





ARTICULAÇÃO

NATUREZA

MAIO | 2024 EDIÇÃO Nº 2

Bem-vindo ao Articulação Natureza

INSTRUÇÕES DE USO

- Clique nos elementos com o ícone  para acessar conteúdos extras.
- Clique nos elementos com o ícone  para acessar as respostas das questões.
- Palavras em **destaque** possuem conteúdo extra que pode ser acessado ao ser clicado.
- Todos os *sites* citados possuem *hiperlink* e podem ser acessados com um *click* sobre ele.
- Você pode navegar pelas páginas seguindo o Sumário ou pela barra superior de navegação. < >  

INICIAR 

O QUE É BELEZA?

MAIO | 2024 EDIÇÃO Nº 2

BNCC 

FIQUE

SA
BEN
DO!

DIÁ
LOGO

ABERTO

INFO
GRÁ
FICO

REFLE
XÃO

NA PRÁTICA

EXPE
DIENTE

O QUE É BELEZA?

ARTI
CULA
ÇÃO

NATUREZA

MAIO | 2024 EDIÇÃO Nº 2

BNCC



FIQUE

SA
BEN
DO!

SAIBA MAIS SOBRE
O TEMA DESTA EDIÇÃO.



DIÁ
LOGO

ABERTO

INFO
GRÁ
FICO

REFLE
XÃO

NA PRÁTICA

EXPE
DIENTE

A



FIQUE

SA
BEN
DO!

TikTok e maquiagem, o
polêmico sucesso infantil
das "Sephora kids"

B



FIQUE

SA
BEN
DO!

Como o padrão de
beleza influencia você?

O QUE É BELEZA?

ARTI
CULA
ÇÃO

NATUREZA

MAIO | 2024 EDIÇÃO Nº 2

BNCC

DIÁ
LOGO

ABERTO

INFO
GRÁREFLE
XÃO

NA PRÁTICA

EXPE
DIENTE

A

TikTok e maquiagem, o polêmico sucesso infantil das “Sephora kids”

No TikTok são conhecidas como “Sephora Kids”. São meninas entre 8 e 12 anos que, incentivadas por seus pais, somam milhões de seguidores mostrando suas compras de maquiagem e sua rotina de “skincare”, uma tendência que a longo prazo pode afetar sua saúde física e mental.

TIKTOK e maquiagem, o polêmico sucesso infantil das “Sephora kids”.

Correio Braziliense – Revista Correio, 28 fev. 2024.

Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/revista-do-correio/2024/02/6810267-tiktok-e-maquiagem-o-polemico-sucesso-infantil-das-sephora-kids.html#google_vignette.

Acesso em: 19 mar. 2024.

O QUE É BELEZA?

NATUREZA

MAIO | 2024 EDIÇÃO Nº 2

BNCC

DIÁ
LOGO

ABERTO

INFO
GRÁ
FICOREFLE
XÃO

NA PRÁTICA

EXPE
DIENTE

B

Como o padrão de beleza influencia você?

“Ver mulheres magras muda padrões de beleza em 15 minutos.”

Esse foi o título de uma reportagem da revista **Superinteressante** no mês de agosto. A revista mostrou um recente estudo sobre o impacto da exposição de modelos magras no padrão de beleza de pessoas que não tinham contato com mídias.

TIMERMAN, Fernanda. Como o padrão de beleza influencia você? **Eu vejo**.
Disponível em: <https://www.euvejo.vc/como-o-padrao-de-beleza-influencia-voce/>.
Acesso em: 19 mar. 2024.

O QUE É BELEZA?

NATUREZA

MAIO | 2024 EDIÇÃO Nº 2

BNCC



Uso de cosméticos

A percepção do corpo e seus cuidados não é uma novidade contemporânea, fazendo parte da cultura e da política desde a Antiguidade. No entanto, a concepção do limpo, do saudável e do esteticamente agradável muda constantemente com base em cada contexto social. Registros e pesquisas nos mostram que os rituais relacionados ao adorno corporal em busca da pureza espiritual, sedução e saúde fizeram parte de todas as culturas, das mais primitivas às atuais e utiliza, ao longo de sua história, preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas e adapta seus hábitos para se reafirmar esteticamente. Especificamente, nas culturas antigas, a maquiagem, por exemplo, era usada para transmitir informação em diversos tipos de manifestações; um representativo para diferenciar estratos sociais, castas, posicionamento político, estado civil, culto a divindades entre outros.



