
Comunicação, Política e Construção Social: a imposição de padrões de beleza em “O Diário da Princesa”¹Lara Cristina REIS SANTOS²Isabella Coelho Mol SANTOS³

Luiz Ademir de OLIVEIRA (Professor Orientador)

Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Resumo:

Por meio da análise fílmica do longa "O Diário da Princesa", estreado em 2001, o presente artigo aborda a relação existente entre a mídia e as representações da estética feminina, procurando entender a forma pela qual os produtos culturais disseminam e reforçam padrões de beleza. Para desenvolver o debate traçado em torno das questões sociais, de gênero e política, além de elencar a construção histórica dos ideais de beleza, lança-se mão das Teorias da Comunicação e da perspectiva Construcionista. Por fim, o artigo traz a análise do filme "A Barraca do Beijo", 2018, para demonstrar que, mesmo com o passar dos anos, a pressão estética continua a ser propagada pela mídia.

Palavras-Chave: Comunicação Audiovisual; Padrões de Beleza; Indústria Cultural; O Diário da Princesa; Mídias.

Introdução:

Lançado em 2001, "O Diário da Princesa" é um longa-metragem de comédia produzido por Whitney Houston e dirigido por Garry Marshall. A obra foi adaptada do livro homônimo de Meg Cabot pela The Walt Disney Company e, logo em sua estreia, revelou-se um sucesso imediato, alcançando a 3º posição nas bilheterias norte-americanas. Na trama, Mia Thermopolis (Anne Hathaway) é uma adolescente de 15 anos que vive em Manhattan com sua mãe. Acostumada a estar fora dos holofotes, a garota tem sua vida drasticamente alterada após a chegada de sua avó (Julie Andrews), a qual declara ser rainha de Genóvia, um pequeno país europeu. Como herdeira do trono, a protagonista precisa atender aos requisitos

¹ Trabalho apresentado ao IJ 04 – Comunicação Audiovisual do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, que acontece de 05 a 08 de setembro de 2023, na PUC-Minas, em Belo Horizonte. É orientado pelo professor Dr. Luiz Ademir de Oliveira, do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ).

² Graduanda do 4º período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). E-mail: larareis1738@gmail.com

³ Graduanda do 4º período do do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). E-mail: coelho640@gmail.com

reais, portanto, além de cursar aulas de etiqueta, lhe é imposta uma transformação em seu plano estético. Assim, ao fim do processo de "embelezamento", Mia incorpora o ideal de beleza impulsionado pela sociedade capitalista. Desse modo, a rejeição, outrora sofrida pela personagem, tem seu lugar ocupado pelo prestígio e validação social.

Essa construção de mulher padrão não é vista somente neste filme. Afinal, de forma recorrente, a mídia ocidental define o aspecto físico como valor central da individualidade feminina. Porquanto, a aparência tida pela sociedade como bela, agradável e superior é demarcada por uma série de características próprias que configuram certo padrão estético (magreza, juventude, cabelo liso, pele clara e traços finos).

Como apontado por Wolf (1992), a construção e o estabelecimento de tais modelos estéticos gira em torno de instituições masculinas e do poder institucional dos homens. Se, anteriormente, ideais como a maternidade mostravam-se exigência para a existência da mulher em sociedade, devido mudanças sócio-históricas, que levaram ao enfraquecimento de certas míticas misóginas, o mito da beleza passou a reger a figura feminina, empregando padrões estéticos como arma política contra a evolução da mulher (WOLF, 1992).

Assim, a forma idealizada tornou-se condição necessária para as relações sociais, adentrando a vida das pessoas por meio da televisão, cinema, mídia e publicidade (PINTO, 2019). Em vista disso, o artigo busca entender, com base na análise do filme escolhido, o modo pelo qual as mídias contribuem para a propagação e imposição de padrões de beleza às mulheres. Para tal, tendo em vista que as concepções de "corpo perfeito" sofrem alterações de acordo com as várias sociedades e períodos históricos (BERGER, 2008), a história dos ideais que circundam a ideia de beleza e suas variações de época para época são focalizadas em um primeiro momento. Em seguida, o debate em torno das questões sociais, de gênero e política, já iniciado por meio da recapitulação histórica, ganha forma a partir da perspectiva Construcionista e de noções relativas às teorias Crítica e Culturológica.

Após desenvolvida a relação entre a mídia e as representações da aparência feminina, conta-se com a análise filmica de Penafria, para que se possa não apenas destrinchar, mas compreender as problemáticas do longa "O Diário da Princesa". Por meio deste processo, que inclui a separação da obra cinematográfica em diversas partes e a profunda compreensão destas, são estabelecidos diálogos entre o filme analisado e a propagação da pressão estética. Ademais, visto que o objeto de análise trata-se de um bem cultural produzido pela sociedade capitalista, a Indústria Cultural e a cultura de massa também são relacionadas.

