



IV Mostra de Extensão, Ciência e Tecnologia

XXIX Seminário de Iniciação Científica

XIV Salão de Ensino e Extensão

IV Mostra da Pós-Graduação Stricto Sensu

III Seminário de Inovação Tecnológica

Título:	CULTURA DE CORPOLATRIA MEDIANTE O FOMENTO DA INDÚSTRIA DA BELEZA		
Autores:	Eduarda Viega da Rocha Marli Marlene Moraes da Costa		
Área	<input type="checkbox"/> Humanas <input checked="" type="checkbox"/> Sociais Aplicadas <input type="checkbox"/> Biológicas e da Saúde <input type="checkbox"/> Exatas, da Terra e Engenharias	Dimensão:	<input type="checkbox"/> Ensino <input checked="" type="checkbox"/> Pesquisa <input type="checkbox"/> Extensão <input type="checkbox"/> Inovação
Resumo: <p>A presente pesquisa se propõe a discorrer sobre o fomento realizado pela indústria da beleza - calcada na excessiva preocupação com a aparência estética - capaz de promover estereótipos corporais inalcançáveis e exigências sociais a respeito dos corpos femininos, Tal contexto conduz as mulheres a uma dissimulação de sua imagem, sendo intimidadas diretamente pela indústria da beleza que se mantém em concordância com estereótipos socialmente segregativos em prol de seu maior lucro. Para tanto, tem-se como objetivos específicos perpassar a estrutura patriarcal da sociedade a qual impulsiona a exploração da autoestima feminina, além de discorrer sobre o corpo feminino como um objeto de compra. O presente estudo se apresenta como uma pesquisa qualitativa, com o método hipotético-dedutivo, pois parte de uma conjectura inicial para, posteriormente, discorrer sobre hipóteses concretas. Não obstante, a pesquisa possui finalidade exploratória. Nesse sentido, em um primeiro momento, é oportuno explicitar a cultura designada como corpolatria como sendo aquela que traz com eloquência a busca incessante pela perfeição feminina de forma a alienar os pensamentos sobre autoestima, expondo as mulheres a uma forte pressão estética. É nesse contexto que, muitas vezes, elas se expõem ao uso de remédios, cirurgias plásticas e outros meios a fim de conquistar o padrão socialmente aprovado. A trajetória do corpo feminino constantemente foi alvo de determinações firmadas pelo marido, pai e pela igreja. Hodiernamente os ditadores dos corpos femininos se manifestam através da publicidade vinda da indústria da beleza, transmutando o sentido do belo consumível e comprável. Assim, pode ser considerado como um capital, à vista da necessidade dos altos investimentos monetários, pois somente se conquista a padronização com uma modelagem magra, jovem, em boa forma e o principal sexy e desejável pelo homem (GOLDENBERG, 2010b, p. 9). Para expandir as ideias misóginas sobre o corpo da mulher se obtém auxílio da mídia que cumpre seu papel de impulsionadora. E é assim que essas discriminações ainda têm espaço, e seguem propagando e manipulando o imaginário social a partir da necessidade de se estar no pódio, seja qual for a despesa ou o prejuízo que daí resulte. Sendo assim, o consumo social regula-se pelo método de comprar, usar e reiniciar o ciclo de aquisição. Logo, tudo se torna objeto de consumo até mesmo a identidade física e mental. Conseqüentemente a exigência de</p>			



IV Mostra de Extensão, Ciência e Tecnologia

XXIX Seminário de Iniciação Científica

XIV Salão de Ensino e Extensão

IV Mostra da Pós-Graduação Stricto Sensu

III Seminário de Inovação Tecnológica

conformidade com os padrões patriarcais e a internalização dessas expectativas moldam o pensamento social, tornando o ser feminino refém de sua própria beleza. Segundo os resultados obtidos até o momento, é evidente que o impulso capitalista alicerça o fenômeno de produzir a exclusão para comercializar a inclusão, estabelecendo uma imposição social mediante estereótipos necessários para construção de uma identidade. Embora haja políticas públicas de inclusão e normalização sobre todos os tipos de corpos, ainda não se obteve dissolução absoluta desses preceitos.

Referência:

GOLDENBERG, Mirian. Prefácio à segunda edição. **O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010, p. 09-16.

<https://youtu.be/S5dxbA75U0k>