

Percepção Sobre Beleza Física de Estudantes da Área de Exatas e Tecnológicas

Perception About the Physical Beauty of Students in the Area of Exact and Technological

Percepción Sobre Belleza Física de Estudiantes del Área de Exactas y Tecnológicas

Adriano Schlösser(1); Brígido Vizeu Camargo(2)

1 Universidade do Oeste de Santa Catarina, Videira, Santa Catarina, Brasil.

E-mail: adriano.psicologia@yahoo.com.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1728-1414>

2 Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

E-mail: brigido.camargo@yahoo.com.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9529-4923>

Revista de Psicologia da IMED, Passo Fundo, vol. 11, n. 2, p. 79-95, Julho-Dezembro, 2019 - ISSN 2175-5027

[Recebido: Abril 23, 2019; Aceito: Junho 22, 2019]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2175-5027.2019.v11i2.3281>

Endereço correspondente / Correspondence address

Adriano Schlösser

Universidade do Oeste de Santa Catarina - Laboratório de
Psicologia Social da Comunicação e Cognição
Rua Paese, 198 - Bairro Universitário
Videira/SC, Brasil - CEP 89566-252

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*
Editor: Ludgleydson Fernandes de Araújo

Como citar este artigo / To cite this article: [clique aqui!/click here!](#)

Resumo

O objetivo deste estudo foi identificar os elementos caracterizadores das representações sociais da beleza física para estudantes de cursos nas áreas de Exatas e Tecnológicas. Participaram 120 estudantes universitários, de ambos os sexos, tendo por critério de inclusão cursar algum curso das áreas de exatas ou tecnológicas. Para a coleta de dados, foi utilizada uma entrevista semidiretiva, complementada por questões de caracterização da amostra. As entrevistas foram organizadas em um *corpus*, submetido a uma Classificação Hierárquica Descendente, com auxílio do *software* IRaMuTeQ. Através da abordagem dimensional, verificou-se que os participantes atribuem a fonte de suas informações e valores sobre a beleza envolvendo principalmente meios de comunicação e relações grupais. A dimensão imagética da beleza ancorou-se em elementos voltados ao sucesso nas relações sociais e no binômio saúde e bem-estar, enquanto a dimensão atitudinal apresentou a beleza associando-se a ganhos secundários, envolvendo posicionamentos positivos e negativos.

Palavras-chave: beleza física, representações sociais, estudantes

Abstract

The objective of this study was to identify elements that characterize the social representations of physical beauty among students. Participants included 120 undergraduate students of both sexes. Data collection employed a semi-directive interview, complemented by sample characterization questions. The interviews were organized in a corpus and submitted to a Hierarchical Descending Classification, with the aid of IRaMuTeQ software. Through a dimensional approach, it was found that the participants cite mass media and group relations as the main sources of their information and values regarding beauty. The imaginary dimension of beauty was anchored in elements connected to success in social relations and to the pair health and well-being, whereas the attitudinal dimension associated beauty to secondary gains, involving both positive and negative positions.

Keywords: physical beauty, social representations, students

Resumen

El objetivo de este estudio fue identificar elementos caracterizadores de las representaciones sociales de la belleza física para estudiantes de cursos en el Área de Exactas y Tecnológicas. Participaron 120 estudiantes universitarios, de ambos sexos, teniendo por criterio de inclusión cursar algún curso de las áreas de exactas o tecnológicas. Para la recolección de datos, se utilizó una entrevista semidirectiva, complementada por cuestiones de caracterización de la muestra. Las entrevistas fueron organizadas en un corpus, sometido a una Clasificación Jerárquica Descendente, con ayuda del software IRaMuTeQ. A través del enfoque dimensional, se verificó que los participantes atribuyen la fuente de sus informaciones y valores sobre la belleza principalmente a medios de comunicación y relaciones grupales. La dimensión imaginaria de la belleza se ancló en elementos orientados al éxito en las relaciones sociales, así como al binomio salud y bienestar, mientras la dimensión actitudinal asoció la belleza a ganancias secundarias, envolviendo posicionamientos positivos y negativos.

Palabras clave: belleza física, representaciones sociales, estudiantes

Introdução

Historicamente, o fenômeno da beleza esteve presente enquanto tema de debate, propiciando teorias, acepções e divagações em torno do belo. Neste contexto, a beleza associou-se a diversos elementos representacionais ao longo dos séculos, como: sistema de domínio masculino; condição social; manifestação do profano e sagrado; estratégia de seleção natural, dentre outros (Wolf, 1992; Schlösser & Camargo, 2015a).

Atualmente, a beleza têm-se associado a uma tríade, complementada pela saúde e bem-estar, normalmente associada a um corpo magro, tendo a beleza papel de destaque nesta relação (Vilhena, Medeiros, & Novaes, 2005). Verifica-se no contexto ocidental uma beleza normatizada, se estabelecendo os padrões do normal, do aceitável e do belo (Wolf, 1992). Dentre os contextos de reprodução desses valores, a mídia possui papel de destaque, por meio de seus programas e demais estratégias publicitárias que divulgam, de maneira velada, representações e práticas sociais, veiculam padrões de beleza socialmente aceitos e estimulados para que as pessoas acreditem à aparência física a responsabilidade pelo sucesso e felicidade nas relações interpessoais (Goetz, 2009).

