

A influência social e cultural da idealização do corpo perfeito através dos meios de comunicação e seu impacto na formação da imagem corporal

Mariana BARACAT¹

Juliana BARACAT²

RESUMO

O presente artigo é um recorte do trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de pós-graduação *lato sensu* em Gestalt-terapia com ênfase em processos clínicos, realizado na Faculdade de Ensino Superior e Formação Integral- FAEF entre os anos de 2014 e 2016. O trabalho em questão discorreu sobre a influência das mensagens midiáticas sobre a idealização do corpo em mulheres e suas consequências na construção da imagem corporal e na formação de patologias relacionadas, como a anorexia, a bulimia e a dismorfia muscular. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica. Para o artigo em questão, apresentamos dados relacionados a primeira parte da pesquisa, que diz respeito ao impacto da mídia na busca pelo corpo perfeito e também sobre a formação da imagem corporal.

Palavras-chave: imagem corporal, mensagem cultural, percepção.

ABSTRACT

This article is part of the conclusion work presented by the end of the post graduation course of Gestalt-therapy based in clinical process, made in the Faculdade de Ensino Superior e Formação Integral- FAEF between the years of 2014 and 2016. This work treats about the influence of mediatic messages about the ideal body of women and its consequences in the building of the body image and the formation of pathologies such as anorexia, bulimia and muscular dismorfia. The methodology was the bibliographical review. For this article, we present some data related with the first part of the research, which is the influence of media in the search for the perfect body and the formation of the body image.

Key-words: body image, cultural message, perception.

1- INTRODUÇÃO

O presente artigo é um recorte do trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de pós-graduação *lato sensu* em Gestalt-terapia com ênfase em processos clínicos, realizado na Faculdade de Ensino Superior e Formação Integral- FAEF entre os anos de 2014 e 2016. O trabalho em questão discorreu sobre a influência das mensagens midiáticas sobre a idealização do corpo em mulheres e suas consequências na construção da imagem corporal e na formação de patologias relacionadas, como a anorexia, a bulimia e a dismorfia muscular. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica que, conforme Lima e Mito (2007), trata da seleção minuciosa de material bibliográfico compatível com o tema definido, de forma a proceder a revisão da

¹ Psicóloga graduada pela UNIMAR (2003), Especialista em Gestalt-terapia pela Faculdade de Ensino Superior e Formação Integral- FAEF. Contato: maryjwbaracat@gmail.com

² Psicóloga e doutoranda em Psicologia pela UNESP/Assis. Contato: jbaracat@gmail.com

produção já disponível sobre o mesmo. Para o artigo em questão, apresentamos dados relacionados a primeira parte da pesquisa, que diz respeito ao impacto da mídia na busca pelo corpo perfeito e também sobre a formação da imagem corporal.

2- DESENVOLVIMENTO TEÓRICO-

2.1. Mídia e corpo

O corpo humano, mais que um objeto da natureza, é uma construção cultural, embasada nas regras impostas pela sociedade, passando eventualmente por mutações com o passar do tempo, sendo que elas remetem aos códigos de cada cultura dentro dos limites tecnológicos de cada época.

A estética corporal pode ser metamorfoseada e cada vez mais aperfeiçoada, seguindo os padrões estabelecidos por cada cultura, sendo que esse fato redimensiona e realiza o antigo esforço de conjugar a anatomia com as técnicas disponíveis em cada período histórico, capazes de proporcionar melhorias e correções nos detalhes da aparência e na postura dos indivíduos. (COUTO, 2000)

Nas últimas décadas proliferou a produção teórica sobre o poder da mídia e sua capacidade de interferir e seduzir pessoas na construção e reformulação de ideias, valores, visão de mundo e padrões de comportamento. Novos mitos são construídos, tradições derrubadas e hábitos culturais transformados.