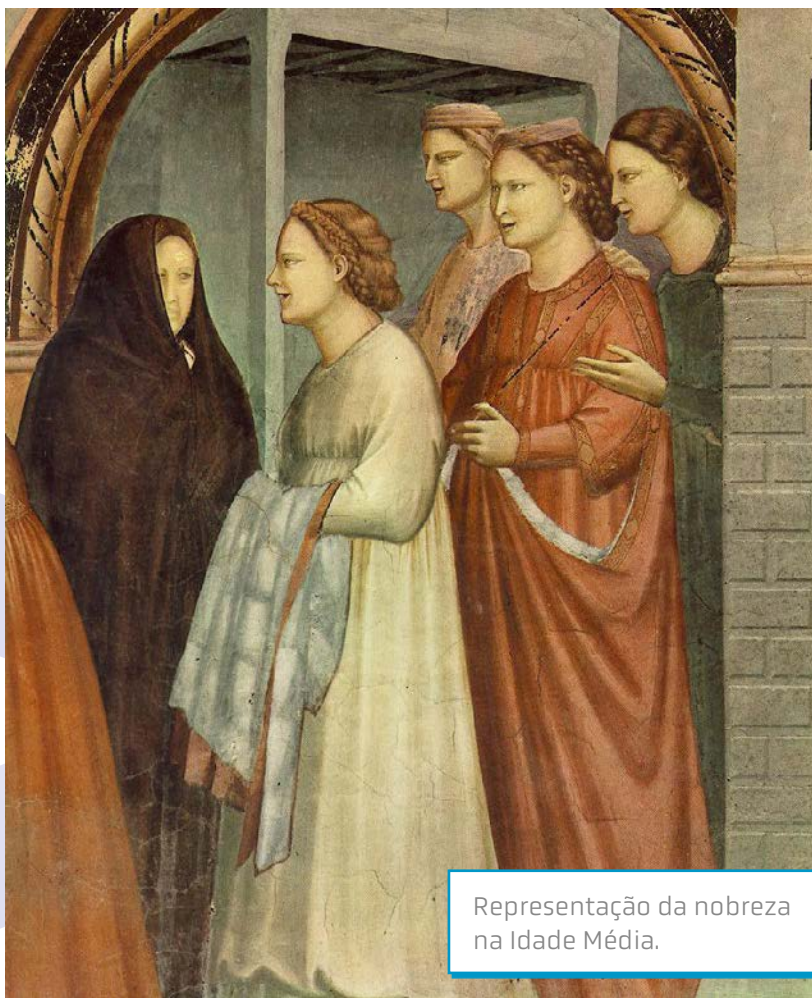
Há registros históricos que evidenciam que os egípcios utilizavam maquiagem e emulsões feitas de leite de cabra para hidratar e proteger a pele. Para a cultura egípcia, a beleza era um sinal de santidade e os cosméticos utilizados também carregavam tal simbologia. Registros arqueológicos que datam de 3000 a.C. mostram também que alguns tipos de maquiagem eram populares, dentre eles o *kohl*, uma espécie de pigmento preto usado como sombra e delineador na região dos olhos. Além da beleza, um dos objetivos da maquiagem para os egípcios era a proteção da região dos olhos. Por meio de um processo chamado de cristalografia, alguns artefatos de beleza antigos tiveram suas propriedades físicas e químicas investigadas revelando a presença de minerais comuns na natureza, como a galena (sulfeto de chumbo) e cerusita (carbonato de chumbo) em sua composição. Mas o que surpreendeu pesquisadores foi a presença de laurionita e fosgenita, que são produtos de uma modificação química complexa.



Representação de pessoas da nobreza egípcia: partes do corpo ficam à mostra, diferentemente de culturas de outras épocas.