Por fim, posto o ano de lançamento da obra cinematográfica analisada (2001), outra análise ganha corpo, agora tendo como objeto "A Barraca do Beijo" (2018). A obra, também examinada pela técnica de Penafria, entra no artigo em questão como um complemento à discussão, evidenciando a persistência da imposição estética ao longo dos anos.

O conceito de beleza: uma perspectiva histórica

Conforme Novaes (2005), na contemporaneidade, o imaginário social tem a beleza e a feminilidade como sinônimos. Assim, a partir da infância, estar dentro dos moldes estéticos revela-se qualidade praticamente obrigatória às mulheres. Contudo, como exposto por Samarão (2007), o corpo é produto histórico, social e cultural, portanto os ideais que o cercam se modificam conforme os interesses de cada período e cultura.

Na Grécia Antiga, por exemplo, a noção de beleza estava ligada à harmonia e proporção das partes, sendo essencialmente associada ao corpo masculino (PURPER, 2022). Assim, enquanto a nudez era tida como meio para engrandecer o físico dos homens, as mulheres, por sua vez, deveriam usar túnicas até os joelhos em suas casas e em locais públicos as roupas precisavam chegar aos tornozelos (MOTA, 2006). Contudo, tal ligação entre o conceito de belo e a figura masculina findou a partir da queda do Império Romano.

Com a emergência da Idade Média, a Igreja Católica se fortificou, desempenhando enorme poder de influência sobre a sociedade. Nessa época, cabelos louros, pele extremamente branca e ar virginal eram os ideais que circundavam a figura feminina (SUENAGA; LISBOA; SILVA; PAULA, 2012). Ainda, vale destacar que, para a Igreja, a mulher, principalmente aquela considerada "formosa", era fonte de perdição da saúde e da alma dos homens. Logo, o corpo feminino passou a ser entendido como instrumento do pecado e das forças obscuras (DEL PRIORE, 2009). Por essa razão, cabelos cobertos, roupas largas, ausência de maquiagem e sobrancelhas raspadas eram requisitos.

Posto isso, por mais que sejam distintos, os pensamentos gregos e medievais partilham de um ponto em comum. Ambos são frutos de sociedades androcêntricas e compreendem a imagem relativa à mulher de forma negativa (MOTA, 2006).

Conforme Lipovetsky (1999), a invenção da beleza como qualidade essencialmente feminina é obra do período Renascentista. No momento em questão, o belo foi posto como algo divino e tornou-se análogo a imagem pertencente às mulheres. Mas, à medida que aos homens eram associados aspectos como o trabalho, a razão e a força, à elas cabia apenas a

beleza e capacidade de sentir (MOTA, 2006, p.4). Quanto ao ideal estético da época, a gordura corporal marcava presença e a arte valorizava a pele branca. Já com relação aos cabelos, a descoloração era prática largamente utilizada, pois os fios louros eram vistos como o ideal.

Vale acrescentar que a Renascença foi espaço de destaque para muitas peças embelezadoras, como a maquiagem, perucas e jóias. Como apontado por Greer (1971), devido à ênfase dada às vestes e adornos das damas, a imagem da mulher consumidora era suscitada nas letras poéticas. Além disso, a ideia de que ela era para consumo se levantava a partir de imagens que a descreviam "em termos de cereja e creme" (GREER, 1971, p.52).

Entre 1501 e 1600, "a ênfase recaía sobre a parte de cima do corpo - a delicadeza da tez, a intensidade dos olhos, a regularidade dos traços" (MORENO, 2008, p.15). Desse modo, o uso de pó sob o rosto tornou-se costume, assim como a aplicação de cosméticos e fragrâncias não muito fortes. Além disso, o culto a magreza teve início, abrindo espaço para o emprego de espartilhos e regimes que mantivessem o corpo ajustado aos padrões vigentes.

Quanto ao século XX, no que se refere aos ideais de beleza, este foi um período de constante mudança. Isso por conta da industrialização, que levou à fortificação da globalização e ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Logo, o cinema, as revistas e o rádio desempenharam forte influência sobre os padrões estéticos (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011). Segundo Lipovetsky (1999) nos anos anteriores a Primeira Guerra Mundial, o culto à mulher como o "belo sexo" configurava-se costume exclusivo das classes ricas. No entanto, após o conflito, devido a democratização e industrialização dos produtos embelezadores, a idolatria à beleza alcançou as camadas sociais menos abastadas.