Os estereótipos da beleza, as regras capazes de garantir a saúde corporal e as diversas técnicas disponíveis para que cada um administre a metamorfose adequada de sua imagem são continuamente difundidos e servem como referência estética. As solicitações contemporâneas para as pessoas modifiquem sua aparência, na tentativa de se adaptar aos padrões midiáticos, estão relacionados ao culto ao corpo. (COUTO, 2000)

As pessoas, principalmente as mulheres, são incentivadas a buscar o corpo ideal, sempre presentes nos meios de comunicação, especialmente pela moda e publicidade, a razão econômica de ser da mídia, a imagem vinculada a modelos corporais e de beleza a serem apreciados e produzidos no cotidiano. A moda e a publicidade funcionam como o centro de atração e sedução para o consumo dos produtos que fazem parte da indústria da beleza. (COUTO, 2000)

Cuidar mais de si mesmo é um valor soberano que está na ordem do dia, a exibição continua de tipos físicos idolatra a vitalidade e a jovialidade, anuncia técnicas e métodos de remodelagem anatômica e mobiliza multidões com a promessas extraordinárias e exemplos de sucesso, muitos deles no prolongamento da juventude, no revigoramento físico e em uma vida de prazeres imediatos. A consciência do modo de ser e do querer ser é o impulso inicial para que a pessoa imagine e/ou se integre ao universo da reconstrução física, sendo que de um lado o objetivo é construir-se de acordo com os padrões de cada época, e de outro traduzir em cada metamorfose a satisfação pessoal em dedicar-se à elaboração de um corpo que seja sinal de saúde, sucesso, prazer e bem-estar. (COUTO, 2000)

Esses fatores apontam para uma idealização sobre a imagem corporal, gerando uma busca a qualquer preço pelo corpo perfeito, acarretando prejuízos não somente físicos como psicológicos também.

É importante considerar que desde a Segunda Guerra Mundial, o mundo industrial desenvolvido mudou muito, sendo que esse desenvolvimento foi sustentado e ampliado pela indústria publicitária, nos ensinando a querer coisas e nos orientando nossos desejos. Os publicitários não são pessoas más que se dedicam a nos iludir e enganar, eles simplesmente nos oferecem imagens que já consideramos sedutoras, eles apenas são a voz de uma sociedade projetada em um anúncio ou tela de tevê, sendo as imagens uma forma de estender nossas fantasias e desejos individuais, nos informando qual o sistema de valores que possuímos. (BUCKROYD, 2000)

Quando compramos coisas nossas vidas relacionam-se a uma imagem dos anúncios publicitários, ao consumirmos acredita-se na ideia de sermos felizes, sendo que essa atitude esta propriamente ligada à aparência física. É necessário observar que a criação da imagem publicitaria proporciona uma versão do eu que nos dá valor e aceitação aos olhos do grupo que cada indivíduo pertence, sendo que o apelo para ter uma imagem aceitável é muito intenso, o que acaba provocando, em muitos casos, atitudes extremas para adquirir a imagem corporal idealizada. (COUTO, 2000)

O corpo como objeto de culto, entra na ciranda valorativa de uma modalidade de prazer cuja a satisfação passa a ser perseguir indefinidamente os modelos flutuantes. Nessa organização, cada idealização remete-se a outra e já não é mais possível determinar a origem dessa cadeia giratória. O investimento publicitário se concentra no

processo de personalização e, em nome da busca do corpo perfeito, do modelo ideal, todas as artimanhas são admitidas, como fragmentar imagens, isolar determinadas partes físicas e remonta-las livremente. (COUTO,2000)

Através da mídia, a moda e a publicidade apresentam meios pelos quais é possível aproximar-se dos modelos apresentados, mulheres que se consideram comuns acreditam na possibilidade de melhorar sua aparência física ao ponto de se compararem a modelos e celebridades, adotando certas regras de vida, que consuma determinados produtos estipulados pela mídia com promessas milagrosas de beleza estética. Assim, esses hábitos são adotados na busca de bem-estar, felicidade, realização pessoal e prazer em viver. (COUTO, 2000)

O investimento publicitário se concentra no processo de personalização, em nome da busca do corpo perfeito, do modelo ideal, todas as artimanhas são admitidas, como fragmentar imagens, isolar partes físicas e remonta-las de acordo com o que desejar.

