



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus Jaraguá do Sul – Centro

ANAELI SILVA RAMOS
ANNA KAROLYNA WOLF
CAROLINE DE ALMEIDA
EZEQUIEL ADAMSKI STACK
MARIA AUGUSTA ZIMMERMANN
LAUANE VANESSA WOLFFENBÜTTEL

**O PADRÃO DA MULHER PROPAGADO PELOS
CONCURSOS DE BELEZA E SUA INFLUÊNCIA NA MÍDIA**

Jaraguá do Sul
2018

**ANAELI SILVA RAMOS
ANNA KAROLYNA WOLF
CAROLINE DE ALMEIDA
EZEQUIEL ADAMSKI STACK
MARIA AUGUSTA ZIMMERMANN
LAUANE VANESSA WOLFFENBÜTTEL**

**O PADRÃO DA MULHER PROPAGADO PELOS
CONCURSOS DE BELEZA E SUA INFLUÊNCIA NA MÍDIA**

Trabalho de qualificação do projeto de iniciação científica do programa “Conectando os Saberes” apresentado ao Instituto Federal de Santa Catarina – Câmpus Jaraguá do Sul como parte complementar à matriz curricular do curso Técnico em Modelagem do Vestuário Integrado ao Ensino Médio de Jaraguá do Sul.

Orientadora: Daiane Aparecida de Melo Heinzen

**Jaraguá do Sul
2018**

SUMÁRIO

1 TEMA.....	4
2 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	4
3 PROBLEMA.....	4
4 HIPÓTESES.....	4
5 OBJETIVOS.....	4
5.1 OBJETIVOS GERAIS.....	4
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
6 JUSTIFICATIVA.....	5
7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	6
7.1 HISTÓRIA DA BELEZA.....	6
7.2 CONCURSOS DE BELEZA.....	8
7.2.1 MISS UNIVERSO.....	9
7.2.2 MISS AMÉRICA LATINA.....	9
7.2.3 MISS BRASIL.....	10
7.2.4 MISS SANTA CATARINA.....	11
7.3 PADRÕES DE BELEZA NOS CONCURSOS.....	12
7.4 COMO A MÍDIA INFLUENCIA NOS PADRÕES DE BELEZA.....	14
8 METODOLOGIA.....	15
9 CRONOGRAMA.....	16

1 TEMA

Concursos de beleza e sua influência na mídia.

2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Analisar o padrão da mulher propagado pelos concursos de beleza e sua influência na mídia.

3 PROBLEMA

A existência de padrões propagados pelos concursos de beleza podem influenciar mulheres a se moldar dentro destes padrões?

4 HIPÓTESES

- Os padrões construídos pelos concursos de beleza reafirmam o ideal de mulher alta e magra.
- A mídia reforça os padrões estéticos construídos pelos concursos.

5 OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GERAIS

Analisar como os concursos de beleza propagados pela mídia constroem um padrão para a mulher.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Analisar as regras apresentadas pelos concursos de beleza;
- 2) Analisar o padrão de beleza apresentado pela vencedora do concurso Miss Santa Catarina.
- 3) Verificar qual a influência da mídia no cotidiano das alunas do Curso Integrado em Modelagem do Vestuário, Integrado em Química e do Curso Técnico em Produção e *Design* de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina - Câmpus Jaraguá do Sul.

6 JUSTIFICATIVA

O padrão de beleza imposto pela mídia influencia as pessoas, principalmente mulheres a buscar alcançá-lo, se submetendo a métodos que fazem mal à saúde. Já na infância as crianças são influenciadas a seguirem esse padrão, o que pode afetar a saúde mental e física destes jovens.

Essas intervenções são feitas através da televisão, internet, revistas, concursos de beleza, e até mesmo por algumas marcas de roupa, maquiagens, entre outros. Os concursos de beleza, por exemplo, impõem que para a mulher ser bela, ela deve ter certa estrutura corporal, como: cabelos lindos, ser magra, ter cintura fina, alta e com pernas longas.

Existem vários estudos sobre padrão de beleza, destacando-se as pesquisas de Samarão (2007), Flor (2009) e Santos (2015).

A pesquisa de Samarão (2007), com o tema **“O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia”**, faz um estudo sobre o padrão de beleza espalhado pela mídia sobre o corpo feminino. O autor compreendeu o histórico social e cultural da sociedade brasileira e o modo que a mulher está presente nela. Concluiu se que o corpo feminino em publicidades é mercantilizado como produto de consumo, não tratando como um corpo, como um gênero e sim representando muitas vezes de forma preconceituosa e sexista. A partir da análise de conteúdos publicitários, notou-se que há muito tempo o corpo feminino proposto pela mídia tem sido objetificado como sensual satisfazendo padrões impostos. Samarão destaca ainda que, o corpo da mulher está exposto como ponte para o produto, afirmando a importância de se questionar toda vez que é visto o corpo feminino exposto de forma vulgarizada em mídia comuns “ Afinal, vendemos cervejas ou mulheres? lingerie ou corpos perfeitos? perfumes ou sexualidade? ”.