No contexto acadêmico, a beleza física enquanto fenômeno de investigação possui múltiplas definições, indo de dimensões evolucionistas, por meio da seleção natural com objetivo reprodutivo (Perin, Perilla-Rodríguez, & Fukusima, 2014), à definições sociais, enquanto qualidade proveniente de uma pessoa ou contexto, onde um corpo agrada ao grupo, reproduzindo seu padrão (Andrieu, 2006; Le Pape, 2006), influenciando o pensamento e percepção social. Neste estudo, a definição baseia-se na perspectiva da psicologia social, que a compreende enquanto atributo individual que influencia no início das relações interpessoais, principalmente em contextos de atração interpessoal (Rodrigues, Assmar, & Jablonski, 2002).

Estudos no campo psicossocial tem se debruçado sobre a temática da beleza física. Tais produções são verificadas por meio de livros e artigos retóricos (Eco, 2012; Duarte Junior, 1991; Goetz, 2013; Etkoff, 1992; Roseiro, Rodrigues, & Alvim, 2018), ou artigos empíricos, com grupos específicos (Livramento, Hor-Meyll, & Pêsoa, 2013; Silva & Porpino, 2013); diferenças entre sexo (Fontes, Borelli, & Casotti, 2012; Strehlau, Claro, & Neto, 2015); ciclo vital, com estudos com população infantil (Carvalho & Serpa, 2014; Ponte, 2018; Simili & Souza, 2016), adolescente (Bravo & Domingues, 2018; Gomes & Caramaschi, 2007) e idoso (Fin, Portella, & Scortegagna, 2017); e contextos diversos, como ambiente laboral (Grisci, Deus, Rech, Rodrigues, & Gois, 2015), concursos de beleza (Carvalho & Serpa, 2014); meios de comunicação (Nascimento, Próchno, & Silva, 2012; Souza, Oliveira, Nascimento, & Carvalho, 2013), ambiente virtual (Zanetti, Moioli, Schiavon, Rebutini, & Machado, 2012), relacionamentos amorosos (Schlösser, Camargo, & Teixeira, 2015; Schlösser & Camargo, 2015b), dentre outros.

Considerando que a beleza se constitui como um fenômeno dotado de significados, impressões e valores, que perpassam desde o nível individual ao social,

este estudo fará uso do paradigma das representações sociais (Camargo, 2016; Camargo, Schlösser, & Giacomozzi, 2018) como teoria de sustentação dos resultados. Esta escolha teórica se justifica mediante a capacidade deste paradigma de integrar as dimensões individuais àquelas socialmente partilhadas, influenciando o modo de compreender e se relacionar com a realidade (Jodelet, 1994).

As representações sociais (RS) são um conjunto de afirmações, conceitos e explicações que se constituem no cotidiano do senso comum, inserida no universo das opiniões e conceitos dados aos fenômenos do cotidiano (Moscovici, 2012). É uma forma de conhecimento elaborado e partilhado socialmente, com um objetivo prático, que converge na construção de uma realidade comum a um grupo social acerca de um determinado objeto (Jodelet, 2001). Seu estudo permite o acesso tanto à forma como as pessoas compreendem determinado fenômeno, como quais atitudes tomam frente ao mesmo, sendo as RS um guia para a ação (Abric, 1998). Dentre as abordagens das RS, este estudo se sustentará a partir da abordagem dimensional das RS, proposta por Moscovici (1981), partindo do pressuposto de que os elementos de uma dada representação se organizam em três dimensões distintas: *informacional*, composta pela quantidade e qualidade de um dado saber compartilhado por um grupo social acerca de um objeto; *atitudinal*, referindo-se ao posicionamento – favorável ou desfavorável – frente determinado objeto socialmente relevante para um grupo específico; *campo ou imagem*, composto por conteúdos concretos de imagens e proposições de um objeto relevante para um grupo.

A autopercepção de beleza física, bem como a percepção da beleza alheia, interfere nas interações sociais, influenciando na forma como se lida com o corpo enquanto corpo individual (físico e psicológico) e corpo social (sendo este a essência da imagem corporal, ditado pela sociedade) (Vala & Monteiro, 2006). Estudos voltados às representações do corpo e da beleza têm identificado o papel central que esta possui nas relações sociais (Bôas, Camargo, & de Rosa, 2017; Camargo, Justo, & Aguiar, 2008; Camargo, Goetz, & Justo, 2007; Camargo, Goetz, & Barbará, 2005; Camargo, Goetz, Bousfield, & Justo, 2011; Schlösser & Camargo, 2015a; Schlösser, Camargo, & Teixeira, 2015). Também foram realizados estudos anteriores sobre esta temática com estudantes de Moda (Camargo et al., 2007) Nutrição (Bosi, Luiz, Morgado, & Carvalho, 2006) e Educação Física (Silva & Porpino, 2013; Silva, Saeger, & Pereira, 2011).

Considerando que a imagem externa do corpo se apresenta como um mediador das relações sociais (Jodelet, Bessis-Moñino, & Dannenmuller, 1982), bem como a relevância social e científica que o tema possui nas vivências individuais e coletivas, o objetivo do presente estudo é identificar elementos caracterizadores das representações sociais da beleza física para estudantes de cursos na Área de Exatas e Tecnológicas.

Método

Desenho do Estudo

Realizou-se um estudo qualitativo, de natureza exploratória e descritiva, por meio de entrevistas semidiréticas. Por meio das entrevistas, retém-se material verbal que fornece ao pesquisador informações acerca do universo dos participantes, por meio dos aspectos simbólicos e concretos presentes em seu cotidiano.

