme proporção, fazendo com que movimentos, como o feminista, entrassem para mudar esse ponto de vista.

As meninas são frequentemente julgadas pela mídia, e mesmo que se encaixem nos padrões, sempre há a cobrança para que continuem, ou adaptem-se a eles. As pessoas são “treinadas” desde cedo para entrar em certo tipo de grupo, ou fazer com que outras pessoas sintam-se obrigadas a seguir um estilo de vida estereotipado.

Neste artigo, iremos retratar como as revistas *teen* podem influenciar a vida de seu público alvo, no geral meninas entre 13 e 17 anos, como esses adolescentes são influenciados e introduzidos aos padrões estéticos impostos pela mídia mundial, e até que ponto essas pessoas em formação podem ser influenciados.

1 Beleza ocidental e padrão de beleza midiático

No início do século XXI, observou-se o começo de uma libertação da feminilidade, uma mudança de comportamento feminino, e associado a isso, uma revolução das mídias. Essa combinação iniciou a completa transformação da beleza feminina. As revistas e os jornais estavam se tornando cada vez mais baratos e mais numerosos, e tanto as ilustrações das publicações sobre moda quanto da propaganda estavam cedendo lugar para as fotografias, transformando cabeleireiros e maquiadores em estrelas. A partir disso, as pessoas começaram a aprender a se transformar, a querer parecer com outra pessoa, e admirar quem fazia isso. (GOMES,2014)

A sociedade atual acostumou-se a, ao invés de ensinar as pessoas a se aceitarem como realmente são, a sempre buscar pelo “melhor”, pela beleza além da que realmente se

pode alcançar. O desejo pelo inatingível faz com que esses futuros adultos ajam desde cedo de forma robotizada ao que se refere à sua aparência (ABREU, 2015).

O padrão de beleza imposto pelo mundo ocidental terminou por influenciar resto do mundo. O problema é que esse padrão contempla um número de mulheres muito pequeno no mundo todo, uma fisionomia europeia, traços afilados, pela branca, magra e alta, como modelos de passarela (VIANNA, 2005). A ideia de que um dia serão tão magras, belas (no que se refere ao padrão de beleza ocidental) e altas, faz com que mulheres passem por procedimentos cirúrgicos cada vez mais perigosos e prejudiciais à sua saúde.

O resultado deste padrão de beleza é uma mulher que não quer se sentir comum, ela quer atingir uma beleza extraordinária, por mais que este seja um padrão irreal. Segundo Sue Jones (apud VIANA, 2013), menos de 5% das mulheres tem as medidas de uma modelo de moda, e mesmo assim esse padrão prevalece. A mulher comum se sente levada a recorrer a extremos, como plásticas e, mesmo não sendo tão comum quanto as plásticas, podemos observar distúrbios alimentares, como bulimia e anorexia (CAUANA et al, 2011). A mesma mídia que expõe e impõe esse padrão traz “receitas” de transformações, propagandas de produtos que prometem levar os consumidores até esses modelos.

2 Adolescência: Influências externas e mídia

A adolescência é uma fase em que os jovens buscam se afirmar sua personalidade. Eles estão buscando o adulto que ainda não são e, ao mesmo tempo, tentando abandonar a fase da infância, às vezes de forma agressiva. A personalidade ainda não está formada, e existe uma busca por ela, que é uma das maiores prioridades na vida de um adolescente. Para encontrar-se é natural procurar a si mesmo ao seu redor, como você gostaria de ser, quem você quer se tornar, com quem você se identifica, etc. Esse olhar transforma-se na influência que o mundo tem na cabeça do jovem, pois tudo à sua volta pode direcionar a mudança da sua vida e o seu comportamento (SHOEN-FERREIRA et al., 2003).

