**ESTEREÓTIPOS DE PADRÕES DE BELEZA CONTIDOS NAS APRESENTAÇÕES DE SI DE PROFISSIONAIS DO RAMO ESTÉTICO**

Msc. Mariana Matos (orientadora)[[1]](#footnote-1); Clara Serra Leal Almeida[[2]](#footnote-2); Stefane Santana Ferreira[[3]](#footnote-3); Gabriel Oliveira Valente D´ Ramos[[4]](#footnote-4)

**RESUMO:**

Este artigo busca explorar parte da obra do sociólogo canadense Erving Goffman amplamente conhecido por suas contribuições para a teoria sociológica e sua análise sobre as interações sociais e a construção da identidade social. Dessa forma é possível compreender o modo que os indivíduos interpretam as outras pessoas e como esse processo conduz o comportamento em determinadas situações. Sendo assim, perpassamos o conceito de estereótipos que acabam por limitar a capacidade de desenvolvimento de certas aptidões, porém ajudam o indivíduo na simplificação, organização e previsão do mundo contribuindo para estruturação cognitiva do meio, sendo fatores que contribuem para formação de uma identidade social. Desse modo, a partir da apresentação de si é possível entender como as pessoas influenciam a percepção alheia por meio de gestos, linguagem e vestimenta durante as interações sociais.

**INTRODUÇÃO:**

Os estereótipos são formas de classificar as pessoas ou os grupos sociais com base em características como etnia, gênero, orientação sexual, entre outras. Essa classificação é um mecanismo que o ser humano desenvolveu ao longo da evolução para reconhecer padrões da realidade e simplificá-la, economizando, assim, energia mental. Dessa forma, os estereótipos funcionam como uma espécie de esquema cognitivo organizado em um conjunto de ideias acerca de um grupo (Pereira, 2021).

No entanto, os estereótipos também são construídos por fatores sociais e culturais, que podem atribuir funções ou papéis a grupos sociais de acordo com interesses das classes dominantes, ou seja, a construção do estereótipo ocorre através da socialização e influência de fatores socioeconômicos de uma população. De acordo com Pinto (1953), quando os estereótipos surgem e um número maior de pessoas começam a adotá-lo, eles se tornam mais consolidados, e mais difíceis de serem modificados, justamente por fatores políticos e sociais, ou seja, culturais.

Os estereótipos aplicam uma grande influência na vida cotidiana, muitas vezes moldando a forma como vemos e interagimos com o mundo ao nosso redor. Apesar de ser um processo natural ao ser humano, essa construção de crenças atribuídos a um indivíduo e/ou a um grupo podem sustentar práticas de discriminação social (Moliner & Vidal, 2003). Por exemplo, estereótipos de gênero podem influenciar o que se espera do comportamento masculino e feminino, enquanto estereótipos étnicos podem afetar a maneira como as pessoas são percebidas em relação a sua cultura de origem, influenciando assim, a forma que essas pessoas se relacionam e se valorizam na sociedade.

Esses estereótipos podem ter um impacto significativo na forma como esses grupos são percebidos e tratados na sociedade, muitas vezes levando a preconceitos e discriminação. Segundo a teoria social, os estereótipos são crenças generalizadas e simplistas sobre um grupo de pessoas, quase sempre baseadas em características superficiais. Essas preconcepções podem levar a discriminação, afetando a forma como as pessoas são tratadas em diferentes contextos, como no ambiente de trabalho, na educação e nas interações sociais. A conscientização sobre os efeitos prejudiciais dos estereótipos é essencial para promover uma sociedade mais inclusiva, onde as pessoas são valorizadas por suas individualidades, e não limitadas por rótulos pré-concebidos.

 Atrelado aos estereótipos estão os padrões de beleza, que são modelos do que uma sociedade valoriza como belo, sendo um conjunto de normas e ideais estéticos que são construídas socialmente e culturalmente ao longo do tempo, variando também de acordo com o momento histórico. Esses padrões definem o que é considerado atraente e desejável em uma sociedade. Dessa forma, padrão de beleza muitas vezes enfatiza características como magreza, juventude e outros atributos específicos que são considerados ideais em determinada sociedade.

Além disso, assim como os estereótipos, os padrões desempenham um papel significativo na definição das pessoas, e juntamente com a indústria da moda e da beleza desempenham um papel significativo nas percepções e nos comportamentos dos indivíduos e da sociedade.

