

EDUCAÇÃO FÍSICA, CORPO E MÍDIA: reflexões sobre a influência da cultura midiática na criação dos padrões de beleza e seus impactos durante a adolescência

REBECCA L. MESSALI¹, FERNANDO D. DE OLIVEIRA²

¹Estudante do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio, Bolsista PIBIFSP, IFSP, Campus Cubatão, rebecca_loyola@outlook.com.

²Orientador, Graduação em Licenciatura em educação Física, Mestrado em Educação, fernandodias_oliveira@hotmail.com.

Área de conhecimento (Tabela CNPq): Educação Física – 4.09.00.00-2

Apresentado no

2º Encontro de Pesquisadores de Iniciação Científica do IFSP, Campus Cubatão

RESUMO: A mídia e a publicidade exercem forte papel formativo nas pessoas, levando em seu discurso um conjunto de comportamentos, aspectos físicos e valores socialmente desejáveis, de modo que se torna relevante compreender em que medida estas influenciam as adolescentes. O presente trabalho se caracteriza como descritivo, de natureza qualitativa e com delineamento de pesquisa de campo. Em um primeiro momento se objetivou compreender a influência midiática na construção dos padrões de beleza e dos estereótipos corporais e, em um segundo momento, discutir sobre o desencadeamento de distúrbios alimentares em adolescentes. Os sujeitos de pesquisa selecionados para a pesquisa de campo foram estudantes do sexo feminino, de idade que varia entre 14 e 19 anos. A pesquisa foi realizada com 100 estudantes, que responderam a 8 perguntas. Os achados de pesquisa sinalizam que 42% das adolescentes estão insatisfeitas com seu corpo; 75% já se privaram de fazer algo por estética; 66% já sofreram algum tipo de discriminação dentro da escola por seus aspectos físicos; 19% já sofreram de distúrbios alimentares como anorexia ou bulimia. Esses dados desvelam um cenário preocupante em relação à saúde dessas adolescentes e reforçam a necessidade de reflexão acerca do assunto.

PALAVRAS-CHAVE: Corpo; Mídia; Transtornos Alimentares; Adolescência.

INTRODUÇÃO

A preocupação com o corpo e a beleza é uma questão histórica, acompanhando a humanidade desde os primórdios (FLOR, 2009). Devido a cultura – componente importante na construção da imagem corporal idealizada – em cada época houve um estereótipo diferente de beleza.

Segundo Petroski et al. (2012), a imagem corporal pode ser caracterizada como uma construção multidimensional e vista como a relação entre o corpo e os processos cognitivos como as crenças, os valores e as atitudes individuais que este vivencia. Assim, cada período histórico foi marcado por uma maneira distinta de se relacionar com o corpo, com a comida e com o ato de comer (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2006).

Atualmente, pode-se compreender o comportamento alimentar como algo além de uma necessidade vital básica e que também é resultado da interação familiar e social do indivíduo, estando estritamente relacionado com as questões psicológicas.

Nesse ínterim, dentre os fatores preponderantes para o desenvolvimento de transtornos alimentares, a mídia e o ambiente sociocultural são os preponderantes. A influência destes fatores está associada, principalmente, ao constante culto à magreza.

A partir desse contexto, este trabalho teve como objetivo geral compreender a influência midiática acerca da construção dos padrões de beleza e estereótipos corporais. De forma específica objetivou-se discutir sobre o desencadeamento de distúrbios alimentares e de comportamento em adolescentes, além de analisar as possíveis relações entre as mensagens midiáticas e a incidência de tais distúrbios.

METODOLOGIA E CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DE PESQUISA

A presente pesquisa se caracteriza como descritiva de natureza qualitativa e conta com delineamento de estudo de campo.

A realização deste trabalho se deu através de pesquisa de campo; este consiste, dentre outras coisas, em uma análise mais aprofundada das questões anteriormente discutidas, de modo a compreender como elas se manifestam em determinada amostra.

Os sujeitos de pesquisa selecionados foram estudantes do sexo feminino, de idade que varia entre 14 e 19 anos. Todas as participantes estão realizando a educação básica e estão matriculadas no Curso Técnico de Informática Integrado ao Ensino Médio (CTII) ou no Curso Técnico de Eventos Integrado ao Ensino Médio (CTEI) no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), campus Cubatão.