Participantes

Participaram 120 pessoas, sendo 60 homens e 60 mulheres, com idade entre 18 e 28 anos [$M = 22$ anos e 07 meses, $DP = 3$ anos e 9 meses]. Como critérios de inclusão, consideraram-se: idade mínima de 18 anos, e estar cursando ou ter cursado alguma faculdade nas Áreas de Exatas e Tecnológicas. Como critério de exclusão, foi considerado: menor de idade, e cursar alguma graduação que não esteja entre as áreas solicitadas. A escolha específica por este grupo deveu-se à conexão com o problema de pesquisa, por terem um distanciamento maior do objeto “beleza física” em suas atividades profissionais. Estudos anteriores realizaram pesquisas similares com amostras de participantes com vinculação profissional diretamente associada a corpo e beleza, como em grupos de modelos fotográficos (Schlösser & Camargo, 2015), estudantes de Educação Física (Camargo et al., 2007), Nutrição (Bosi et al., 2006) e Moda (Camargo et al., 2005).

Instrumentos

Foi utilizada uma técnica de entrevista semidirética, por meio de duas questões norteadoras: “o que você pensa sobre a beleza física” e “quais são suas principais fontes de informação sobre beleza”. Ao final, foram solicitadas questões de caracterização da amostra (sexo, idade e estado civil).

Procedimentos

Coleta de dados

Foi realizado um contato inicial por meio de e-mail, mídias sociais, contato pessoal e com as coordenações dos cursos acadêmicos, para obter a liberação de acesso aos participantes. A técnica de bola de neve também foi utilizada para esta pesquisa. Antes do início da coleta de dados, um estudo piloto foi realizado com 5 participantes, para verificar se as questões respondiam ao objetivo do estudo. As entrevistas piloto

foram previamente agendadas e realizadas individualmente, sendo posteriormente transcritas e analisadas por ambos os pesquisadores, para identificar se as questões atendiam aos objetivos da pesquisa, e se a forma de entrevistas estava adequada. Não houve alteração das questões.

Na sequência, as entrevistas foram agendadas e marcadas num local que mantenha o sigilo das informações, sendo realizadas individualmente. Antes do início, os participantes tinham acesso ao objetivo da pesquisa e demais informações, por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Posteriormente, as entrevistas foram gravadas e transcritas.

Análise de dados

A questão referente à representação social da beleza física foi organizada num *corpus*, e submetido à análise lexical de conjuntos de segmentos de texto, por meio de uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD), realizada pelo *software* IRaMuTeQ (Camargo & Justo, 2013). Tal classificação indica contextos lexicais, que se associam ou não a variáveis descritivas dos produtores do material, podendo indicar aspectos de uma RS ou indicadores de diferentes RS (Veloz, Nascimento-Schulze, & Camargo, 1999). As palavras apresentadas foram selecionadas por meio de seus escores de qui-quadrado em relação as classes, com valor igual à 3,87 ($p \leq 0,05$ para $gl = 1$). A questão de fontes de informação, bem como os dados de caracterização da amostra, foram analisados a partir de estatística descritiva (distribuição de frequência, medidas de tendência central e de dispersão), com auxílio do programa estatístico *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS- versão 17.0).

Procedimentos éticos

A pesquisa obteve parecer favorável do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (Parecer nº 242.985), respeitando todas as normativas Éticas de Pesquisa. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi apresentado antes do início das entrevistas, e após o término foi realizado um procedimento de dessensibilização, tirando possíveis dúvidas e realizando esclarecimentos sobre o tema.

Resultados

A CHD realizada foi baseada nas 120 respostas provenientes da questão norteadora “o que você pensa sobre a beleza física?”. O *corpus* se dividiu em 1190 segmentos de texto (indicadoras de sentido), com frequência média de 4,64 vezes por palavra, ocorrendo 5.533 vezes. A Classificação Hierárquica Descendente (CHD) reteve

75,83% dos segmentos de texto (91 dos 120), organizando o *corpus* em seis classes, como indica a Figura 1.

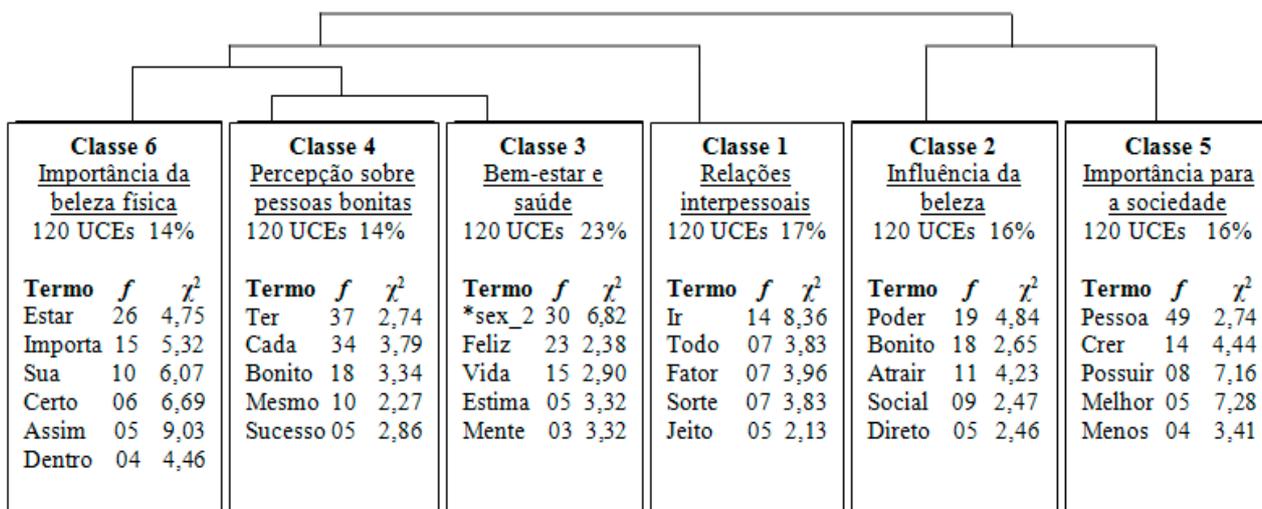


Figura 1. Dendrograma da Classificação Hierárquica Descendente do *corpus* Beleza Física.