O corpo publicitário traduz o desejo de se converter em etiqueta da moda, perseguindo padrões físicos, estéticos, sensuais e comportamentais, sendo necessário seguir esses padrões para adequar-se as exigências imposta pelos modelos culturais estabelecidos. (COUTO,2000)

Quando a pessoa não consegue se moldar de acordo com esse padrão, o sofrimento é inevitável, pois a pessoa se sente excluída desse padrão de beleza, que engloba sucesso não só na vida pessoal, mas na vida profissional também. Excluído, o indivíduo sofre por se julgar alto ou baixo demais, gordo ou magro, usuário ou não de roupas da estação. O culto ao corpo se desenvolve a partir da exibição de imagens físicas que acompanham o anúncio e a comercialização de práticas sugestivas de vida que condicionam o bem-estar dos indivíduos e valorizam a auto percepção de si, demonstrando que nada além da auto-imagem merece mais atenção. Observamos a maneira como os corpos se mostram na televisão e buscando ampliar a significação da palavra "corpo", adotamos a noção de "corporeidade" para tratar da sua dimensão individual e coletiva, colocando em discussão o "corpo individual" e o "corpo social". Pode-se perceber como a exibição dos corpos na tevê, repercutem junto as mulheres e como esses programas as levam a formarem uma imagem sobre si e como a

superexposição de corpos magérrimos, ou musculosos, “sarados”, na programação, interferem em seu comportamento. (COUTO,2000)

No mundo contemporâneo, a mídia desempenha papel estruturador na construção e desconstrução de hábitos alimentares, sendo que as práticas alimentares de emagrecimento inserem -se numa lógica de mercado impregnada por um padrão estético de corpo ideal. Esse fator também inclui as mulheres que fazem exercícios em excesso, pois as dietas seguidas em busca de um corpo musculoso e bem definido, também podem ser radicais, eliminando uma série de alimentos necessários para o corpo, o uso indiscriminado de suplementos e anabolizantes, prejudiciais à saúde. (COUTO,2000)

Essa necessidade de alcançar o corpo ideal, tem originado uma série de problemas de saúde, tais como anorexia, bulimia, dismorfia muscular, entre outras, sendo que estes aspectos são induzidos através da mídia, como padrões a serem seguidos e alcançados.

A influência dos fatores socioculturais na etiologia dos transtornos alimentares faz com que nossa sociedade cultive a magreza, pessoas musculosas, associando, a esse ideal estético, valores como felicidade e beleza, como resultado do consumo, assim, nesse mundo que vivemos ser esguio é ser belo e para chegarmos tal padrão de perfeição, necessitamos comprar numerosos cosméticos, fazer muitas dietas, apelar a cirurgias plásticas, entre outros.

2.2. A percepção da imagem corporal

A busca exagerada pelo corpo perfeito é um sintoma contemporâneo que aponta para desejos e questões da atualidade. Com o aumento dessa demanda, muitas pessoas procuram recursos para atingir tal objetivo, mesmo que estatisticamente o resultado traga prejuízos à saúde, tanto física como mental, do indivíduo. É importante compreender os aspectos gerados pela busca do corpo perfeito, para o entendimento do funcionamento psicológico das pessoas que lutam por este padrão de corpo tão idealizado por nossa cultura. Para isso destaco a percepção da imagem corporal, pois é a partir desse conceito que temos como base para compreendermos os distúrbios que a distorção da imagem corporal pode causar.