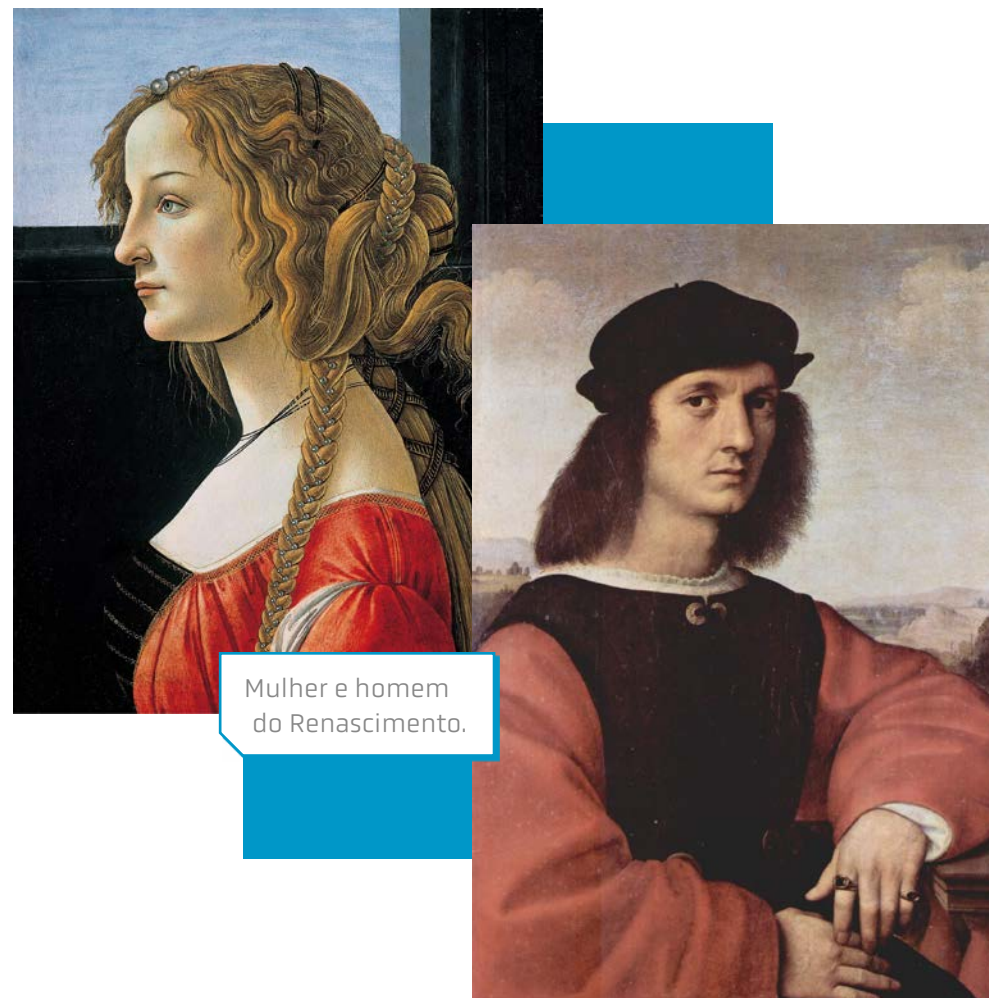
A ideia do belo

Na Idade Média, a representação da beleza aparece com recato, em oposição às representações de outros povos, por exemplo os egípcios, em que o nu e o culto ao corpo eram mais evidentes. A nobreza da Idade Média utilizava cosméticos para esconder a presença de doenças que pudessem transparecer pelo semblante, já que para essa cultura as imperfeições físicas eram consideradas resultados de pecados.



Representação da nobreza na Idade Média.

No Renascimento há a retomada de padrões da Antiguidade Clássica, assim o corpo volta a ser valorizado, prevalecendo no mundo europeu ocidental até o final do século XVIII. As vestimentas eram volumosas, mas a cintura das mulheres deveria ser marcada pelo espartilho. A pele branca era o padrão de beleza da época e para clareá-la eram utilizados óxido de chumbo e mercúrio — ambos tóxicos. Já para deixá-la rosada, era aplicado cinábrio.



Mulher e homem do Renascimento.

Avançando na linha do tempo, chegamos à Revolução Industrial. Observa-se o avanço da produção em massa e mecanismos importantes para transformar o acesso aos cosméticos para a população em geral. Isso pode soar como uma democratização da beleza, mas não é bem assim: se estamos falando de uma sociedade de consumo, inevitavelmente estamos falando sobre poder de compra.