Nos dias atuais, observa-se com facilidade o quanto os jovens da atualidade estão cada vez mais insatisfeitos com seu corpo e com suas condições sociais (LACERDA, 2013). A mídia impõe uma realidade inalcançável para a maioria desses jovens, tanto com os padrões de beleza, quanto com o status social. É possível enxergar uma geração conformada e inoperante diante dos problemas sociais, e que prioriza o “eu” de forma

extrema (PONDÉ, 2014), o que é um eficiente mecanismo para a publicidade e o mundo comercial em geral. A televisão brasileira vende seus produtos com base no que parte dos jovens de hoje buscam na vida: fama, sucesso, dinheiro e beleza, o que traria uma felicidade completa, segundo os veículos midiáticos. (LEITE, 2013)

Dentro desse cenário de televisão e mídia social, o principal fator de influência na vida dos adolescentes são as celebridades (BERTOLLI; TALAMONI, 2007). Os famosos que eles assistem aparentam ter a vida que eles acreditam ser ideal, a vida que é imposta como aquela que trata a felicidade plena. É nessa busca incansável por um lugar no mundo dos famosos, pela exposição, pelo sucesso, que uma parte dos jovens de hoje passa a agir e se modificar de acordo com tudo que é visto por ele, inclusive nessas revistas. Isso inclui comportamentos violentos, sexualidade precoce, luta por uma beleza inatingível e uma visão mais egocêntrica diante da sociedade.

Com esses estímulos e preocupações extremas com a imagem, os jovens parecem ter aprendido que não é mais necessário ‘ser’, mas ‘parecer ser’. A imagem de si mesmo torna-se algo grandioso, e mais importante do que conteúdo. E a imagem funciona como ponte para os objetivos, sejam eles pessoais ou profissionais. Copia-se o que vê para se tornar algo diferente da sua realidade, podendo perder sua essência, perdendo a originalidade. É muito fácil encontrar comportamentos americanizados nos jovens do Brasil, por exemplo. (ABADE, 2007).

Para se encaixar em certo grupo social, esses jovens se veem influenciados pela sociedade e/ou mídias a mudar seu modo de agir e pensar, de forma direta ou indireta. Amigos, família, a sociedade de modo geral, têm grande influência nos processos de escolha e na construção de caráter das pessoas, e seus ensinamentos influenciam no comportamento dos mesmos (FABRINO, 2012). Esses adolescentes têm sempre a necessidade de se provar diante da sociedade pressionados pelo padrão de beleza imposto pela mesma, fazendo com que boa parte se frustre por não conseguir alcançar esse objetivo (padrão de estética apresentado pela mídia) (BOHM, 2004).

Até que ponto esses jovens podem ser influenciados pelo padrão de beleza imposto pela mídia? Querer ser, ou, pelo menos, querer parecer ser está cada vez mais entranhado na mente desse jovem que não está inserido nesses padrões (NUNES, 2014). Um padrão que, por sua vez, tem influências diretas do biotipo europeu: magro, alto, loiro e de olhos claros

(PALMEIRA, 2014). Esse jovem pode ser influenciado por esse padrão até certo ponto, pois não pode, por exemplo, mudar a cor de sua pele ou olhos, pelo menos não de uma maneira saudável e recomendada. A frustração pode vir a partir do momento em que ele se dá conta disso.

Estar, ou não, inserido nos padrões midiáticos tem sido uma grande questão para a sociedade que, por sua vez, se preocupa bastante com isso. Se não está inserido: melhore. Se está inserido: mantenha. O que deveria ser imposto seria o “aceite-se”, mas isso é uma questão pouco discutida ao passo que o mundo está preocupado em seguir um único padrão, sem antes procurar resolver com o único exercício de aceitar-se da maneira que é. (SILVA, 2014)

3 Revistas Capricho dos anos 2011 e 2012

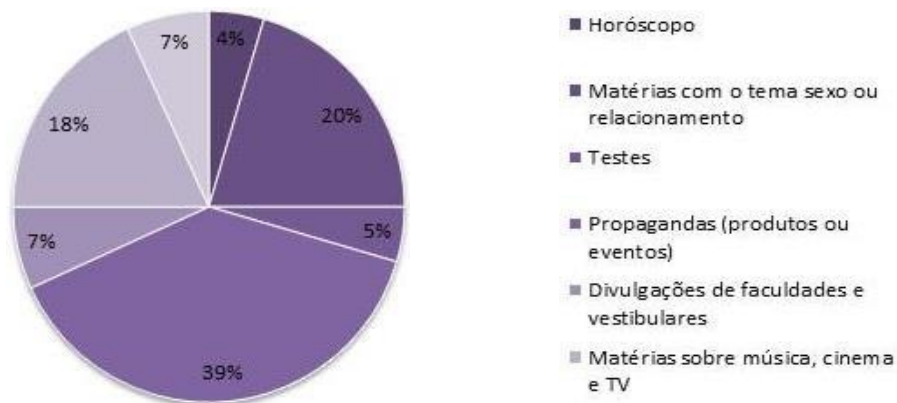
Uma análise foi feita com 25 revistas Capricho, entre os anos de 2011 e 2012, com o objetivo de buscar o que uma revista tão influente traz em forma de conteúdo para uma jovem adolescente, leitora da mesma; ou seja, o que está apresentado nas folhas dessa revista e sobre o que as suas matérias falam.

