

A influência da mídia na construção da imagem corporal

Influence of media in the construction of body image

Eliza Garonci Alves Vargas¹

Unitermos:

Meios de Comunicação. Imagem Corporal. Beleza.

Keywords:

Communications Media. Body Image. Beauty.

Endereço para correspondência:

Eliza G. A. Vargas
Rua Manoel Pereira de Mello, 32 – Centro – Laranjal,
MG, Brasil – CEP: 36.760-000
E-mail: elizagaronci@hotmail.com

Submissão:

10 de dezembro de 2013

Aceito para publicação:

28 de janeiro de 2014

RESUMO

Introdução: A construção da imagem corporal envolve fatores socioculturais, variando conforme a percepção corporal de cada indivíduo. O padrão de beleza imposto pela mídia nos dias atuais adota o culto ao “corpo perfeito”, gerando preocupações e insatisfações dos indivíduos com a própria imagem corporal. O objetivo deste estudo é avaliar a influência dos recursos midiáticos na construção da imagem corporal. **Método:** Pesquisa de caráter qualitativo e discursivo ao utilizar opiniões de diferentes autores na coleta de dados em trabalhos cientificamente publicados em revistas, livros, periódicos e ambiente virtual. **Resultados:** Reconhece-se que a mídia possui significativa influência na valorização e construção da imagem corporal da maioria dos indivíduos da sociedade. **Conclusões:** A busca pelo corpo perfeito torna-se crescente a cada dia, advinda principalmente da influência da mídia na percepção do corpo e na construção da imagem corporal.

ABSTRACT

Introduction: The construction of the body image involves socio-cultural factors, varying according to body awareness in each individual. The standard of beauty imposed by the media nowadays adopts the cult of the “perfect body”, raising concerns and grievances of individuals with their own body image. The objective of this study is to evaluate the influence of media resources in the construction of body image. **Method:** A qualitative research and discursive character when using opinions of different authors in the collection of data in scientific papers published in journals, books, periodicals and virtual environment. **Results:** It is recognized that the media has a significant influence on recovery and body image construction of most individuals in society. **Conclusions:** The quest for the perfect body becomes increasing every day, mainly arising from the influence of the media on body awareness and body image construction.

1. Nutricionista pós-graduanda em Nutrição Clínica e Nutrição Estética pelo Instituto de Pesquisa, Ensino e Gestão em Saúde (IGPS), Campus Vitória, Vitória, ES, Brasil. Nutricionista Clínica preceptora de estágio em Nutrição Clínica Hospitalar pela Faculdade Redentor no Hospital São José do Avai, Itaperuna, RJ, Brasil.

INTRODUÇÃO

A sociedade vem moldando o ideal de corpo por meio da interrelação entre a cultura e o convívio social com diferentes grupos. Com isso, é notável a expansão do mercado de produtos e serviços que auxiliem na busca pela beleza e remodelamento da aparência, levando muitos indivíduos a ultrapassarem limites para alcançar esse objetivo¹.

A imagem corporal revela a percepção do corpo pelo próprio indivíduo, tratando-se de uma escolha e/ou opção caracterizada conforme sua personalidade e estado emocional.

Conforme Rowe et al.², a imagem corporal está intimamente relacionada com a visão e sentimento de cada um em relação ao seu corpo, ou seja, é o modo com que a pessoa o reconhece e o utiliza.

Atualmente, muitos setores da sociedade, principalmente a mídia, deixam explícitas discussões acerca do corpo e padrões estéticos que valorizam o corpo perfeito, com referência em um único padrão.

Os meios de comunicação representam além de uma forma de lazer, um veículo responsável pela difusão de informações de caráter social, como, por exemplo, o rádio, a televisão, os jornais, as revistas e a Internet³. No Brasil, a televisão é o recurso midiático mais difundido, seguido, atualmente, pela internet, na qual os usuários possuem acesso à informação em qualquer momento, por meio de celulares, *smartphones*, *tablets*.

Estudo realizado por Conti, em 2008, citado por Silva⁴, assim como vários outros estudos publicados recentemente, relatam o predomínio da insatisfação com a aparência em cerca de 95% de um grupo de pessoas de diversas faixas etárias.

O sentimento da busca pela modificação do corpo vem perseguindo os indivíduos, levando-os a utilizar medidas que podem ser prejudiciais à saúde, tais como o uso de anorexígenos e anabolizantes, tratamentos estéticos variados e práticas como a indução de vômitos, jejuns prolongados, dietas de restrição, a fim de se obter resultado “milagroso” em curto espaço de tempo.

