

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ  
ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO  
CURSO TÉCNICO EM GERÊNCIA EM SAÚDE

Tuany Bazilio Vieira Leonardo

PADRÕES VIRTUAIS DE BELEZA:  
Impactos na imagem corporal de adolescentes de uma escola técnica de nível médio do Rio de  
Janeiro

Rio de Janeiro  
2017

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ  
ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO  
CURSO TÉCNICO EM GERÊNCIA EM SAÚDE

PROJETO DE PESQUISA

Tuany Bazilio Vieira Leonardo

PADRÕES VIRTUAIS DE BELEZA:

Impactos na imagem corporal de adolescentes de uma escola técnica de nível médio do Rio de Janeiro

Projeto apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio como requisito parcial para a obtenção do grau técnico de nível médio em Análise Clínicas.

*Orientador: Raquel Barbosa Moratori*

*Co-Orientador(a): Gregório Galvão de Albuquerque*

Rio de Janeiro

2017

Tuany Bazilio Vieira Leonardo

**PADRÕES VIRTUAIS DE BELEZA:**

Impactos na imagem corporal de adolescentes de uma escola técnica de nível médio do Rio de Janeiro

Projeto apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio como requisito parcial para a obtenção do grau técnico de nível médio em Análise Clínicas.

Aprovado em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Raquel Barbosa Moratori

Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – EPSJV/Fiocruz

---

Prof.<sup>o</sup> Ms Gregório Galvão de Albuquerque

Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – EPSJV/Fiocruz

---

Prof.<sup>a</sup> Ms Cynthia Macedo Dias

Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – EPSJV/Fiocruz

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Grasielle Nespoli

Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – EPSJV/Fiocruz

*Dedico primeiramente esta conquista aos meus pais  
por sempre me darem o apoio e o amor necessários para  
aliviar o peso dessa caminhada.*

*À todas as vítimas da depressão que lutam constantemente contra a vontade de desistir e  
também aos que perderam essa batalha.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha família pelo apoio e carinho incondicionais durante esses quatro anos de curso.

Agradeço meus orientadores Raquel Moratori e Gregório Galvão de Albuquerque pela confiança, dedicação, e por todo o incentivo e ajuda no desenvolvimento deste estudo.

## SUMÁRIO

	Pág
INTRODUÇÃO	10
1 Padrões virtuais de beleza: elementos para discussão	16
1.1 Padrões de beleza	16
1.2 Padrões locais de beleza	25
1.3 Padrões digitais de beleza	26
2 O que é o <i>Instagram</i> ?	28
2.1 O universo social das mídias digitais	29
2.2 <i>Instagram</i> : A galeria de <i>selfies</i>	32
3 Pesquisa de perfis: O que bomba no <i>Instagram</i> ?	35
3.1 Desenvolvimento da pesquisa	35
3.2 Descrição das imagens	38
3.3 Análise e identificação de padrões	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	61

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>QUADRO 01</b>	Descritores da pesquisa	PÁGINA 11
<b>FIGURA 01</b>	Gráfico da porcentagem de perfis masculinos e femininos	PÁGINA 12
<b>FIGURA 02</b>	RUBENS (1577-1640) - <i>Las tres Gracias</i>	PÁGINA 16
<b>FIGURA 03</b>	Imagem da modelo Gisele Bündchen	PÁGINA 17
<b>FIGURA 04</b>	Capa da revista <i>plástica &amp; beleza</i>	PÁGINA 19
<b>FIGURA 05</b>	<i>Print</i> editado do perfil do <i>Instagram</i> criado para a pesquisa	PÁGINA 27
<b>FIGURA 06</b>	<i>Emojis</i>	PÁGINA 29
<b>FIGURA 07</b>	Diagrama de Venn – demonstração da amostra	PÁGINA 35
<b>FIGURA 08</b>	Classificação dos sujeitos por maior número de fotos dentro do período <i>versus</i> total de fotos publicadas	PÁGINA 35
<b>FIGURA 09</b>	Gráfico da relação entre as diferentes turmas e o total de fotos de cada turma	PÁGINA 36
<b>FIGURA 10</b>	<i>Print</i> editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 1º ano	PÁGINA 37
<b>FIGURA 11</b>	<i>Print</i> editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 1º ano	PÁGINA 38
<b>FIGURA 12</b>	<i>Print</i> editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 1º ano	PÁGINA 39
<b>FIGURA 13</b>	<i>Print</i> editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 1º ano	PÁGINA 40
<b>FIGURA 14</b>	<i>Print</i> editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 1º ano	PÁGINA 40
<b>FIGURA 15</b>	<i>Print</i> editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 1º ano	PÁGINA 41

<b>FIGURA 16</b>	<i>Print</i> editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 1º ano	PÁGINA 43
<b>FIGURA 17</b>	<i>Print</i> editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 1º ano	PÁGINA 43
<b>FIGURA 18</b>	<i>Print</i> editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 1º ano	PÁGINA 44
<b>FIGURA 19</b>	<i>Print</i> editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 4º ano	PÁGINA 45
<b>FIGURA 20</b>	<i>Print</i> editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 4º ano	PÁGINA 47
<b>FIGURA 21</b>	<i>Print</i> editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 4º ano	PÁGINA 47
<b>FIGURA 22</b>	<i>Print</i> editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 4º ano	PÁGINA 49
<b>FIGURA 23</b>	<i>Print</i> editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 4º ano	PÁGINA 49
<b>FIGURA 24</b>	<i>Print</i> editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 4º ano	PÁGINA 50
<b>FIGURA 25</b>	<i>Print</i> editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 4º ano	PÁGINA 51
<b>FIGURA 26</b>	<i>Print</i> editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 4º ano	PÁGINA 52
<b>FIGURA 27</b>	<i>Print</i> editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 4º ano	PÁGINA 53

## **RESUMO**

Este projeto tem como objetivo identificar os padrões de beleza de um grupo de adolescentes, alunos de uma escola pública de ensino médio, observando se as suas imagens corporais se modificam no âmbito digital, a fim de perceber como os padrões sociais de beleza locais da cidade do Rio de Janeiro impactam na sua imagem corporal. Para realizar este estudo, a princípio, realizou-se uma discussão teórica sobre os padrões de beleza na sociedade contemporânea tendo como foco o universo digital. A partir de uma metodologia qualitativa, analisou-se imagens postadas na rede social Instagram que permitiu identificar os padrões de beleza do grupo estudado. De modo geral, os resultados apontam que o comportamento dos sujeitos nas suas fotos publicadas são um meio de aparentar ser como o padrão exige que sejam.

Palavras-chave: Padrões de beleza, Adolescência, Instagram.

## INTRODUÇÃO

No mundo existem diferentes culturas, porém alguns aspectos são mais comuns entre elas. Esses aspectos podem se tornar padrões a serem seguidos, como por exemplo, os padrões de beleza gerados a partir de um senso comum do que é belo. Mas padronizar algo como a beleza pode trazer algumas complicações, afinal a beleza é algo subjetivo e impor um padrão para isso faz com que pessoas diferentes sintam o desejo de se modificarem para enquadrarem-se no padrão, sendo capazes de tudo para se sentirem belas e serem mais aceitas e admiradas.

Esse desejo de enquadrar-se no padrão pode gerar muitas dificuldades, pois uma sociedade tem pessoas diferentes entre si e esse padrão as obriga a serem iguais. Para algumas pessoas essa cobrança pode ser mais intensa, como para os adolescentes, pois a adolescência é uma fase de mudanças físicas, desenvolvimento de personalidade e percepção da autoimagem, portanto é mais propício para um adolescente passar por inseguranças com o corpo. E, além dessas mudanças corporais, ainda lhes são cobrados aspectos físicos que atendam a determinados padrões. Com isso é permitido dizer que adolescentes sofrem, no geral, mais que outras pessoas em outras fases da vida.

Outro aspecto importante a ser considerado sobre este tema é o uso das mídias digitais neste contexto. A *internet* é um meio de comunicação muito disseminada, com isso pode ser uma ferramenta importante para a propagação de novos padrões. Quando a imagem de uma pessoa considerada bela, segundo os padrões, circula pela *internet*, ela atinge muito mais pessoas do que pela televisão, por exemplo, pois há um número maior de pessoas ativas em tempo real na *internet*, atualmente, do que em frente a uma televisão.

As indústrias estéticas também usam a imagem do corpo padronizado, inclusive na *internet*, para a venda de seus produtos e serviços, o que dissemina ainda mais a ideia de que se enquadrar no padrão é um objetivo a ser alcançado. Portanto, é possível dizer que a *internet* é um mecanismo de propagação dos ideais de beleza padronizada.

Sendo assim, a pesquisa observou a repetição de padrões de beleza na *internet* que estão mais presentes em tempo e número na rede. Deste modo, o percurso da pesquisa buscou identificar quais os padrões que se expressam nas imagens do *Instagram*, de um grupo de

adolescentes alunos de uma escola pública de ensino médio, comparando-as as imagens que eles apresentam no cotidiano escolar.

Acredita-se que este é um tema muito importante a ser investigado, pois as consequências dessa padronização estética criada pela mídia e reproduzida incansavelmente pelas pessoas expostas na *internet* vêm interferindo na vida de jovens e adolescentes de várias idades e diferentes lugares.

O problema mapeado para este estudo é que o padrão impõe um modelo único que desconsidera a diversidade de corpos e faz com que pessoas se sintam insatisfeitas consigo mesmas, passando uma imagem fictícia de que para ser feliz, bem-sucedido e belo, é necessário seguir tais padrões. Isso faz com que os indivíduos procurem meios de alcançar um padrão que não percebem ser inalcançável.

A questão central que esta pesquisa buscou responder é se os padrões sociais de beleza locais da cidade do Rio de Janeiro impactam na imagem corporal de um grupo de adolescentes, alunos de uma escola pública de ensino médio.

A hipótese que este estudo defende é que a imagem dos adolescentes, do grupo estudado, apresenta diferenças da imagem real destes sujeitos e se assemelha mais com a imagem de uma beleza padrão que é imposta socialmente. Essa busca e tentativa de alcançar uma determinada padronização da beleza têm como objetivo a sua aprovação social.

A escolha do tema foi baseada em critérios subjetivos, pois a pesquisadora se percebe incluída no grupo de adolescentes que sofrem com a padronização da beleza disseminada pela mídia e exposta em redes sociais.

Neste contexto, considera-se que este é um assunto importante a ser estudado, pois, por mais que muitos tenham consciência da existência de padrões de beleza, pode-se dizer que a maioria não tem ideia do sentimento que isso causa nas pessoas, o que elas fazem para alcançar esses padrões, o que sofrem por não estarem enquadradas e, principalmente, como a *internet* pode assumir um importante papel na propagação e cobrança excessiva desses padrões de beleza. Ainda que este estudo não tenha como objetivo investigar quais as consequências que esta padronização causa na vida dos adolescentes, ele traz um conjunto de informações relevantes para se fazer entender melhor como funciona essa realidade.

O objetivo geral desta pesquisa foi identificar os padrões de beleza de um grupo de adolescentes, alunos de uma escola pública de ensino médio, observando se as suas imagens

corporais se modificam no âmbito digital, a fim de perceber como os padrões sociais de beleza locais da cidade do Rio de Janeiro impactam na sua imagem corporal.

Os objetivos específicos foram:

1. Discutir os padrões de beleza na sociedade contemporânea tendo como foco o universo digital;
2. Analisar a rede social *Instagram* a fim de entender o seu funcionamento.
3. Mapear, descrever e analisar as três fotos mais curtidas dos perfis abertos do *Instagram* de adolescentes que cursam o 1º e 4º ano de dois cursos<sup>1</sup> de formação profissional integrada ao ensino médio, de uma escola pública, no Rio de Janeiro;
4. Identificar os padrões de beleza do grupo estudado percebendo como esses padrões se relacionam com os padrões locais do Rio de Janeiro e como impactam na imagem corporal destes sujeitos.

Metodologia é o estudo dos métodos usados por um pesquisador para conduzir o rumo de sua pesquisa, ou seja, é o momento em que são definidas quais técnicas serão usadas para auxiliá-lo a alcançar os objetivos de seu trabalho (GÜNTHER, 2006).

Sendo assim, o projeto baseou-se na abordagem qualitativa, pois é um método de pesquisa que segundo ao autor acima citado, trabalha com a subjetividade do objeto analisado, considerando suas particularidades e significados para enriquecer a pesquisa e alcançar melhor os objetivos.

Utilizou como estratégias de pesquisa, primeiramente uma revisão da literatura por meio da busca nas bases de dados *Scielo*, tendo como referência principal os descritores “padrões de beleza”, “Beleza”, “Indústria da beleza” e “Imagem corporal”. Posteriormente, analisou seis perfis do *Instagram* de alunos(as) de dois cursos de formação profissional integrada ao ensino médio, de uma escola pública, no Rio de Janeiro.