O levantamento mostrou que as revistas tem uma média de 6 a 7 matérias com o tema beleza, 5 a 6 matérias com tema moda, uma média de dez anúncios de peças soltas trazendo produtos de beleza e/ou apenas modelos com estereótipos de padrão de beleza. Além disso, aproximadamente 30% da revista são recheados por páginas que utilizam jovens celebridades como modelos ou exemplos.

Gráfico 1 – Temas abordados pela revista entre 2011 e 2012



Gráfico 2 – detalhe da categoria outros do gráfico 1 (acima)



Seguem algumas matérias e sessões encontradas nessas revistas que foram selecionadas por abordar o tema beleza e tentar aplicar os padrões midiáticos para influenciar as leitoras. As seguintes matérias e sessões foram selecionadas por abordar o tema de forma mais agressiva, ou por estar presente em todas as edições.

3.1 “O melhor dia da sua vida.”

A edição 1131, de 2011, fez uma matéria especial de 15 anos, intitulada “O melhor dia da sua vida”. Na sessão “Por baixo do vestido”, a revista mostra várias opções de lingerie que “disfarçam as imperfeições do seu corpo”. A matéria apresenta cintas modeladoras para diminuir a silhueta, modelar a cintura, esconder gordurinhas extras e diminuir o culote. Além de sutiãs para aumentar os seios e valorizar o decote.

Essa sessão defende que é necessário ficar “perfeita” no vestido da festa, a menina tem que tentar se modelar; aumentar os seios, diminuir a cintura, achatar a barriga, levantar o bumbum. A matéria não mostra como valorizar diferentes tipos de corpo, mas como você deve adequar o seu para que ele entre num padrão imposto pela mídia, e assim pelas pessoas a sua volta.

Imagem 1: Matéria “O melhor dia da sua vida”.



Fonte: Revista Capricho, edição 1131.

3.2 “No bisturi?”

Na edição 1131, de 2011, a revista publicou uma matéria de título “No bisturi?”. Ela fala sobre a diferença entre querer mudar um “defeito” no seu corpo, ou precisar muda-lo com a decisão de uma cirurgia plástica. A matéria começa expondo que não se deve fazer cirurgia plástica se você só está tendo problemas com a sua autoestima, e encara aquela parte do corpo como tudo que está errado na sua vida. Porém, a cirurgia é recomendada quando essa insegurança no seu corpo atrapalha sua vida, e mexe com sua autoconfiança.

A matéria fala de otoplastia para corrigir “orelhas de abano”. Essa sessão fala que a cirurgia deve ser feita quando a menina ainda se sente desconfortável por ter sido apelidada de forma agressiva na escola por causa desse “defeito”. Outra cirurgia citada é a rinoplastia, para mudar a forma do nariz e deixa-lo mais afilado, ou menor. A matéria não fala sobre cirurgia por causa de desvio de septo, ou algo que possa afetar a saúde da adolescente, apenas de como “o nariz combina com seu rosto”. A última cirurgia abordada é a mamoplastia, tanto a redutora quanto a de aumento (utilizando implantes de silicone). A revista aponta que a mamoplastia redutora pode ser necessária por questões de saúde, como problemas na coluna.

Outra sessão da matéria é uma conversa entre uma leitora de 15 anos e a revista. A adolescente explica que existe uma diferença entre o tamanho dos seus seios, e isso a deixa envergonhada. A revista responde que todas as pessoas tem um lado do corpo diferente do

outro, mas que ela pode pensar em cirurgia plástica se ela se sente muito incomodada, e a encoraja para que não pense na dor pela qual vai passar, mas pelo resultado que vai valer a pena.