O dendrograma é composto por: a) nome do *corpus* e a quantidade de textos retidos nele; b) nome das classes e o número de textos que a compõem; c) descrição das classes e das palavras que mais se associaram a ela, em função do χ^2 de associação ($\geq 3,87$) e da frequência média de ocorrência das mesmas (frequência superior a frequência média). O *corpus* sofreu uma primeira partição em dois *subcorpora*, colocando as classes 5 e 2 em oposição às classes 1, 3, 4 e 6. Num segundo momento, o primeiro *subcorpus* fez uma segunda divisão, opondo a classe 1 das classes 3, 4 e 6. Uma terceira partição opôs a classe 6 às classes 3 e 4. Uma quarta partição diferenciou as classes 3 e 4. Por fim, ocorreu uma quinta partição, contrapondo a classe 5 da classe 2. As classes apresentadas apontam diferentes perspectivas sobre a beleza física, não apenas do ponto de vista estético, mas de sua influência nas relações interpessoais.

A classe 1 foi constituída principalmente por participantes do sexo feminino, sendo responsável por 16,5% das respostas analisadas. Nela, os elementos associados à beleza física a relacionam mais propriamente às relações interpessoais, trazendo também o elemento sorte como um dos responsáveis pela beleza física: “(. . .) só vou ser completamente feliz se ter sucesso no meu trabalho, e a beleza física tem uma influencia muito forte para alcançar objetivos em qualquer área da vida.” (P12, sexo feminino); “(. . .) acho que uma pessoa com beleza física tem sorte no sentido que as pessoas no redor sempre vão olhar de um jeito distinto” (P22, sexo masculino).

A classe 6 apresenta a maior parte das respostas classificadas, com 23,1%, e não se associou a nenhum sexo em específico. Nesta classe, a beleza física possui associação com elementos mais voltados a saúde e bem-estar: “(. . .) por cuidar do seu corpo, da sua mente, pele e cabelo isso já aumentará consequentemente sua felicidade e sua qualidade de vida [...]” (P44, sexo feminino); “(. . .) a partir do momento em que se

considera uma pessoa bonita, isso interfere na autoestima e autoconfiança, que são fatores importantes que contribuem para a felicidade” (P62, sexo masculino).

Esta classe foi constituída por 14,3% dos textos analisados, sem associação com sexo. Os participantes relacionam a beleza física a elementos que consideram importantes em suas vidas, não apenas visando atrair parceiros amorosos ou obter ganhos em determinados contextos, mas principalmente objetivando estar bem consigo mesmo, em uma perspectiva mais individual: “(. . .) pessoas que não estão felizes com seu corpo tem mais chance de querer se modificar para embelezar-se mais ainda e aumentar sua autoestima e a felicidade.” (P100, sexo feminino); “(. . .) a beleza deve trazer felicidade para a pessoa assim como refletir sua saúde” (P54, sexo feminino).

A classe 4 foi composta por 14,3% das respostas analisadas, sem associação com a variável sexo. O enfoque se dá na percepção e julgamento que os participantes têm sobre pessoas consideradas bonitas, sendo estas avaliações tanto positivas quanto negativas. Os resultados indicam uma percepção de que pessoas bonitas fazem uso de sua beleza física para alcançar seus objetivos: “(. . .) acho que quem é muito bonito tem chances altíssimas de ser muito feliz” (P3, sexo masculino); “(. . .) bonitas conseguem ter maior influência sobre as outras e com isso se pode chegar mais facilmente ao sucesso” (P13, grupo masculino).

A classe 5 foi constituída por 16,5% dos textos classificados, sendo esta compartilhada principalmente por participantes do sexo feminino. Os elementos associados descrevem a importância da beleza física para a sociedade, considerada como formadora dos padrões de beleza e sua associação com sucesso, felicidade e qualidade de vida, por exemplo: “(. . .) pessoas bonitas chamam mais a atenção, e a sociedade de hoje tem isso como algo primordial, pois as pessoas acreditam que serão mais felizes e terão relacionamentos se tiverem uma boa aparência física (. . .)” (P87, sexo feminino); “(. . .) como a sociedade estipula um padrão de beleza, quem possui essa beleza pode ser considerado feliz e ter grande influência sobre as outras pessoas” (P110, sexo feminino).

A classe 2, constituída por 15,2% das respostas classificadas, foi composta também pelo sexo feminino. Os temas abordados permeiam a influência da beleza física em diversos contextos interpessoais, tais como atração interpessoal e formação de impressões: “(. . .) quanto mais bonita a pessoa é mais popular ela é isso pode gerar muitos benefícios” (P8, sexo feminino); “(. . .) as pessoas julgam primeiro pela aparência mesmo porque ainda não se conhecem o suficiente para julgar por algum outro critério (. . .)” (P40, sexo feminino).

Com relação às fontes de informação dos participantes a respeito o tema, verificou-se que para o sexo feminino, a principal fonte de informação sobre a beleza física advém dos meios de comunicação (TV, revistas, livros, filmes e internet), com 42 mulheres fazendo tal indicação. Para o sexo masculino, mesmo que 25 indiquem

também que o principal veículo de informação a respeito da beleza física seja os meios de comunicação, 22 apontaram que suas informações provêm dos lugares que frequentam (festas, bares, boates), havendo assim uma diferenciação do grupo feminino e masculino, caracterizada pela não homogeneidade da principal fonte de informação para o sexo masculino.