Já a pesquisa de Flor (2009) **“Corpo, Mídia e Status Social: reflexões sobre os padrões de beleza”** avalia a exploração do padrão de beleza em revistas femininas e em análise da revista Claudia, identificando conteúdos de status sociais, beleza e boa forma, analisando o padrão construído pelo veículo de comunicação. Para a realização desta pesquisa foi utilizado revistas dos meses de julho à novembro

de 2009, do total do conteúdo analisado apenas uma edição da revista não se tratava de beleza e boa forma, construído por um padrão associado a status social e magreza.

E na pesquisa de Santos (2015) **“A beleza contemporânea, o papel da mídia na veiculação de padrões e possíveis relações com o sofrimento mental da mulher”** é analisada a influência dos modelos de beleza veiculados pela mídia e a adesão das mulheres a estes, bem como sua relação com a vida psíquica em mulheres, identificando os aspectos que promovem a satisfação com relação à própria imagem, verificando a importância da mídia na concepção de beleza feminina, discutindo as influências dessa busca pela beleza na vida psíquica e por fim, verificando o possível desenvolvimento de patologias decorrentes ou reforçadas pelas imposições da mídia quanto ao modelo de beleza feminina.

Neste contexto, esta pesquisa irá contribuir para as pesquisas do tema pois investiga sobre um importante evento social construtor de padrões de beleza, agregará maior quantidade de conteúdo relacionado ao assunto, concursos de beleza, e tal como é propagado pelas mídias.

7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

7.1 História da beleza

Para Bittencourt (2011) o conceito de beleza muda ao longo dos anos. Assim, o considerado “bela” acumula diversas mudanças e padrões distintos. Na antiguidade, uma mulher era bela se fosse robusta, transparecendo saúde, boa alimentação e reprodução. Com o passar do tempo e com o surgimento dos desfiles, a moda era ser magra, quase esquelética.

Para Costa, *et al.* (2010) a beleza pode ser definida como uma qualidade de algo que é agradável aos sentidos. As diferentes culturas têm padrões específicos relativos sobre o que é atrativo e desejável. Então o corpo belo seria aquele cuja as formas provocasse tais sensações, e o padrão seria as formas corporais que fossem agradáveis aos sentidos de diferentes indivíduos.

Segundo Talmann (2013, s.p apud SILVA, 2013) “a beleza é subjetiva está nos olhos de quem a vê”, apesar disso, para Gallas, Oliveira e Shmidt (2008) “a beleza humana sempre foi cultuada, conforme as imposições de sua época”.

Já para Duarte Jr (2009, apud Sampaio e Ferreira,) “Beleza é uma maneira de nos relacionarmos com o mundo. Não tem a ver com formas, medidas, proporções, tonalidades e arranjos pretensamente ideais que definem algo como belo”

Por mais que se altere de um lugar para outro, de uma época para outra, de uma raça para outra, beleza será sempre conceitual. E o que se conclui é que os conceitos de beleza moldaram e moldam as sociedades atuais, ditam o que usar e não usar, o que comer, o que vestir... Enquanto o mundo for mundo, e principalmente, globalizado, os padrões do que é belo vão estar sempre mudando (BITTENCOURT, 2011).

Ainda para Costa, *et al.* (2010, p. 392) “o padrão de beleza corporal seria um conjunto de características que um corpo deveria apresentar para ser considerado como belo por um determinado grupo de indivíduos.”

O surgimento de preferências sobre o padrão de beleza e o acordo com as diferentes culturas sobre o que é ser atraente, desafiam uma visão de longa data de que nossas preferências refletem padrões arbitrários de beleza estabelecidos pelas culturas. Os teóricos propuseram que as preferências de face podem ser adaptadas para a escolha do parceiro, pois traços atraentes sinalizam aspectos importantes da qualidade, como a saúde. Outros argumentaram que podem ser simplesmente subprodutos da maneira como o cérebro processa as informações (RHODES, 2005).

Atualmente a sociedade considera que “o indivíduo aceitável” é aquele que segue ou se enquadra no padrão social dominante. Quem não se adapta a este padrão vive “à margem da sociedade”, sendo culpado por não possuir ou se aproximar deste ideal” (SANT’ANNA, 2005).

Nesse contexto, o ser humano é persuadido a atingir um padrão de beleza perfeito, podemos dizer que adolescentes se vêem obrigadas a amadurecer e assim “fazem cirurgias precocemente para se sentirem valorizadas, bonitas, e não excluídas nessas hierarquia da beleza” (GALLAS, OLIVEIRA e SHMIDTT, 2013).

Outro meio que contribui para construção de um padrão de beleza são os concursos de beleza propagados pela mídia, tema apresentado a seguir.

