



## A NEGAÇÃO DE UMA HISTÓRIA EM BUSCA DA “FONTE DE JUVENTUDE”: ATÉ QUANDO?

Allana Camargo Pierezan<sup>1</sup>, Larissa Dal Forno Gabbi<sup>2</sup>, Ieda Márcia Donati Linck<sup>3</sup>.

**Resumo:** Trata-se de uma pesquisa teórica, desenvolvida na Universidade de Cruz Alta, no ano de 2019, que visa discutir por que a sociedade, em todos os tempos, cria padrões estereotipados, nos quais as pessoas consideradas não atraentes são discriminadas. Além disso, pretende-se delimitar essa questão pensando até que ponto essa padronização influencia na autoestima dos idosos de classe média e poder aquisitivo, que buscam de forma quase insana por tantos tratamentos em busca do rejuvenescimento tanto corporal, como facial e capilar. A pesquisa foi realizada através da busca por artigos, reportagens e livros, utilizando como palavras-chave: “Autoestima”, “Tratamentos estéticos”, “Padrões de beleza”, “Idosos”, “Mídia”. A questão norteadora deste trabalho foi: Por que os idosos atuais procuram por tantos tratamentos estéticos? Segundo Barbosa (2017), a autoestima é a forma como o ser humano se auto aceita ou se nega, sendo formada desde a infância até a fase adulta e está ligada diretamente a autoconfiança. A autoestima sofre influência de diversos fatores, como cita Rodrigues (2017), pois o ser humano é vulnerável às pressões socioculturais, deixando-se levar por um estereótipo de corpo perfeito, muitas vezes, contrário a seus gostos e costumes. Os idosos, principalmente, são os que mais sofrem com esses padrões, pois atualmente o corpo rejuvenescido é exaltado, menosprezando o envelhecido. O autor Pereira, no ano de 2014, disse que o tema velhice começou a ser tratado pelas ciências sociais desde os anos 60, mas seu enfoque foi a partir dos anos 80. Desde então, a mídia vem como principal influenciadora, através de anúncios, cobra dos idosos a lutarem contra o envelhecimento físico. Talvez, por isso, muitos recorrem a profissionais esteticistas para “saciar” o desejo de se tornarem jovens, realizando procedimentos que, muitas vezes, são falhos e desnecessários e, o que é pior, o esteticista, em alguns casos, aproveita-se da situação. Nessa questão, Paixão (2014) ressalta o Brasil como a nação que mais disponibiliza tratamentos cada vez mais modernos para essa demanda de clientes. Ainda, Pereira (2014) enfatiza que faltam campanhas de valorização do idoso como ele é, buscando sua auto aceitação e entendimento da velhice como algo normal e natural. É preciso valorizar o sujeito pelo seu todo, pela sua história, pelo seu caráter e constituição e não apenas pela sua estética (PEREIRA, 2014). Durante a pesquisa, índices indicaram que três a cada oito mulheres afirmam preocupar-se com o envelhecimento de forma geral; cinco não aceitam essa fase com naturalidade e todas fariam algum procedimento estético se tivessem condições financeiras (PAIXÃO, 2014). Grande parte das idosas se sentem influenciadas pelos padrões de beleza impostos pela sociedade. O profissional esteticista deverá ser ético, atender aos seus clientes da melhor forma, sem tirar vantagem dessa busca pela eterna juventude das pessoas idosas que a procuram. Claro que parece utópico, mas é preciso ajudar o sujeito a envelhecer com serenidade e equilíbrio. Assim, ele não internalizará a padronização de beleza ditada pela sociedade e sustentada pela mídia, na qual ele deve esquivar-se dos aspectos externos da velhice. Envelhecer é um privilégio e para quem é bem resolvido, o tempo não é cronológico, mas psicológico.

**Palavras-chave:** Autoestima. Tratamentos estéticos. Padrões Sociais. Velhice. Estereótipo.

<sup>1</sup> Discente do 1º semestre de Estética e Cosmética na Unicruz da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: [allanapierezan@gmail.com](mailto:allanapierezan@gmail.com).

<sup>2</sup> Discente do 1º semestre de Estética e Cosmética na Unicruz da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: [laridalfornogabbi2001@gmail.com](mailto:laridalfornogabbi2001@gmail.com)

<sup>3</sup> Docente da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: [imdlinck@hotmail.com](mailto:imdlinck@hotmail.com)