THE MATCH-MAKERS AT THE EAST-END

Representação de pessoas trabalhadoras em uma fábrica, provavelmente na Inglaterra, durante a Revolução Industrial, entre 1820 e 1840.

O ponto central em comum a todos esses momentos é o poder. Seja o poder como substantivo ou como verbo. Substantivo quando falamos das pessoas que o detêm e verbo sobre a possibilidade de se adequar ao que seria o “ideal”. Para entender melhor essas questões, vamos recorrer à filosofia da Grécia antiga. O conceito de beleza, da forma que é utilizado nos dias de hoje, advém de ideais que também envolvem moral e acesso ao poder. Platão (427–428–348 a.C.), por meio da sua filosofia da metafísica, diz que vivemos em um mundo em ruínas e existe um mundo para além do sensível onde tudo é organizado, perfeito e belo. Dessa forma, a ideia de “belo” existe nas nossas ideias, atreladas à nossa concepção de bem e mal. Para o filósofo grego, algo é mais ou menos belo de acordo com a proximidade que possuir da beleza do mundo de nossas ideias. Para Platão, beleza é quase como o esplendor da verdade; é muito menos material e mais metafísica. No século XVIII, Kant (1724–1804) trouxe à tona essa discussão novamente colocando que a contemplação da beleza só se sustenta se for de forma desinteressada. A questão é que essa ideia de beleza imaginada acaba por ser um eterno idealizar que gera certo mal-estar. A busca pela beleza, ou o belo, é cercada por uma ideia de bem-estar, mas disso decorre um problema maior. Para o sociólogo e historiador francês Georges Vigarello (1941 –), o mal-estar surge onde o bem-estar se coloca como norma. Se existe um ideal de beleza, pessoas gozam de privilégios de bem-estar, enquanto outras pessoas são o arquétipo final do mal-estar — elas são feias.

Mas o que seria “feio”? Repare que quando falamos de “ideal” de beleza, até agora nos referenciamos aos grupos com poder. Inicialmente, vimos o ideal de beleza no Antigo Egito por meio das figuras dos faraós e suas maquiagens, a monarquia da Idade Média e seu ideal de beleza maquiado, os corpos voluptuosos por possuírem acesso à alimentação adequada. O contrário disso é o que era considerado “feio”.

Para exemplificar a ideia, vamos recorrer ao filme **Diário de uma princesa**, comédia romântica do final dos anos 2000.

No filme, a personagem de Anne Hathaway descobre que é neta da rainha de um pequeno país europeu. A personagem causa mal-estar entre as demais garotas do colégio em que estuda por não se adequar ao padrão de beleza vigente. Porém, a personagem torna-se princesa e o primeiro passo para que ela possa assumir o novo papel é passar por uma transformação da sua imagem alisando seus cabelos, retirando seu aparelho odontológico e substituindo os óculos por lentes de contato. O filme acaba, dessa forma, reforçando a ideia de que para ter e exercer o poder, a personagem precisa adequar-se ao padrão estético que o representa. E a personagem, cheia de personalidade, é quase totalmente descaracterizada para ser respeitada.



Cena do filme **Diário de uma princesa**, Disney, 2000. A personagem principal sofre uma intensa mudança estética ao se tornar princesa.

Os padrões de beleza da atualidade

Qual é o padrão de beleza atual? O TikTok evidencia um certo padrão de beleza de pessoas com lábios volumosos, maçãs do rosto levantadas e especialmente traços marcados que sinalizam a jovialidade.



A indústria da cultura, por meio dos meios de comunicação, durante muito tempo foi um dos principais agentes causadores do empobrecimento da capacidade de admirar a diversidade. Haja vista que muitas discussões sobre beleza são profundamente atreladas aos países

europeus. Isso reflete também nas tecnologias dos cosméticos atuais. Um exemplo disso é o fato de que atualmente ainda não existe tanto conhecimento sobre as peles de cores diversas, como pretas e amarelas, quanto existe sobre as peles de cor branca.

Na ciência dermatológica, por exemplo, existe a prática de dividir os tipos de pele de acordo com a reação à exposição à radiação solar, tipificando-a por meio de uma escala fototípica com apenas seis tipologias: pele extremamente branca, clara e com sardas; pele branca, clara e levemente mais escura; pele morena clara; pele média; pele morena escura e pele negra.