Ainda sobre a Primeira Guerra, devido à convocação para o confronto, cargos trabalhistas marcados pela presença masculina começaram a ser ocupados por mulheres. Com isso, os papéis sociais femininos foram se diversificando lentamente. Todavia, com a queda de certas ferramentas de domínio, no caso, a mística da domesticidade, a estrutura patriarcal procura por outras (WOLF, 1992). Logo, os padrões estéticos começaram a ser usados com mais afinco, constituindo nova forma de controle sobre as mulheres.

Ao ascender no século XX, o cinema, em especial Hollywood, cresceu em capital e influência, tornando-se um grande difusor dos padrões. Desse modo, a aparência das atrizes ilustrava uma beleza completamente inserida nos moldes da época: sobrancelhas depiladas, maçãs do rosto acentuadas, face e corpo finos e peles livres de qualquer cravo ou acne.

Tratando acerca da década de 20, esta é marcada por uma certa independência feminina, expressa pela moda dos cabelos curtos (PINTO, 2019). Ainda nesse decênio, o estilo "a la garçon" ganhou espaço, tirando o destaque antes dado ao busto. Assim, a "silhueta flecha" passou a ser vista como uma imagem "flexível e musculosa", havendo, então, uma associação entre bem estar e ventre liso. Como consequência dessa relação imposta entre magreza e saúde, de 1929 a 1939 o peso corporal considerado ideal sofreu um rebaixamento acelerado (VIGARELLO, 2006).

Nos anos 50, o "sexy" compunha o novo charme, sendo definido por: "busto ressaltado, lábios entreabertos e bojudos," (VIGARELLO, 2006, p.172). No entanto, durante o último terço do século essa moda cedeu lugar ao visual "unissex". Este procurava incorporar alguns elementos entendidos como femininos à estética masculina e vice-versa. Então, retirando o destaque dado às curvas e à erotização, o novo ideal que regia a mulher era composto por ombros largos, bustos e quadris recatados, calça-jeans e músculos aparentes. Dessa forma, a prática de embelezamento começou a atingir o público masculino. Todavia, a pressão advinda dos padrões seguia a recair com mais afinco sobre as mulheres (SUENAGA; LISBOA; SILVA; PAULA, 2012).

Nessa segunda metade do século, as mídias em geral deixaram de entender a beleza como dom natural e passaram a associá-la ao esforço individual, entendendo-a como algo que pode ser alcançado (CASTRO, 2004). Com isso, o consumo de cosméticos, procedimentos e exercícios era estimulado para evitar gordura, envelhecimento, peles escuras, entre outras. Desse modo, a indústria da beleza se desenvolveu exponencialmente, fazendo sucesso com cirurgias, aceleradores de metabolismo, inibidores de apetite e demais práticas.

Quanto a 1991, dificilmente mulheres não brancas eram vistas como modelos a se espelhar, desse modo, as poucas a possuir algum destaque tinham traços caucasianos. Ademais, prevalecia a propaganda anti envelhecimento e a propagação da "perfeição estética" por parte das mídias levou ao aumento da busca por implantes de silicone (WOLF, 1992).

Outra moda popularizada na época recebeu o nome de "heroin chic" e tinha em Kate Moss seu rosto principal. Glamourizando a aparência de usuários de heroína, o estilo incluía olheiras, pele pálida, corpo extremamente magro, cabelos embaraçados e maquiagem suave. Se anteriormente a magreza e os corpos brancos já imperavam na sociedade, com a chegada do heroin chic esse modelo se potencializou. Isto posto, em 1990, os transtornos alimentares e a cirurgia plástica com foco no embelezamento cresceram em massa.

Com a problematização da moda protagonizada por Moss, no início dos anos 2000, o vício em heroína deixou de ser romantizado e o padrão encarnou visuais considerados mais saudáveis. Contudo, por mais que a nova estética, personificada por Gisele Bündchen, valorizasse corpos menos esguios, o culto ao emagrecimento elevado permaneceu.

Atualmente, a opressão estética e os temas que a envolvem, tais como o machismo, os transtornos alimentares, o racismo e a gordofobia são de conhecimento de muitas mulheres. Além disso, aos poucos, corpos à margem dos ideais de beleza têm conquistado certa notoriedade. Contudo, apesar dos avanços, de acordo com o Relatório "Dove Global Girls Beauty and Confidence 2017", mais da metade das mulheres ao redor do mundo têm baixa autoestima corporal.

Ainda hoje, a aparência imposta é norteadada pela valorização de fatores como a juventude, a magreza e a pele clara. Assim, sem demasiada diferenciação com relação aos anos anteriores, na atualidade a beleza demanda: curvas; ausência de estrias e manchas; cintura fina; cabelos longos e lisos; lábios volumosos; pele branca e bronzeada e olhos claros.