Diante da importância e necessidade de se refletir sobre o alcance do “corpo perfeito”, fruto da definição de padrões estéticos impostos pela mídia, desenvolveu-se esta pesquisa, cujo objetivo consiste na identificação da influência da mídia na concepção corporal e o modo como esta participa da construção da imagem corporal.

Ao analisar a percepção dos indivíduos na relação estabelecida entre os recursos midiáticos e os protótipos de beleza, ressalta-se a importância da atuação dos profissionais de saúde, por meio de seus conhecimentos e formações específicas, no alerta à população no que se refere à tomada de decisão e a satisfação com o próprio corpo.

MÉTODO

O artigo é de natureza qualitativa e caráter discursivo ao obter resultados pela discussão de posicionamentos de diversos autores selecionados.

Esta pesquisa trata-se de uma revisão bibliográfica a partir de variados artigos científicos relacionados à imagem corporal e sua relação com uma possível influência da mídia.

Os dados foram coletados em publicações de revistas, periódicos e internet.

RESULTADOS

O corpo humano é considerado fator crucial para a sociedade desde a Antiguidade, seja em sua utilização como instrumento de trabalho e instrumento de comunicação até os cuidados estéticos na busca incansável pela beleza perfeita.

A imagem corporal é definida por Ribeiro et al.⁵ como a representação mental que cada homem forma a respeito do próprio corpo, sofrendo interferências de dimensões física, psíquica e socioculturais. Rowe et al.² acreditam que se trata do modo pelo qual o corpo se apresenta para o indivíduo.

Para Frois et al.⁶, a imagem corporal engloba as percepções do indivíduo acerca da estrutura corporal, da aparência e da percepção que tem de como os outros o veem.

De acordo com Matsuo et al.⁷, o processo de formação da imagem corporal está associado às fases do desenvolvimento do ser humano, variando conforme as diferentes faixas etárias.

A percepção da imagem corporal pode ser considerada, muitas vezes, como resultado de distorções da própria imagem entendidas pelo indivíduo com um conflito entre o corpo real e o imposto pela sociedade⁸.

Ribeiro et al.⁵ acreditam, ainda, que o corpo está em constante reconstrução, caracterizado por um processo cíclico e gradativo, no qual mudanças fisiológicas suscitam a necessidade de constante reorganização da imagem corporal para o alcance da satisfação corporal.

Ao longo da vida a imagem corporal sofre contínuas alterações, sendo impossível sua compreensão sem a dimensão ética e estética advinda de contínua interação do homem com o meio e as diferentes condições de socialização⁷.

Sendo assim, a imagem corporal é que define o perfil social de um indivíduo perante os padrões de beleza estabelecidos dentro da sociedade⁸.

Rowe et al.² afirmam ser muito bem definida a importância da cultura no comportamento humano, de modo que suas ações sejam moldadas de acordo com crenças, atitudes e valores exigidos pela sociedade em que vivem.

A valorização do “corpo perfeito” tornou-se uma obsessão diante dos padrões estéticos pré-estabelecidos pela sociedade e abordados nos meios de comunicação¹.

A rede de recursos midiáticos tem sido potente e sofisticado influenciador direto na vida da sociedade⁹.

Conforme exposto por Matsuo et al.⁷, é crescente o acesso de telespectadores assíduos à mídia exatamente nas fases mais críticas de formação física e mental.

Conti et al.³ descrevem a mídia, com destaque para a televisão, como um difusor de educação, justiça, fatos e até cuidados com o corpo. Contudo, segundo Silva et al.⁴, a divulgação de propagandas pode apresentar-se de forma maléfica, gerando uma imagem corporal distorcida.

O conflito entre a imagem corporal e o desejo pelo “corpo perfeito” não constitui um problema, desde que nenhuma característica se torne padrão a ser alcançado⁹.

Entretanto, a preocupação com a aparência acaba por influenciar o comportamento de muitos indivíduos, no que se trata de transtornos alimentares, como jejum prolongado, dietas rigorosas, indução de vômitos e adoção de práticas que podem vir a prejudicar a saúde, tais como exercícios físicos exacerbados e cirurgias plásticas⁸.

A satisfação corporal nem sempre está relacionada a um corpo saudável, o que denuncia que muitos meios utilizados para atingi-la ignoram questões de saúde, podendo ser prejudiciais¹⁰.

Estudos apontam elevado grau de insatisfação entre a maioria dos indivíduos participantes, destacando-se o anseio pela silhueta mais magra entre as mulheres e o desejo de aumentar a massa magra, entre os homens¹¹. Dentre as insatisfações menos citadas encontram-se cabelo, pele, estatura e barriga¹².

A insatisfação com a imagem corporal aumenta à medida que a mídia expõe protótipos estéticos, levando a uma compulsão pela aparência perfeita¹³.