A pesquisa foi realizada com um total de 100 estudantes de 14 salas que responderem a 8 perguntas abertas e fechadas a partir da plataforma Google Forms. A coleta de dados ocorreu presencialmente no laboratório de informática da referida unidade escolar durante o período de duas semanas.

ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

O processo de análise dos dados obtidos oriundos da pesquisa de campo foi realizado a partir da criação de categorias de análise (LAVILLE & DIONE 1999).

De acordo com os objetivos do trabalho e as respostas coletadas foram criadas as seguintes categorias de análise: i) relação do indivíduo com a própria imagem corporal; ii) influências das construções midiáticas no corpo; iii) percepção sobre as construções midiáticas.

i) Relação do indivíduo com a própria imagem corporal:

Os achados da pesquisa de campo referente a esta categoria estão relacionados às perguntas 1, 2 e 3, conforme anexo.

Quando questionadas sobre o nível de satisfação com o próprio corpo, mais da metade das entrevistadas (total de 55%) mencionaram estar satisfeitas, sendo que 6% destas estão plenamente satisfeitas. Porém, quando analisados de forma isolada, os dados esboçam um cenário preocupante – se comparado à maioria exposta anteriormente –, pois o número de meninas completamente insatisfeitas com o próprio corpo é exatamente o dobro das que se posicionam como plenamente satisfeitas com sua imagem corporal.

A maioria das entrevistadas (75%) afirmaram já ter deixado de fazer algo por estarem insatisfeitas com o próprio corpo. De maneira geral, os dados sugerem certa repulsa pela própria imagem, o que resulta em algum desconforto para estas garotas.

Esse descontentamento pode se manifestar em diferentes atitudes sendo duas delas centrais: na escolha da roupa – parcela considerável das entrevistadas afirmaram que costumam evitar ao máximo roupas que tendem a expor mais o corpo; na decisão de sair ou não de casa – expressa por um conjunto significativo de adolescentes que já deixaram de sair de casa por insegurança e/ou infelicidade com a própria imagem corporal.

No que concerne à alimentação, algumas entrevistadas relataram ter, por inúmeras vezes, preferido passar fome à comer, sendo o medo de engordar uma das principais justificativas para esta decisão.

Para entender tal comportamento é necessário antes compreender que a alimentação não se resume unicamente ao ato de comer, mas também, como já esclarecido anteriormente, se conceitua pelo conjunto de fatores e influências subjetivas que carrega. Para Souto e Ferro-Bucher (2006), “a alimentação é uma necessidade humana vital, na qual a comida e o ato de se alimentar representam elementos de interação humana familiar e social, com conotações simbólicas” (p. 694).

Segundo Flor (2009), a tentativa de esconder e negar o próprio corpo é sustentado pela mídia que, através de discursos publicitários, nutre a ideia de que para ser considerado belo é necessário que o corpo siga certo ideal de perfeição, de modo que neste processo qualquer sacrifício para obtê-lo se torna válido.

ii) Influências das construções midiáticas no corpo:

Os dados resultantes dessa categoria expõem, associadamente, 2 pontos alarmantes: 19 entrevistadas afirmaram ter sofrido de transtornos alimentares e somente 3 dessas participantes afirmaram ter feito algum tipo de tratamento. Resultados como esse evidenciam o medo de expor a alguém um possível insucesso na busca de um corpo belo – magro –, além do preconceito e do tabu alimentados socialmente acerca do assunto, tratando-o como intocável e tornando ainda mais difícil a manifestação daquelas que sofrem de transtornos alimentares. Esse conjunto de informações é reforçado

negativamente quando 66% das entrevistas revelam que já sofreram algum tipo de discriminação relacionado ao seu aspecto corporal dentro do ambiente escolar (Figura 2).

Ao entender que a maneira das adolescentes enxergarem o corpo é construída midiaticamente e alimentada socialmente, torna-se fácil notar a influência de ambos os aspectos como grandes responsáveis por problemas com a aceitação da própria imagem corporal, como ilustraram os dados destacados anteriormente.