A Indústria Cultural, a cultura de massa e a ditadura da beleza

Desenvolvida em 1924 pelo Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, a Teoria Crítica estuda e tece críticas a três instâncias: o sistema capitalista vigente (que promove a padronização e homogeneização da sociedade); o conhecimento científico ligado tanto à perspectiva tecnológica como à visão de progresso; e à comunicação midiática hegemônica. Tais instâncias vinculam-se, conforme apontam Adorno e Horkheimer (2000), ao conceito de Indústria Cultural, elaborado em substituição ao termo "cultura de massa".

A Indústria Cultural diz respeito à produção de bens culturais (filmes; séries; livros; programas de televisão; músicas; peças teatrais; transmissões radiofônicas) pautada em parâmetros do sistema industrial capitalista. Dessa forma, respondendo aos interesses da classe dominante, a fabricação de tais itens encontra no lucro sua principal finalidade.

Passando por processos de serialização e padronização, as produções são diluídas nas várias etapas das cadeias produtivas industriais, as quais debilitam a capacidade do indivíduo de pensar e agir com criticidade e independência. Conforme aponta Wolf (1999), são estratégias da indústria cultural: a padronização dos produtos, a criação de estereótipos, o sistema harmônico e o maniqueísmo.

Por outro lado, há a Teoria Culturológica que se ocupa em estudar a chamada Cultura de Massa. Elaborada pelo filósofo francês Edgar Morin (1997), ela refere-se a um conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens que dizem respeito quer à vida prática quer ao imaginário coletivo. Difundida em larga escala pelos meios de comunicação, a denominada terceira cultura destina-se à massa social e procura suprir as demandas capitalistas. Dentre suas características estão: a juventude; os olímpicos; o grande "cracking"; o "happy end"; a felicidade; o amor e o revólver (MORIN, 1997).

No caso da pressão estética firmada sob as mulheres, diversos filmes, séries, revistas e propagandas não apenas disseminam, como também reforçam padrões de beleza. Assim, a figura feminina é ajustada conforme os interesses da sociedade, na qual impera a supremacia de uma classe, uma raça e de um gênero (SAMARÃO, 2007, apud FREYRE, 2006b). Desse modo, os bens culturais levantam o corpo branco, magro e jovem, em detrimento de todos os outros.

Por se basear em noções capitalistas, a cultura de massa, fruto da Indústria Cultural, está ligada à estrutura econômica, agindo, portanto, em conjunto com outras indústrias (cosméticas, farmacêuticas, de moda) para aumentar os lucros. Com este intuito, ela gera problemas e soluções, procurando, em um primeiro momento, impactar a visão que os indivíduos têm do próprio corpo. Nesse âmbito, os meios de comunicação revelam-se engrenagens essenciais, afinal, estes padronizam corpos através da repetição de imagens e associam a beleza à felicidade, ao "happy end", ao amor e à prosperidade, suscitando, assim, o desejo pelo molde imposto.

Além de excludente, a estética promovida pela mídia é irreal, levando o público a desenvolver sentimentos de aversão à própria imagem, que podem evoluir para transtornos alimentares e dismorfias corporais. Entretanto, como já apontado, a indústria não se limita ao estímulo de insatisfações, apresentando, então, formas para solucioná-las.

Associando a beleza ao esforço, propagandas e filmes, por exemplo, a tornam mérito passível de ser alcançado. Desse modo, uma série de serviços e produtos que prometem tornar as mulheres belas são oferecidos: cremes clareadores, cirurgias plásticas, lentes de contato, dietas, batons, etc. Com isso, um grande número de consumidores recorre a práticas, cosméticos e procedimentos para se remodelar conforme o ideal. Todavia, por diversas vezes a classe mais baixa se vê impossibilitada de seguir os lançamentos da indústria embelezadora, o que torna os padrões ainda mais supressores.

Para transmitir a imagem idealizada de perfeição, programas de televisão, seriados, anúncios de revistas e produções filmográficas contam com maquiagem, iluminação, edição e demais ferramentas. "O corpo nada mais é, nesse contexto, que um objeto socialmente estereotipado, idealizado" (KNOPP, 2008, p.5).

Atualmente, o estereótipo de beleza feminina é largamente representado nas mais diversas peças culturais, sendo sutilmente imposto por meio de imagens e uma comunicação apropriada. Assim, o discurso ideológico é "mascarado por uma linguagem de sedução e as convicções não são questionadas por serem apresentadas como inabaláveis" (ALMEIDA, 2007, p.10)

Em contrapartida, representado pela ausência de traços caucasianos e pela presença de manchas, gorduras, cabelos curtos e crespos, há o estereótipo que demarca a mulher "desprovida de beleza". Nesse contexto, a narrativa maniqueísta, encontrada em diversas produções culturais, utiliza destes clichês para associar a beleza à positividade. Dessa forma, enredos em que as mocinhas da história personificam o "estereótipo da mulher bela", enquanto as personagens tidas como desinteressantes, vilanescas e feias assumem corpos que não se enquadram aos padrões de beleza vêm à tona.