Mas há um grande problema nessa fototipificação — todas as pessoas com pele negra são enquadradas em uma mesma tipologia, como se não houvesse variações de tonalidade. Atrelado a isso, somam-se as pouquíssimas pesquisas sobre peles de fototipos mais altos.

Obviamente que essa diferença de conhecimentos sobre os mais variados tons de pele impactou o acesso à beleza. Apenas em 2017 se popularizou a ideia de colorações variadas de base de maquiagem. A tecnologia utilizada foi basicamente conseguir traduzir os diferentes tons de pele em números de acordo com parâmetros físicos. Esses

números eram comparados com a tonalidade desenvolvida pela base e então os pigmentos estabilizados em silicone eram incorporados à base. Nada disso é muito revolucionário em termos de tecnologia. A grande revolução aconteceu ao enxergarmos a beleza onde antes ela não era vista.



O universo dos cosméticos

De acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), os cosméticos são preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas e de uso externo nas diversas partes do corpo, como pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral. O objetivo dos cosméticos vai desde limpá-los, perfumá-los, eliminar odores, protegê-los até alterar sua aparência. Atualmente, existe uma variedade de formulações para diversos objetivos. Entre as formas cosméticas mais utilizadas, podem ser mencionadas: as emulsões (cremes e loções cremosas), os géis, as suspensões, as soluções, pomadas, pós, aerossóis e bastões.

Emulsão: é um sistema heterogêneo constituído de duas fases imiscíveis, uma aquosa e uma oleosa e um emulsificante. As emulsões de maior viscosidade são denominadas cremes e as de menor viscosidade são as loções cremosas. Por terem a capacidade de incorporar ou veicular substâncias de diferentes características físico-químicas, são uma forma cosmética versátil e de grande aceitação. Os cremes são utilizados em formulações cosméticas, porém são considerados “pesados”. Por essa razão, em algumas aplicações são usadas loções cremosas que geralmente possuem menor quantidade de ceras e óleos, o que torna a formulação mais leve e menos gordurosa.

Gel: é composto por dispersões coloidais constituídas por um sistema semissólido que tem aspecto gelatinoso. Existem diversas matérias-primas que podem formar os géis, como polioses (alquil celulose, alginatos, pectinas, amidos), polímeros carboxivinílicos e acrilatos, argilas e polietilenoglicóis. Os géis têm sido muito utilizados em produtos cosméticos e como base dermatológica, pois se espalham bem pela pele, não são gordurosos e podem veicular princípios ativos hidrossolúveis e lipossomas. Destaca-se sua aplicação em formulações direcionadas à pele oleosa, em produtos para os cabelos, géis de banho, para barbear, pós-barba e cremes dentais.





Suspensão: é uma dispersão na qual partículas insolúveis, geralmente maiores que 1 µm de diâmetro, encontram-se dispersas em um meio líquido, geralmente aquoso. Podem ser elaboradas com diferentes viscosidades, sendo que quanto maior a viscosidade menor a velocidade de sedimentação das partículas suspensas. Como exemplos, os esfoliantes, as loções fotoprotetoras que possuem dióxido de titânio ou óxido de zinco suspensos e as bases líquidas de maquiagem.

Solução: é caracterizada como sistema líquido em que todos os componentes são solúveis. É um tipo de cosmético geralmente límpido, muitas vezes translúcido e pode apresentar características diversas quanto à sua consistência e à sua viscosidade, dependendo da presença ou da ausência de um agente espessante.

Pomada: é um tipo de preparação gordurosa e semissólida que pode ser anidra ou conter apenas uma pequena quantidade de água. É utilizada quando se busca um revestimento viscoso com maior adesão à pele. As matérias-primas utilizadas podem ser os hidrocarbonetos, como a vaselina, ou óleos fixos de origem vegetal ou silicone. Em produtos cosméticos, são utilizadas para a elaboração de pomadas labiais, pomadas modeladoras capilares e de produtos de relaxamento capilar.

Pós: são matérias-primas sólidas com tamanho de partícula reduzido que se apresentam na forma de uma mistura fina, formuladas com talco, amido de arroz, amido de milho, silicatos ou dióxido de titânio. São muito utilizados em maquiagens, como sombra e *blush*.