A matéria “No bisturi?” incentiva meninas em uma faixa etária de 15 anos a fazerem cirurgias plásticas nos seus corpos por não estarem confortáveis com algum “defeito” que ele possui. Mas leitoras dessas revistas só se sentem desconfortáveis com a maioria desses “problemas” nos seus corpos, porque existe um padrão de beleza que afirma que o essa parte do seu corpo é um problema, pois não se encaixa no “molde” criado. Inseguranças muito sérias podem ser criadas quando se cresce acreditando, e pior, ouvindo de outras pessoas que existem erros e defeitos no seu corpo, num nível que você não deve permanecer desse jeito, e deve remeter a plásticas para corrigir-se.

3.3 “Dieta até o fim”

“Dieta até o fim”, esse é o nome da matéria encontrada na edição de número 1134 da revista *Capricho*, publicada em 23 de outubro de 2011. Na matéria em questão, encontram-se dicas de como não fugir de uma dieta, ensinando aos leitores a seguirem uma rotina rígida de dieta para que tenham o corpo perfeito.

O problema é que nessa mesma revista não há matéria alguma que instrua os leitores (em sua maioria meninas adolescentes) a aceitarem-se como são, ou a procurar ajuda profissional. Ao invés disso, sempre ensinam a como serem “melhores” do que são, ou seja, seguir padrões impostos pela mídia publicitária, colocando pessoas famosas como exemplos. A maioria das pessoas que acompanham essa revista não seguem esse tipo de padrão mas tentam (de qualquer maneira) seguir.

Por quererem a todo custo seguir esse padrão, essas jovens passam a desenvolver algum tipo de obsessão pelo corpo perfeito, tentando alcançá-lo de qualquer forma, podendo acarretar em distúrbios alimentares (como anorexia, bulimia, etc), ou em problemas psicológicos que as levem à auto-mutilação, tudo isso porque, ao invés de serem influenciadas a aceitarem-se, são ensinadas a modificar seus corpos para se encaixar em um padrão que foi imposto pela mídia, que diz “se tem cabelos cacheados, alise-os”, ou “se está fora de forma, emagreça”, basicamente.

Imagem 2: Matéria “Dieta até o fim”.



Fonte: Revista Capricho, edição 1134.

No ano de 2013, o IBGE fez uma pesquisa nas escolas entre meninas do ensino fundamental II (de 13 a 15 anos), na qual foi constatado que “51% das meninas não estão satisfeitas com o próprio corpo: 38% estavam tentando emagrecer na época da pesquisa - sendo que só 25,6% se achavam gorda - e 13,5% tentavam engordar”, o que significa que essas adolescentes foram e ainda estão sendo altamente influenciadas pela sociedade como um todo a se enquadrarem nos padrões de beleza, fazendo com que entre em dietas severas sem orientação médica e acabem desenvolvendo algum tipo de distúrbio, seja alimentar ou mental, como citado anteriormente.

3.4 “Você, só que melhor”

Na edição nº 1146 de 2012, Com o título “você só que melhor” a revista mostra três garotas que, aparentemente, estão confiantes com elas mesmas falando sobre autoestima e de quando você se olha no espelho e não gosta do que vê transformando seu defeito “sem precisar nascer de novo”. A matéria mostra vários “defeitos” como por exemplo, ser tímida e como você pode fazer para mudar isso. Além de que sempre fala do quanto você precisa mudar para ficar igual a “aquela garota bonita da escola” e o quanto você precisa mudar o que dá pra mudar sem em nenhum momento falar que elas precisavam se aceitar do jeito que eram. Mas o maior problema é o uso de palavras e frases depreciativas para definir a pessoa, “quatro olhos”, “sem graça” e ”magricela” são alguns dos exemplos.

3.5 Aula de química

Na edição 1129, de 2011, a revista *Capricho* publicou a matéria “Aula de química”, na sessão de beleza. A matéria fala sobre relaxamento capilar, escova progressiva e alisamento. A revista explica os diferentes efeitos causados pelas químicas, para que tipos de cabelos elas servem, fala da aplicação, do retoque e de como cuidar dos fios pós o uso. As informações foram oferecidas pelos cabeleireiros Cris Calçolari, Sandro Cassolari e Umberto Luiz.

A matéria influencia as meninas a tentarem diminuir o volume natural dos seus cabelos, ou até alisa-los completamente, utilizando fortes produtos químicos neles. A estética midiática mais uma vez fica acima da saúde, nesse caso, dos cabelos.