Assim como os estereótipos, a felicidade e a juventude estão dentre as características da cultura de massa que se entrelaçam ao modelo estético, os olímpianos (modelos, atores, cantores, influencers...) encarnam a figura tida como bela tanto em seus trabalhos, como em suas vidas pessoais expostas à mídia. Comumente considerados sonhos estéticos, esses seres midiáticos têm seus conselhos sobre beleza valorizados e divulgados em massa (VIGARELLO, 2006). Assim, indo para além das telas, a influência que possuem chega ao grande público, o qual os vê como exemplos a serem seguidos. Consequentemente, a imitação prestigiosa ganha forma, afinal, as pessoas se espelham nos comportamentos e aparência dessas estrelas (PURPER, 2022).

Esses pontos suscitados pelas teorias Culturoológica e Crítica (olímpianos, padronização, maniqueísmo, estereótipos, happy end, etc.) são encontrados em diversos produtos culturais, que os empregam como ferramentas para a propagação do ideal estético. Portanto, como produtos da Indústria Cultural, ambos os filmes analisados no presente artigo, "O Diário da Princesa" e "A Barraca do Beijo", não escapam de tal fato, reforçando padrões de beleza por intermédio de ferramentas como a escalação do elenco, a utilização de estereótipos e a associação entre beleza e felicidade.

Socialização, mídias, gênero e identidade: a formação da pressão estética

Como expresso por Berger e Luckmann (1998), os indivíduos são postos em contextos por meio de processos de socialização. Isto pois, ao nascer, se deparam com uma estrutura social já estabelecida e em funcionamento, que não apenas os molda como também os determina. Segundo os autores, o processo de interiorização é necessário para que uma pessoa seja inserida no meio social e forme sua própria identidade. Nesse âmbito, por mais que os sujeitos possam ocupar uma posição ativa frente a ordem social vigente, sua ampla e consistente introdução à categoria de membro da sociedade pode gerar adesão aos valores dominantes e hegemônicos.

Enquanto a fase primária da socialização ocorre na infância, através de instituições como a família e a escola, na secundária a pessoa já socializada, é inserida nos “submundos” institucionais. Em ambas as fases, os padrões de beleza e os bens culturais difundidos pelos meios de comunicação ocupam espaço. Assim, o modelo estético vendido pela sociedade é sustentado por filmes e demais bens de forma constante ao longo do processo de formação.

Atualmente, a forma física padronizada é cultuada, mostrando-se atributo necessário para a aceitação e reconhecimento social, principalmente no que diz respeito à inserção da mulher à vida em sociedade (PURPER, 2022). Logo, a cobrança em torno da aparência feminina atinge níveis mais elevados, transformando os padrões em responsabilidade (BERGER, 2008). Dessa forma, as mulheres são associadas à ideia de beleza e a imagem corporal torna-se um dos principais valores que norteiam seu processo de imersão social.

Desde a socialização primária, as meninas são encorajadas a se embelezar. Assim, elogios e brincadeiras relativos ao embelezamento são naturalizados em seu cotidiano. Além disso, filmes, desenhos, redes sociais, revistas e propagandas as expõe a aparências padronizadas: as bonecas dos comerciais, as protagonistas das tramas ficcionais e as criadoras de conteúdo da internet são em sua maioria magras, jovens e brancas.

Portanto, através da interiorização de ideais estéticos e da valorização do corpo, a construção identitária é influenciada. Nesse âmbito, tendo em vista que a primeira realidade do indivíduo é formada por meio da socialização primária, essa inserção inicial desempenha forte papel na formação individual, marcando-a profundamente.

Quanto a adolescência e a vida adulta, o cotidiano feminino segue cercado de padrões, medidas e formas pré-estabelecidas. Desse modo, ao longo do processo de socialização

secundária, a veiculação de corpos padronizados pela mídia segue a influenciar o inconsciente coletivo. Tratando acerca das mídias sociais, em plataformas como Instagram, Tiktok e Photoshop a possibilidade de se enquadrar aos padrões ganha nova forma. Assim, por meio de ferramentas de edição e filtros, narizes são afinados, gorduras são retiradas e peles são clareadas, causando grande impacto sobre a autoestima.