Aerossóis: são uma suspensão de partículas líquidas sólidas ou líquidas em um gás, o que resulta na dispensação de um produto sob pressão. Esse tipo de forma cosmética é utilizado quando o objetivo é facilitar a aplicação. É muito utilizado em desodorantes, cremes de barbear, *sprays* de cabelo, e, mais recentemente, em protetores solares.

Bastões: podem ser constituídos por uma variedade de materiais. Os batons, por exemplo, são compostos por ceras e óleos; os desodorantes podem ser formados por soluções hidroalcoólicas, que são solidificadas por estearato de sódio; e os antitranspirantes podem ser compostos por álcoois graxos e silicones.

Os cosméticos também são classificados de acordo com conceitos e definições estabelecidas pela Anvisa. Os cosméticos de grau 1 são aqueles que dispensam comprovação científica ou testes para averiguar sua eficácia. Dentre eles, podemos destacar os cremes hidratantes, demaquilantes, desodorantes sem ação bactericida, esmaltes, maquiagens, perfumes, sabonetes e xampus. Os cosméticos de grau 2 são aqueles que precisam de estudos científicos que comprovem sua eficácia: os cremes antirugas e para acnes, desodorantes com ação antibacteriana, produtos de higiene íntima, produtos infantis, protetores solares, xampu antiqueda ou anticasca, entre outros. Os produtos cosméticos foram altamente impactados pela tecnologia. Atualmente, empregam-se na sua produção a nanobiotecnologia, a biomimética, a probiótica etc. ▀



Sobre o autor

◀ **Victor Infante** é farmacêutico e doutor em ciências farmacêuticas pela USP Ribeirão Preto e atualmente trabalha em Berlim, Alemanha com fisiologia cutânea. Nas redes sociais se apresenta como @vhpinfante e fala sobre a ciência dos cosméticos, bem como as relações de poder e beleza. Sua tese de doutorado sobre a relação do homem brasileiro com os cosméticos foi considerada pela Capes uma das três melhores na área de farmácia no Brasil em 2021.



versão interativa



INFO GRÁFICO



Auto distorção digital da aparência

Pesquisa realizada em 2020 pelo Projeto Dove pela autoestima com 503 jovens entre 10 e 17 anos e 1010 mulheres entre 18 e 55 anos dos Estados Unidos, Inglaterra e Brasil revela tentativas de atender padrões irreais de beleza e aprovação nas redes sociais.



Fonte: **EXAME**. Dove: aos 13 anos, 84% das meninas já usam filtros e os danos são imensos. 2021. Disponível em: <https://exame.com/marketing/dove-aos-13anos-84-das-meninas-ja-usam-filtros-e-os-danos-sao-imensos/>. Acesso em: 14 abr. 2024.

INFO GRÁFICO



Auto distorção digital da aparência

Pesquisa realizada em 2020 pelo Projeto Dove pela autoestima com 503 jovens entre 10 e 17 anos e 1010 mulheres entre 18 e 55 anos dos Estados Unidos, Inglaterra e Brasil revela tentativas de atender padrões irreais de beleza e aprovação nas redes sociais.

84% das jovens de 13 anos já utilizaram aplicativos para distorcer a própria aparência.

78% das jovens tentaram ocultar uma parte ou uma característica do corpo de que não gostam em uma foto postada nas redes sociais.

89% das jovens relatam que compartilham selfies para receber validação de outras pessoas por meios dos likes.

36% das jovens sentem que os pais não entendem a pressão que sofrem nas redes sociais.

69% das mulheres adultas gostariam de ter construído sua autoestima quando eram jovens.

35% das jovens se sentem menos bonitas ao verem fotos de influenciadoras.

70% das jovens dizem que não se sentiriam julgadas ou preocupadas com a aparência se percebessem representadas no meio digital.

75% das jovens dizem que gostariam que o mundo se concentrasse mais em quem elas são que em sua aparência.

60% das jovens relatam que quanto mais tempo passam editando a foto, mais baixa se torna a sua autoestima.

Fonte: **EXAME**. Dove: aos 13 anos, 84% das meninas já usam filtros e os danos são imensos. 2021. Disponível em: <https://exame.com/marketing/dove-aos-13anos-84-das-meninas-ja-usam-filtros-e-os-danos-sao-imensos/>. Acesso em: 14 abr. 2024.