Discussão

Os temas observados nas classes provenientes da CHD possibilitam um aprofundamento sobre possíveis elementos representacionais acerca da beleza para o grupo participante. A partir dos resultados obtidos, é possível identificar na classe 5, a dimensão informacional frente à beleza física, sendo esta considerada o espaço de gênese dos valores, crenças, atitudes e comportamentos associados à beleza física. Esta importância que a sociedade apresenta à beleza física e que influencia nos conhecimentos sociais se origina e se sustenta no meio social, desenvolvendo-se nas relações e interações sociais, incorporando os saberes nos discursos dos grupos (Denegri et al., 2010).

A influência da sociedade no estabelecimento de padrões de beleza física possui na mídia um importante instrumento na formação e divulgação de RS, tendo os meios de comunicação o poder para produzir, projetar e legitimar fenômenos, conforme também se identificou nas informações provenientes da fonte de informação sobre o tema (Serra & Santos, 2003). Nas diversas mídias, o corpo é compreendido como algo essencial, tendo a sedução como elemento principal, podendo atualmente ser remodelado através de cirurgias plásticas para se alcançar a beleza e conseqüentemente felicidade (Bertolin, Contin, & Perez, 2010; Goetz, Camargo, Bertoldo, & Justo, 2008).

A dimensão imagética das RS se organizou principalmente nas classes 2 e 3, onde a percepção frente à pessoas consideradas bonitas giram em torno de imagens associadas à sucesso, influência e demais benefícios provenientes da beleza. Os participantes apontaram em seus relatos que pessoas bonitas possuem mais benefícios do que as outras pessoas. Denominado de estereótipo, atratividade física ou o efeito de atração *halo*, que influencia na formação de impressões, espera-se que os indivíduos atraentes sejam mais simpáticos, sociáveis, sexualmente excitantes, inteligentes, competentes e demais atributos considerados positivos, sendo esta a imagem associada à beleza (Langlois et al., 2000).

Estas impressões positivas correspondem a perfis normativos, apresentando expectativas de condutas que são estimuladas e apreciadas (Biesanz & Human, 2010), influenciando diretamente no pensamento social de homens e mulheres. Corroborando com esta afirmação, em pesquisa sobre normas, representações e práticas corporais realizada por Camargo, Justo e Jodelet (2010), é apontado à existência de diferenças na

forma de representar o corpo para o sexo feminino e masculino, sendo as mulheres mais exigentes quanto à sua autoimagem e aos padrões de beleza. A mesma análise pôde ser identificada nos resultados do estudo de Camargo et al. (2007) sobre RS da beleza para estudantes de moda e educação física, verificando que a representação mais compartilhada volta-se à imposição de padrões ou regras socialmente estabelecidas, sendo a beleza física o primeiro aspecto que influencia nas relações sociais, mediante a impressão que ela atribui. Considerando a perspectiva dos participantes de que a beleza física serve como mediador dos laços sociais, Jodelet (1994) aponta que isto ocorre principalmente por três motivos: para a obtenção de sucesso nas interações sociais; para responder às normas sociais de apresentação; e para obter a afeição social.

A classe 3, por sua vez, enfatiza a relação da beleza física com imagens associadas como essenciais para uma boa qualidade de vida, tais como saúde e felicidade – elementos fortemente apresentados nos resultados desta pesquisa. A felicidade e a saúde são trazidas nos discursos dos participantes como provenientes de cuidados corporais, que por sua vez é associado a comportamentos saudáveis. Publicações sobre RS do corpo apresentam resultados que enfatizam sua relação como objeto social importante nas relações sociais, associado não apenas a influência social e sedução, mas também a estética e saúde (Justo & Camargo, 2013; Secchi, Camargo, & Bertoldo, 2009).

A dimensão atitudinal das RS da beleza física para os participantes se manifestaram principalmente nas classes 1, 4 e 6, embora as dimensões tragam elementos que se partilham as dimensões entre si. A classe 1 faz uma associação entre a influência da beleza física nas relações interpessoais, e agrega o elemento sorte. Este pressuposto da beleza como natural foi associada a beleza principalmente até a década de 50, que acreditava na beleza como um dom divino, sendo que as técnicas de embelezamento eram recomendadas com certo embaraço (Sant’Anna, 2004).

Porém, ainda permeiam RS de que a beleza, mesmo podendo ser adquirida, ainda é uma possibilidade para poucos, o que sustenta o elemento sorte. Por sua vez, a classe 4 traz em sua composição elementos que demonstram atitudes positivas e negativas frente a pessoas consideradas bonitas. A beleza física é vista como um instrumento de ganhos secundários, sendo que seu portador pode usá-la em benefício próprio. Contudo, fazer uso da beleza física para obter vantagens é visto como algo negativo socialmente, trazendo assim crenças e valores negativos a indivíduos considerados belos. Neste contexto, a consciência da beleza física pessoal e do outro é um fator importante nas relações sociais, contribuindo para o julgamento de que pessoas bonitas possuem mais características positivas do que pessoas cuja beleza não seja a principal característica (Lemay, Clark, & Greenberg, 2010; Gottschall, 2008).