3.6 “O look”

Todas as edições trazem uma matéria que se chama “O Look”, onde a revista exhibe e ensina a fazer alguns visuais que jovens celebridades utilizaram em alguma aparição no tapete vermelho. Pode-se dar ênfase em um estilo de maquiagem, ou penteado, mas o look geral é normalmente mencionado.

Nas matérias escolhidas, das edições 1128, 1129, 1130, 1137, todas de 2011, observa-se as seguintes famosas: a atriz Emma Watson e seus olhos maquiados em tons de preto e dourado; a cantora Katy Perry, dando ênfase na maquiagem dos seus olhos, utilizando diferentes tons de azul e os lábios de cor rosa chiclete; a atriz Ashley Greene, e a “dica” é em torno da sua maquiagem com efeito bronzeado, batom vermelho cereja e o cabelo “megaliso”; e a atriz Amanda Seyfried e os seus cabelos loiros e lisos, a revista indica o uso do *babyliss* nas pontas do cabelo para dar movimento para o cabelo liso.

Observa-se nessas famosas escolhidas pela revista uma variação muito sutil de biotipo (quando há alguma variação). As celebridades são, em sua maioria, nessa sessão das revistas *Capricho*, caucasianas, com fisionomia afilada, cabelos lisos. E seu visual costuma acentuar, e funcionar para, seu tipo físico. As jovens leitoras que não se encaixam nesse padrão, terão que procurar imitá-las para tentar se encaixar, mesmo que isso faça com que uma jovem queira alisar seus cabelos crespos para que eles fiquem “megalisos”, e que só assim ela possa trazer “movimento nas pontas dos seus cabelos lisos”.

Imagem 3: Matérias “O Look”.



Fonte: Revista Capricho, edições 1128, 1129, 1130, 1137 respectivamente.

4. Seção de moda

Observando a parte de moda das revistas teen, pode-se perceber uma severa padronização nos modelos que a compõem. Sendo eles magros, atléticos, brancos, altos, etc. Esse artifício pode ser observado não só nessa parte da revista, mas como em todas as suas demais partes. A utilização de modelos que fujam do padrão se torna uma coisa rara ao longo das edições, onde sempre priorizam o padrão estético destacado pela mídia.

Estes adolescentes, por estarem em uma fase de auto-afirmação, procuram espelhar-se em um certo grupo que julgam ser melhor do que o que estão de fato inseridos. A mídia, por sua vez, procura sempre “vender o seu peixe”, usando de todos os artifícios para atingir o seu objetivo (a venda do produto em questão). Saindo dos hábitos saudáveis para o que poderia ser chamado de “obsessão”, essas pessoas em formação podem tornar-se escravos do próprio desejo, o desejo de ter um corpo como o dos modelos de revista teen.

Os jovens que leem essa revista são, de várias maneiras, influenciados a parecerem como aqueles modelos. O culto ao corpo perfeito e à estética que estão em evidência no mundo, faz com que esses jovens busquem a qualquer custo encaixar-se nesse grupo de pessoas perfeitas. O que deve ser resolvido com relação a isso é fazer com que as mídias publicitárias entendam que podem fazer com que as adolescentes tenham maior aceitação sobre seus corpos e, ainda assim, continuar vendendo. Porém, claro, abrangendo uma quantidade maior de produtos.

A falta de tato da mídia para com esses jovens pode ser altamente prejudicial à saúde dos mesmos que, por almejamem uma coisa que é, para muitos, inalcançável, acabam

fugindo dos hábitos que outrora eram apenas para manter a saúde do corpo, para hábitos completamente guiados pela obsessão pelo corpo perfeito, pelo enquadramento a grupos bem favorecidos socialmente. O fato é que, uma menina com descendência asiática não se vê nessas revistas de moda que priorizam o padrão “europeizado” de garotas: brancas, loiras, etc.