No que se refere a revisão de literatura, o uso do descritor "padrões de beleza" obteve apenas 1 (um) resultado na plataforma de pesquisa *Scielo*, que foi selecionado por se tratar de transtornos alimentares e dar ao estudo uma possível margem dos efeitos que são causados por tais padrões. Neste ponto, foi necessário ampliar a busca e selecionar o tema a partir de autores que tratam sobre a definição do conceito de padrão de beleza e que não estavam disponíveis a

---

<sup>1</sup>A escolha pelos dois cursos se deu porque na instituição estudada contêm apenas duas opções de curso com turmas completas, do 1º ao 4º ano.

partir deste descritor. Optou-se por utilizar, principalmente, a autora Goldenberg (2005/2006) para esta definição.

O descritor "beleza" obteve 40 (quarenta) resultados com apenas 2 (dois) selecionados em função de abordarem os tipos de padrões de beleza entre gêneros, assim como, se referirem ao porquê e como se dá a busca por eles.

A pesquisa realizada com o descritor "indústria da beleza" resultou apenas em 1 (um) artigo, coincidentemente, este artigo já havia sido selecionado no descritor "beleza".

O descritor "imagem corporal" resultou 255 (duzentos e cinquenta e cinco) artigos na plataforma *Scielo*, porém apenas 8 (oito) foram selecionados por se aproximarem do tema da atual pesquisa, se tratando de percepção corporal, visão de si mesmo na sociedade entre outros assuntos de mesmo recorte que ajudarão a pesquisadora a abordar como são sentidos os efeitos da padronização dos corpos.

Estas seleções podem ser vistas no quadro abaixo:

QUADRO 01- Descritores da pesquisa

DESCRITORES	RESULTADOS	SELECIONADOS	OBSERVAÇÕES
Padrões de beleza	1	1	possível margem dos efeitos causados pelos padrões de beleza.
Beleza	40	2	alguns tipos de padrões de beleza.
Indústria da beleza	1	1	um dos resultados selecionados acima.
Imagem corporal	255	8	percepção corporal, visão de si mesmo na sociedade entre outros, que ajudarão a pesquisadora a abordar como são sentidos os efeitos da padronização dos corpos.

Fonte: pp autor

Quanto à análise dos perfis do *Instagram*, foi realizada uma pesquisa exploratória abrangendo todos os 128 (cento e vinte e oito) alunos que compõe o 1º e o 4º ano das habilitações técnicas em Gerência em Saúde e Análises Clínicas da instituição pesquisada, sendo 69 (sessenta e nove) alunos do 1º e 59 (cinquenta e nove) do 4º ano.

É importante destacar que a escolha pelo 1º e o 4º ano se justifica por se tratar dos sujeitos mais novos e os mais velhos de cada curso.

Feita a pesquisa, foram encontrados 23 (vinte e três) perfis públicos, na amostra de alunos do 1º ano, e 32 (trinta e dois) perfis públicos, na amostra de alunos do 4º ano, das duas

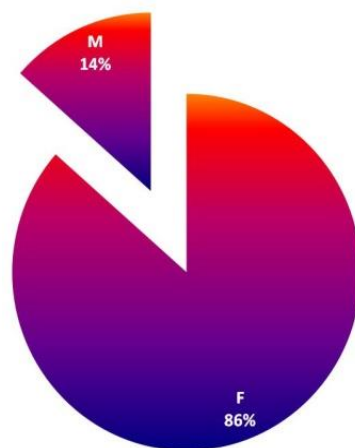
habilitações técnicas. Entretanto, apenas 16 (dezesseis) do total de perfis públicos do 1º ano continham fotos suficientes<sup>2</sup> segundo os requisitos definidos para a pesquisa e, do total de perfis públicos do 4º ano, apenas 19 (dezenove) continham fotos suficientes para análise.

Após a contagem das fotos, listadas por mês dentro do período de jan/2016 até set/2017, foi feito um somatório de todas as fotos de cada indivíduo e selecionados os 3 (três) perfis, de cada ano, que continham mais fotos dentro do período pré-definido.

A seleção de 6 (seis) perfis foi uma escolha da autora considerando as limitações de tempo e recursos para finalização da pesquisa, entretanto, também se considera que este quantitativo não diminui a qualidade dos resultados porque tais resultados representam os sujeitos que mais publicam no *Instagram* assim como expõem, ilustram e demonstram aspectos que tendem a se repetir dentre os perfis não selecionados.

Com a contagem das fotos, percebeu-se que a frequência das postagens no *Instagram* tem distinção por sexo, sendo 86% dos perfis femininos e apenas 14% masculinos, com mais fotos na rede - dentro da amostra de alunos com perfil aberto e com o mínimo de 10 (dez) fotos exigidas para análise, o que justifica o foco do projeto em padrões de beleza dentro do universo feminino.

FIGURA 01: Gráfico da porcentagem de perfis femininos e masculinos.



Fonte: pp. Autor.

<sup>2</sup>Foi decidido que o número suficiente para uma boa análise é de mais de 10 fotos publicadas dentro do período de Jan/16 até Set/2017.

Após a seleção dos perfis, encontrou-se um quantitativo de 765 (setecentas e sessenta e cinco) fotos. Esse total impossibilita a análise minuciosa de cada fotografia, considerando ainda as limitações de tempo e recursos para a finalização da pesquisa.

Para tanto, optou-se por escolher as 3 (três) fotos mais curtidas de cada perfil e analisá-las focando na busca pelo padrão da beleza para o grupo estudado, entendendo que essa decisão não afeta significativamente o resultado da pesquisa. Observou-se qual(is) tipo(s) de padrão(ões) os sujeitos seguiram, onde foram tiradas as fotos, como foram tiradas e quando foram postadas.

É importante destacar que, a opção por perfis públicos do *Instagram*, não exige a autorização do sujeito da pesquisa por se tratarem de conteúdos de livre acesso. Deste modo, não necessitam se submeter à Resolução nº 466/2012 que trata de pesquisas e testes em seres humanos (BRASIL, 2012).

Com as fotos no *Instagram*, buscou-se apresentar uma perspectiva qualitativa dos padrões de beleza aos quais o grupo de estudantes pesquisado está submetido.

Este estudo estruturou-se em 03 capítulos.

No 1º capítulo, discute-se os padrões de beleza presentes na sociedade contemporânea e conforma a categoria central de análise deste estudo, trazendo elementos que iniciam a discussão teórica a respeito do universo digital. Foram utilizados os seguintes autores para esta etapa: Alcantara (2001), Barros (2005), Braga *et al* (2010), Claro (2012), Freitas, *et al* (2010), Goldenberg (2005/2006), Gomes e Caramaschi (2007), Günther (2006), Iepsen e Silva (2014), Russo (2005) e Zanetti. *et al* (2012).

No segundo capítulo a questão da imagem fotográfica e da *internet*, materializadas na rede social *Instagram* deram o escopo central do estudo trazendo contribuições teóricas de autores como Recuero (2013) e Cavendish (2013), assim como, os resultados do trabalho de campo.

No capítulo três são apresentados os resultados da pesquisa de imagens onde foram identificados os padrões de beleza aos quais o grupo de estudantes pesquisado está submetido, discutidos a luz dos conceitos teóricos apresentados nos dois capítulos anteriores.

Nas considerações finais sobre o estudo, retomaram-se os aspectos centrais da pesquisa e apontou-se os limites que foram encontrados e quais os desdobramentos possíveis.

## Capítulo 01 - Padrões virtuais de beleza: elementos para discussão

Neste capítulo é apresentada a discussão sobre os padrões de beleza presentes na sociedade contemporânea, assim como um recorte desta discussão sob duas perspectivas: a primeira trazendo esta discussão para a realidade nacional, regional e local dos sujeitos da pesquisa e, posteriormente, a partir do universo digital da beleza.

Destaca-se, entretanto, que se optou pelo termo “Padrões virtuais de beleza” no título da pesquisa e no capítulo em questão, porque o termo virtual se trata de algo que representa o não físico, material ou concreto, mas que existe em potencial.

Pierre Lévy (2013) aponta que o universo digital é completamente parte da realidade, pois os meios onde se projeta são físicos e concretos. Ele diz que “os computadores são absolutamente reais, os 0 e os 1 são códigos que estão em uma memória que é absolutamente física e absolutamente real”<sup>3</sup>. O autor afirma também que o que é virtual é o que não é físico, é a significação. Virtual é parte da realidade, porém se trata de coisas que não são físicas, palpáveis, vistas, ou ouvidas, ou seja, o virtual se trata de conceitos e significados.

Considerando o significado acima de “virtual”, o uso dessa palavra carrega uma crítica implícita à padronização da beleza, ao insinuar que tais padrões, apesar de serem reais, são inalcançáveis, pois segundo Lévy (2013) estão dentro do mundo dos significados, o mundo virtual.

Entretanto, no decorrer do texto será utilizado o termo “digital” ao invés de “virtual”, porque quando se trata da *internet* e suas tecnologias, a palavra virtual é menos usual, por conta de seu significado remeter a algo imaterial. Como a *internet* é cada vez mais presente e importante na existência concreta dos sujeitos, optou-se pelo uso da palavra “digital”.

### 1.1- Padrões de beleza:

A cultura ocidental, no geral, tem hábitos e gostos em comum que se repetem entre diferentes sociedades e por diferentes pessoas. Tais aspectos em comum geram padrões que têm o objetivo de organizar e unificar a sociedade, como por exemplo, os padrões de beleza

---

<sup>3</sup> Trata-se de uma citação direta sem numeração de página, pois a mesma foi retirada de um vídeo em que o autor fala sobre seu livro.

criados a partir de um senso comum do que é belo, a fim de gerar um único conceito de beleza, que será a questão geral da pesquisa.

Padronizar aspectos mais particulares, como o corpo e aparência de uma pessoa, pode gerar nela o desejo de se enquadrar nesses padrões e pode ser também uma estratégia de aumentar o consumo investindo em padrões quase impossíveis de se alcançar. Desta forma, entende-se que a produção destes padrões gera coerções sociais, que podem fazer com que as pessoas invistam seu tempo e dinheiro na busca por meios de consumo que satisfaçam os desejos produzidos por tais coerções.

Sabe-se que, no decorrer da história, os padrões se modificaram até chegar no que é cobrado hoje. Pode-se perceber isso a partir da observação de Freitas *et al* (2010) de que as pinturas dos períodos anteriores ao século XIX retratavam mulheres com corpos volumosos, que eram imagens de saúde e beleza para as sociedades da época, como pode ser visto na figura 02. Portanto, ter um corpo mais volumoso, se assemelhando mais com o padrão acima, nos dias atuais é considerado "ultrapassado"<sup>4</sup>.

FIGURA 02: RUBENS (1577-1640) - *Las tres Gracias*.



Fonte: Wikipedia (2017)<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Neste capítulo, optou-se por usar imagens femininas para ilustrar a discussão teórica aqui apresentada, porque o corpo feminino é o mais exposto na mídia, sendo o principal alvo da padronização da beleza. Observou-se também que, na pesquisa exploratória realizada no presente estudo, os perfis selecionados para análise são apenas femininos.

<sup>5</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Las\\_tres\\_Gracias\\_\(Rubens\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Las_tres_Gracias_(Rubens))

Com o passar dos anos e grandes mudanças, houve a chegada de novas tecnologias de fotografia, melhoria da qualidade e possibilidade de qualquer pessoa capturar uma imagem a qualquer momento. A utilização desta tecnologia de uma maneira mais ampla facilitou a chegada de novos tipos de imagem onde eram mostrados corpos mais magros<sup>6</sup>, como um reflexo de uma sociedade industrial, voltada para o comércio em larga escala (FREITAS *et al*, 2010, p. 393).

FIGURA 03: Imagem da Modelo Gisele Bündchen.



Fonte: *Instagram* (2017)<sup>7</sup>

A figura 03 mostra uma foto da modelo brasileira Gisele Bündchen, considerada uma das mulheres mais belas do mundo. Com isso, pode-se afirmar que o corpo que é atualmente considerado belo é um corpo magro e esguio, como o da modelo acima apresentada. Quando se realiza uma pesquisa de imagens na plataforma de pesquisas *Google* pelas palavras “corpo bonito” a grande maioria dos resultados encontrados foram imagens de corpos predominantemente femininos e magros. Outro fato que defende a afirmação acima de que o corpo belo é magro e esguio, são as revistas femininas que contam com dicas para emagrecer, dietas e imagens de mulher magras para ilustrar o corpo que nós mulheres devemos almejar.

É possível associar isso com a necessidade de criar uma insatisfação corporal nos indivíduos e gerar uma busca por produtos de empresas de cosméticos e estéticos, garantindo assim muitos consumidores para seus muitos produtos.

---

<sup>6</sup>Esta pesquisa não pretende estudar de modo aprofundado o conceito de magreza e alimentação, ainda que tais questões apareçam de maneira secundária no decorrer da pesquisa.