A percepção é a função cerebral que atribui significado a estímulos sensoriais, a partir de um histórico de vivências, sendo através da percepção que um indivíduo organiza e interpreta as suas impressões sensoriais para atribuir significado ao seu meio. A percepção também envolve os processos mentais, a memória e outros que podem influenciar na interpretação dos dados percebidos. (ALEXANDRE; TAVARES, 2007)

Para a Psicologia a percepção é o processo de se tornar consciente de objetos, relacionamentos e eventos por meio dos sentidos, que inclui atividades como reconhecer, observar e discriminar, sendo que essas atividades permitem os estímulos recebidos em conhecimento significativo. Para a Gestalt-terapia, a percepção é compreendida através da noção de campo, não existindo sensações elementares, nem objetos isolados, sendo assim, a percepção não é o conhecimento exaustivo e total do objeto, mas uma interpretação sempre provisória e incompleta. (NÓBREGA, 2008)

A percepção do mundo é diferente para cada um de nós, cada pessoa percebe um objeto ou uma situação de acordo com os aspectos que tem especial importância para si própria. À medida que adquirimos novas informações, nossa percepção se altera de acordo com a interpretação que se faz. O processo de percepção tem início com a atenção que não é mais do que um processo de observação seletiva.

Na percepção das formas, as teorias da percepção reconhecem alguns princípios básicos que a influenciam:

- À tendência à estruturação ou princípio do fechamento
- Segregação; figura-fundo
- Pregnância das formas ou boa forma. A percepção tem a função de captar estímulos através dos receptores sensoriais e transmiti para o meio interno através dos impulsos nervosos. (ALEXANDRE; TAVARES, 2007)

A percepção estética é, de fato, a percepção real, aquela que só quer ser percepção, sem deixar seduzir pela imaginação, que convida a vaguear em torno do objeto presente, enquanto a percepção ordinária é sempre tentada pela intelecção desde que tem acesso a representação, procura uma verdade sobre o objeto. (DUFRENNE, 2004)

A Gestalt-terapia dedica uma enorme atenção ao estudo dos problemas da forma. Dirige seu esforço primordialmente à percepção e faz uma abordagem que busca superar a dicotomia sujeito-objeto, fazendo propostas que envolvem a premissa básica

da percepção das formas em todos significativos. A partir dos princípios da Gestalt-terapia vemos as coisas sempre dentro de um conjunto de relações, sendo que tal fato contribui para alterar nossa percepção das coisas. (FILHO, 2000)

Segundo Merleau-Ponty (2000, citado por ALVIN, 2007), a corporeidade é compreendida como unidade mente-corpo, como totalidade de experiências do corpo, a ideia de consciência corporal reduz a experiência do corpo à categoria de fato psíquico, a de esquema corporal se restringe às partes do corpo, à tomada de consciência de posturas, imagens mentais e modelo postural.

A percepção está relacionada à atitude corpórea, a partir dessa compreensão de sensação modificada a noção de percepção proposta pelo pensamento objetivo. Na concepção fenomenológica da percepção a apreensão do sentido ou dos sentidos se faz pelo corpo, tratando-se de uma expressão criadora, a partir de diferentes olhares sobre o mundo. (NÓBREGA 2008)

Na expectativa de atingir resultados bastante satisfatórios e em curto prazo, sem a necessidade de investir muito tempo e esforço físico na modelação do corpo, percebe-se o intenso crescimento na venda de medicamentos para emagrecer, o aumento das cirurgias plásticas, clínicas de estéticas cada vez mais frequentadas, a realização contínua de dietas rigorosas, muitas vezes prejudiciais à saúde. (AZEVEDO,2007)

Podemos destacar seriamente o maior número de jovens com algumas patologias como: anorexia: distorção da imagem corporal em relação ao tamanho do corpo, acreditando sempre estar mais gordo do que na realidade está; bulimia: transtorno compulsivo alimentar, em que a pessoa provoca o vômito após ingerir grande quantidade de alimentos de uma só vez; a vigorexia ou dismorfia muscular: transtorno no qual as pessoas realizam práticas esportivas de forma contínua, excessivamente.