A classe 6 enfatiza a importância da beleza física em duas dimensões distintas: tanto como forma de atração interpessoal, quanto em uma dimensão individual do corpo, voltado ao bem estar. De acordo com os elementos que compuseram este *subcorpus*,

a ênfase da beleza física necessita voltar-se ao cuidado para consigo próprio, sendo a autoimagem um fator que contribui para a qualidade de vida. Para Helman (2009), cada indivíduo possui dois corpos distintos: o corpo individual: biológico e psicológico; e o corpo social: no qual se ancoram os padrões, normas e condutas provenientes da sociedade ou de grupos. Nesta perspectiva, o corpo é, simultaneamente público e privado, pois vivencia as experiências imediatas, apresentando-se a subjetividade e individualidade, bem como é um produto social, proveniente do pensamento social e dos sistemas prescritivos que nele são incorporados (Jodelet et al., 1982).

Dentre os dados encontrados, ressalta-se que o grupo selecionado para compor este estudo apresentou dados que diferem de produções anteriores, com participantes e grupos envolvidos diretamente com o fenômeno da beleza física, como Educação Física e Moda, bem como modelos fotográficos (Camargo et al., 2005; Camargo et al., 2007; Schlösser & Camargo, 2015a). Embora não seja possível isolar a beleza física das diversas relações sociais, identificou-se um maior distanciamento dos participantes em suas falas, havendo maior reflexão do que seria beleza a partir da relação com o outro. Ademais, considerando que as crenças e valores acerca da beleza física se constroem nas relações interpessoais e vivências ao longo dos grupos sociais que o sujeito se insere, seria difícil associar suas percepções com a escolha profissional, uma vez que o estudo criaria hipóteses que não poderiam ser sustentadas com os dados encontrados.

Outra questão importante refere-se à quantidade de participantes nas entrevistas, sendo um número considerado alto para uma proposta qualitativa, visando conseguir o maior número possível de informações do grupo no qual integra os participantes. Não obstante, as limitações também devem ser citadas, sendo dificultoso fazer separações de grupos frente um tema que perpassa e atinge as relações sociais dos participantes. Acreditamos, contudo, que o objetivo tenha sido alcançado, mesmo em face das dificuldades em apresentar dados satisfatórios do fenômeno em destaque.

Considerações Finais

Este estudo buscou identificar os elementos caracterizadores das representações sociais da beleza física para estudantes de cursos na Área de Exatas e Tecnológicas, por meio da abordagem dimensional das RS. Os participantes creditam principalmente à sociedade a responsabilidade pela gênese informacional referente à beleza física, com suas normas, padrões e demais elementos associados. A partir do contato social, seja através das relações sociais ou dos meios de comunicação, as imagens que se ancoram à beleza fazem referência ao sucesso, influência social, maior atratividade, bem como à saúde e bem-estar, indo ao encontro de produções anteriores que já apresentam tais associações. Neste quesito, a Classificação Hierárquica Descendente trouxe 6 classes que englobam os elementos caracterizadores para a amostra desta pesquisa, indicando

este ser um fenômeno relevante nas relações interpessoais com base nos benefícios que pessoas consideradas belas têm nas relações sociais, apresentando-se como uma vantagem principalmente em contextos de atração interpessoal. Não obstante, ressalta-se também a associação com o bem-estar individual e percepção de felicidade, onde cuidar de si esteticamente não se volta apenas para a percepção do outro, mas ao cuidado de si mesmo, proporcionando assim felicidade.

Os componentes imagéticos, por sua vez, permitem predispor ações, por meio de atitudes favoráveis e desfavoráveis à tatuagem, contribuindo assim para guiar a ação dos participantes frente a situações envolvendo a beleza física. O estudo de representações sociais, quando enfocado uma de suas abordagens, permite o aprofundamento teórico necessário para a compreensão de suas múltiplas facetas de constituição. Produções futuras no campo das RS da beleza física poderão ser realizadas, enfatizando outros extratos populacionais de acadêmicos e grupos não acadêmicos, dando origem futura a estudos comparativos com diversidades grupais.

Do ponto de vista das RS, sabe-se que ela se constitui tendo como pano de fundo a perspectiva de que as pessoas extraem categorias de pensamento da sociedade. A comunicação de massa tende a difundir ideias e valores, influenciando suas visões de mundo e as práticas grupais, e esta perspectiva pôde ser evidenciada, mediante as respostas dos participantes e também em suas fontes de informação sobre a beleza física. Por fim, ressalta-se que a complexidade do instrumento e da temática buscou contribuir com inovações no campo de estudos sobre as RS da beleza, atualizando assim dados de pesquisas anteriores sobre o mesmo fenômeno, mas com uma nova população, considerando a beleza física e os vínculos relacionais carregam saberes, crenças, atitudes e práticas se constituem e alteram segundo contexto de inserção.