<sup>7</sup> <https://www.instagram.com/gisele/?hl=pt-br>

Contudo, padrões como este podem gerar diversos tipos de problemas, pois em um grupo social há muitas pessoas diferentes entre si, e eleger um determinado padrão obriga que todas essas pessoas sejam iguais. Para algumas pessoas os efeitos dessa padronização de beleza podem ser mais fortes, como para os adolescentes.

A adolescência é uma fase bem delicada da vida das pessoas, pois se trata de uma fase onde ocorrem alterações biológicas, psicológicas e sociais rápidas e intensas. Nessa fase o adolescente também se encontra numa busca constante por aceitação num grupo social e, quando não aceito em grupo algum sofre com a exclusão que gera transtornos psicológicos, como baixa autoestima, inferioridade, ansiedade e até mesmo depressão (GOMES & CARAMASCHI, 2006 p. 296).

O adolescente em geral é mais sensível aos efeitos desta padronização de beleza por estar na fase de construção social e mudanças fisiológicas, pois além de todo o estresse causado pela fase em si, ainda sofre com a pressão social de ser perfeito seguindo os padrões para poder ser aceito e se encaixar socialmente. Levando em consideração que desde a infância as meninas são incentivadas a preocuparem-se com a beleza e que, as meninas têm como “ferramenta de sedução” apenas a sua beleza, enquanto mesmo meninos com um físico pouco atrativo, ou seja, fora dos padrões sociais, podem contar com riqueza, inteligência, poder, humor e prestígio, por exemplo, como meios de sedução (BUSS & BARNES, 1986; CAMPOS, 2002; KANAZAWA & KOVAR, 2004; KENRICK, SADALLA, GROTH & TROST, 1990 *apud* GOMES & CARAMASCHI, 2006 p. 296).

Isso implica na diferença entre meninos e meninas com transtornos alimentares, pois, como para a menina a beleza é seu maior atrativo, é mais cobrado dela que seja magra segundo os padrões sociais, que associam ser gorda, a ser feia.

Goldenberg (2006) observou que Pierre Bourdieu (1999) criticou a "dominação masculina" que consiste em um ideal de homens viris, fortes e dominantes e mulheres "delicadas, submissas e apagadas", o que explica o desejo dos homens de serem musculosos, altos e fortes e das mulheres serem magras e "femininas". E, conforme observado pela autora, a tendência dos homens é de se preocuparem com as suas "partes pequenas", como o pênis e sua altura, e as mulheres se preocuparem com suas "partes grandes", como barriga, coxas e braços. Mas no geral, mulheres tendem a se preocupar com o corpo todo e o medo de engordar.

Sendo assim, elas procuram em revistas e na *internet* dietas rápidas, porém inadequadas que podem comprometer sua saúde e gerar graves consequências. (IDA & SILVA, 2007)

Como visto no exemplo acima, a mídia vem exercendo um importante papel na propagação desses padrões. Com os avanços tecnológicos, é mais fácil e rápido de se espalhar uma informação para milhões de pessoas em diferentes lugares. Portanto se torna muito mais simples divulgar um padrão estético entre as pessoas por meio de revistas de moda, jornais, televisão e o mais voraz deles, pela *internet*. Uma das ferramentas fundamentais para reafirmar os padrões de beleza, e que está presente em todos eles, é a fotografia, pois captura apenas o que se deseja mostrar.

[...] no mundo contemporâneo, a mídia exerce papel importante na construção e desconstrução de procedimentos alimentares e padrões de estética, os quais estão submetidos a interesses de empresas produtoras de mercadorias, indústrias de aparelhos e equipamentos e setores financeiros. (SERRA & SANTOS, 2003 *apud* BRAGA, MOLINA & FIGUEIREDO, 2010, p. 88)

Deste modo, a mídia é um mecanismo de extrema importância para a construção e propagação de um padrão. O uso da fotografia nesse meio é fundamental para ilustrar os padrões a serem alcançados, como por exemplo na figura 04, que se trata de uma capa de revista de beleza. Na capa é possível ver uma prévia do conteúdo da revista, onde se destacam matérias sobre dietas, plásticas e dicas para alcançar o "corpo perfeito". A capa da revista também conta com a imagem (fotografia) de corpo da atriz Carol Castro, a fim de enfatizar e ilustrar o corpo ideal.

FIGURA 04: Capa da Revista *Plástica & Beleza*.



Fonte: Google (2017)<sup>8</sup>

Essas ferramentas, em conjunto, trabalham para provocar um sentimento de insatisfação em indivíduos que destoem do padrão e assim fazê-los buscar por serviços e produtos oferecidos pelas próprias empresas que provocam tal sentimento.

A fotografia é um processo físico que resulta em imagens capturadas sobre uma superfície fotossensível através da exposição à luz. Desde sua criação, a fotografia funciona como instrumento de apresentação social, que atualmente acontece por meio da fotografia digital que circula livremente nas redes sociais. Para Claro (2012).

Nunca se observou tamanha produção de autorretratos fotográficos em toda a história da fotografia como atualmente em redes sociais. Tais imagens compõem um universo visual que reflete o contexto social, político e econômico, acompanhados pela evolução tecnológica e histórica. (CLARO, 2012, p. 6).

Portanto, a fotografia e a *internet* assumem a importante função de não só expor os atuais padrões de beleza, como também das próprias pessoas se exporem e verem os resultados, como elogios e os famosos “likes” nas redes sociais, de seu investimento em seu corpo para atingir o padrão social de beleza.

O objetivo de assemelhar-se com a modelo que estampa a capa da revista ou atriz protagonista da novela encontra uma fresta na Internet, enquanto vitrine globalizada e atemporal, local onde as adolescentes podem agir como esses modelos. A fim de parecer-se com, elas assumem pseudônimos ou até mesmo um *avatar* [...]. (CLARO, 2012 p. 14).

---

<sup>8</sup> <http://acropolemg.blogspot.com.br>

A constante reprodução de padrões faz com que cada vez mais pessoas acreditem que para serem belos todos devem segui-los. E a velocidade com que esses padrões são disseminados é também um motivo para que os padrões se modifiquem rapidamente, pois quando eles atingem seu objetivo, eles mudam e recomeçam o ciclo de propagar-se e fazer as pessoas irem em busca do que lhes é cobrado.

A indústria corporal através dos meios de comunicação encarrega-se de criar desejos e reforçar imagens, padronizando corpos. Corpos que se vêem fora de medidas, sentem-se cobrados e insatisfeitos. O reforço dado pela mídia em mostrar corpos atraentes, faz com que uma parte de nossa sociedade se lance na busca de uma aparência física idealizada. (RUSSO, 2005 p. 81).

Funciona como uma estratégia perfeita para induzir a população ao consumo de marcas de empresas com fins estéticos, transformando o corpo humano num objeto de consumo em constante mudança.

O corpo como 'objeto de consumo' explorado pela mídia, filmado, exposto à exaustão, erotizado ao extremo; o corpo que sofre com ditadura da beleza, o corpo sem falha que não envelhece, e tantas outras coisas, levaram a uma nova maneira de se apreender o corpo. (CICCARELLI, 2011, p. 11 apud PEREIRA et al, 2014, p.231).

Considerando esta definição do corpo como objeto de consumo, podemos dizer que o corpo, principalmente feminino, é alvo das maiores indústrias de beleza, que usam como ferramenta a grande mídia para lucrar causando uma insatisfação estética nas pessoas.

Na pesquisa de Barros (2005), o conceito de "imagem corporal" é definido como a relação que um indivíduo tem com seu corpo e com o que lhe é exterior. A forma como se percebe o próprio corpo nunca se distancia da relação que o indivíduo tem com a sociedade e com outros corpos.

As informações que obtemos sobre os diversos aspectos que formam o mundo – por exemplo, as novas tecnologias, a mídia e seu ávido poder consumista – são apreendidas por nós como uma parte de nosso corpo unindo-se com nossa imagem corporal, transformando-nos em camaleões que se adaptam àquilo que as circunstâncias exigem. Nossa percepção de mundo passa a ser lograda a partir de tais influências, e nos sujeitamos a ver essas transformações com os limites impostos por nós mesmos. (BARROS, 2005, p. 552)

Dito de outro modo, a autora entende que desde antes de nascermos, recebemos nomeações dos nossos pais e parentes, pois é normal da sociedade o hábito de “rotular” gostos, comportamentos, sentimentos, etc.. Por outro lado, quando chegamos ao mundo e conforme crescemos, esses adjetivos podem ir se modificando junto com nosso corpo e mente. Quando Barros (2005) diz que vemos as transformações que sofremos durante o tempo, a partir de limites impostos por nós mesmos, ela quer dizer que nosso corpo muda e as pessoas a

nossa volta sempre terão uma “opinião” sobre cada mudança. Porém podemos dizer que uma parte da forma como reagimos a essas opiniões cabe a nós, ao “decidirmos” o quanto elas irão interferir e afetar a forma como nos enxergamos. Entretanto, também entendemos que essa decisão sofre influências exteriores ao indivíduo, o que a sempre parcial.

A imagem corporal se modifica de acordo com as experiências pessoais de cada indivíduo e sua interação tanto com o ambiente quanto com outros indivíduos. Portanto, é correto dizer que os padrões de beleza que são expostos causam certo impacto na vida das pessoas.

É fácil perceber que as mulheres de maior sucesso, nos dias de hoje, são as atrizes e as modelos. Antes desconhecidas ou desprestigiadas, as modelos adquiriram *status* de celebridade na última década e passaram a ter uma carreira invejada (e desejada) pelas adolescentes brasileiras. Ganharam um “nome” (Bourdieu, 1990) a partir de seu corpo, sua aparência, sua beleza ou, como diria esse mesmo autor, seu capital físico. (BOURDIEU, 1990 *apud* GOLDENBERG, 2005, p. 66)

A mídia expõe esse capital físico quando mostra, constantemente, uma imagem fictícia de que para se ter sucesso e ser feliz é preciso ser belo. Com isso, a indústria estética investe na imagem de modelos dentro de um determinado padrão, para vender essa falsa ideia. Como a imagem corporal se modifica de acordo com a forma que o indivíduo se relaciona com o mundo, se o mundo faz esta cobrança disfarçada através da exposição midiática, o indivíduo passa a buscar se enquadrar “naturalmente” nos padrões que lhe são cobrados para garantir sucesso e felicidade, independente das consequências desta adaptação.

É possível dizer que as pessoas sofrem efeitos destes padrões. Mas será que os efeitos podem ser piores para os adolescentes? Como já havia sido indicado,

Desde a gestação, ou mesmo no planejamento desta, a criança vai recebendo nomes imbuídos de sentidos e significações. Esses elementos contribuirão para a sua posterior apropriação de uma imagem corporal. Apesar, porém, de ser influenciada pelos nomes que recebe dos pais e cuidadores, ela passa a vivenciar e experimentar novas sensações após o seu nascimento, o que possibilita outras representações e significações para esse corpo. Experiências no mundo que a cerca lhe possibilitarão outras referências e a incorporação de novas noções de si própria, da significação do seu esquema corporal e do seu corpo em movimento. A essas experiências soma-se o contato infantil com a escola, com os colegas e com as mídias que a situam no mundo contemporâneo. Deste modo, as imagens do corpo vão sendo construídas e reconstruídas ao longo da vida do indivíduo, imbuindo-o de significações a partir das vivências que outras referências lhe apresentam. (FROIS, MOREIRA & STENGEL, 2011, p. 72)

Ou seja, antes mesmo do nascimento de um indivíduo, ele recebe classificações e este processo segue durante toda sua vida. Porém, como a adolescência é uma fase de mudanças recorrentes, alterações físicas e hormonais, pode-se concluir que tudo o que é externo ao

indivíduo acaba por receber certa importância em sua vida. Com isso, o adolescente pode vir a ser quem mais sofre pressão com os padrões de beleza.

Segundo Goldenberg (2005), especialistas afirmam que transtornos como anorexia e bulimia são fruto de uma "mania de emagrecer" causada, não somente por problemas psicológicos, mas principalmente por pressão social. Com isso, a anorexia deixa de ser vista como doença para ser caracterizada como um estilo de vida.

Uma reportagem da revista Isto É (Online em 25/10/2002) revelou que um exército de adolescentes está usando a internet para ensinar outras jovens a serem anoréxicas, pregando a inapetência e a autopunição sempre que comerem. As páginas são assustadoras, com fotografias de meninas esqueléticas apontadas como modelos de beleza, dicas para enganar os pais e amigos para fingir que estão alimentadas e formas de se punir, caso comam algo que engorda. Os sites divulgam os seguintes "mandamentos": "você não deve comer sem se sentir culpada. Você não deve comer algo que engorda sem se punir depois. Ser magra é mais importante do que ser saudável. Você nunca está magra. Ser magra é a coisa mais importante que existe". (GOLDENBERG, 2005, p. 74)

Podemos associar isto à adolescência ser essa fase onde ocorrem as principais mudanças na vida e no corpo das pessoas. É a fase entre a infância e a vida adulta, onde o indivíduo pode ser considerado, a partir do senso comum, como "velho demais para certas coisas e jovem demais para outras". Por vários fatores a vida dos adolescentes é conturbada e, assim, o impacto da cobrança por corpos perfeitos pode ser maior em suas vidas. De acordo com Goldenberg (2005), a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica nomeou o brasileiro, em especial as mulheres, o povo que mais faz cirurgias plásticas no mundo, depois das norte-americanas.