Além disso, ao entrar em contato com os vários grupos sociais, a mulher tem seu corpo natural repudiado. Por isso, para ser validada pelo meio social, ela recorre a práticas como a maquiagem, a depilação e o emagrecimento, mesmo que tal adaptação aos ideais dominantes lhe custe sua liberdade e expressividade. Desse modo, através do conjunto de experiências e interações vivenciadas em sociedade, as maneiras de pensar e agir vão sendo moldadas, gerando forte preocupação quanto ao plano estético.

O Diário da Princesa: contribuindo para o reforço de padrões

A construção de padrões em torno da aparência feminina perpassou séculos e, ainda hoje, constitui debate extremamente atual. Em vista disso, a partir da análise fílmica de Penafria, pretende-se discorrer sobre as mensagens presentes na obra cinematográfica analisada, para que, assim, possa-se compreender a relação existente entre o referido produto midiático e a propagação de modelos de beleza.

Lançado em 2001 pela companhia multinacional de mídia de massa The Walt Disney Company, "O Diário da Princesa" apresenta aos telespectadores Mia Thermopolis, em sua jornada, após descobrir-se herdeira do trono de Genóvia. Por mais que haja distância considerável entre o objeto de análise e os dias atuais, no que diz respeito aos ideais de beleza, as problemáticas por ele disseminadas não se restringem a época. Afinal, continuam a ser difundidas nos mais diversos produtos culturais da atualidade.

Na trama de 2001, Mia é uma garota de 15 anos que vive em Manhattan. Insegura e tímida, ela enfrenta constantes dificuldades para se enturmar com seus colegas de classe, sendo frequentemente ignorada e ridicularizada. Assim, dentre os alunos de sua instituição de ensino, apenas seus amigos, Lilly Moscovitz e Michael Moscovitz, a veem e respeitam de fato. No entanto, tal cenário se transforma com a chegada de sua avó materna, a rainha Clarisse Renaldi. Inicialmente, a protagonista não tem conhecimento acerca de sua linhagem, mas logo seu vínculo com a realeza é revelado por Clarisse. Então, fica acordado entre ambas

que, até o Baile da Independência da Genóvia, a garota receberá aulas para se adequar aos padrões reais, para que, enfim, na data comemorativa possa escolher assumir a coroa ou não.

De início, lhe foram ensinados modos de etiqueta, no entanto, as transformações logo passaram do plano comportamental para o visual. Apesar de ser princesa por direito, visto que seu pai era príncipe de Genovia, Mia precisou ceder aos retoques estéticos. Afinal, de acordo com o meio social no qual está inserida, ela não se enquadra no modelo de beleza, ou seja, não atende a um pré-requisito para ser princesa. Evidenciando tal situação, em determinada cena, o cabeleireiro responsável pela transformação solta um grito de horror ao encontrá-la, expressando descontentamento com relação à aparência da garota.

Antes da alteração estética, a personagem personificava o estereótipo da "mulher feia e desinteressante": óculos e aparelhos, sobrelha grossa, cabelos cacheados e volumosos, ausência de maquiagem, roupas compridas e sapatos pesados. Contudo, após o processo de embelezamento, ela encarnou o padrão hegemônico: suas sobrelhas foram modeladas; seus cabelos se tornaram lisos; lentes ocuparam o lugar de seus óculos; seu rosto foi maquiado; um par de saltos substituiu o sapato que usava; e vestes de grife em estilo europeu passaram a ocupar seu corpo. Ao fim do processo, no qual Mia esteve completamente alheia às decisões, a rainha esboça um sorriso e caracteriza a mudança como sendo "muito melhor".

Vale destacar que a beleza enquanto atributo central da individualidade feminina marca presença no longa. Afinal, Thermopolis herdará a coroa, ou seja, será responsável por um país, porém, os bons modos e, principalmente, o aspecto físico são as principais preocupações quanto a sua preparação para a cerimônia de posse. Porquanto, atributos como a liderança, inteligência emocional e capacidade de administração não são levados em conta.

Mediante ao seu status real e nova forma física, Mia viu-se sob os holofotes, ganhando atenção e admiração da mídia, de seus colegas de classe, de seu interesse romântico e das demais pessoas ao seu redor. Enquanto o visual inicial marca o ponto de partida da personagem, repleto de inseguranças e medos, a versão repaginada marca seu estado final, ou seja, seu amadurecimento e desenredo feliz. Assim, o filme associa os ideais de beleza à características da cultura de massa, como a felicidade, o amor e o happy end. Consequentemente, é inculcido nas pessoas que o "importante é ser bela para ter direito a sonhar com o sucesso e o amor" (MOTA, 2006, p.9).