CONCLUSÃO

Depois de analisar as diversas matérias e anúncios feitos na revista *Capricho* entre os anos de 2011 e 2012, nota-se uma clara exposição de jovens celebridades sendo utilizados como modelos e exemplos para os jovens leitores da revista. As matérias de beleza focam na imitação desses famosos, seja como um penteado, uma maquiagem, o estilo, ou o corpo. Porém, esses modelos utilizados não contemplam o biotipo de todos os leitores, na realidade, não contemplam a grande maioria deles. A *Capricho* é uma revista brasileira, país onde menos da metade da população é caucasiana (CENSO, 2010), mas a absoluta maioria dos famosos que aparecem em suas páginas como exemplos de beleza são caucasianos, além de magros ou atléticos.

O que se vê de comum nas matérias das revistas estudadas é o fato delas exigirem uma mudança do leitor, que é no caso, em sua maioria, composto por jovens mulheres brasileiras. Com pretextos como “encontre-se mudando quem você é” e “seja você em uma versão melhor”, a revista se apoia em várias matérias sobre perda de peso, mudança de visual, novos cabelos, novas unhas, depilação, e principalmente, maquiagem. E se a jovem não se vê dentro desses padrões mostrados, ela deve se modificar para se adequar a eles; se ele não é tão magra, deve fazer dieta, se ela tem cabelos crespos e cacheados, deve alisa-los, se ela não tem determinados traços físicos no rosto, deve se pintar para que pareça ter, ou pior, deve recorrer até a mesa de cirurgia para encaixar-se naquela estética.

Padrões como esse, não só mudam a visão da garota em relação a ela mesma, mas também dela com todas as demais mulheres. Se uma jovem se vê dentro desses padrões e acredita ser “superior” por isso, ela pode enxergar as meninas que não são iguais a ela com hostilidade, pois infelizmente, o padrão vai além da revista, e a garota que se encaixa nele, pode ser mais bem aceita e vista com maior apreciação pelas pessoas. Quando uma mulher em formação lê que a sua beleza só vai ser o suficiente se ela mudar, ela vai esperar que

todas em sua volta mudem também, e ela vai se tornar mais uma “opressora” daqueles que não se encaixa no seu padrão.

Na matéria apresentada “No Bisturi?”, a revista poderia mostrar como esses “defeitos” que apresenta, são naturais, comuns, e não são defeitos na realidade se não estão prejudicando sua saúde. A matéria começa falando que existe uma diferença entre querer mudar por estética, e precisar mudar por necessidade física, mas termina falando para uma menina de 15 anos que seu “desconforto”, mesmo sendo causado por uma questão completamente natural do ser humano, pode e deve ser corrigido por uma cirurgia, e não importa a dor ou as dificuldades que ela vai passar no pós-operatório, pois seu corpo estará “perfeito”.

Pessoas que estão em formação física e mental são facilmente influenciadas pela publicidade e pelo modo como querem colocar na cabeça delas que precisam melhorar de alguma forma. Quando apresentam figuras famosas, por exemplo, e dizem que elas são usuárias de tal produto, como um simples biquíni. Então mostram como essa figura apresenta-se naquele biquíni, sempre com um corpo esbelto e/ou torneado, como se tivessem nascido daquela maneira.

A revista feminina adolescente pode e deve ser um espaço para que jovens mulheres se preocupem consigo, com seu corpo, com sua saúde e aprendam sempre como valorizar sua beleza. A beleza é importante porque faz bem se sentir bonito, mas é necessário saber que existe mais do que um tipo de beleza e que ela está presente em todas as pessoas de algum modo. As matérias sobre moda, beleza e até celebridades deveriam apresentar uma variedade maior de biotipos femininos, e abranger a beleza de todas. Tratar tanto de penteados para cabelos loiros e lisos, quanto para cabelos negros e crespos, mostrar roupas que valorizam corpos magros, atléticos e acima do peso, trazer maquiagem que possam realçar a beleza negra, asiática e indígena tanto quanto a caucasiana, e acima de tudo, se preocupar com a saúde e o bem estar muito mais do que com a estética.

REFERÊNCIAS

ABADE, M. 2007. “A influência da mídia na vida dos jovens”. Disponível em: < <http://jovem-atualidade.blogspot.com.br/2007/10/influencia-da-mdia-na-vida-dos-jovens.html> >. Acesso em 02 nov. 2015.

ABREU, C. 2015. “A minha filha tem orelhas de abano”. Disponível em: <<http://amaeequesabeblog.blogspot.com.br/2015/06/a-minha-filha-tem-orelhas-de-abano.html>>. Acesso em 02 dez. 2015

BERTOLLI, C. F.; TALAMONI, A.C.B. “Corpo de (revista) adolescente”. 2007.