- **Beleza e cosméticos ao longo da história.**
- **O padrão de beleza ao longo da história e na atualidade.**
- **Os cosméticos e suas tecnologias.**



Organizando ideias

1. Na seção **Diálogo aberto** abordamos brevemente as classificações na dermatologia dos diferentes tons de pele. Essa abordagem tem uma relação sobre a reação à exposição ao sol. Pesquisem sobre a classificação de Fitzpatrick na dermatologia. Em seguida, debatam se esse tipo de classificação consegue abranger todo tipo de tonalidade de pele. Aproveite para traçar paralelos sobre o desenvolvimento de bases cosméticas para maquiagens para diferentes tons de pele.
2. Quais procedimentos estéticos você conhece? Pesquise sobre os mais utilizados considerando seus custos e indicações. Em seguida, reflita se é possível que todas as pessoas tenham o mesmo tipo de acesso aos procedimentos e quais são os impactos disso na percepção de beleza?
3. Considere que exista uma máquina do tempo e que uma nobre da Idade Média tenha contato com a nossa sociedade atual. Como essa nobre seria impactada pelo padrão de beleza atual?



Debate e reflexão

Em grupos de até quatro pessoas, debatam e produzam um conteúdo sobre beleza e redes sociais em formato de TikTok. Nessa situação hipotética, apresentem uma reflexão sobre o acesso às tecnologias de procedimentos estéticos e produtos cosméticos para diferentes grupos sociais. O conteúdo produzido deve explicitar:

1. O grupo social para o qual o conteúdo é direcionado (crianças, jovens, homens, mulheres, negros etc.).
2. Possíveis intersecções entre grupos (mulheres negras, homens jovens etc.)
3. O percentual de procedimentos estéticos no grupo social escolhido, no Brasil, e como isso pode afetar padrões e noções de beleza. Lembrar de utilizar fontes confiáveis e referenciar os dados.



V

No vestibular

[Unicentro-PR]

O corpo é o nosso primeiro canal de comunicação, pois relaciona o indivíduo com o meio em que vive, emitindo mensagens que o aproxima, afasta e individualiza através de escopos e categorias de apresentação e representação social. É por meio dele que os primeiros contatos com o mundo são realizados, as primeiras experiências são corpóreas e logo ele é percebido como mídia para se externar ou forjar emoções, signos de pertencimento, afirmação de si, significação e ressignificação. A obsessão pela conquista de um padrão de beleza próximo àquele que é disseminado com veemência pela mídia faz com que os pretensos adeptos do universo do fitness se familiarizem e façam uso de práticas extremadas, para se livrarem, a qualquer custo, do excesso de gordura corporal.



1. A partir das informações apresentadas e com base no fenômeno da corpolatria, marque **V** para as afirmativas verdadeiras e **F**, para as falsas.
- O ideal de corpo perfeito vem sendo celebrado como uma forma de status na sociedade e uma exigência do mercado de trabalho.
 - A indústria cultural traz em sua ideologia todos os elementos característicos do sistema capitalista, exercendo a mídia um papel importante na sociedade.
 - Saúde e estética são sinônimos e a concepção de corpo perfeito é sinônimo de sucesso garantido.

A alternativa que indica a sequência correta, de cima para baixo, é a

- a) V F V
- b) V V F
- c) F V F
- d) F V V



Na hora da redação

[Enem/MEC]

Texto I

>> A beleza parece caminhar em uma linha tênue entre as escolhas do indivíduo e a imposição coletiva. Se, por um lado, cada um pode buscar a beleza da maneira que considerar melhor para si, por outro, cuidar da beleza torna-se um imperativo. Modelos funcionam como fonte de comparação social e a exposição às imagens idealizadas da mídia tem como efeito uma redução no nível de satisfação dos indivíduos com relação à própria imagem. Este processo de comparação social também influencia fortemente a autoestima do indivíduo. A percepção de uma discrepância acentuada entre o eu real e o eu ideal gera ansiedade e sentimento de insatisfação com relação ao seu autoconceito e, conseqüentemente, uma redução na sua autoestima. Na tentativa de atingir um ideal estético socialmente aceito, muitos se dedicam a uma luta incansável para esculpir o corpo perfeito e aproximar-se de um padrão de beleza.

