

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA INTERNALIZAÇÃO DE MODELOS CORPORAIS IDEAIS NA FASE ADULTA

III Simpósio de Saúde e Meio Ambiente, 3ª edição, de 16/11/2022 a 18/11/2022

ISBN dos Anais: 978-65-5465-006-9

DOI: 10.54265/BAVB2681

LEITE; Isadora Souza de Oliveira¹, BORGES; Graciely Nunes Rosa²

RESUMO

INTRODUÇÃO

O corpo pode ser compreendido como o resultado de uma criação social, onde as características nas quais ele deve adequar-se para ser julgado “perfeito” ou “bonito” são, muitas das vezes, amoldadas por padrões de beleza e pelos modelos corporais considerados ideais, que são geralmente internalizados pela sociedade e pelos meios midiáticos (SILVA *et al.*, 2018).

Silva *et al.* (2018), ainda ressaltam que o corpo ideal muitas vezes é procurado não para atender a um desejo próprio, mas sim para corresponder às expectativas do outro e para inclusão na sociedade. Essa preocupação com o corpo, em ter que se adequar aos padrões estéticos, dependendo do ponto de vista, pode ser benéfica ou maléfica. Nesse sentido, quando a preocupação é voltada especificamente para o fator beleza, que está correlacionada com a insatisfação corporal, pode desencadear diversas consequências a curto, médio e a longo prazo, como por exemplo os transtornos alimentares e a depressão.

A insatisfação corporal consiste em um distúrbio atitudinal da imagem corporal (IC), e pode ser entendida como uma representação intrínseca negativa da IC. De acordo com Lira *et al.* (2017), a IC pode ser definida como a imagem do corpo construída em nossa mente e os sentimentos, pensamentos e ações resultantes dessa definição.

Acredita-se que a insatisfação corporal pode ser influenciada através de alguns fatores como os próprios familiares, amigos e a sociedade em geral. Entretanto, o narcisismo e a internalização do corpo “ideal” ou padrão normal são intensificados e reforçados todos os dias pelas mídias, principalmente, nas redes sociais (LIRA *et al.*, 2017).

Assim, este estudo se propõe a identificar o grau de satisfação da população feminina e masculina e avaliar o fator influência de padrões corporais expostos na mídia para esta insatisfação.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo transversal, no qual os dados foram coletados por meio de questionário online, com auxílio da ferramenta Google Docs. A pesquisa foi norteada com base na Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 2012), que abrangeu os aspectos éticos envolvidos nas pesquisas com seres humanos e foi submetido a avaliação do comitê de ética por meio da Plataforma Brasil.

Foram incluídos no estudo adultos do sexo feminino e masculino, com idade entre 18 e 59 anos, 11 meses e 29 dias. Não foram incluídas na pesquisa pessoas que já apresentam diagnóstico de transtornos de autoimagem, assim como foram excluídos os que não preencheram o questionário em sua totalidade ou se recusaram em assinar o termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro., isadoraoleite62@gmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro., graciely.rosa@uniredentor.edu.br

No questionário, além da identificação do participante (sexo, idade), foram abordadas questões sobre a imagem corporal de cada participante, com perguntas sobre a idealização e a percepção de autoimagem, através da Escala de Silhuetas Brasileiras para Adultos desenvolvida por Kakeshita *et al.*, (2009). A Escala é composta por figuras de silhuetas com numeração de 01 a 15, que apresentam médias de IMC que variam de 12,5 a 47,5 kg/m², com uma diferença de 2,5 pontos. Solicitou-se a cada adulto que escolhesse, na seguinte sequência, “qual a silhueta que melhor representa a sua aparência física atualmente” e “qual a silhueta que eles gostariam de ter”, mediante a escolha, a insatisfação foi avaliada através da discrepância entre a figura de autopercepção e a figura idealizada.

Com intuito de avaliar a influência da mídia sob a imagem corporal foi utilizado como instrumento de pesquisa uma adaptação do Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência-4 (SATAQ-4). O questionário é composto por 22 perguntas, sendo dividido em 5 subescalas. Para a realização da pesquisa foi utilizada somente a subescala referente “Pressão: Mídia” totalizando 4 perguntas. Além disso, foram abordadas perguntas referentes ao uso de redes sociais.

Os dados foram coletados por um único pesquisador e tabulados em planilha de Excel para apresentação dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra final do estudo foi composta por 136 adultos, sendo 86 (63,23%) mulheres e 50 (36,76%) homens, com idade média de 31 anos.

De acordo com os dados disponibilizados na tabela 1, 86,76% dos participantes (90,7% das mulheres e 80% dos homens) se encontram insatisfeitos com sua percepção de autoimagem e querem diminuir ou aumentar o formato de seus corpos, o que corrobora com um estudo realizado com mulheres e homens por Damasceno *et al.* (2005). Os autores evidenciam que ambos os gêneros apresentaram considerável grau de insatisfação, 76% e 82% respectivamente. Em concordância com os dados apresentados por estes estudos, Lopes *et al.* (2022) e Lima *et al.* (2020) ressaltam em suas pesquisas que os dois gêneros mostraram ter uma prevalência significativa de insatisfação corporal.