7.2 Concurso de beleza

Os concursos de beleza começaram a se propagar na segunda metade do século XX. Qualquer âmbito territorial: país, comunidade, município ou aldeia, grêmios ou feiras tinham sua própria competição. Esses “Concursos de Miss” são atividades lúdicas que buscam eleger modelos universais de sensualidade e beleza, às vezes com viés político e mercadológico. Miss é uma palavra de origem inglesa que significa senhorita. A primeira colocada em um concurso que elege a mulher mais bonita de um lugar ou a que teve a maior preferência dos julgadores.

Realizado desde 1952, o concurso de beleza feminino de dimensão mundial começou como um método de marketing de uma marca californiana de roupas de banho e foi televisionado pela primeira vez em 1955 (LIMA, 2017).

Habitualmente são focados na beleza corporal da candidata, além de agregarem uma avaliação da inteligência, personalidade e talento especial. As candidatas que suprem esse leque de exigências são chamadas como “rainhas da beleza”. As misses são apresentadas como mulheres empoderadas, que se interessam por assuntos relevantes, como mulheres de opinião. Apesar de todo glamour, elas são mulheres comuns, que não exploram excessivamente o corpo para vender sua imagem.

“Pela TV, uma comentarista disse que a atual proposta do concurso é avaliar a ‘beleza com propósito’, para que a miss exerça uma mudança no mundo, participando de projetos sociais e ações que possam inspirar crianças ao redor do globo. Entretanto, a aparência continua sendo o primeiro e principal filtro para ser essa representante universal” (STEFANELLI, 2017).

Para especialistas, o principal motivo que leva o seguimento dos concursos e ao número significativo de inscrições é o fato de que a beleza continua sendo um forte valor da cultura ocidental, potencializado através dos veículos de comunicação, como a televisão e a internet (BITTENCOURT, 2010).

A seguir serão apresentados os tipos de concursos de beleza mais comentados ou repercutidos pela mídia.

7.2.1 Miss Universo

Miss Universo é a mais importante competição internacional de beleza feminina. Ao ganhar o concurso a vencedora leva um ano de contrato com a Miss Universe *Organization*, um prêmio em dinheiro, joias, roupas e passa seu reinado

viajando pelo mundo levando a mensagem de controle de doenças e paz. Além disso, ela fica todo o seu reinado hospedada em um apartamento da Trump Tower, na cidade de Nova York (PEPINO, 2017).

Nesse concurso a beleza das participantes é rigorosamente avaliada e não se pode negar que existe um padrão esperado para as candidatas. Apesar de ser extremamente importante para o concurso, a beleza não é o único quesito avaliado pelos juízes. A vencedora vai representar a organização do concurso e uma parcela da população, por isso precisa de outras qualidades, como por exemplo uma personalidade que chame a atenção dos jurados e se destaque entre as demais (PEPINO, 2017).

“A sul-africana Demi-Leigh Nel-Peters, de 22 anos, venceu o Miss Universo 2017, realizado em Las Vegas, Estados Unidos. Ela recebeu a coroa da miss 2016, a francesa Iris Mittenaere” (G1, 2017).

7.2.2 Miss América Latina

O seu objetivo é propagar a origem latina entre os mais variados países. É realizado, anualmente, desde 1981. O evento tem sede em Miami, nos Estados Unidos e geralmente é realizado em países caribenhos ou no México. Tem o objetivo de destacar a beleza latina e promover a fraternidade entre as nações, colaborar com obras de caridade e a promoção do turismo.

Miss América Latina percorreu as etapas da América do Norte, Central e do Sul com suas produções anuais e seus proprietários estenderam esta jornada para a Europa com visitas oficiais durante seus respectivos reinos.

O Brasil ganhou quatro vezes o concurso Miss América Latina, em 1994 ganhadora Priscila Furlan, em 1998 ganhadora Aline Resende, em 2001 ganhadora Grace Martins e, o mais recente em 2013, ganhadora Julia Guerra (MISS AMÉRICA LATINA DEL MUNDO, 2018).

7.2.3 Miss Brasil

O concurso Miss Brasil visa eleger uma representante para a beleza da mulher brasileira. Considerado o maior concurso de beleza do país, o Miss Brasil revela a mulher mais bonita do Brasil. Representantes dos 26 estados mais o Distrito Federal demonstram confiança e força.

“Muito mais do que uma referência de beleza, a Miss desempenha um papel fundamental na sociedade: representar a voz e a alma da mulher contemporânea, que busca cada vez mais o respeito, os direitos iguais e o valor de suas opiniões. Ser bela, carismática e simpática é essencial. No entanto, é preciso saber usar essas qualidades para transformar, engajar e fazer a diferença. A personalidade da Miss deve transcender em suas atitudes, porque a coroa não representa somente seus aspectos físicos, mas também a sua responsabilidade e o compromisso em inspirar as pessoas a se tornarem seres humanos melhores para o mundo” (MISS BRASIL BE EMOTION, 2018, n.p.).