Referências

- Abric, J. C. (1998). A abordagem estrutural das representações sociais. In A. S. P. Moreira & D. C. de Oliveira (Orgs.). *Estudos interdisciplinares de representações sociais* (pp. 27-38). Goiânia: AB.
- Andrieu, B. (2006). *Le dictionnaire du corps em sciences humaines e sociales*. Paris: CNRS Editions.
- Bertolin, M. N. T., Conti, M. A., & Peres, S. V. (2010). A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(4), 2095-2103. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232010000400023>
- Biesanz, J. C., & Human, L. J. (2010). The cost of forming more accurate impressions: Accuracy-Motivated perceivers see the personality of others more distinctively but less normatively than perceivers without an explicit goal. *Psychological Science*, 21, 589-594. doi: <https://doi.org/10.1177/0956797610364121>
- Bôas, L. M. da S. V., Camargo, B. V. C., de Rosa, A. de. (2017). O pensamento social de universitários sobre beleza e cirurgia estética. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 69(2), 187-206. Retrieved from <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arp/v69n2/13.pdf>
- Bosi, M. L. M., Luiz, R. R., Morgado, C. M. C., Cota, M. L. S., & Carvalho, R. J. (2006). Autopercepção da imagem corporal entre estudantes de nutrição: um estudo no município do Rio de Janeiro. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 55(1), 34-40. doi: <https://doi.org/10.1590/S0047-20852006000200003>
- Bravo, F. M., & Domingues, J. V. (2018). Concepções de beleza para adolescentes anoréxicos(as) e bulímicos(as) em uma escola na cidade de Rio Grande/ RS. *Revista Latinoamericana de Estudios en Cultura y Sociedad*, 4, 1-16. doi: <https://doi.org/10.23899/relacult.v4i0.750>
- Camargo, B. V. (2016). Um primeiro estudo histórico e conceitual do seminário “Epistemologia e representações sociais”, conduzido por Serge Moscovici e Denise Jodelet em 1994. *Psicologia e Saber Social*, 5(1), 5-17. doi: <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2016.24849>
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em psicologia*, 21(2), 513-518. doi: <https://doi.org/10.9788/TP2013.2-16>
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., & Justo, A. M. (2007). Representações sociais da beleza de estudantes de Educação Física e de Moda. In: *Resumos de comunicações científicas online, V Jornada Internacional e III Conferência Brasileira sobre Representações sociais*. Brasília.
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Barbará, A. S. (2005). Representação social da beleza para estudantes de Moda. In: *Trabalho completo publicado nos Anais da IV Jornada Internacional e II Conferência Brasileira sobre Representações sociais* (pp. 3353-3362). João Pessoa: Paraíba, Brasil.
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Bousfield, A. B. S., & Justo, A. M. (2011). Representações sociais do corpo: estética e saúde. *Temas em Psicologia*, 19(1), 257-268. Retrieved from http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2011000100021

- Camargo, B., Justo, A., & Jodelet, D. (2010). Normas, Representações Sociais e Práticas Corporais. *Revista Interamericana de Psicologia*, 44(3), 456-464. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28420658006>
- Camargo, B. V., Schlösser, A., & Giacomozzi, A. I. (2018). Aspectos epistemológicos do Paradigma das Representações Sociais. In M. da P. De L. Coutinho, L. F. de Araújo, & L. Araújo (Orgs), *Representações sociais e práticas psicossociais* (pp. 47-60). Curitiba: Ed. CRV.
- Carvalho, I. A., & Serpa, M. G. (2014). Corpo e Embelezamento: a Criança Participante de Concurso de Beleza. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 34(4), 835-849. doi: <https://doi.org/10.1590/1982-370001432013>
- Denegri, M., Cabezas, D., Sepúlveda, J., Valle, C., González, Y. & Miranda, H. (2010). Representaciones sociales sobre pobreza en estudiantes universitarios chilenos. *Liberabit Revista de Psicología*, 16(2), 161-170. Retrieved from <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v16n2/a06v16n2.pdf>
- Duarte Junior, J. F. (1991). *O que é Beleza*. São Paulo: Brasiliense.
- Eco U. (2012). *História da beleza*. Rio de Janeiro: Record.
- Fin, T. C., Portella, M. R., & Scortegaga, S. A. (2017). Velhice e beleza corporal das idosas: conversa entre mulheres. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 20(1), 77-87. Retrieved from http://www.scielo.br/pdf/rbagg/v20n1/pt_1809-9823-rbagg-20-01-00074.pdf
- Fontes, O. de A., Borelli, F. C., & Casotti, L. M. (2012). Como ser homem e ser belo? Um estudo exploratório sobre a relação entre masculinidade e o consumo de beleza. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 18(2), 400-432. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-23112012000200005>
- Goetz, E. (2009). *Representações sociais do corpo, mídia e atitudes*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
- Goetz, E. R. (2013). *Beleza e plasticomania*. Curitiba: Juruá.
- Goetz, E. R., Camargo, B. V., Bertoldo, R. B., & Justo, A. M. (2008). Representação social do corpo na mídia impressa. *Psicologia & Sociedade*, 20(2), 226-236. doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822008000200010>
- Gomes, G. R., & Caramaschi, S. (2007). Valorização de beleza e inteligência por adolescentes de diferentes classes sociais. *Psicologia em Estudo*, 12(2), 295-303. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-73722007000200010>
- Gottschall, J. (2008). The “Beauty Myth” Is No Myth Emphasis on Male-Female Attractiveness in World Folktales. *Human Nature*, 19, 174-188. doi: <https://doi.org/10.1007/s12110-008-9035-3>
- Grisci, C. L. I., Deus, E. S. de, Rech, S., Rodrigues, M. F., & Gois, P. H. de. (2015). Beleza Física e Trabalho Imaterial: do Politicamente Correto à Rentabilização. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 35(2), 406-422. doi: <https://doi.org/10.1590/1982-370302282013>