De 2002 a 2003, cresceu em 43% o número de jovens que se operam: 13% do total dos que fazem plástica são jovens de menos de 18 anos, fato que chamou a atenção da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica. (GOLDENBERG, 2005, p. 72)

Com tudo o que foi dito anteriormente, as pessoas, adolescentes principalmente, podem ser capazes de qualquer coisa para se enquadrarem nos padrões que lhes são impostos, inclusive realizar cirurgias que mudarão para sempre seus corpos. Goldenberg (2006) observou que nos últimos dez anos o número de adolescentes que realizaram cirurgias plásticas nos seios aumentou em 300%. O que pode ser problemático, pois a adolescência é um período de mudanças e, alterar permanentemente o corpo em neste período, pode gerar ainda mais insatisfações uma vez que outras transformações ainda podem ocorrer.

## 1.2- Padrões locais de beleza

Existem padrões de beleza que são tão expostos e exaltados que as pessoas passam a crer que não há como ser belo sem segui-los. Os padrões na cultura ocidental podem ter aspectos em comum, mas não é certo dizer que há somente um padrão de beleza ocidental quando no próprio Brasil há muita variedade.

Segundo Goldenberg (2006), o antropólogo francês Stéphane Malysse (2002), em uma comparação feita entre o corpo da mulher brasileira e da francesa, constatou que na França, a produção da aparência física é mais focada nas roupas, em cores e modelos que disfarçam algumas formas e realcem outras. Já no Brasil, é o corpo que está no centro de tudo. As brasileiras dão às roupas a função de instrumento de valorização do corpo. É como se as francesas usassem as roupas para ajustar o corpo e no Brasil fossem as roupas que deveriam se ajustar aos corpos.

Outro aspecto percebido por Malysse (2002) foi que na França as adolescentes tendem a se vestirem como suas mães. Ou seja, a um desejo de parecer mais velha e madura. No Brasil é o contrário, as mulheres buscam parecer mais jovens usando a roupa como um meio de rejuvenescer.

No Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, Goldenberg (2006, p. 118) percebeu que "além do corpo ser muito mais importante do que a roupa, ele é a verdadeira roupa: é o corpo que deve ser exibido, moldado, manipulado, trabalhado, costurado, enfeitado, escolhido, construído, produzido, imitado."

No geral, habitantes de outros países têm uma "cara", um padrão estético comum e facilmente reconhecido. Pode-se dizer que o corpo é construído culturalmente a partir de hábitos, costumes e crenças de uma sociedade, fazendo assim com que cada sociedade tenha seu típico padrão de beleza a partir de tais aspectos culturais. (MAUSS, 1974 *apud* GOLDENBERG, 2005, p. 68)

A população brasileira, entretanto, é fruto de incontáveis miscigenações ao longo de toda a sua história, por isso existem muitas cores, raças, corpos, cabelos e culturas distintas em um mesmo território. Ou seja, identificar um padrão para os brasileiros pode ser mais complexo, se comparado aos outros países.

Desde modo, no Brasil diferentes culturas se traduzem em diferentes tipos de beleza. Isso pode ser notado na afirmação de Goldenberg, ao se referir à participação de mulheres brasileiras no concurso de Miss Universo e ao observar que as candidatas brasileiras pré-selecionadas buscavam refletir um padrão de beleza não vinculado às suas características de miscigenação que refletissem a beleza nacional.

As nossas misturas, que resultam em mulatas de olhos verdes, beldades com traços indígenas e negras que assumem a raça com orgulho, botam muitas daquelas *misses* no chinelo. (FRANÇA, 2005 *apud* GOLDENBERG, 2005, p. 69)

Em sua pesquisa, Goldenberg (2005) percebeu que a população brasileira, particularmente do sexo feminino, busca alcançar um padrão que não faz jus ao biótipo de grande parte da população. A indústria de cosméticos vende a imagem da beleza em corpos magros, cabelos lisos, olhos claros, pele branca e nariz fino, características que são mais comuns em pessoas do continente europeu, por exemplo.

Os brasileiros, por terem um histórico cultural de mestiçagens, são dificilmente identificados por uma ou um conjunto de características físicas, o que pode justificar a busca por padrões de estética europeus como um meio de se tornar "identificável". Como a população brasileira não tem uma "cara", igualar-se a outra é uma forma de se ver enquanto sociedade. Seguir os padrões de outra sociedade é praticamente impossível, afinal a população brasileira tem imagens corporais muito distintas entre si e os padrões não respeitam os limites destes corpos.

### **1.3- Padrões midiáticos de beleza**

A mídia é muito presente na vida das pessoas. A televisão e, principalmente a *internet*, são meios de comunicação em massa, que atingem muitas pessoas em um curto espaço de tempo. Por isso é uma grande aliada da propagação de padrões de beleza.

As indústrias estéticas usam a mídia como uma ferramenta para que os padrões que satisfaçam suas exigências alcancem um vasto número de pessoas e que as faça buscar seus produtos para que seja enfim "possível" alcançar determinados padrões.

A sociedade ainda acredita que saúde e beleza andam juntas, porém não é exatamente assim. Alguns exemplos são as personalidades famosas consideradas belas, mas que têm sua

saúde comprometida por drogas, dietas e uma série de tratamentos de beleza prejudiciais (ZANETTI *et al*, 2012). É muito provável que tal crença exista por consequência da indústria que lucra com a busca incansável pela beleza.

Siqueira e Faria (2007) ressaltam ainda que o corpo encontra na mídia um espaço em que as representações a seu respeito são amplamente construídas e reproduzidas. A representação do corpo belo o torna exemplo a ser seguido e o corpo é aparência física, e essa aparência tende a ser objeto de consumo que gera mais consumo. Já, para Hoff (2005), o corpo da comunicação mutila-se, modifica-se, transforma-se e estetiza-se para servir como aporte de mercadorias/produtos e de conceitos/ideias. É o corpo belo que vende. (SIQUEIRA e FARIA, 2007; HOFF, 2005 *apud* ZANETTI *et al*, 2012, p. 412)

Como dito acima, a mídia assume um importante papel na propagação de padrões estéticos. A exibição constante dos corpos, definidos como belos por padrões sociais, na *internet* e televisão, resulta na busca incansável por um enquadramento em tais padrões de beleza.

Corpos que são modificados e transformados para satisfazer as exigências que são feitas por padrões assumem o papel de objeto de consumo, pois empresas de estética usam as imagens desses corpos padronizados para garantir a venda de seus produtos a partir da insatisfação que causam em pessoas que destoam desse padrão.

Além do que foi falado, é importante observar também que a sociedade tem se tornado cada vez mais intensamente visual, e, por isso, dependente da fotografia.

Esta mesma imagem fotográfica, fugaz, parece contaminar os ambientes investigados, já que os atuais padrões de beleza, tão almejados, amanhã podem convergir para outro e mais outro, construindo novas imagens. (ZANETTI *et al*, 2012, p. 418)

Por tanto, pode-se dizer que a fotografia, junto com a *internet*, é uma ferramenta de rápida propagação e modificação de padrões. São instrumentos que, juntos, atingem milhares de pessoas ao redor do mundo, com isso se torna mais fácil e rápido espalhar uma informação, como por exemplo, um padrão de beleza.

Porém, a mesma facilidade que existe para disseminar uma ideia, também existe para modificá-la. A imagem de um corpo padrão emitida hoje na *internet* pode não ser a mesma que amanhã, o que dificulta ainda mais para os indivíduos o processo de alcançar as exigências desses padrões.

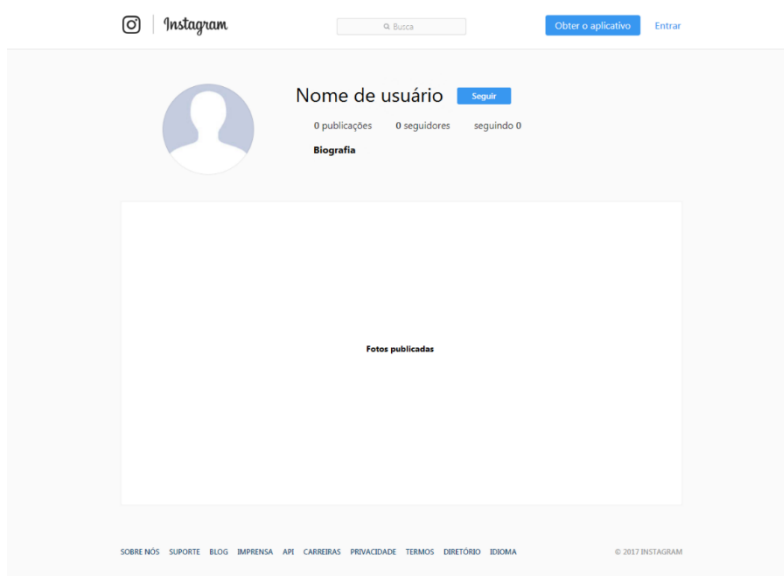
Em linhas gerais este capítulo apresentou a discussão teórica do conceito de padrão de beleza, brevemente o conceito de adolescência, *internet*, mídia e fotografia, e indústria da beleza.

## Capítulo 2- O que é o Instagram?

Como dito no capítulo anterior, a imagem fotográfica e a *internet*, concomitantemente, dificultam o alcance das pessoas aos padrões expostos e cobrados. As redes sociais, no geral, assumem o papel de unir essas duas ferramentas, e uma dessas redes mais famosas será nosso objeto de estudo. Deste modo, o objetivo deste capítulo é analisar a rede social *Instagram* a fim de entender o seu funcionamento.

O *Instagram* é uma rede social em que qualquer pessoa pode se cadastrar. Nessa rede, o indivíduo faz um perfil com seu nome, alguns dados pessoais e uma foto para identificação.

FIGURA 05: *Print* editado do perfil do *Instagram* criado para a pesquisa.



Fonte: pp. Autor

A figura 05 demonstra um *print*<sup>9</sup> tirado da página principal do perfil de pesquisa criado para este estudo. Como se pode ver, na figura consta espaço para uma foto de perfil, para facilitar a identificação do usuário, um nome, que pode tanto ser o nome real do usuário, quanto ser um nome ficcional ou abreviado; conta também com os números de publicações no perfil, de seguidores e de quantos perfis o usuário segue e, logo abaixo dessas numerações tem

<sup>9</sup> *Print* é uma ferramenta do computador ou do celular que permite capturar uma imagem estática da tela em 1º plano.

um espaço para a biografia do usuário, onde ele é livre para escrever sobre si mesmo, para que seus seguidores o “conheçam” melhor.

Ao contrário do *Facebook*, onde é necessária, na maioria dos casos, a permissão do usuário do perfil para que outros acessem suas fotos e informações, o *Instagram* conta com "seguidores" que não necessariamente precisam da autorização para acompanhar o perfil de outra pessoa. Uma vez que o usuário defina que seu perfil é “público”, todas as fotos estarão abertas para visualização dos demais usuários.

O *Instagram* é uma rede social que tem como objetivo o compartilhamento e edição de fotos do próprio cotidiano. É bastante comum nessa rede serem vistas fotos próprias de indivíduos, as chamadas "*selfies*<sup>10</sup>".

E é a partir dessa breve definição de *Instagram* que será pautada a pesquisa que dará corpo a este capítulo.

## 2.1 – O universo social das mídias digitais

Retomando o capítulo anterior, pode-se dizer que atualmente a *internet* é um dos maiores meios de interação social de grande alcance. Com isso, sites de rede social se tornaram cotidianamente usados por todo tipo de pessoa.

Hoje, os sites de rede social são uma realidade cotidiana, assim como a presença, quase ubíqua, das redes sociais online. Basta logar no Foursquare, Facebook, Pinterest ou LinkedIn, dentre outros, e temos acesso quase instantâneo ao que os amigos, conhecidos (e desconhecidos) estão fazendo, o que pensam sobre os lugares onde estamos, quais suas recomendações, que vídeos viram, que imagens curtiram e onde podemos, inclusive, interagir. (RECUERO, 2013, p. 51)

Sendo assim, a interação social passou a ter diferentes formas, não sendo apenas verbal, mas também por qualquer tipo de troca de informação nas redes sociais, tal como imagens, vídeos, *check in*<sup>11</sup>, dentre outros.

---

<sup>10</sup> *Selfie* é um neologismo originado do termo inglês "*self-portrait*", que significa autorretrato. Como diz a tradução, consiste em uma foto tirada por si mesmo de si, um autorretrato, com o auxílio de uma câmera de celular.