As candidatas do ano de 2018 são:

Miss São Paulo - Paula Palhares

Miss Tocantins - Tatiele Silva

Miss Sergipe - Grazielly Moraes

Miss Acre - Maria Thaís Braga

Miss Alagoas - Isabella Burgui

Miss Amapá - Emilay Muniz Campos

Miss Bahia - Maria Isabel de Jesus Santos

Miss Ceará - Teresa Santos

Miss Distrito Federal - Bia Rodrigues

Miss Amazonas - Mayra Dias

Miss Espírito Santo - Sabrina Stock

Miss Goiás - Giovanna Veríssimo

Miss Maranhão - Lorena Bressani

Miss Mato Grosso - Caroline Back Machado

Miss Mato Grosso do Sul - Giovanna Grigolli

Miss Minas Gerais - Elis Miele

Miss Pará - Ponnyk Torres

Miss Paraíba - Ana Carla Medeiros

Miss Paraná - Deise Caroline Ribas

Miss Pernambuco - Eslovênia Marques Lima

Miss Piauí - Naiely Moura

Miss Rio de Janeiro - Amanda Coelho

Miss Rio Grande do Norte - Monique Sandrelly Rêgo

Miss Rio Grande do Sul - Leonora Weiner

Miss Rondônia - Thaisi Dias

Miss Roraima - Marina Pimentel

Miss Santa Catarina - Débora Silva

.

7.2.4 Miss Santa Catarina

É o concurso que elege a candidata mais bonita de Santa Catarina e ideal para concorrer ao Miss Brasil. O Miss Santa Catarina foi idealizado pelo empresário Túlio César Cordeiro, destacando-se os seguintes concursos na sua trajetória:

– Miss Balneário Camboriú – Desde 1980 a 2006;

– Miss Itajaí – Desde 2001 a 2006;

– Miss Itapema – Desde 2000 a 2006.

– Preparação de dezenas de outras candidatas do estado para o Miss SC (Miss Santa Catarina Oficial, 2015).

Como é de costume, Santa Catarina é o primeiro estado a eleger seus representantes para o Concurso Nacional de Beleza, neste caso, o de 2018. 36 misses concorreram no Ginásio Municipal de Imbituba na fase final do concurso, que já havia tido diversas provas preliminares. A escolhida do corpo de jurados foram Thylara Brenner, Miss Balneário Camboriú, agora Miss Santa Catarina 2018.

Thylara tem 24 anos de idade, 1.79 metros de altura, é graduada em Ciências Contábeis e trabalha como contadora e modelo.

Os finalistas e possíveis participantes 2018, foram:

Misses:

Vice-Miss Santa Catarina 2018: Gabrielli Frozza, Navegantes.

Terceira Princesa: Helena Maior, Florianópolis.

Quarta Princesa: Rariane Schneider, Joinville.

Ainda sobre o concurso catarinense de 2018, no espírito do Beleza (Beauty With a Purpose), os candidatos arrecadaram 640 fraldas geriátricas que foram doadas pelos mesmos à casa de repouso Imaculada Conceição, de Imbituba (CONCURSO NACIONAL DE BELEZA, 2018).

7.3 Padrão de beleza dos concursos

Todas as integrantes dos concursos de beleza, apesar dos diferentes países, seguem o mesmo padrão: são altas, magras, corpo perfeito, sempre lindas e elegantes. Esses concursos elegem aquela que atende o padrão de beleza mais adequado (CRISTINA, 2014).

No Quadro 1 são apresentadas as principais regras/critérios necessários para participar dos concursos de beleza.

CONCURSOS DE BELEZA	REGRAS / CRITÉRIOS	FONTE
Miss Universo	<ul style="list-style-type: none">• Nunca ter sido casada, nem ter tido casamento anulado, e nem tampouco ter dado a luz a uma criança;• Possuir uma perfeita saúde, ter postura, personalidade, charme e beleza de formas e rosto.• A candidata precisa ter entre 18 e 27 anos no dia 1º de fevereiro do ano do concurso;• É obrigatório que ela apresente a nacionalidade do país que estiver representando.	CORDEIRO (2017) PEPINO (2017)
Miss Brasil	<ul style="list-style-type: none">• Ser cidadã brasileira por um período de pelo menos 12 meses que antecedem a realização do concurso;• Ter no mínimo 18 anos e no máximo 26 anos até o dia 2 de Fevereiro correspondente ao ano do concurso;• Nunca ter sido casada, nem ter tido casamento anulado;• Nunca ter sido mãe, não estar grávida;• Nunca ter sido fotografada ou filmada totalmente despida, expondo os seios e partes íntimas;• Nunca ter sido fotografada ou filmada em cena de sexo explícito;• Ter estatura mínima de 1,70.	CORDEIRO (2017)
Miss Santa Catarina	<ul style="list-style-type: none">• As candidatas municipais devem, obrigatoriamente, representar um município do Estado de Santa Catarina;• Tatuagens são aceitas pequenas e em lugares discretos;• Não podem ser mães, nem estar grávidas;	CORDEIRO (2017)