A juventude, outra estratégia da cultura de massa, também é propagada. Contudo, isto não ocorre apenas neste filme, mas em vários produtos culturais atuais, que, assim como ele,

apresentam predominantemente protagonistas inseridos nos padrões de beleza, ou seja, jovens, brancos e magros. No caso de "O Diário da Princesa", além deste fato, em certa cena, anterior a reforma visual, Clarisse pretende elogiar a aparência de sua neta, no entanto, sem enxergar beleza nela, o único outro elogio que encontra reside em exaltá-la por ser jovem.

Quanto aos elementos da Indústria Cultural, o estereótipo da beleza feminina não é representado apenas na versão repaginada e popular da protagonista, pois também se encontra nas garotas admiradas pela escola. Dessa forma, por meio do emprego de estereótipos, a narrativa maniqueísta associa características como a ausência de óculos, cabelos alisados, roupas apertadas e dentes "perfeitos" à mulheres em posições de privilégio. Em contrapartida, traços físicos similares aos da personagem principal, antes da transformação, (cabelos com fios encaracolados e volumosos, sobrancelhas grossas, roupas largas) são ligados a perfis marcados pela negatividade.

Entretanto, por mais que, em um primeiro momento, a caracterização de Mia Thermopolis a mantenha afastada do estereótipo de beleza feminina, a distância que a separa de tal ideal não é demasiadamente grande. Afinal, a magreza e a pele clara são características presentes na atriz escolhida para interpretar o papel. Nesse âmbito, vê-se que a maior parte do elenco é composta por pessoas inseridas nestes padrões. Por conseguinte, dentre os personagens principais, secundários e figurantes, há escassa diversidade e o culto ao corpo magro e branco é promovido, o que não apenas reforça valores hegemônicos identitários, como também aponta para o racismo estrutural.

A Barraca do Beijo: problemáticas na atualidade

O longa-metragem "A Barraca do Beijo", lançado em 2018 pela Netflix, demonstra que desde "O Diário de uma Princesa", filme de 2001, as coisas não mudaram muito. Dezesete anos depois, vê-se que uma nova série de filmes contém as mesmas características que reforçam os padrões de beleza e os valores pessoais impostos de forma diferente aos gêneros. Em "A Barraca do Beijo", Elle, personagem principal, é uma garota não popular, jogadora de futebol, extrovertida e alto astral. Ela é melhor amiga de Lee Flynn e os dois cresceram juntos. Entretanto, anos mais tarde, ao se apaixonar pelo irmão dele - o menino mais bonito e disputado do colégio - a menina coloca em risco essa amizade.

As problemáticas no longa aparecem desde os primeiros minutos. A menina, que não comporta-se de forma "padrão", isto é, da forma como a sociedade espera que uma garota se

comporte, era ignorada e xingada por outras garotas, nunca tinha sido beijada ou convidada para sair. Contudo, à medida que os anos passam e os seios e curvas da garota aparecem, as coisas começam a mudar.

Após rasgar a calça e ir de mini-saia para a escola, todos os alunos começam a enxergar Elle de forma diferente. Nesse momento, Tuppen, um dos estudantes, vê-se no direito de dar um tapa na bunda da personagem. Quando isso acontece, Lee entra em sua defesa, mas seu irmão mais velho, Noah Flynn, pelo qual a garota era apaixonada desde a infância, é quem começa uma briga e machuca Tuppen. Além de escolher a força como a única forma de defesa, mesmo quando Elle pede para que ele pare, Noah ainda termina dizendo à menina que “usar uma saia assim é pedir para ter problemas”.

Em mais cenas do filme, Elle, que não bebia, começa a beber e, repetidamente, tirar a roupa em festas para chamar a atenção dos outros garotos e, dessa forma, provocar Noah. Nesse caso, em muitos momentos, a seminudez é utilizada como estratégia no filme, tanto para chamar a atenção do público - a partir de estratégias utilizadas pela Indústria Cultural -, quanto como forma de reforçar a beleza de Elle.

Além de outras problemáticas, como a tendência machista e agressiva de Noah, que tenta controlar as pessoas ao seu redor, especialmente os homens, para não se aproximarem de Elle e vive entrando em confusões, pode-se observar uma mudança na forma de se vestir e agir da garota após começar a sair com o menino. Elle, que era dedicada e responsável, e costumava usar roupas mais largas e longas, passa a se vestir com roupas mais curtas e apertadas, a mentir para o melhor amigo e para os familiares ao seu redor, e a quebrar regras da escola - o que, inicialmente, tinha muito medo de fazer.

Tudo isso mostra o quanto as mulheres são levadas a comportar-se de forma diferente, de acordo com o que espera-se delas. No filme, a seminudez, a juventude e o plano estético são utilizados para reforçar, tanto a audiência, quanto a beleza da personagem principal. Nesse sentido, ela passa a ser vista como bela quando muda o jeito de se vestir, ganha traços corporais mais fortes e passa a se comportar de uma forma mais rebelde.