BOHM, C. C. “Um Peso, Uma Medida”. 2004

BORGES, E. M. 2007. “Corpo, espetáculo e consumo: novas configurações midiáticas para a infância”. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/viewFile/5795/5250>>. Acesso em 02 dez. 2015.

CAUANA, V.; GABRIEL, A.; ELLEN, M.; CAROLINE, B.; MICHELLE, R.; CELESTINO, L.; BRIT, M.; NUNES, S.; MARTINS, C.; PENHA, J.; HENRIQUE, H.. “Padrão de Beleza e Distúrbios Alimentares”. 2011.

FABRINO, V. N. “Afetividade e base familiar: norteadores da formação da personalidade”. 2012.

GOMES, G. 2014. “A influencia da mídia no padrão ocidental feminino”. Disponível em: <<https://prezi.com/bxyvngxzbsupp/a-influencia-da-midia-no-padrao-de-beleza-ocidental-feminino/>>. Acesso em 02 dez. 2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em 02 dez. 2015.

JUSTINO, Y. A. C.; SANTOS, J. W. “O Impacto Da Mídia Televisiva Na Cultura Do Consumo E Na Formação”. 2011.

LACERDA, R. 2013. “Meninas insatisfeitas com o próprio corpo”. Disponível em: <http://www.gazetaonline.com.br/_conteudo/2013/07/voce_ag/vida/1453781-meninas-insatisfeitas-com-o-proprio-corpo.html>. Acesso em 02 dez. 2015.

LEITE, G. 2013. “Reflexões sobre o conceito de felicidade para sociedade contemporânea”. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/reflex%C3%B5es-sobre-o-conceito-de-felicidade-para-sociedade-contempor%C3%A2nea>>. Acesso em 02 dez. 2015.

MATTANA, A. S. 2013. “Consumo, Mídia e Beleza: a Mídia como Mediadora de Padrões de Comportamentos Femininos e Masculinos”. Disponível em:
<<https://psicologado.com/abordagens/comportamental/consumo-midia-e-beleza-a-midia-como-mediadora-de-padroes-de-comportamentos-femininos-e-masculinos>>. Acesso em 02 dez. 2015.

NEGRI, C. F.; VANDRESEN, M. “Revista Feminina: Sistema, Influências e o Público Teen”. 2014.

NOGUEIRA, J. 2009. “Culto ao corpo: a busca pelo corpo perfeito a qualquer preço”. Disponível em: <<http://corpohumanointegradocomplexo.blogspot.com.br/2009/04/culto-ao-corpo-busca-pelo-corpo.html>>. Acesso em 02 dez. 2015.

NUNES, A. 2014. “A ditadura do corpo ideal e o preconceito velado”. Disponível em: <<http://blogueirasfeministas.com/2014/03/a-ditadura-do-corpo-ideal-e-o-preconceito-velado/>>. Acesso em 02 dez. 2015

PALMEIRA, L. V. S. “A Construção de uma Top Model: Corpo, Prática e Subjetividade Entre Modelos”. 2014.

PONDÉ, L. F. 2014. “Sonhos de uma geração egocêntrica”. Disponível em: <<http://www.domtotal.com/noticias/detalhes.php?notId=829685>>. Acesso em 02 dez. 2015.

SCHOEN-FERREIRA, T. H.; AZNAR-FARIAS, M.; SILVARES, E. F. M. “A construção da identidade em adolescentes: um estudo exploratório”. 2003.

SILVA, H. V. 2014. “O padrão de beleza imposto pela mídia”. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed794_o_padrao_de_beleza_imposto_pela_midia/>. Acesso em 02 dez. 2015.

TAVEIRA, M.P. Projeto Redação, “Padrão inalcançável”. 2015. Disponível em: <http://projetoedacao.com.br/temas-de-redacao/padrao-de-beleza-e-sociedade/padrao-inalcancavel/12160>. Acesso em 02 dez. 2015.

VIANA, C. G. “Desenvolvimento De Coleção De Roupas Femininas Para Momentos Íntimos”. 2013.

VIANNA, C. S. M. “Da Imagem Da Mulher Imposta Pela Mídia Como Uma Violação Dos Direitos Humanos”. 2005.