	<ul style="list-style-type: none"> • Não podem ser ou terem sido casadas, terem tido um casamento anulado; • Ser do sexo feminino e não podem ter feito nenhum procedimento cirúrgico de readequação de sexo; • Ter 18 anos completos até o dia 01 de janeiro de 2017 e 27 anos incompletos até o dia 01 de janeiro de 2017; • As medidas de corpo devem se aproximar de 90 cm de quadril, 60 cm de cintura e 90cm de busto; • Devem ter no mínimo nível superior (completo ou incompleto) ou tecnólogo (completo ou incompleto); • Ter a capacidade de realizar as atividades do dia a dia com tranquilidade e com menor esforço; • É proibida a participação de candidatas que em algum momento tenham sido fotografadas ou filmadas totalmente despidas. 	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Quadro 1. Regras dos concursos de beleza

Fonte: Construída pelos autores.

Em síntese, observa-se que as regras comuns para todos concursos são: ser do sexo feminino e não ter feito nenhum procedimento cirúrgico de readequação de sexo, ter 18 anos de idade completos, não ter sido casada, nem ter tido casamento anulado, não ter sido mãe e não estar grávida e nunca ter sido fotografada ou filmada totalmente despida, expondo os seios e/ou partes íntimas.

7.4 Beleza na mídia

Segundo Silva, *et al.* (2013) a mídia tem uma história longa e cheia de mudanças. Pode-se dizer que a mídia vem evoluindo de acordo com a comunicação e a tecnologia, pois uma depende da outra para finalmente conseguir chegar ao seu consumidor.

Não se pode negar que a mídia tem um poder de persuasão, e pode revolucionar uma sociedade inteira a partir do momento que impõe um padrão, fazendo com que muitas pessoas não se sintam aceitas em determinados grupos.

Hoje em dia “torna-se irreal, pensar a cultura e as ações sociais sem relacioná-las às mídias” (BALDANZA e ABREU, 2006).

Um dos veículos da mídia, as revistas, estampam em suas capas pessoas esculturais, com a pele sedosa e brilhante. Apesar de passar por alguns tratamentos de *photoshop*, influenciam as mulheres que se submetem a tratamentos (mesmo que inviáveis) para entrar nesse “grupo” e não sofrer preconceito.

O problema não está na sociedade e, sim, em cada um, pois devemos nos aceitar da maneira que somos (OLIVEIRA, 2015).

7.4.1 Como a mídia influencia nos padrões de beleza

De acordo com Moreno (2008) a busca por padrões foi, e tem sido até hoje, incentivada pela mídia. Esse imperativo moral da beleza imposta pela sociedade e pela mídia, de forma geral, provoca uma cobrança por um corpo ideal. Muitas vezes transformando-se em luta acirrada para conquistar a aparência tão valorizada. Segundo Baldanza e Abreu, (2006) as pessoas tendem cada vez mais a absorver padrões de aparência física realçados pela TV em diversos programas, desde telenovelas, até jornais, programas de auditório ou mesmo em propagandas de produtos expostos nos horários comerciais, a partir daí, “descobriu-se que era possível modelar consciências, criar ou destruir expectativas, mobilizar ou desmobilizar pessoas” Lopes (2004, apud BALDANZA e ABREU, 2010, p. 93). O corpo torna-se um capital e a mídia procura legitimar interesses relacionados à comercialização de produtos e serviços destinados à promoção e manutenção a boa forma física e a da beleza.

A mídia possui “ingredientes que fazem parte do processo de hipnose e sedução produzidas pelas imagens”, por isso, quando mostrados em novelas, propagandas publicitárias, dentre outras vias da mídia, o consumidor se sente induzido pelas figuras que são apresentadas, uma vez que a intenção realmente é essa, hipnotizar o consumidor para despertar nele o desejo de se tornar parecido (APÓSTOLICO, 2006).

Assim, a fim de vender seus produtos e relacioná-los a uma novela ou artista famoso: “um acessório ou uma roupa usada pela atriz principal, tudo é

minuciosamente preparado para os sonhos e ambições dos telespectadores” (TRINCA, 2004, p. 10).

Como cita Ivanir Glória de Campos (2008) e Chauí (2006), em seu livro *Simulacro e Poder: uma análise da mídia* cita que o jornalismo tornou-se protagonista da destruição da opinião pública. Ou seja, os princípios estão sendo cada vez mais esquecidos, para ser substituídos por tudo o que a mídia vem nos induzindo a ser, usar e querer (SILVA, *et al*, 2013).

De acordo com Maio (2004), nos diferentes veículos pode se perceber um verdadeiro bombardeio de propostas de transformação do corpo. E esse impacto faz com que nos dia de hoje, passe a ser imperativo buscar atingir o padrão de beleza exigido pela sociedade.