De acordo com Conti et al.³, acredita-se que fatores sociais como a mídia são os principais influenciadores da percepção corporal.

Segundo Barroso et al.¹¹, no Brasil, a influência da mídia atinge um público com muita eficácia. Estudo publicado por esses autores demonstra que revistas, televisão, internet e jornais são fortes manipuladores na busca pelo “corpo perfeito”.

Silva et al.¹ citam que os indivíduos se sentem influenciados com os padrões de corpo divulgados pelos recursos midiáticos, sendo influenciados a mudar sua aparência física.

A pesquisa de campo realizada por Silva et al.⁴, em 2009, assim como resultados expostos por Rowe et al.² demonstram a influência da mídia na imposição de modelos e valores estéticos, gerando o desejo de alcançar os protótipos de beleza para a plena realização e satisfação do indivíduo, além de uma melhor aceitação social.

Conclui-se que a mídia utiliza métodos de convencimento para influenciar os indivíduos insatisfeitos com sua aparência quanto à construção da imagem corporal.

CONCLUSÕES

A beleza é compreendida como uma estrutura padronizada advinda da relação entre a mídia e o corpo. A busca pelo “corpo

perfeito” e os comportamentos adotados para atingir esse fim devem ser conhecidos pelos profissionais de saúde, em especial os nutricionistas, que devem orientar os indivíduos sobre as consequências destes atos e repassar informações que os conscientizem a priorizar práticas saudáveis de cuidados com o corpo.

REFERÊNCIAS

1. Silva MS, Silva ML, Santos VM. Imagem corporal e valorização do corpo perfeito. VI Colóquio Internacional – Educação e Contemporaneidade; 20-22 Set. 2012. São Cristóvão, SE.
2. Rowe JF, Ferreira V, Hoch VA. Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizam cirurgia plástica. IV Jornada Interestadual de Psicoterapias Corporais, 2011. Anais; 2 Abr. 2011. Balneário Camboriú: Centro Reichiano; 2011.
3. Conti MA, Bertolio MNT, Peres SV. A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? *Ciênc Saúde Coletiva*. 2010;15(4):2095-103.
4. Silva VA, Silva EAA, Dionísio LR, Ferreira FAR, Saldanha AAW, Carvalho EAB. Mídia e percepção da imagem corporal entre adolescentes: uma discussão de gênero. II Seminário Nacional Gênero e Práticas Culturais – culturas, leituras e representações; 28-30 Out. 2009. João Pessoa, PB.
5. Ribeiro AAS, Procópio LGP, Lovisi A, Lacerda RP, Mourão L. Influência da mídia na imagem corporal de alunos do ensino médio: discutindo a prática da educação física escolar. Universidade Federal de São João Del Rei. Labomidia. Encontro Nacional IV ENOME; 13-14 Nov. 2012. São João Del Rei.
6. Frois E, Moreira J, Stengel M. Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão. *Psicol Est*. 2011;16(1):71-7.
7. Matsuo RF, Velardi M, Brandão MRF, Miranda MLJ. Imagem corporal de idosas e atividade física. *Rev Mack Educ Fis Esp*. 2007;6(1):37-43.
8. Zenith AR, Marques CRC, Dias JC, Rodrigues RCLC. Avaliação da percepção e satisfação da imagem corporal em usuários do programa academia da cidade de Belo Horizonte - MG. Instituto de Ciências Biológicas e da Saúde do Centro Universitário de Belo Horizonte; 2012.
9. Ribeiro AS, Weiss SLI. Corpo, imagem e história: o corpo como objeto de consumo social [Internet] [Acesso 15 Ago. 2013]. Disponível em: <http://www.pergamum.udesc.br/dados-bu/000000/000000000014/000014B8.pdf>
10. Mídia e Saúde Nutricional: qual a influência sobre os jovens e adolescentes? [Internet] [Acesso: 15 Ago. 2013]. Disponível em: <http://www.amazonia.fiocruz.br/en/component/content/article/393.html>
11. Barroso DR, Almeida LIR, Kulnig AM. Mídia e construção da imagem corporal em adolescentes do gênero feminino. *Rev Bras Reab Ativid Física*. 2012;1(1):53-62.
12. Petronieri FRDS, Fonseca ABC. A construção da imagem corporal entre jovens do ensino fundamental: a questão da identidade e da diferença e o papel do professor. *Ensino Saúde Ambien*. 2012;5(3):44-54.
13. Damasceno VO, Vianna VRA, Vianna JM, Lacio M, Lima JRP, Novaes JS. Imagem corporal e corpo ideal. *Rev Bras Ciênc Mov*. 2006;14(1):87-96.