A imagem do corpo é utilizada para sustentar o interesse do outro e a ideia de perfeição física passa a permear um imaginário que encontra na realidade, através dos avanços científicos, a possibilidade de se materializar. A fantasia de tornar o corpo um objeto moldável capaz de satisfazer as expectativas do indivíduo, pode tornar-se uma ameaça ao equilíbrio das funções fisiológicas mantedoras da vida. (RUSSO, 2005)

O Distúrbio Dismórfico Corporal, insere-se na classificação do DSM-IV no grupo das desordens somatoformes e é caracterizada com a preocupação com um

defeito imaginário na aparência física, acarretando prejuízos afetivos e sociais na vida da pessoa. (SOUZA; PINTO, 2003)

O termo imagem corporal vem sendo utilizado frequentemente como foco de investigação do corpo humano, seu conceito está vinculado com as palavras imagem e corpo. Somos pressionados em numerosas circunstâncias a concretizar, em nosso corpo, o corpo ideal de nossa cultura. (TAVARES, 2003)

Através da mídia cria-se uma indústria de corpos, padronizando cada vez mais suas formas, assim corpos que não se encaixam nesse padrão estabelecido, sentem-se cobrados e insatisfeitos, fazendo com que o indivíduo busque por soluções imediatas para alcançar o corpo perfeito.

A imagem corporal se torna um complexo fenômeno humano que envolve aspectos cognitivos, afetivos, sociais e culturais, estando associada com o conceito de si próprio e é influenciável pelas dinâmicas de interação entre o ser e o meio em que vive.

Segundo Adami, Fernandes, Frainer e Oliveira (2005), a busca de uma imagem corporal é um dos fenômenos mais impressionantes na sociedade atual, existindo uma grande influência da cultura sobre a imagem do corpo, o que pode criar aspectos relacionados a “modelos” de referência quase inatingíveis, pois o corpo “vendido” passa distante da realidade da maioria. Sendo assim afirmam que:

O entendimento de aspectos da construção da imagem corporal envolve a interação de conhecimentos sobre a formação de imagens na mente humana, sobre os tônus, a postura, a organização espacial e também sobre a realidade existencial do indivíduo, envolvendo a percepção, memória, sentimentos e aspectos simbólicos da interação com ambiente. (p.1)

A imagem mental integra modalidades sensoriais e diversos processos psíquicos que estão continuamente em intercâmbio, sendo desta forma são formadas imagens de objetos externos e internos.

O desenvolvimento da imagem corporal depende do processo de desenvolvimento de própria identidade corporal do indivíduo, sendo ambos os processos totalmente dependentes da singularidade da estrutura orgânica e do espaço de

relações de cada indivíduo. É preciso que o corpo possa existir cada vez mais em sua singularidade para que sua representação esteja concretamente relacionada a ele. A garantia para a construção de uma identidade corporal é assegurada pelas sensações corporais. (TAVARES, 2003)

O sentido de beleza é variável de acordo com a etnia, nível social, história, sociedades, culturas e infinitos outros grupos, podendo-se considerar também o nível individual. Hoje, a beleza corporal está muito vinculada a padrões de mercadoria, existindo uma verdadeira maquinaria cultural de vendas de corpos. (RUSSO, 2005)

3- **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conforme visto através de nossa revisão bibliográfica, a mídia contemporânea, atrelada ao modelo consumista de produção de subjetividades, expressa continuamente valores relacionados à beleza, juventude e ao corpo perfeito. Estas mensagens afetam diretamente as mulheres que, atingidas em sua auto-estima, vislumbram este ideal como promessa de sucesso, felicidade e amor. Desta forma, há de se considerar o impacto destas mensagens ainda na infância, quando a percepção da imagem corporal tem início e se vincula ao desenvolvimento da personalidade do sujeito.

Assim, consideramos de suma importante o olhar crítico sobre este processo, tanto no âmbito pessoal, o indivíduo, quanto cultural, para se precaver e saber tratar dos distúrbios que emergem na clínica psicológica relacionados a esta dinâmica.