- Helman, C. G. (2003). *Cultura Saúde e Doença* (4ed): Porto Alegre: Artmed.
- Serra, G. M. A., & Santos, E. M. (2003). Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. *Ciência e Saúde Coletiva*, 8(3), 691-701. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232003000300004>
- Jodelet, D. (1994). Le corps, la persone et autrui. In S. Moscovici (Org.). *Psychologie sociale des relations à autrui*. (pp. 41-68). Paris: Nathan.
- Jodelet, D. (2001). Representações sociais: um domínio em expansão. In D. Jodelet (Ed.), *As representações sociais* (pp.17-29). Rio de Janeiro: Eduerj.
- Jodelet, D., Ohana, J., Bessis-Moñino, C., & Dannenmüller, E. (1982). *Système de représentation du corps et groupes sociaux* (Vol. 1) Laboratoire de Psychologie Sociale : E. H. S. S.
- Justo, A. M., & Camargo, B. V.(2013). Corpo e cognições sociais. *Liberabit*, 19(1), 21-32. Retrieved from http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272013000100003
- Secchi, K., Camargo, B. V., & Bertoldo, R. B. (2009). Percepção da imagem e representações sociais do corpo. *Psicologia. Teoria e Pesquisa*, 25, 229-236. doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-37722009000200011>
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretic review. *Psychological Bulletin*, 26, 390-423. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.3.390>
- Lemay, E. P., Clark, M. S., & Greenberg, A. (2010). What is beautiful is good because what is beautiful is desired: Physical attractiveness stereotyping as projection of interpersonal goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 339-353. doi: <https://doi.org/10.1177/0146167209359700>
- Le Pape, Y. (2006). Beauté/Laideur. Em: B. Andrieu (Org.). *Le dictionnaire du corps en sciences humaines e sociaux* (pp.48-49). Paris: CNRS Editions.
- Moscovici, S. (1981). On social representations. In J. P. Forgas, *Social Cognition*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (2002). *A psicanálise, sua imagem e seu público*. Porte Alegre: Vozes.
- Nascimento, C. M., Próchno, C. C. S. C., & Silva, L. C. A. da. (2012). O corpo da mulher contemporânea em revista. *Fractal: Revista de Psicologia*, 24(2), 385-404. doi: <https://doi.org/10.1590/S1984-02922012000200012>
- Perin, C., Perilla-Rodríguez, L. M., & Fukusima, S. S. (2014). Diferenças individuais em mulheres na avaliação da atratividade facial: uma revisão. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 27(3), 531-538. doi: <https://doi.org/10.1590/1678-7153.201427314>
- Ponte, V. P. da (2018). Beleza, produção e normalização do corpo em narrativas de crianças. *Civitas*, 18(1), 153-170. doi: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2018.1.28328>
- Rodrigues, A., Assmar, E. M. L., & Jablonski, B. (2002). *Psicologia Social*. (21ª ed.) Petrópolis: Editora Vozes.

- Roseiro, S. Z., Rodrigues, A., & Alvim, D. M. (2018). Estéticas da Carne: insurreições curriculares do corpo feio. *Revista Brasileira de Estudos da Presença*, 8(2), 277-300. doi: <https://doi.org/10.1590/2237-266075881>
- Sant'Anna, D. B. (2004). Cultos e enigmas do corpo na história. In M. N. Strey, & S. T. L. Cabeda. *Corpos e subjetividades em exercício interdisciplinar* (pp. 107-131). Porto Alegre: Edipucrs.
- Schlösser, A.; & Camargo, B. V. (2015a). Representações Sociais da Beleza Física para Modelos Fotográficos e Não Modelos. *Psico*, 46(2), 274-282. doi: <https://doi.org/10.15448/1980-8623.2015.2.17725>
- Schlösser, A.; & Camargo, B. V. (2015b). Aspectos não explícitos das representações sociais da beleza física em relacionamentos amorosos. *Psicologia e Saber Social*, 4(1), 89-107. doi: <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2015.10405>
- Schlösser, A.; Camargo, B. V.; & Teixeira, K. C. (2015). Representações sociais da beleza física e relacionamentos amorosos. *Interpersona*, 9(1), 1-18. doi: <https://doi.org/10.5964/ijpr.v9i1.156>
- Silva, L. M. F. da, & Porpino, K. de O. (2013). A produção do conhecimento que trata do corpo e da beleza: implicações para a educação física. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 35(2), 327-340. doi: <https://doi.org/10.1590/S0101-32892013000200006>
- Silva, T. R. da, Saenger, G., & Pereira, E. F. (2011). Fatores associados à imagem corporal em estudantes de Educação Física. *Motriz*, 17(4), 630-639. doi: <https://doi.org/10.1590/S1980-65742011000400007>
- Simili, I. G., & Souza, M. C. de. (2015). A beleza das meninas nas “Dicas da Barbie”. *Cadernos de Pesquisa*, 45(155), 200-217. doi: <https://doi.org/10.1590/198053142878>
- Souza, M. R. R., Oliveira, J. F., Nascimento, E. R., & Carvalho, E. S. S. (2013). Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 34(2), 62-69. doi: <https://doi.org/10.1590/S1983-14472013000200008>
- Strehlau, V. I., Claro, D. P., & Laban Neto, S. A. (2015). A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória. *Revista de administração*, 50(1), 73-88. doi: <https://doi.org/10.5700/rausp1185>
- Vala, J., & Monteiro, B. (2006). *Psicologia Social* (7ª Ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Veloz, M. C. T., Nascimento-Schulze, C. M., & Camargo, B. V. (1999). Representações sociais do envelhecimento. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 12(2), 479-501. doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-79721999000200015>
- Vilhena, J. de V., Medeiros, S., & Novaes, J. de V. (2005). A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. *Revista Mal-estar e subjetividade*, 5(1), 109-144. Retrieved from http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482005000100006

Wolf, N. (1992). *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rocco: Rio de Janeiro.

Zanetti, M. C., Moioli, A., Schiavon, M. K., & Rebutini, F., Machado, A. A. (2012). Corpos belos nos ambientes virtuais: estudo por meio da sociologia visual. *Revista de Educação Física/UEM*, 23(3), 411-420. doi: <https://doi.org/10.4025/reveducfis.v23i3.16987>