“Santos e Veloso (2010) ressaltam que a imagem feminina representada pelos meios de comunicação apresenta uma linha evolutiva em termos estéticos, que variam através dos anos e nesse período têm sugerido padrões e modelos para o consumo da sociedade. O comportamento social recebe influências dessa mídia no que diz respeito à formatação de um corpo ideal, considerado símbolo de sucesso e poder entre as mulheres dessas gerações. A padronização desse modelo determina uma série de fatores desde os de ordem psicológica até os de ordem social que cria o pensamento responsável pela construção de um novo feminino, caracterizado por um corpo artificial, construído e surreal” (GRACIANO e EMILIANO, 2015).

8 METODOLOGIA

Este projeto tem como objetivo analisar como os concursos de beleza propagados pela mídia constroem um padrão para a mulher. Inicialmente, será realizada análises bibliográficas com a finalidade de complementar e atualizar históricos e dados sobre o assunto. Tal análise será realizada através de artigos, sites, livros, regulamentos, além de outros meios da esfera acadêmica e jornalística.

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa e quantitativa, a fim de se compreender a influência dos concursos de beleza no cotidiano da mulher.

A coleta de dados irá ocorrer em duas etapas: por meio de entrevista semi-estruturada com a vencedora do concurso de beleza Miss Santa Catarina, analisando o padrão apresentado pela candidata, sua percepção sobre a influência da mídia na construção deste padrão e sobre o funcionamento e organização de tal concurso. A entrevista será realizada através de skype com a candidata, sendo gravada com a permissão da mesma. A segunda forma de coleta de dados será através de questionários, com perguntas objetivas, destinados às estudantes, com o propósito de verificar a influência dos veículos de comunicação como a televisão, internet, revistas, concursos de beleza, e até mesmo marcas de roupa e maquiagens, geradoras de determinado padrão, no cotidiano dessas pessoas. O questionário será aplicado para as estudantes dos Cursos Integrados em Modelagem do Vestuário, Integrado em Química e Técnico em Produção e *Design* de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina - Câmpus Jaraguá do Sul.

Por fim, será realizada análise de dados a fim de confirmar ou não as hipóteses desta pesquisa e atender os objetivos propostos.

9 CRONOGRAMA

Atividades	Jul 2018	Ago 2018	Set 2018	Out 2018	Nov 2018	Dez 2018	Jan 2019	Fev 2019	Mar 2019	Abr 2019	Mai 2019	Jun 2019
Elaboração dos objetivos e justificativa.	X											
Fundamentação teórica	X											
Elaboração da metodologia	X	X										
Elaboração do questionário		X										
Elaboração do roteiro de entrevista		X										
Aplicação do questionário			X	X								
Entrevista com a vencedora do Miss SC			X									
Compilação dos dados e tabulação da pesquisa					X	X						
Revisão da fundamentação teórica							X	X				
Análise de dados								X	X			
Considerações finais										X		
Apresentação final											X	
Submissão do artigo a um evento e/ou periódico.												X

REFERÊNCIAS

ABREU, Nelsio R. BALDANZA, Renata F. Reflexões sobre as influências da indústria cultural na difusão de valores estéticos: a TV aberta brasileira e a padronização da beleza. **Mediaciones Sociales**. Alagoas, n. 7, p. 91-110, 2010.

AFINAL, o que faz uma miss universo?. **Virgula**. Disponível em: <<http://www.virgula.com.br/comportamento/afinal-o-que-faz-uma-miss-universo/>> Acesso em: 20/04/2018.

Ainda Faz Sentido Existir Concurso de Beleza no Mundo de Hoje? Disponível em: <<http://www.abcagora.com.br/2017/01/31/ainda-faz-sentido-existir-concurso-de-beleza-no-mundo-de-hoje/>>. Acesso em: 04/06/2018.

A Influência da Mídia na Construção da Beleza.

Disponível em: <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/05/A-INFLUENCIA-DA-MIDIA-NA-CONSTRUC-AO-DA-BELEZA.pdf>>. Acesso em: 04/06/2018.

BATISTA, Ana Maria Fonseca de Oliveira. Construindo gênero em quatro décadas e meia de Miss Universo. **Estudos feministas**. Florianópolis, p. 232, 2013.

BALDANZA, Renata Francisco; ABREU, Nelsio Rodrigues de. A Comunicação na Mídia e os Símbolos de Beleza: Reflexões Sobre Influência da Indústria Cultural da Difusão de Valores Estéticos. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Ribeirão Preto, 2006.

BITTENCOURT, Caroline. O Padrão de Beleza e suas Consequências. **Programa Xequemate**. Disponível em: <<http://programaxequemate.blogspot.com/2011/05/o-padroao-de-beleza-e-suas-consequencias.html>> . Acesso em: 30/05/2018.

Candidatas 2018 Miss Brasil Be Emotion.