4- **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ALEXANDRE, D.S.; TAVARES, J.M. **Fatores da Percepção Visual Humana Na visualização de dados**. Porto, Portugal. CMNE/CILAMCE, 2007.
- ALVIN, M.B. **Experiência Estética e corporeidade: Fragmentos de um diálogo entre Gestalt-terapia, Arte e Fenomenologia**. ESTUDOS E PESQUISAS EM PSICOLOGIA, UERJ, RJ, ANO 7, N. 1, 1º SEMESTRE DE 2007.
- ASSUNÇÃO, S.S.M. **Dismorfia Muscular**. São Paulo: Rev.Bras. Psiquiatri., 2002.
- AZEVEDO, S.N. **Em Busca do Corpo Perfeito: Um Estudo do Narcisismo**. Curitiba: Centro Reichiano, 2007

BUCKROYD, J. **Anorexia e Bulimia: Esclarecendo suas Dúvidas**. São Paulo: Ágora, 2000.

COELHO, J.G.; BULHÕES, M. **Corpo e Cultura: Múltiplos Olhares**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

CORDAS, T.A. **Transtornos Alimentares: Classificação e diagnóstico**. São Paulo, 2004.

COUTO, E.S. **O Homem Satélite**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2000.

DUFRENNE, M. *Estética e Filosofia*. Trad. Roberto Figurelli. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004.

FERNANDES, M.H. **Transtornos Alimentares**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2006.

FILHO, J.G. **Gestalt do objeto: Sistema de leitura visual da forma**. São Paulo. Escrituras Editora, 2000

GÓES, M. **Anorexia: uma doença muitas vezes invisível e fatal**. blog.selecoes.com.br/anorexia-nervosa. Acessado 20/07/2016.

GONÇALVES, T.D.; BARBOSA, M.P.; ROSA, L.C.L.; RODRIGUES, A.M. **Comportamento anoréxico e percepção corporal em universitários**. Taubaté. J. Bras. Psiquiatr., 2008.

LIMA, T.C.S.; MIOTO, R.C.T. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Florianópolis. Ver. Katál, v. 10, n. esp., 2007.

MOTTA, C.B; AGUIAR, E.F. **Dismorfia muscular: Uma Nova Síndrome em Praticantes de Musculação**. Rio Grande do Sul: Revista Brasileira de Ciências da Saúde, ano 9, nº 27, jan/mar, 2011.

NÓBREGA, T.P. **Corpo, percepção e conhecimento em Merleau-Ponty**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Estudos de Psicologia, 2008.

OLIVEIRA, E, A; SANTOS, M.A. **Perfil de pacientes com anorexia e bulimia nervosas: a ótica do psicodiagnóstico**. Ribeirão Preto. Medicina, 2006)

RUSSO, R. **Imagem corporal: construção através da cultural do belo**. Movimento & Percepção, Espírito Santo de Pinhal, SP, v.5, n.6, 2005.

SOUZA, L.M.C.; PINTO, K.O. **Dismorfia Corporal: Sintomas da Realidade?** São Paulo: Psicol. Hosp., 2003.

SOUZA, R; CENI, G.C. **Uso de suplementos alimentares de palmeira das missões.** São Paulo. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, v. 8, n.43, 2014.

SCHMITZ, J.F.; CAMPAGNOLO, P.D.B. **Características de dismorfia Muscular em Praticantes de Musculação: Associação com o consumo alimentar.** Brazilian Journal of Sportas Nutrition, vol.2, n.2, 2013.

TAVARES, M.C.C. Imagem Corporal: Conceito e Desenvolvimento. São Paulo: Monole, 2003.

VILELA, J.E.M.; LAMOUNIER, J.A.; FILHO, M.A.D.; NETO, J.R.B.; HORTA, G.M. **Transtornos alimentares em escolares.** Rio de Janeiro. Jornal de Pediatria – vol. 80, n. 1, 2004.