A ênfase da sociedade contemporânea no ideal de magreza (culto ao corpo), as intensas propagandas na mídia de uma infinidade de regimes e de produtos dietéticos, bem como o crescimento de academias e do número de revistas sobre o assunto, fornecem o ambiente sociocultural que justifica a perda de peso [...] (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2006, p. 694).

Dessa maneira depreende-se que diante desse ambiente sociocultural, as adolescentes vivenciam construções que levam ao sentimento de insegurança e insatisfação com o corpo, propiciando o desenvolvimento de TA.

iii) Percepção sobre as construções midiáticas:

De maneira quase homogênea, as entrevistadas demonstraram ter perfeita consciência da influência midiática em seu cotidiano. Além disso, somente 7% das delas afirmaram nunca ter assistido a um filme/comercial/programa de TV e notado a sexualização/objetificação da mulher. Quando questionadas, as adolescentes citaram inúmeras vezes os comerciais do chinelo Havaianas, de perfume masculino, de maquiagem, os filmes de heróis, as novelas e os programas de auditório como sendo grandes palcos para a ocorrência de situações que revelam as mulheres através do – e para o – olhar masculino.

Essa percepção do corpo feminino perante o olhar masculino, é explicado por Miranda (2010, p. 11) como sendo mais uma maneira de promover os produtos ofertados e/ou prender a atenção do telespectador, além reafirmar os padrões de beleza a serem alcançados pelo público feminino através do consumo de certos produtos.

Depreende-se, a partir dos dados coletados, que as construções midiáticas também se relacionam ao desenvolvimento de TA ao favorecerem cenários propícios e ao reforçarem determinados padrões de beleza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar o conjunto de discussões que este artigo carrega, é importante destacar que apesar de ser irrefutável a presença dos diferentes tipos de influência externa no desejo de emagrecer, não se pode considerá-los como os únicos fatores para o desencadeamento de TA, visto que as questões psicológicas de cada indivíduo são importantes.

Vale enfatizar que os padrões de beleza veiculados pela mídia dificilmente serão alcançados pelas pessoas que os buscam, sendo necessário refletir que as mulheres apresentadas nos comerciais ou

nas capas de revistas são (re)criadas com o uso *photoshop*, maquiagem, cabeleireiro, fotógrafos profissionais e iluminação adequada. Dessa maneira as construções sociais acerca da aparência feminina além de, na maioria das vezes, não respeitarem os aspectos genéticos, como os diferentes biótipos e os fatores naturais decorrentes do envelhecimento, contribuem para a construção de um padrão de beleza idealizado, que acaba em grande parte das vezes por frustrar as pessoas que o busca, visto que existe uma pressão real e cotidiana para isso.

Os dados que emergiram da pesquisa de campo desvelam um cenário preocupante em relação à saúde das adolescentes e reforçam a necessidade de reflexão acerca da influência da mídia e da publicidade na construção e veiculação de padrões de beleza. Diante disso, a promoção de espaços de debate e reflexão dentro e fora da escola é de fundamental importância para a conscientização das adolescentes.

REFERÊNCIAS

- FLOR, G. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. **Revista de Estudos da Comunicação**. Curitiba. v. 10, n. 23, p. 267-274, 2009
- GODOY, S. A. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, Mar.- Abr. 1995.
- GONÇALVES, J. A.; MOREIRA, E. A. M.; TRINDADE, E. M.; FIATES, G. M. R. Transtornos alimentares na infância e na adolescência. **Rev. paul. pediatr.** São Paulo, v. 31, n. 1, p. 96-103, Mar. 2013.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.
- SOUTO, S.; FERRO-BUCHER, J. S. N. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. **Revista de Nutrição**. Campinas. v. 19, n. 6, p. 693-704, 2006.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. Análise de conteúdo. In: **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em humanas**. Trad. H. Monteiro e F. Settinieri. Porto Alegre: ArtMed, 1999. p. 214-235, 2000.
- MIRANDA, C. M. A Construção do Ideal de Beleza Feminina em Comerciais de Televisão. In: **I Encontro de História da Mídia da Região Norte**, 2010, Palmas. Disponível em: <http://www.ufgrs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/A%20CONSTRUCaO%20DO%20IDEAL%20DE%20BELEZA%20FEMININA%20EM%20COMERCIAIS%20DE%20TELEVISaO.pdf> Acesso em: 06 Dez., 2017.