Os estereótipos são de fundamental importância na forma como as pessoas gerenciam suas apresentações de si no contexto social. Erving Goffman, argumenta que a apresentação de si é uma representação cuidadosamente construída de nós mesmos para os outros, uma espécie de performance que busca criar impressões específicas (Goffman, 2011). Os estereótipos, por sua vez, são conjuntos de crenças pré-concebidas sobre grupos que frequentemente são baseados em características percebidas de maneira simplista. Essas generalizações podem influenciar a forma como os indivíduos escolhem se mostrar, pois podem sentir a pressão de confirmar ou desafiar os estereótipos associados ao grupo ao qual pertencem (Dovidio, et al., 2010). Por exemplo, alguém pertencente a um grupo étnico estereotipado pode sentir que precisa se apresentar de maneira a desafiar os estereótipos associados a essa etnia. Assim, os estereótipos formam as estratégias de apresentação de si, impactando diretamente em como as pessoas se comportam e se expressam em interações sociais cotidianas.

A apresentação de si, conceito central na teoria da interação social de Erving Goffman, diz respeito à forma como as pessoas moldam a percepção que os outros têm delas através de gestos, linguagem corporal, vestimenta e alguns outros elementos comunicativos (Goffman, 2011). Esta representação consciente ou inconsciente de si mesmo desempenha um papel importante em muitas situações sociais, influenciando a forma como os outros nos veem e tratam. Além disso, a teoria da apresentação de si destaca a natureza performática das interações sociais, ressaltando que as pessoas frequentemente adotam papéis e se comportam de maneiras específicas para corresponder às expectativas de cada situação específica (Goffman, 2011). No entanto, é importante reconhecer que a autenticidade também desempenha um papel significativo na apresentação de si, e que a genuinidade e a congruência entre a imagem projetada e a identidade real são valorizadas na construção de relações interpessoais importantes. Portanto, a compreensão e a reflexão sobre a apresentação de si são essenciais para uma comunicação eficaz e para o estabelecimento de conexões autênticas com os outros.

**PALAVRAS-CHAVE:**

Estereótipos. Apresentação de Si. Padrões de Beleza.

**MÉTODO:**

A pesquisa visa investigar quais são os estereótipos de padrões de beleza contidos nas estratégias de apresentação de si de profissionais do ramo estético. Para a execução dos objetivos propostos, identificaram-se os profissionais que atuam no ramo estético, brasileiros e residentes na Bahia.

Assim, o universo de pesquisa compreendeu 10 profissionais do sexo masculino e feminino, de profissões como nutricionistas, personal trainers, esteticistas e influenciadores digitais, em uma coleta de dados ocorrida durante os meses de agosto e setembro de 2023.

As entrevistas individuais tiveram um roteiro semiestruturado com questões acerca de dados sociodemográficos do profissional, identificação de estratégias de apresentação de si e de crenças acerca de padrões de beleza contidas tanto no seu exercício profissional, quanto nas escolhas das estratégias para se apresentar. As informações coletadas foram transcritas e estão em processo de categorização. Na análise de conteúdo de Bardin, os blocos de informações que estruturaram o roteiro da entrevista estão sendo considerados para agrupar as respostas dos profissionais. Devido ao objetivo do estudo, concentrou-se a análise nas informações referentes às estratégias de apresentação de si, confrontando-as com a literatura sobre a influência dos estereótipos de padrões de beleza na nossa vida.

**CONCLUSÕES:**

A pesquisa encontra-se em estado de análise de dados, o que ainda não nos torna aptos a levantar hipóteses ou inferências. Contudo, acreditamos que, ainda de forma não consciente, os estereótipos de padrões de beleza inevitavelmente recaem sobre as escolhas das estratégias de apresentação de si dos indivíduos. Por se tratar de um ramo profissional onde a beleza é um pré-requisito, inferimos que, nestes casos, as escolhas tendem a ser ainda mais conscientes e pautadas em uma impressão o mais condizente possível com o que a sociedade preconiza enquanto belo.

**REFERÊNCIAS:**

DOVIDIO, J. F., HEWSTONE, M., GLICK, P., & ESSES, V. M. Prejudice, stereotyping and discrimination: Theoretical and empirical overview. In Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination (pp. 3-28). Psychology Press. 2010.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. In: A representação do eu na vida cotidiana. 2011.

MOLINER, P., & VIDAL, J. Stéréotype de la catégorie et noyau de la représentation sociale. Revue Internationale de Psychologie Sociale, 1, 157-175. 2003.

PEREIRA, Marcos Emanoel. Estereótipos. Salvador: Edição do Autor, 2021.

PINTO, Luiz de Aguiar Costa. O negro no Rio de Janeiro: Relações de Raças Numa Sociedade em Mudança. Brasiliana, 1953.

1. Universidade Salvador (UNIFACS). E-mail: marimatos\_n@hotmail.com [↑](#footnote-ref-1)
2. Universidade Salvador (UNIFACS). E-mail: clara.serra33@gmail.com [↑](#footnote-ref-2)
3. Universidade Salvador (UNIFACS). E-mail: soe\_teti@hotmail.com [↑](#footnote-ref-3)
4. Universidade Salvador (UNIFACS). E-mail: valentegabriel295@gmail.com [↑](#footnote-ref-4)