Damasceno e colaboradores (2006) ainda reforçam que a insatisfação com o próprio corpo aumenta à medida que a sociedade e os meios midiáticos impõem à população em geral um padrão de beleza ideal, o qual, muita das vezes não é alcançável.

Com base na tabela 1, nota-se que 69,77% das mulheres e 62% dos homens desejam diminuir suas silhuetas, bem como apenas 20,93% e 18% dos mesmos, respectivamente, desejam aumentar seus corpos.

Nos estudos realizado por Albuquerque *et al.* (2019) e Quadros *et al.* (2010), pôde-se observar que a prevalência de insatisfação corporal referente ao excesso de peso teve os índices mais elevados na população feminina, já a respeito da população masculina a insatisfação por baixo peso foi mais evidenciado, o que não condiz com os resultados achados no presente artigo, uma vez que ambos os gêneros relataram que desejam diminuir suas silhuetas, e não apenas o público feminino. Em contrapartida, Lima *et al.* (2020) expõem em uma pesquisa realizada com universitários de distintas idades que ambos os gêneros almejam diminuir suas silhuetas, corroborando com a pesquisa atual.

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro. , isadoraoleite62@gmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro. , graciely.rosa@uniredentor.edu.br

Ademais, na pesquisa realizada por Guimarães (2018), foi avaliado o grau de insatisfação entre mulheres de distintas idades. O autor ressalta que grande parte da população gostaria de diminuir suas silhuetas, ou seja, ter um corpo menor, e apenas uma pequena parcela almeja corpos maiores do que o habitual, o que respalda o trabalho atual. Já em estudos realizados por Souza *et al.* (2013) e Reddy (2013), especialmente com o público masculino, expõem que o grau de insatisfação com a imagem corporal é evidenciado muitas das vezes devido os homens almejarem um corpo mais musculoso e com baixo índice de gordura corporal.

Tabela 1: Avaliação da satisfação corporal de acordo com a Escala de Silhuetas.

Silhuetas	Mulheres		Homens	
	(n)	(%)	(n)	(%)
Satisfeitos	8	9,30	10	20
Desejam diminuir a silhueta atual	60	69,77	31	62
Desejam aumentar a silhueta atual	18	20,93	9	18

Fonte: Autoria própria (2022).

Em relação à utilização de redes sociais, observou-se que a maioria dos indivíduos (40,4%) acessam as mídias sociais de 2 a 4 horas diárias e 37,5% ficam conectados por cerca de 5 a 7 horas. As redes sociais que são mais utilizadas por mulheres e homens podemos destacar, respectivamente, o *Instagram* (84,88% e 70%); *WhatsApp* (82,56% e 76%) e o *Facebook* (32,56% e 40%), no que corrobora com as informações evidenciadas no estudo realizado por Santos e Gonçalves (2020) e Fônsica *et al.* (2018).

Santos e Gonçalves (2022) ainda destacam em seu artigo que as pessoas tendem a apoderar-se das mídias como instrumentos de informações à medida em que navegam por mais horas nas redes sociais, assim Lira *et al.* (2017) ressalta que quando um indivíduo acessa diariamente o *Facebook* e o *Instagram* por mais de 10 vezes ao dia as chances de insatisfação aumentam cerca de 4,47 a 6,57 vezes. Posto isso, pode-se depreender que o tempo de tela é capaz de influenciar quanto ao grau de insatisfação corporal de um indivíduo, podendo-se inferir que quanto maior o tempo de acesso à internet, maior é o grau de insatisfação. Mediante ao exposto, uma possível explicação para o alto índice de insatisfação encontrada no presente estudo atribuída aos homens e as mulheres seria o fato de estarem navegando de 2 a 7 horas por dia em redes sociais como o *Instagram*, que segundo Antunes (2019) é considerado um meio voltado para conteúdos imagéticos, onde pessoas publicam fotos de corpos e suas respectivas vidas perfeitas.

Com relação ao questionário sobre a pressão da mídia, não foram encontradas respostas muito significativas, principalmente em relação ao público masculino. Os resultados de pressão da mídia foram mais evidentes na população feminina. Isto é, parte da amostra sente pressão da mídia para melhorar algumas de suas características físicas, principalmente correlacionada a sua aparência (30%) e a ter uma forma melhor (27%). De acordo com estudo realizado por Mendes e colaboradores (2019), o público masculino apresenta uma menor preocupação com relação a sua aparência física quando comparado ao público feminino, dado este que reforça os resultados obtidos no presente estudo.

CONCLUSÃO

Através do presente estudo observou-se grande parte da população se encontra insatisfeita com sua percepção de autoimagem e querem diminuir ou aumentar o formato de seus corpos. Estes dados reforçam a importância de que sejam conduzidos mais estudos, que se aprofundem sob as reflexões a respeito da internalização de corpo ideal, e que se desconstrua essa percepção e associação, que geralmente, são impostas pelas mídias digitais e reforçada pela sociedade, de que o corpo belo é sinônimo de um corpo esbelto, magro e até mesmo musculoso.