Disponível em:
<http://missbrasil.beemotion.com.br/featured_item_category/candidatas-2018/>.
Acesso em: 23/05/2018

COSTA, Antonio Silva. *et al.* O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **Revista Brasileira Educação Física e Esporte**. São Paulo, v. 24, n. 3, p. 389-404, Jul./set. 2010.

CORDEIRO, Marta Maria. Ser belo. Uma Questão Pessoal. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidian**. n. 4, 2014.

Concurso Miss e Mister Santa Catarina CNB abre temporada de 2018. Disponível em:
<<http://www.concursonacionaldebeleza.com.br/blog/2017/6/12/concurso-miss-e-mister-santa-catarina-cnb-abre-a-temporada-de-2018>>. Acesso em: 27/05/2018.

CRISTINA, Odete. Os concursos de beleza e os padrões de beleza que a sociedade capitalista impõe as mulheres. **Pão e Rosas**. Disponível em:
<<http://nucleopaoerosas.blogspot.com/2014/12/os-concursos-de-beleza-e-os-padroes-de.html>> . Acesso em: 23/05/2018.

DIAS, Valéria. **Padronizar Tamanho de Roupas é Possível, Mostra Estudo**. Disponível em:
<<http://www5.usp.br/101807/padronizar-tamanho-de-roupas-e-possivel-mostra-estudo/>> . Acesso em: 30/04/2018.

DICIONÁRIO informal. Disponível em <<https://www.dicionarioinformal.com.br>>.
Acesso em: 04/04/2018.

ECO, Umberto (Org.) . **História da Beleza**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

Especialistas Analisam o Sucesso e a Importância dos Concursos de Beleza. Disponível em:
<<http://www.clicrbs.com.br/especial/sc/qualidade-de-vida-sc/19,0,3031766,Especialist>

[as-analisam-o-sucesso-e-a-importancia-dos-concursos-de-beleza.html](#)>. Acesso em: 04/06/2018.

FLOR, Gisele. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. **Revista de Estudos da Comunicação**. Curitiba, v. 10, n. 23, p, 267-274, 2009.

GALLAS, Juliana Cristina; OLIVEIRA, Claudete; SHMIDTT, Alexandra. **O Mercado da Beleza e suas Consequências**. Balneário Camboriú, 2008.

GRACIANO, Livia Lopes; EMILIANO, Silvani. **A Influência da Mídia na Imagem Corporal Feminina**. Tuiuti, 2015.

História do Miss Mundo Concurso Mundial da América Latina.

Disponível em: <<http://www.missamericalatina.com/Historia.html>>. Acesso em: 17/05/2018

INSTITUCIONAL. **Miss Santa Catarina Be Emotion**. Disponível em: <<http://www.missantacatarinaoficial.com.br/portal/institucional/>> . Acesso em: 19/04/2018.

LIMA, Juliana Domingos de. O concurso Miss Universo faz sentido? Perguntamos a esta pesquisadora. **Nexo**. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/30/O-concurso-Miss-Universo-faz-sentido-Perguntamos-a-esta-pesquisadora>> . Acesso em: 03/06/2018.

MEUS dicionários. Disponível em <<https://www.meusdicionarios.com.br/>>. Acesso em: 04/05/2018.

NOGUEIRA, Natania A. S. **História e ensino sem fronteiras**. Disponível em: <<http://historiadoensino.blogspot.com.br/2016/06/um-pouco-de-historia-da-beleza-e-d-a.html>> Acessado em: 25/04/2018.

NOVAES, Joana V. ; VILHENA, Junia de. De Cinderela a Moura Torta: Sobre a Relação Mulher, Beleza e Feiúra. **Sistema de Información Científica**. v. 8, n. 15, p. 9-36, 2003.

PEPINO, Luciana. **O que faz uma mulher ganhar o Miss Universo**. Disponível em: <<https://www.lucianapepino.com.br/blog/moda/requisitos-miss-universo>> Acessado em: 04/05/2018.

Padrão de Beleza Imposto pela Mídia: Um Problema Social ou Pessoal?

Disponível em: <https://www.projetoedacao.com.br/temas-de-redacao/o-que-e-uma-familia/padrao-d-e-beleza-imposto-pela-midia-um-problema-social-ou-pessoal/1952>. Acesso em: 22/05/2018.

Quando o interior (literalmente) era o mais importante nos concursos de beleza.

Disponível em: <https://www.mdig.com.br/index.php?itemid=35087>. Acesso em: 04/06/2018.

RHODES, Gillian. A psicologia evolutiva da beleza facial. **Revisão anual de psicologia**. Austrália. v. 57. 2005. Disponível em

<https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>

Acesso em: 04/04/2018.

SAMPAIO, Rodrigo P. A. De; FERREIRA, Ricardo Franklin. Beleza, identidade e mercado. **Psicologia em revista**. Belo Horizonte, v. 15, n. 1, p. 120-140, 2009.