<sup>11</sup> *Check in on-line* se refere ao compartilhamento de um lugar específico em que o usuário esteve.

Esta reconfiguração da interação social *on-line* afeta inclusive a natureza dos laços sociais, pois laços que necessitavam de interação passaram a se constituírem também por meio da associação de interesses e se mantêm através dos próprios sites.

Aquilo que antes víamos como interação passou a constituir-se não apenas de ações verbais, mas de todo o tipo de troca que sinalizasse, em algum momento, a participação, a tomada de turno e mesmo, a legitimação do discurso nos sites de rede social. A natureza dos laços sociais também sofreu alterações. Aqueles laços que antes necessitavam da interação para ser construídos (laços emergentes, como chamamos), passaram a ser construídos também pela associação (laços associativos) e passaram a ser mantidos pelos próprios sites. (RECURO, 2009 *apud* RECUERO, 2013, p. 52)

Portanto, pode-se notar como a *internet* e as redes sociais tornaram-se importantes para a interação social e são cada vez mais usadas.

Segundo Recuero (2013), a conversação é um fenômeno de interação oral entre pessoas, que dividem informações e opiniões. Ela permite que pessoas possam estabelecer relações se conhecendo melhor e estabelecerem laços que estruturam a sociedade como um todo. Para tanto, a conversação face a face precisa ser organizada tendo consenso sobre o assunto tratado, o objetivo e o sentido da conversa.

A conversação na mediação do computador apresenta características diferenciadas. Primeiro, porque é preciso apropriar essas ferramentas, que são mais textuais. (RECUERO, 2013 p. 53)

Como observado por Recuero (2013), a conversação mediada por computador exige ferramentas diferentes para se estabelecer. Portanto, se faz o uso de ferramentas textuais que se assemelhem e remetam à linguagem falada e expressões humanas, como onomatopeias e os *emojis*<sup>12</sup> (DONATH, 1999 *apud* RECUERO, 2013).

#### FIGURA 06: *Emojis*

---

<sup>12</sup>*Emojis* são pequenas figurinhas com rostos que servem para representar sentimentos humanos em uma conversa *on-line*.



Da mesma forma que os demais aparatos tecnológicos evoluíram, os celulares desenvolveram-se a tal ponto de transformarem-se em computadores pessoais portáteis com sistemas de transmissão de dados sem fio, software e acesso à web semelhante ao que um computador pode executar. A esses dispositivos é dado o nome de *smartphone* ("telefone inteligente"). (CAVENDISH, 2013, p. 45)

Como outras tecnologias evoluíram com o passar dos anos, os telefones celulares não ficariam para trás, principalmente com a popularização do uso desses aparelhos, que crescia mais a cada dia.

Sendo assim, telefones celulares evoluíram ao ponto de se assemelharem a computadores pessoais portáteis, pois um aparelho de celular pode conter programas, aplicativos, documentos, acesso à *internet*, entre outras ferramentas que, anteriormente, só poderiam ser usadas através do computador.

O que chamamos de telefone celular é um *Dispositivo* (um artefato, uma tecnologia de comunicação); *Híbrido*, já que congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; *Móvel*, isto é, portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fio digitais, ou seja, de *Conexão*; e *Multirredes*, já que pode empregar diversas redes, como Bluetooth (...), *internet* (Wi-Fi ou Wi-Max) e redes de satélites para uso como dispositivo GPS. (LEMONS, 2007, p. 25 *apud* CAVENDISH, 2013, p. 46)

Considerando a função de máquina fotográfica que um telefone celular passou a conter com a evolução desse dispositivo, se tornou mais acessível e fácil para qualquer pessoa poder tirar fotos de qualquer coisa, a qualquer momento e em qualquer lugar. Com isso surgiram aplicativos que têm a função de editar tais fotografias.

Resgatando o que foi apresentado anteriormente, junto com a facilidade de se tirar uma fotografia, surge, não somente os aplicativos de edição como também as possibilidades e o desejo de expor fotos pessoais. Na *internet* é possível perceber que a presença de imagens, principalmente pessoais, é constante em sites de redes sociais.

## 2.2 - *Instagram: a galeria de selfies*

O Instagram é um aplicativo gratuito de dispositivos móveis que se caracteriza como uma rede social, permitindo aos usuários tirar uma foto com um dispositivo *mobile*, aplicar um filtro e compartilhá-la em uma variedade de outras redes sociais, como Twitter, Facebook, Flickr, Foursquare e Tumblr, incluindo o próprio Instagram. (CAVENDISH, 2013, p. 49)

Neste contexto, com o avanço da tecnologia e a multifuncionalidade dos aparelhos celulares foi criado um aplicativo de rede social que consiste em tirar e editar fotos para compartilhar tanto no próprio *Instagram* quanto em outras redes.

Atualmente, o aplicativo é conectado com a conta pessoal do *Facebook*, permitindo que o recém usuário encontre os seus amigos do *Facebook* na rede social do *Instagram*, facilitando, dessa forma, a socialização na nova rede. (CAVENDISH, 2013, p. 53)

Como dito acima, a rede social *Instagram* permite o compartilhamento de fotos em outros sites de rede social. A vinculação do *app*<sup>14</sup> com o *Facebook* faz com que a exposição das fotos pessoais seja ainda mais fácil.

Para tornar possível a análise do objeto, é necessário entender como o aplicativo em questão é utilizado pelo público. Cavendish (2013) explica de maneira bem didática a utilização do aplicativo *Instagram*.

Para utilizar o aplicativo, o usuário pode tirar uma foto com o seu dispositivo móvel, aproveitar alguma imagem que já esteja salva no arquivamento do aparelho, ou puxar fotografias realizadas com outros dispositivos, tais como as próprias câmeras fotográficas digitais. [...]

Após a escolha da foto, o usuário deve selecionar um entre os 20 filtros disponíveis. Os filtros normalmente proporcionam às fotos o aspecto envelhecido que remete às câmeras analógicas antigas, onde cada tipo de filme proporcionava um tipo diferente de intensidade das cores (CAVENDISH, 2013, p. 53)

Após a escolha de um filtro para sua foto, o usuário do *Instagram* pode publicá-la no próprio aplicativo de rede social e também em qualquer outra rede que esteja vinculada ao mesmo. Com a publicação da foto, outros usuários terão acesso, podendo assim curtir e comentar o que quiserem na própria foto postada. E assim se dá a interação mediada pela tecnologia da rede social.

A difusão do conteúdo no *Instagram* segue basicamente a lógica do ver e ser visto, ou seja, quando um conteúdo é adicionado, automaticamente este estará disponível a qualquer pessoa que tenha permissão para vê-lo e que esteja envolvido naquela rede. (CAVENDISH, 2013, p. 73)

---

<sup>14</sup> *App* é a abreviação da palavra inglesa “*applications*”, que significa aplicativos em inglês, dentro do contexto de tecnologia e *smartphones*.

Sendo assim, a ideia de “ser visto” no universo das redes sociais é uma forma de reafirmar, socialmente, a existência de uma pessoa. Algo que motiva ainda mais a exposição pessoal na *internet*.

Outra ferramenta do *Instagram* citada foram as curtidas. Estas obtiveram um sentido de aprovação social no mundo digital. Ao publicar uma foto, o número de curtidas que ela recebe se traduz em quão aprovada esta foto foi por outros usuários da rede. E, quanto mais aprovação obtiver, mais cresce o desejo por mais curtida, motivando o usuário a publicar mais fotos.

Com isto, é possível relacionar o papel do *Instagram* e suas ferramentas com a exaustiva exposição pessoal na *internet* e a disseminação de padrões de beleza entre os meios sociais.

Em resumo, este capítulo apresentou as características e a funcionalidade da rede social *Instagram*, permitindo compreender como as fotos publicadas se popularizam na rede.

O capítulo a seguir se encarrega de identificar o padrão que "bomba no *Instagram*" e assim dar início a uma análise de imagens com os sujeitos da pesquisa, para que seja possível então atingir os objetivos deste estudo.

### **Capítulo 3- Pesquisa de perfis: O que bomba no *Instagram*?**

O objetivo deste capítulo é analisar os perfis abertos do *Instagram* de adolescentes de uma escola pública do Rio de Janeiro identificando os padrões de beleza que impactam na imagem corporal destes sujeitos.

O capítulo em questão apresenta o desenvolvimento e os resultados da pesquisa, a análise das fotos e a discussão a respeito do objeto.

#### **3.1 – Desenvolvimento da pesquisa**

A pesquisa foi realizada com duas turmas do 1º ano do ensino médio e duas turmas do 4º ano do ensino médio, de uma mesma escola pública do Rio de Janeiro. Observando as postagens de todos os perfis abertos de cada turma, foi possível mapear os resultados, selecionar os três perfis de cada ano que contém mais publicações no intervalo de tempo, de janeiro de 2016 a setembro de 2017.

Para tanto, solicitou-se à Secretaria Escolar uma lista com os nomes dos alunos referidos. A princípio, criou-se uma conta no *site Instagram*, sem seguidores, sem fotos e sem informações, para possibilitar a pesquisa pelos perfis dos alunos. Com a lista dos nomes, foi possível procurar cada sujeito na *internet*, a fim de encontrar os que possuem conta no *Instagram* e listá-los em uma planilha no *Excel*.

A partir desses dados, foram definidos parâmetros para encaminhar a seleção final de perfis. Dentro do grupo de pessoas com contas no *Instagram*, diferiram-se os perfis que são abertos ao público dos que são fechados, pois somente os perfis abertos permitem a análise das fotos publicadas, sem que houvesse necessidade de submissão deste projeto ao Comitê de Ética em Pesquisa da escola estudada.

Feito isso, o próximo critério de exclusão foi a contagem de fotos. Para reduzir a amostra e possibilitar a análise, era necessário que houvesse no mínimo 10 (dez) fotos publicadas, dentro do período de janeiro de 2016 a setembro 2017.

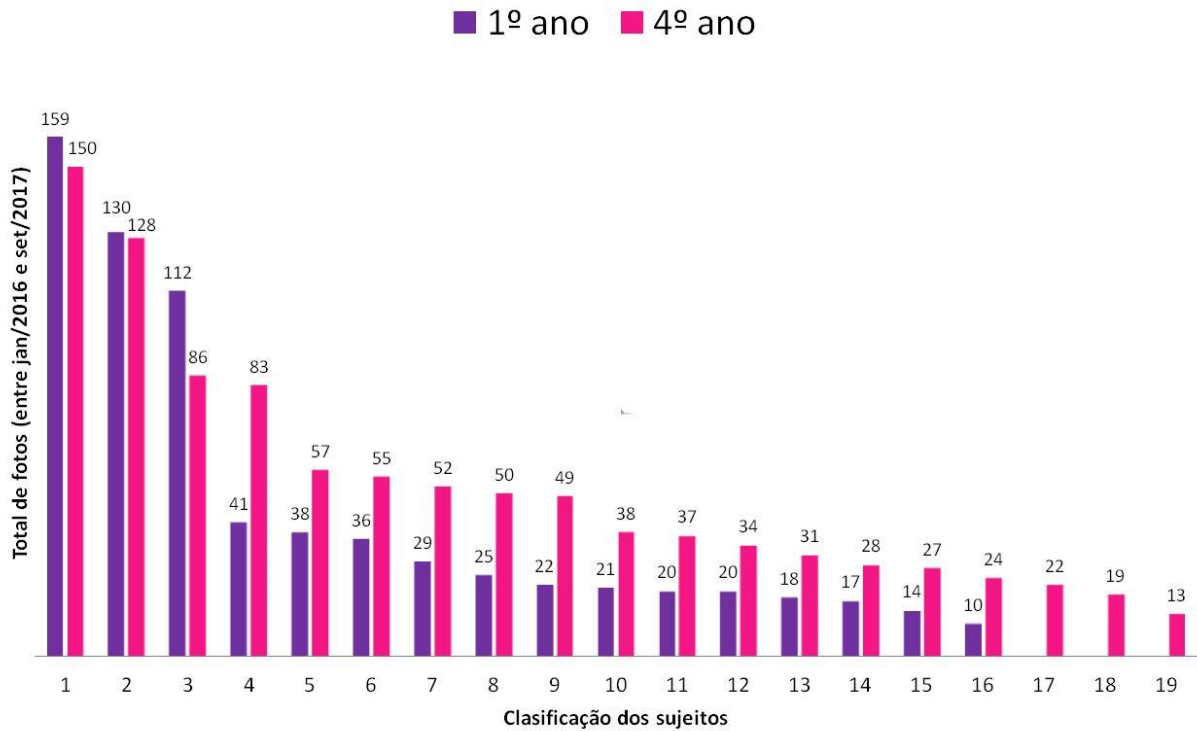
FIGURA 07: Diagrama de Venn – Demonstração da amostra.



Fonte: pp. Autor.