FONTES, O. A.; BORELLI, F. C.; CASOTTI, L. M.
Como ser homem e ser belo? Um estudo exploratório sobre a
relação entre masculinidade e o consumo de beleza.
Disponível em: <http://seer.ufrgs.br>. Acesso em: 22 jun. 2015
[adaptado].

Texto II



ROSSETI, C. Disponível em: www.carolrossetti.com.br.
Acesso em: 21 jul. 2017.



V Texto III

Os transtornos alimentares mais relevantes em nosso contexto sociocultural são a anorexia e a bulimia nervosas. A anorexia nervosa se caracteriza pelo pavor descabido e inexplicável que a pessoa tem de engordar, com grave distorção da sua imagem corporal. Para atingir esse padrão de “beleza” intangível, o anoréxico se submete a regimes alimentares bastante rigorosos e agressivos. Já a bulimia nervosa se caracteriza pela ingestão compulsiva e exagerada de alimentos, geralmente muito calóricos, seguida por um enorme sentimento de culpa em função dos “excessos” cometidos. Não podemos perder de vista que a formação da autoimagem corporal de cada pessoa está fortemente influenciada pela maneira como a sociedade “impõe” o que é ter um corpo esteticamente apreciável.

SILVA, A. B. B. **Bullying**: mentes perigosas nas escolas. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010 [adaptado].

Proposta de redação

Com base na leitura dos textos motivadores e nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um texto dissertativo-argumentativo em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema “Consequências da busca por padrões de beleza idealizados”, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para a defesa de seu ponto de vista.



Diretor-geral

Ricardo Tavares de Oliveira

Diretor de Conteúdo e Negócios

Cayube Galas

Diretor Adjunto de Sistemas de Ensino

Júlio Ibrahim

Gerente de Produção e Fornecedores

Cláudio Espósito Godoy

Gerente de Conteúdo

Amanda Bonuccelli Voivodic

Editora

Luzia Estevão Garcia

Editor Assistente

Thiago Costa de Oliveira

Gerente de Eficiência e Analytics

Marcelo Henrique Ferreira Fontes

Supervisora de Fluxo e Qualidade

Letícia Bovolon Bezerra

Assistente de Fluxo

Camila Casseiro Nunes

Coordenadora de Preparação, Revisão e Qualidade

Adriana Soares de Souza

Assistente Editorial

Carolina Genúncio

Preparadora

Sônia Cervantes

Revisora

Eliana Medina

Coordenadora de Imagem e Texto

Marcia Berne

Imagem e Licenciamento

Equipe FTD

Coordenador de Produção e Arte

Fabiano dos Santos Mariano

Supervisor de Produção e Arte

Pedro Gentile

Projeto Gráfico

Bruno Attili
Carlos Feitosa Ferreira

Editor de Arte

Carlos Feitosa Ferreira

Crédito das imagens e vídeos

[capa] emarandjelovic, Igor Shikov/Shutterstock.com; [p.2] Anton Vierietin/Shutterstock.com [p.3] Sebastian Condrea/Moment/Getty Images; [p.4] Scrovegni Chapel [Cappella degli Scrovegni], Padua, Italy, Museu do Estado de Berlim, Gemäldegalerie, Germany, Palazzo Pitti, Florence, Italy [p.5] Digital Vision/Getty Images; [p.6] WALT DISNEY PRODUCTIONS/BATZDORFF, RON/Album/ Fotoarena; [p.7] Tero Vesalainen/Shutterstock.com; [p.8] BLACKDAY/Shutterstock.com; [p.9] TanyaJoy/Shutterstock.com; [p.10] nadianb/Shutterstock.com, Acervo pessoal;; [p.11] White bear studio/Shutterstock.com, Mariia Boiko/Shutterstock.com, BigLike Images/Shutterstock.com, Look Studio/Shutterstock.com, fizkes/Shutterstock.com, Master1305/Shutterstock.com, Kaspars Grinvalds/Shutterstock.com, Roman Samborskyi/Shutterstock.com, Ben Schonewille/Shutterstock.com, Kaspars Grinvalds/Shutterstock.com, [p.15] Master1305/Shutterstock.com