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro., isadoraoleite62@gmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro., graciely.rosa@uniredentor.edu.br

Neste contexto, é essencial destacar que estigmatizar um modelo corporal não estimula um processo de mudança, ao invés disso, pode acabar provocando sérios problemas de saúde na vida de uma pessoa, sendo assim, as questões corporais devem ser abordadas e esclarecidas sob um panorama maior, que englobe, principalmente, a saúde mental e física.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, L. S.; GRIEP, R. H.; AQUINO, E.; CARDOSO, L. O.; CHOR, D.; DA FONSECA, M. J. M. Fatores associados à insatisfação com a Imagem Corporal em adultos: análise seccional do ELSA-Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, 26, p.1941-1954, 2019.

ANTUNES, F. S. M. **Associação entre a utilização do Instagram e comportamentos alimentares desajustados em universitários**. 2019. Tese de Doutorado (Mestrado em Psicologia Aplicada). Universidade do Minho, 2019.

DAMASCENO, V. O.; LIMA, J. R.; VIANNA, J. M.; VIANNA, V. R. A.; NOVAIS, J. S. Tipo físico ideal e satisfação com a imagem corporal de praticantes de caminhada. **Revista Brasileira de Medicina do esporte**, v. 11, p. 181-186, 2005.

DAMASCENO, V. O.; LIMA, J. R. P.; VIANNA, J. M.; VIANNA, V. R. A.; NOVAIS, J. S. Imagem corporal e corpo ideal. **Revista brasileira de ciência e movimento**, v. 14, n. 1, p. 81-93, 2006.

FONSÊCA, P. N.; COUTO, R. N.; MELO, C. C. V.; AMORIM, L. A. G.; PESSOA, V. S. A. Uso de redes sociais y soledad: evidencias psicométricas de escalas. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 70, n. 3, p. 198-212, 2018.

GUIMARÃES, I. C. T. Estado Nutricional, avaliação de transtornos alimentares e autoimagem corporal em universitários do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo. v.12, n.70, p.196-204, 2018.

LIMA, F. E. B.; COCO, M. A.; RAMOS, A. C.; GRANDE, A. F.; LIMA, W. F.; LIMA, S. B. S. Percepção da imagem corporal em universitários de educação física. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 14, n. 87, p. 608-616, 2020.

LIRA, A. G.; GANEN, A. P.; LODI, A. S.; ALVARENGA, M. S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, p. 164-171, 2017.

LOPES, L. F. S.; HILLARY, N. C.; GUIMARÃES, N. S.; CHAVES, L. O.; VIDIGAL, F. C.; BRESSAN, Josefina; CARRARO, J. C. C. Avaliação da distorção da imagem corporal e insatisfação corporal dos estudantes e profissionais de saúde. **DEMETRA, Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 17, p. 61016, 2022.

KAKESHITA, I. S.; SILVA, A. I. P.; ZANATTA, D. P.; ALMEIDA, S. S. **Construção e fidedignidade teste-reteste de escalas de silhuetas brasileiras para adultos e crianças**. *Psicologia: teoria e pesquisa*, v. 25, p. 263-270, 2009.

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro. , isadoraoleite62@gmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro. , graciely.rosa@uniredentor.edu.br

MENDES, J; REGO, R; PEREIRA, V. Tradução e adaptação da escala CARSAL/CARVAL para Portugal: Estudo psicométrico. **Revista da Associação Portuguesa de Psicologia**, v.33, n.1, p.47-54, 2019.

QUADROS, T. M. B; GORDIA, A. P; MARTINS, C. R; SILVA, D. A. S. S; FERRARI, E. P; PETROSKI, É. L. Imagem corporal em universitários: associação com estado nutricional e sexo. **Motriz. Journal of Physical Education. UNESP**, p. 78-85, 2010.

Reddy, S. L. Understanding the body image experiences of order men. **International Journal of Humanities and Social Science**, v.3, n.9, p.34–42.

SANTOS, M. S; GONÇALVES, V. O. Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. **Itinerarius Reflectionis**, v. 16, n. 3, p. 01-18, 2020.

SILVA, A. F. S; NEVES, L. S; JAPUR, C. C; PENAFORTE, T. R; PENAFORTE, F. R. O. **Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores**. Demetra: alimentação, nutrição & saúde, v. 13, n. 2, p. 395-411, 2018.

SOUZA, L; SANTOS, C; LIMA, S; VASCONCELOS, A; MELO, G. O corpo na perspectiva masculina: a satisfação com a Imagem Corporal e sua relação com discrepância na percepção, IMC, escolaridade e idade. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v.21, n.2, p.49-56,2013.

PALAVRAS-CHAVE: Satisfação corporal, redes sociais, padrões corporais

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro. , isadoraoleite62@gmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, Itaperuna, Rio de Janeiro. , graciely.rosa@uniredentor.edu.br