Com a lista da contagem das fotos, por mês, dentro do período definido, o próximo passo foi utilizar a ferramenta de soma do *Excel* para definir o total de fotos dentro destes 21 (vinte e um) meses.

FIGURA 08: Classificação dos sujeitos por maior número de fotos dentro do período *versus* total de fotos publicadas

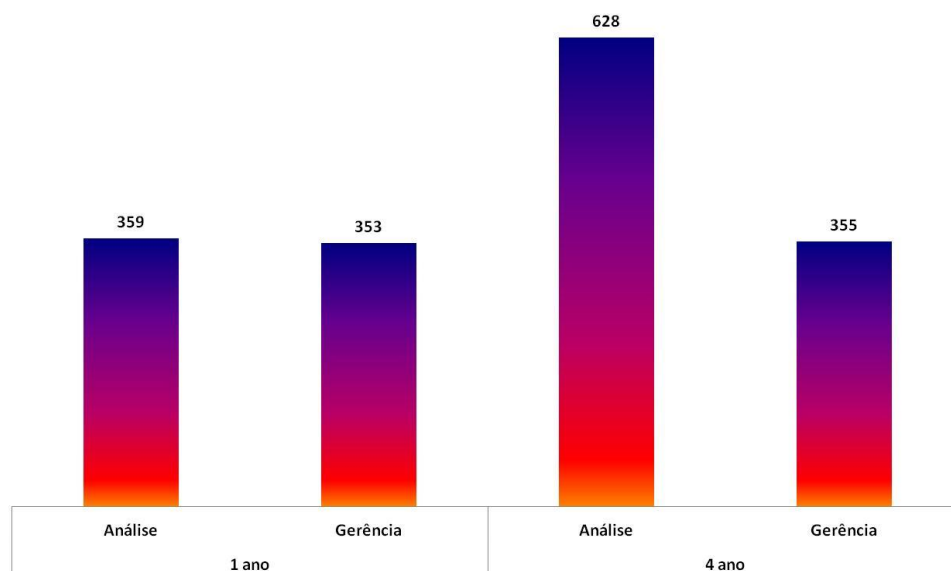


Fonte: pp Autor.

O gráfico acima mostra a relação entre o total de fotos, dentro do período de jan/2016 à set/2017, de cada aluno do 1º e 4º ano e suas classificações, ou seja, cada barra representa um sujeito, agrupando os dois anos, por classificação de quem postou mais fotos no total.

Com o total de fotos de cada sujeito no período determinado, foi observada uma diferença entre os anos estudados. As turmas de 1º ano postaram menos fotos do que as de 4º ano. As turmas de 4º ano postaram um total de 983 (novecentas e oitenta e três) fotografias, enquanto as de 1º um total de 712 (setecentas e doze), apresentando uma diferença de 271 (setecentas e setenta e uma) postagens na comparação entre uma turma e outra. Quando consideradas as diferenças entre os cursos, o de Análises Clínicas posta mais que o curso de Gerência em Saúde, ou seja, Análises Clínicas postaram 987 (novecentas e oitenta e sete) imagens e Gerência em Saúde um total de 708 (setecentas e oito) postagens, como pode ver no gráfico abaixo.

FIGURA 09: Gráfico da relação entre as diferentes turmas e o total de fotos de cada turma.



Fonte: pp Autor.

A seguir, utilizou-se outra ferramenta do programa *Excel* para filtrar os três sujeitos de cada ano (1º e 4º) que apresentam o maior total de fotos postadas em seus perfis. Assim, realizou-se a escolha dos perfis que foram analisados.

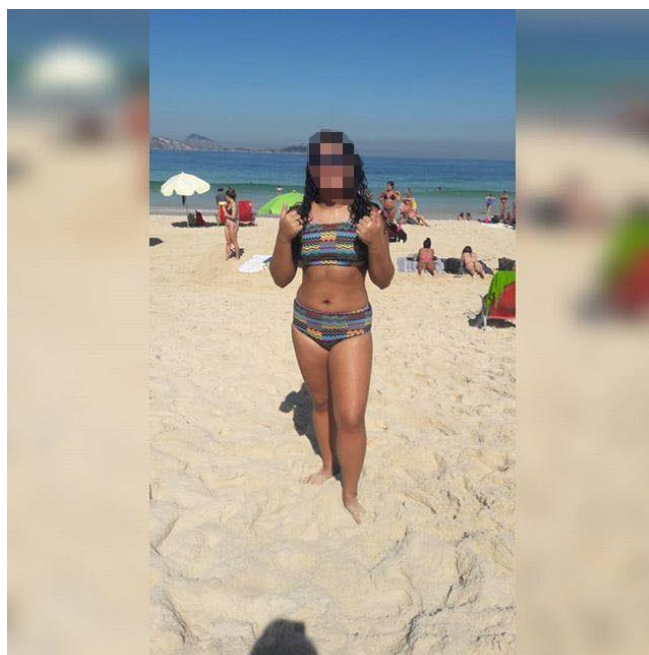
Porém, os seis perfis selecionados apresentaram um total de 765 (setecentas e sessenta e cinco) fotos postadas, implicando uma quantidade muito grande de fotos para analisar em pouco tempo, excedendo a capacidade de análise para a pesquisadora deste estudo. Para reduzir a amostra, a fim de garantir a viabilidade do estudo, sem perder sua qualidade, optou-se por selecionar as 3 (três) fotos mais curtidas de cada um dos seis perfis selecionados, reduzindo a amostra de 765 (setecentas e sessenta e cinco) para 18 (dezoito) imagens.

### **3.2 – Descrição das imagens**

Tendo o acesso às três fotos selecionadas, fez-se uma nota, para cada sujeito, com a descrição de cada uma das fotos a partir da observação da imagem, apresentando a descrição das roupas do sujeito, da pose e da paisagem, em segundo plano, nas imagens.

Seguem abaixo as fotos dos 3 (três) sujeitos do 1º ano do ensino médio com a sua respectiva descrição.

FIGURA 10: *Print* editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 1º ano.



64 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 10 observa-se que o sujeito 1 encontra-se vestida de biquíni e usando óculos de sol. A foto foi tirada na praia, com luz natural. No que se refere a pose que o sujeito fez para a foto, ele se encontra de frente para a câmera do celular, sorrindo e fazendo o sinal de *hang loose*<sup>15</sup> com as mãos. Esta foto atingiu um total de 64 (sessenta e quatro) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 11: *Print* editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 1º ano.

---

<sup>15</sup> *Hang loose* é uma saudação originalmente utilizada por surfistas no Havaí que significa “está de boa”.



42 curtidas



Fonte: *print* do perfil da usuária

A figura 11 apresenta uma ocasião diferente da anterior. Nela vê-se que o sujeito 1 usa roupas de festa, com salto alto, bijuterias e maquiagem. Aparentemente, a foto foi tirada dentro de um ambiente fechado, uma possível casa. Sua pose para a foto é de frente para a câmera do celular, com o quadril levemente quebrado<sup>16</sup> para a esquerda e uma perna pouco à frente da outra, com o joelho sutilmente dobrado. Esta foto atingiu um total de 42 (quarenta e duas) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 12: *Print* editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 1º ano.

---

<sup>16</sup> Optou-se por utilizar a terminologia “levemente quebrado” ao invés de “desviado para o lado” por entender que a mesma caracteriza, de forma mais clara e objetiva, o sentido utilizado para este comportamento.



41 curtidas



Fonte: *print* do perfil da usuária

Já na figura 12, o sujeito 1 usa roupas mais casuais e descontraídas, uma calça *jeans* preta rasgada, um tênis preto e uma blusa cinza de manga e, ao que se observa, o sujeito está sem maquiagem. A foto, aparentemente, foi tirada em um ambiente externo, julgando pela luz e pelo chão em segundo plano. Com relação à pose, o sujeito está sorrindo e fazendo novamente o sinal de *hang loose*, que ao julgar pelas outras fotos postadas em seu perfil, é uma parte de seu comportamento. Esta foto atingiu um total de 41 (quarenta e uma) curtidas até dia 11/12/2017.

Analisando as três fotos, observa-se que todas são de corpo inteiro, tiradas por uma terceira pessoa.

FIGURA 13: *Print* editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 1º ano.



29 curtidas

Fonte: Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 13 o sujeito 2 veste uma roupa casual, uma calça *jeans* clara, tênis, uma roupa floral e um jaleco escolar. Sua pose para a foto é um pouco inclinada para o lado com uma mão na cintura e sorrindo, em frente a uma árvore com a presença da natureza e luz natural. Esta foto atingiu um total de 29 (vinte e nove) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 14: *Print* editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 1º ano.



28 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

A figura 14 se encontra num contexto semelhante ao da figura anterior, onde o sujeito veste roupas casuais também, com calça *jeans*, tênis, blusa branca e jaleco. A foto foi tirada dentro de um Museu, julgando pelo ambiente em segundo plano, e ao lado de uma amiga. O sujeito 2 se encontra levemente inclinado para o lado com um dos joelhos sutilmente dobrado. Esta foto atingiu um total de 28 (vinte e oito) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 15: *Print* editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 1º ano.



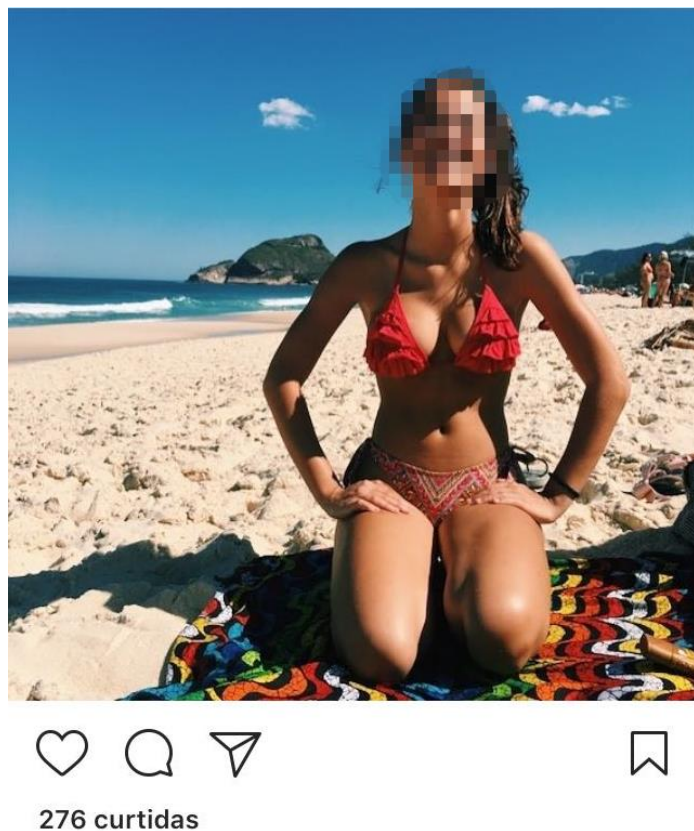
25 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

E, na figura 15, a roupa casual se repete com uma calça de pano estampada, chinelos e jaleco. Porém o contexto da foto é diferente. Enquanto as duas anteriores tinham um perfil mais descontraído, na figura 15 o sujeito está com uma expressão séria e segurando um cartaz de manifestação política. Contudo, a foto foi tirada em frente à uma parede de plantas, ou seja, ainda que seja uma foto de cunho político, pode-se dizer que há a preocupação com uma boa imagem de fundo na fotografia. Esta foto atingiu um total de 25 (vinte e cinco) curtidas até dia 11/12/2017.

Assim como no perfil do sujeito 1, as três fotos selecionadas do sujeito 2 são fotos de corpo inteiro e tiradas por outra pessoa.

FIGURA 16: *Print* editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 1º ano.



Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 16 o sujeito também se encontra na praia usando um biquíni conforme imagem do sujeito 1 do 1º ano, porém nesta foto o sujeito não está de pé. Ele se encontra sentando sobre as pernas em uma canga colorida na areia e sorrindo com a cabeça erguida. Está foto atingiu um total de 276 (duzentas e setenta e seis) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 17: *Print* editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 1º ano.



190 curtidas



Fonte: *print* do perfil da usuária

A figura 17 é mais cotidiana e descontraída, aparentemente tirada dentro de casa. Nela o sujeito 3 aparece vestindo uma calça e uma blusa de pijama. Sua pose para a foto foi de lado com a cabeça inclinada em cima do ombro e sorrindo de olhos fechados, sem se direcionar para a câmera. Seu tronco está levemente inclinado para frente e o quadril, para trás. Esta foto atingiu um total de 190 (cento e noventa) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 18: *Print* editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 1º ano.