Dessa forma, percebe-se que, assim como “O Diário de uma Princesa”, “A Barraca do Beijo” reforça e contribui para a imposição de padrões estéticos e comportamentais, deixando claro a necessidade da discussão acerca dessas problemáticas. Isso porque as mesmas, como visto anteriormente, podem ser responsáveis pela comparação de meninas e mulheres pelo

mundo, ao passo em que essas assistem uma hegemonia feminina em sua televisão, a qual é imposta como única forma de beleza.

Considerações finais

Como se observou ao longo deste artigo, por mais que o culto à beleza tenha atravessado vários períodos e culturas, variando de acordo com suas particularidades, na sociedade ocidental, a adoração ao corpo branco, magro e jovem tem prevalecido. Assim, pré-estabelecida por instituições, que visam o aumento dos lucros e a conservação da estrutura social vigente, a idealização estética repousa sob a autoestima da mulher, influenciando diretamente sua relação com a aparência física.

Nesse âmbito, tendo em vista que a beleza padronizada e a valorização da imagem são interiorizadas ao longo da socialização, compreende-se a Indústria Cultural como ferramenta essencial à imposição de padrões. Afinal, produtos culturais, como obras cinematográficas, literárias e musicais, os propagam frequentemente, o que pode ser evidenciado por meio da análise de filmes como "O Diário da Princesa" (2001) e "A Barraca do Beijo" (2018).

Embora um considerável espaço de tempo separe as produções, ambas sustentam ideais estéticos por meio de seus diversos elementos (cenas, personagens e caracterizações). Além de empregarem características relativas à Cultura de Massa e à Indústria Cultural, as quais atuam como pilares do ideal de beleza, as obras cinematográficas analisadas impõem a centralidade do corpo sob as identidades femininas e apresentam um elenco predominantemente inserido à aparência hegemônica. Portanto, observa-se que, por mais que as discussões quanto ao tema tenham adquirido força, ainda hoje, estigmas são promovidos pelos valores capitalistas através das mídias.

Referências

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. A indústria cultural. O Iluminismo como mistificação das massas. In: LIMA, Luiz Costa (Org). **Teorias da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ALMEIDA, Flávia M. **As influências nos padrões de beleza feminina através da história: revisão narrativa da literatura**. 2022. Monografia (Bacharel em Comunicação Social) - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Brasília.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade** - Tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis, Vozes, 2007.

-
- BERGER, M. Corpo e Identidade Feminina. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 5, n. 29, p. 23-43, 2008.
- CASTRO, Ana L. Culto ao corpo e sociedade: mídia, cultura de consumo e estilos de vida. In: Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, n° 8, 2004, Coimbra.
- D'ANGELO, Janet. LOTZ, Shelley. DEITZ, Sallie. **Fundamentos de Estética 1: orientações e negócios**. São Paulo: Cengage Learning, 2001.
- MORENO, Rachel. **A Beleza Impossível: mulher, mídia e consumo**. São Paulo: Ágora, 2008.
- DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a Mulher**. Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000
- GREER, Germaine. **A Mulher Eunuco**. Rio de Janeiro: Editora Artenova S.a., 1971.
- KNOPP, Glauco C. A influência da mídia e da indústria da beleza na cultura da corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, n° 4, 2008, Salvador. **Anais**.
- LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- MOTA, Maria Dolores de. **De Vênus a Kate Moss: reflexões sobre o corpo, beleza e relações de gênero**. Universidade Federal do Ceará, 2006. Artigo Científico 11f.
- MORIN, Edgar. **Culturas de massas no século XX**. Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- OLIVEIRA, L. A. **Apostila de Teorias da Comunicação**. São João del-Rei, 2022.
- PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes-conceitos e metodologia (s). In: **Anais do VI Congresso Sopcom**. 2009. p. 6-7.
- PINTO, N. M. Corpos da moda: mídia e padrão de beleza. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, n° 15, 2019, Salvador.
- PURPER, Karine R.L. **As influências nos padrões de beleza feminina através da história**. 2022. Tese (Bacharel em Biomedicina) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul.
- SAMARÃO, L. O Espetáculo da Publicidade: a representação do corpo feminino na mídia. *Contemporânea*, v. 5, p. 45-57, 2007
- SUENAGA, C.; LISBOA, D. C.; SILVA, M. S.; e PAULA, V. B. **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética**. 2012. Dissertação (Lato Sensu em Estética Facial Corporal) Universidade do Vale do Itajaí, Florianópolis.
- VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.
- WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.