SANTOS, Bárbara Lúcia Soares dos. **A beleza contemporânea, o papel da mídia na veiculação de padrões e possíveis relações com o sofrimento mental da mulher**. Vitória, 2015.

SAMARÃO, Lilianny. O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia. **Contemporânea**. n. 8, 2007.

SILVA, Caroline Barbosa e; *et. al.* **A Influência da Mídia nos Padrões de Beleza Atuais**. São Paulo, 2013.

SKOLAUDE, Mateus Silva; PAREDES, Marçal de Menezes. Fotos e multiculturalismo étnico em Santa Cruz do Sul: um estudo de caso no jornal gazeta do sul sobre os concursos de beleza da rainha da Oktoberfest e o mais bela negra do Rio Grande do Sul. **Momento**. Rio Grande do Sul, v. 22, n. 2, p. 87-104, 2013.

Sobre o Miss Brasil Be Emotion.

Disponível em: <http://missbrasil.beemotion.com.br/sobre-o-miss-brasil-be-emotion/>. Acesso em 23/05/2018

SOBRE o concurso. **Miss Brasil Be Emotion**. Disponível em: <http://missbrasil.beemotion.com.br/> . Acesso em: 02/05/2018.

SINÔNIMOS.COM.BR. Disponível em: <https://www.sinonimos.com.br/acumular/> . Acesso em: 28/05/2018.

STEFANELLI, Bárbara. Ainda faz sentido existir concurso de beleza no mundo de hoje? **Bol**. Disponível em: <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2017/01/31/ainda-faz-sentido-existir-concursos-de-beleza.htm> . Acesso em: 04/06/2018.

Sul-africana vence o Miss Universo 2017; brasileira fica entre as Top 10. **G1**. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/sul-africana-vence-miss-universo-2017-brasileira-fica-entre-as-top-10.ghtml> . Acesso em 02/06/2018.

Sul-africana vence Miss Universo.

Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/gente/sul-africana-vence-miss-universo-confira-as-fotos-do-concurso-22117232> . Acesso em: 23/05/2018

TRINCA, Tatiane Pacanaro. Moda e indústria cultural: uma relação concisa. **Revista de Iniciação Científica da FFC**. v. 4, n. 3, 2004.

VASCONCELOS, Naumi A. De; SUDO, Iana; SUDO, Nara. Um peso na alma: um corpo gordo e a mídia. **Revista mal-estar e subjetividade**. Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, 2004.

ANEXO I Questionário: O Padrão da mulher propagado pelos concursos de beleza e sua influência na mídia

Esta pesquisa está sendo desenvolvida pela 2ª fase do Curso Integrado em Modelagem do Vestuário (Conectando Saberes) e tem como objetivo verificar qual a influência da mídia no cotidiano das alunas do Curso Integrado em Modelagem do Vestuário, Integrado em Química e do Curso Técnico em Produção e *Design* de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina Câmpus Jaraguá do Sul - Centro.

Favor assinar uma das opções abaixo

Qual fase você está cursando?

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1º fase | <input type="checkbox"/> 5º fase |
| <input type="checkbox"/> 2º fase | <input type="checkbox"/> 6º fase |
| <input type="checkbox"/> 3º fase | <input type="checkbox"/> 7º fase |
| <input type="checkbox"/> 4º fase | <input type="checkbox"/> 8º fase |

Qual seu Curso?

- Integrado em Química
- Integrado em Modelagem do Vestuário
- Técnico em Design e Produção de Moda

Com que frequência você compra produtos de beleza?

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca

Você já se submeteu a algum procedimento estético ou pretende fazer no futuro?

- Sim, já fiz
- Não fiz mas pretendo fazer
- Fiz e quero fazer mais
- Não fiz e não pretendo fazer

Você acredita que a mídia tenha alguma influência na formação de opinião?

- Sim
- Não
- Talvez

Você lê revistas de beleza?

- Sim
- Não

Você acredita que o corpo é um elemento importante na vida dos jovens?

- Sim
- Não

Você tem observado no físico de outras mulheres e, ao se comparar, sente-se em desvantagem?

- Sim
- Não
- Talvez

Você tem estado preocupada com sua forma física a ponto de sentir que deveria fazer dieta?

- Sim
- Não
- talvez

Já sofreu algum distúrbio alimentar ou conhece alguém?

- Conheço pessoas que sofrem com distúrbios alimentares
- Tenho distúrbios alimentares
- Não tenho nem conheço pessoas que sofrem com distúrbios alimentares
- Não tenho distúrbios alimentares

Qual mídia/rede social você mais usa?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- YouTube
- Twitter
- SnapChat
- Pinterest
- Tumblr

Ver mulheres magras excessivamente em veículos de comunicação faz você se sentir preocupada em relação ao seu físico?

- Sim
- Não
- Talvez

Qual a sua opinião sobre concursos de beleza? Justifique.