183 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 18, o sujeito veste uma calça de moletom, blusa de manga listrada e uma sapatilha. Observa-se também um gorro na foto, pendurado na cerca em que o sujeito está sentado, o que sugere que onde ele estava, no momento da foto, é frio. Como já dito, o sujeito 3 se encontra sentado de lado em cima de uma cerca de madeira, num ambiente bastante natural e verde, em segundo plano. Sem olhar para a câmera, o sujeito está com uma perna dobrada, com as mãos sob o joelho, e a outra esticada, o que faz parecer que o sujeito tem uma “bunda grande”<sup>17</sup>. Esta foto atingiu um total de 183 (cento e oitenta e três) curtidas até dia 11/12/2017.

As três fotos selecionadas do sujeito 3 mostram quase completamente seu corpo e foram tiradas por uma terceira pessoa, assim como os outros dois sujeitos já analisados.

---

<sup>17</sup> “Bunda grande” é uma terminologia usada pelo senso comum, que faz referência a uma característica desta parte do corpo, majoritariamente associada a figura feminina. A pesquisadora optou por usar tal termo porque é algo comumente falado na sociedade carioca como um padrão da beleza. Portanto, a escolha por esta terminologia se justifica por representar a visão do senso comum sobre a padronização da beleza carioca.

A seguir, serão apresentados os outros 3 sujeitos do 4º ano do ensino médio e também as descrições de cada fotografia.

FIGURA 19: *Print* editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 4º ano.



62 curtidas



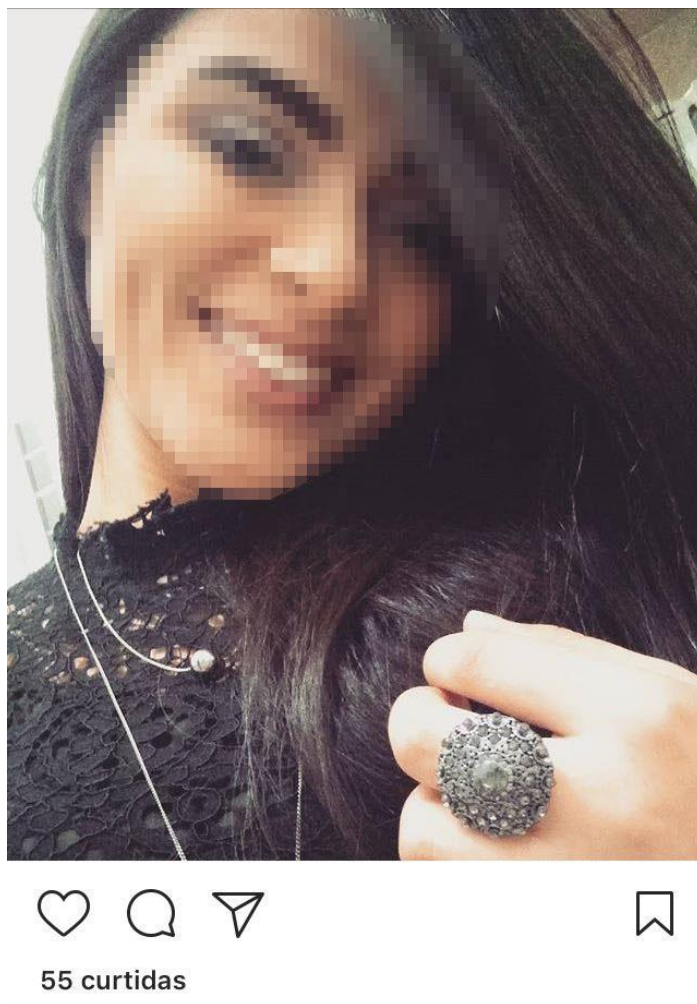
Fonte: *print* do perfil da usuária

A Figura 19 é uma colagem de duas fotos <sup>18</sup>com a mesma roupa, mas em poses diferentes. Nela, o sujeito está produzido e com maquiagem, usando uma blusa preta de mangas, por dentro de uma saia soltinha amarela estampada com abacaxis, na altura dos joelhos, um tênis dourado e uma bolsa preta sem alça. Na foto da esquerda, o sujeito está com o corpo de lado, mas com o rosto por cima do ombro sorrindo para a câmera, com uma perna levemente dobrada e segurando a bolsa ao lado do corpo. Na foto da direita, o sujeito está de frente para a câmera com o quadril inclinado sutilmente para o lado e um joelho dobrado. Está

<sup>18</sup> Para isso, o sujeito usou um aplicativo chamado *PhotoGrind* que se vincula ao *Instagram* para fazer a colagem de duas fotos diferentes; a própria foto analisada tem o selo do aplicativo usado.

segurando a bolsa em frente ao corpo e com a cabeça baixa, olhando para o chão. Esta foto atingiu um total de 62 (sessenta e duas) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 20: *Print* editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 4º ano.



Fonte: *print* do perfil da usuária

Como a Figura 20 é uma *selfie* apenas do rosto do sujeito, não foi possível identificar suas roupas. Apenas pode-se dizer que o sujeito está sorrindo diretamente para a câmera, com a cabeça inclinada e usando maquiagem no rosto. Esta foto atingiu um total de 55 (cinquenta e cinco) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 21: *Print* editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 1 do 4º ano.



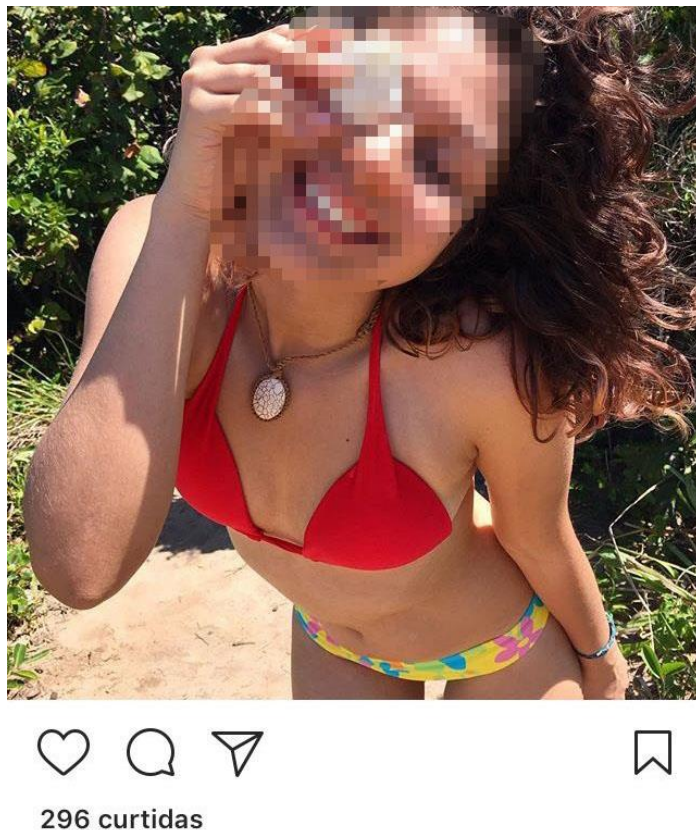
52 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 21 o sujeito encontra-se com uma blusa branca com vinho por dentro de uma saia justa preta, de cintura alta e na altura do joelho com um tênis branco nos pés e uma bolsa tiracolo. A foto foi tirada por uma terceira pessoa e o sujeito está de frente para a câmera do celular, sorrindo com a cabeça inclinada para o lado e com os cabelos lisos caídos no ombro. O sujeito está segurando a bolsa com uma das mãos e, com o quadril levemente quebrado para o lado, uma de suas pernas está levemente dobrada. Assim como na foto anterior, o sujeito está de maquiagem, o que mostra certa preparação para tirar suas fotos. Esta foto atingiu um total de 52 (cinquenta e duas) curtidas até dia 11/12/2017.

Nas suas três fotos mais curtidas, o sujeito 1 do 4º ano se encontra sorrindo e com maquiagem, e todas as fotos parecem ter sido tiradas dentro de casa. Observa-se que nas três imagens o sujeito repete o comportamento da cabeça inclinada.

FIGURA 22: *Print* editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 4º ano.



Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 22, o sujeito 2 do 4º ano está de biquíni, com a maior parte do corpo à mostra e usando um colar feito artesanalmente. Sua pose para a foto foi tirada de frente para a câmera do celular, com o quadril inclinado para a frente e levemente quebrado para o lado. Está sorrindo de olhos fechados segurando uma concha na frente de um deles. Esta foto atingiu um total de 296 (duzentas e noventa e seis) curtidas até dia 11/12/2017.

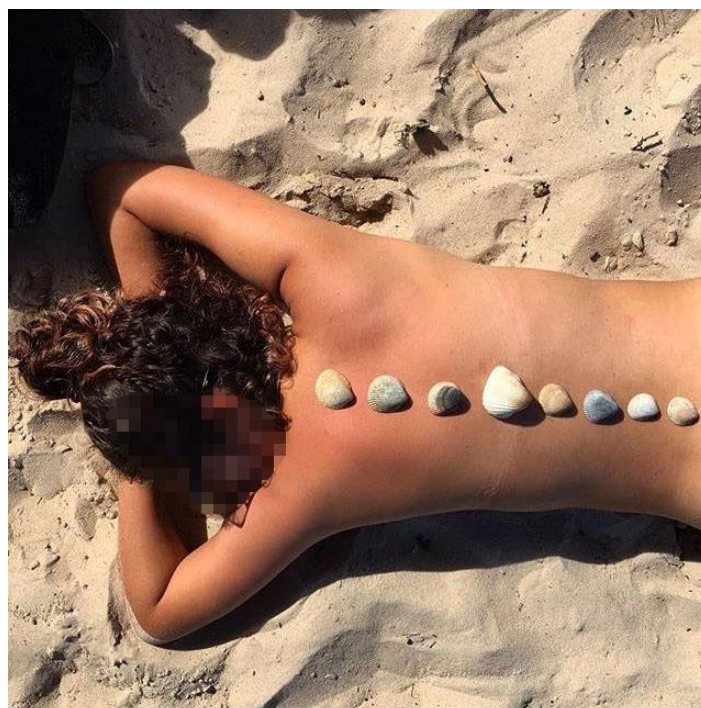
FIGURA 23: *Print* editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 4º ano.



Fonte: *print* do perfil da usuária

O sujeito 2 do 4º ano se encontra de biquíni, óculos de sol e algumas pulseiras no braço, na Figura 23. A foto foi tirada da lateral do corpo do sujeito. Ele está sentado sobre suas pernas, com os joelhos dobrados para trás, e a coluna bem curvada e quadril inclinado para trás, olhando para o horizonte, onde se encontra o mar. Sua pose lembra uma posição para meditação. Esta foto atingiu um total de 271 (duzentas e setenta e uma) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 24: *Print* editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 2 do 4º ano.



268 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

Em sua terceira foto mais curtida apresentada na Figura 24, o sujeito está aparentemente sem roupa, deitado de bruços, na areia, e com os braços cruzados sobre o rosto. Como ornamento para a foto, o sujeito colocou conchas na direção de sua coluna. Esta foto atingiu um total de 268 (duzentas e sessenta e oito) curtidas até dia 11/12/2017.

As três mais curtidas fotos do sujeito 2 do 4º ano foram tiradas por terceiros na praia e têm como aspectos em comum a presença da natureza, da luz natural do sol, sem maquiagem e roupas arrumadas.

FIGURA 25: *Print* editado da foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 4º ano.



110 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

Na figura 25, o sujeito veste um *top cropped*<sup>19</sup> cinza justo e o que se parece com uma saia de fantasia de carnaval, pois, aparentemente, a foto foi tirada em um bloco de carnaval na rua. O sujeito usa também um colar de artesanato e uma fita no cabelo. Se tratando da pose, o sujeito está de frente para a câmera com o quadril levemente quebrado para o lado e sorrindo de olhos fechados segurando as fitas do cabelo. Esta foto atingiu um total de 110 (cento e dez) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 26: *Print* editado da segunda foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 4º ano.

<sup>19</sup> *Top cropped* é uma blusa comum no vestuário feminino que tem o comprimento mais curto que o normal, geralmente até a altura do umbigo.



105 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

A figura 26, assim como sua sucessora, foram tiradas pelo próprio sujeito em frente ao espelho. Fotos desse tipo são popularmente conhecidas como “*selfies* de espelho”. Nela, o sujeito veste uma calça *jeans* de cintura alta e com um cinto, uma blusa preta justa de alças finas e uma camisa de flanela quadriculada. Como a foto foi tirada em frente ao espelho de um possível banheiro, uma de suas mãos segura o celular, enquanto a outra está em cima da pia com o braço levemente dobrado e um pouco à frente do corpo. Com o quadril levemente quebrado para o lado, o sujeito está com o corpo e o rosto um pouco inclinado, com um sutil sorriso de canto de boca olhando para o celular. Esta foto atingiu um total de 105 (cento e cinco) curtidas até dia 11/12/2017.

FIGURA 27: *Print* editado da terceira foto mais curtida do perfil do sujeito 3 do 4º ano.



96 curtidas

Fonte: *print* do perfil da usuária

E na Figura 27, o sujeito 3 do 4º ano usa uma calça *jeans* escura de cintura alta, blusa cinza justa de alças finas e uma camisa de flanela quadriculada, muito semelhante a roupa usada na foto anterior, o que mostra que esse é possivelmente o estilo de preferência do sujeito. Na foto, que também foi tirada no espelho do que parece ser um quarto, o sujeito está com o corpo levemente de lado, uma mão na cintura e a outra segurando o celular, olhando diretamente para o espelho e fazendo o, popularmente conhecido, “biquinho”<sup>20</sup> de forma muito sutil. Esta foto atingiu um total de 96 (noventa e seis) curtidas até dia 11/12/2017.

As três fotos selecionadas do sujeito 3 do 4º ano são imagens do quadril para cima e, ao que se observa, sem maquiagem.

---

<sup>20</sup> Assim como nas justificativas do uso de algumas terminologias do senso comum utilizadas, anteriormente neste estudo, a utilização do termo “biquinho” se refere a um comportamento popularmente usado nas imagens postadas na internet, predominantemente, pelo sexo feminino.

### **3.3 – Análise e identificação de padrões**

Com a descrição de cada foto é possível analisá-las a fim de identificar comportamentos que apontam um padrão entre todos os sujeitos. Optou-se por considerar um padrão para os sujeitos analisados aspectos que se repetem em, pelo menos, metade ou mais das imagens, de maneira geral.

Pode-se perceber, a partir das descrições e das imagens, que um elemento muito importante nas fotos mais curtidas de todos os sujeitos é a presença da natureza, pois ela se apresenta em segundo plano em 8 (oito) das 18 (dezoito), das imagens totais. Porém, apesar de ser visualmente muito presente e importante, a natureza não pode ser considerada um padrão nas fotografias apresentadas porque não se encontra em 50% das imagens.

De outro modo, observou-se que em 12 (doze) das 18 (dezoito) fotos, os sujeitos posam quebrando o quadril e inclinando a cabeça para o lado. Todos os sujeitos, pelo menos em uma das suas três fotos, fazem esta mesma pose, uma perna pouco à frente da outra, o quadril para o lado e a cabeça um pouco inclinada para o mesmo lado. Esta pose, além de acentuar a cintura, dando a impressão que a mesma é mais fina, ainda pode deixar o quadril mais largo, o que faz parecer que o sujeito tem uma “bunda grande”.

Identificou-se também que, 14 (quatorze) das 18 (dezoito) fotos, os sujeitos estão sorrindo. A presença do sorriso nas fotos, assim como tratado no início deste estudo, parece passar a imagem de que a beleza está relacionada à felicidade, dando ênfase ao senso comum de que a felicidade é mais bonita.

Entre as 12 (doze) fotos quebrando o quadril e 14 (quatorze) sorrindo, em 10 (dez) imagens os sujeitos estão sorrindo e quebrando o quadril para o lado. Por tanto, identificou-se como padrão de beleza entre os sujeitos da pesquisa, o sorriso, enquanto expressão de felicidade, a cintura fina e a “bunda grande”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente projeto se debruçou na questão da padronização da beleza dentro dos ambientes digitais, tendo como principal foco a reprodução de padrões na rede social *Instagram* e suas influências na imagem corporal de adolescentes.

Identificou-se no decorrer deste estudo, uma importante questão que abrange a complexidade da discussão entre a imagem virtual e a imagem real. Ou seja, não é possível afirmar que há uma distinção entre uma imagem e outra, já que o limiar entre o que é real e irreal, neste contexto, implica em um maior aprofundamento sobre no tema. Neste sentido, ainda que o universo virtual não possa ser considerado irreal, uma vez que essa imagem existe no âmbito digital, as imagens virtuais tendem a se destoar e modificar a imagem da realidade.

É importante destacar também que as curtidas são uma forma de reconhecimento da imagem de outrem. Ao publicar uma foto no *Instagram*, um indivíduo, de maneira geral, espera conseguir curtidas como forma de reconhecer e valorizar a sua imagem postada. Sendo assim, ao trabalhar com as fotos mais curtidas dos sujeitos, percebe-se que as mais reconhecidas por outros usuários são as que mais se assemelham e aproximam do padrão de beleza ao qual o sujeito é submetido.

Os resultados deste estudo também apontam que as fotos, mesmo que pareçam casuais e espontâneas, são meticulosamente montadas e planejadas, e se referem, majoritariamente, à eventos que transpareçam a imagem de felicidade. Postar imagens que demonstram felicidade é um padrão muito marcante nas fotos estudadas, ainda que esta felicidade não seja real na vida do sujeito.

É importante destacar uma excepcionalidade parcial sobre um dos sujeitos da pesquisa. Observou-se que, na maioria das fotos analisadas, os sujeitos tiram fotos em um ambiente externo à escola, julgando pela paisagem em segundo plano e a sua vestimenta. Porém, em se tratando do sujeito 2 do 1º ano, percebeu-se que, apesar de ainda se enquadrar no padrão de

pose para as fotos que foi identificado a partir da análise, ele tira suas fotos ressaltando a escola onde estuda.

A questão da pesquisa foi identificar os padrões de beleza dos sujeitos estudados, observando como as suas imagens corporais se modificam no âmbito digital, pois ao observar as poses escolhidas pelos sujeitos, as mesmas buscam realçar aspectos físicos que não, necessariamente, espelham as imagens reais destes. Do mesmo modo, eles parecem utilizar como referência os próprios padrões sociais de beleza locais da cidade do Rio de Janeiro.

A partir da pesquisa por perfis abertos no *Instagram*, de jovens do 1º e 4º ano do ensino médio de uma escola técnica do Rio de Janeiro, e da análise das imagens selecionadas, concluiu-se, com base nas poses que os sujeitos mais fazem em suas fotografias postadas, que o padrão seguido pelos sujeitos investigados é de “bunda grande”, sorriso no rosto e beleza “natural”, pois em mais da metade das imagens analisadas, os sujeitos fazem poses que afinam a cintura e alargam o quadril, o que faz com que pareçam ter uma “bunda grande”. Além disso, o sorriso e a pouca, ou nenhuma, maquiagem na maioria dos perfis deixam a aparência de um sujeito mais feliz ao seu natural. Sendo assim, constatou-se que o padrão identificado acima é um padrão da beleza feminino, especialmente da carioca, que consiste em apresentar uma beleza “natural” aos olhos, uma “bunda grande” e um sorriso nos lábios.

É importante destacar que, o uso da palavra natural entre aspas no parágrafo anterior, reflete a observação tirada das análises das imagens realizadas no presente estudo, de que os sujeitos usam artifícios para modificar a apresentação de sua própria imagem corporal. Ainda que o sujeito tivesse a intenção de passar uma imagem natural, a forma como se comporta nas fotografias modifica a imagem de seu corpo, ou seja, deixa de ser uma imagem natural e passa a ser uma imagem modificada/montada.

Com isso, a hipótese deste estudo é confirmada porque a imagem dos adolescentes do grupo estudado apresenta sim diferenças da imagem real destes sujeitos, o que pode ser observado nas poses que buscam realçar características corporais que se assemelham mais com a imagem de uma beleza padrão.

A partir da pesquisa realizada no presente estudo, pode-se afirmar que, em se tratando do padrão encontrado nas 3 (três) fotos mais curtidas de cada sujeito, a escolha pelas poses

que modificam a imagem corporal pode ser motivada pelo reconhecimento social obtido pelos *likes*.

Os principais obstáculos encontrados no desenvolvimento do projeto abrangem duas perspectivas; a primeira do ponto de vista da metodologia do estudo e a segunda do ponto de vista dos limites dos resultados.

No que se refere a metodologia para além de questões pessoais, encontraram-se limites no momento da pesquisa. A ideia, a princípio, era realizar entrevistas com os sujeitos selecionados para que o projeto tivesse a perspectiva dos mesmos. Porém, com as limitações de prazo, foi necessária uma alteração no escopo do estudo que excluiu a possibilidade da realização de entrevistas.

Com isso, optou-se por analisar as imagens de perfis do *Instagram* abertos ao público, pois não havia a necessidade de submissão do projeto ao Comitê de Ética em Pesquisa.

Após a alteração da proposta da pesquisa, outra complicação que surgiu foi o tamanho da amostra. Ainda que estabelecidos os critérios para seleção dos perfis, como explicado no capítulo 3, a amostra de fotografias para analisar era grande demais para o curto prazo. Sendo assim, foi necessário repensar em outro meio de realizar a pesquisa sem perder seu conteúdo. Para tanto, foram selecionadas apenas as 3 (três) fotos mais curtidas de cada indivíduo, o que, enfim, possibilitou a análise detalhada das fotos e a identificação do padrão de beleza que influencia na imagem dos sujeitos estudados.

Em se tratando dos resultados da pesquisa pode-se dizer que os resultados encontrados definem um padrão de beleza para determinado grupo, mas que o projeto não possibilita extrapolar tais resultados, abrangendo um grupo maior que o estudado, ou seja, afirmar que o padrão encontrado é o mesmo da sociedade carioca. Ainda assim, este estudo pode apresentar indícios de que este padrão pode se reproduzir em uma maior escala, necessitando de novos estudos que deem continuidade a esta pesquisa.

A popular “bunda grande” demonstrou ser um padrão de beleza influente para o grupo estudado, que, retomando o que foi falado no capítulo 1, pode ser a expressão de como o corpo é o foco principal da beleza da mulher brasileira. Vê-lo reproduzido nas fotos analisadas, anteriormente, mostra o quanto estes sujeitos são afetados por esse padrão. As poses dos sujeitos para as fotos são um meio de, ao menos, aparentar ser como o padrão exige que sejam.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BARROS, Daniela Dias. **Imagem corporal: a descoberta de si mesmo**. Hist. cienc. saude-Manguinhos, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 547-554, Aug. 2005.
- BRAGA, Patrícia Déa; MOLINA, Maria del Carmen Bisi; FIGUEIREDO, Túlio Alberto Martins de. **Representações do corpo: com a palavra um grupo de adolescentes de classes populares**. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 87-95, Jan. 2010.
- BRASIL, **RESOLUÇÃO Nº 466, DE 12 DE DEZEMBRO DE 2012**. Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/reso466.pdf>. Acesso em: 31/10/2017
- CAVENDISH, Alessandra Araújo. **A passarela virtual: uma análise do aplicativo Instagram como plataforma de construção de narrativas de moda**. Universidade de Brasília – UnB, Brasília, Fevereiro de 2013.
- CLARO, Fernanda Perroni. **Meninas, espelho e fotografias: O edulcore da aparência na Internet**. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo 2012.
- FREITAS, Clara Maria Silveira Monteiro de et al. **O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC**. Rev. bras. educ. fís. esporte (Impr.), São Paulo, v. 24, n. 3, p. 389-404, Sept. 2010.
- FROIS, Erica; MOREIRA, Jacqueline; STENGEL, Márcia. **Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão**. Psicol. estud., Maringá, v. 16, n. 1, p. 71-77, Mar. 2011.
- GOLDENBERG, Mirian. **Gênero e corpo na cultura brasileira**. Psicol. clin., Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 65-80, 2005.
- GOLDENBERG, Mirian. **O corpo como capital: para compreender a cultura brasileira**. Arquivos em movimento, 2, 115-123 (2006).
- GOMES, Gizelle Regina, CARAMASCHI, Sandro. **Valorização de beleza e inteligência por adolescentes de diferentes classes sociais**. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 12, n. 2, p. 295-303, maio/ago. 2007.
- GÜNTHER, Hartmut. **Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: Esta É a Questão?** Universidade de Brasília, Vol. 22 n. 2, pp. 201-210, Mai-Ago 2006.
- IDA, Sheila Weremchuk; SILVA, Rosane Neves da. **Transtornos alimentares: uma perspectiva social**. Rev. Mal-Estar Subj., Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 417-432, set. 2007.
- LÉVY, Pierre. **Pierre Lévy – O que é o virtual?** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sMyokl6YJ5U>, Acessado em: 11/12/2017
- PEREIRA, Rodolfo Moura, NASCIMENTO, Flávia Nessrala, ROSA, Tatiene Kéllen, ARAUJO, Germano, CAMPOS, Carlos Roberto Pires. **O bullying e o desvelar dos estereótipos corporais nas aulas de educação física – uma abordagem freireana**. Revista Científica Internacional, Nº 31, volume 1, artigo nº 9, Outubro/Dezembro 2014.
- RECUERO, Raquel. **Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet**. Interações em Rede. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, v. 1, p. 51-70, 2013.

RUSSO, Renata. **Imagem corporal: construção através da cultura do belo.** Movimento & Percepção, Espírito Santo de Pinhal, SP, v. 5, n. 6, jan./jun. 2005.

ZANETTI, Marcelo Callegari et al. **Corpos belos nos ambientes virtuais: estudo por meio da sociologia visual.** Rev. educ. fis. UEM, Maringá, v. 23, n. 3, p. 411-420, set. 2012.