

A mídia como instrumento modelador de corpos: Um estudo sobre gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares

The Media as a Modifier Tool Bodies: A Study on Gender, Standards of Beauty and Eating Habits

Bruno Rafael Silva-Nogueira-Barbosa (Brasil)

Universidade Federal da Paraíba

bruno-dj15@hotmail.com

Laionel Vieira-da-Silva (Brasil)

Universidade Federal da Paraíba

laionel.vs@gmail.com

Fecha de recepción: 8 de mayo de 2016

Fecha de recepción evaluador: 9 de junio de 2016

Fecha de recepción corrección: 1 de julio de 2016

Resumo

A mídia tem-se mostrado como significativo instrumento de transmissão cultural, mediador dos diferentes hábitos de alimentação e padrão de beleza para a sociedade. O presente estudo tem como objetivo analisar os impactos ocasionados pela mídia a partir da produção de padrões de beleza nos hábitos alimentares em mulheres. Trata-se de um estudo bibliográfico. É possível identificar uma grande presença de hábitos alimentares danosos à saúde atrelados à lógica de produção de uma beleza adoecedora mediada pela mídia e seus hábitos alimentares. Com base nesse estudo foi possível encontrar uma situação de aprisionamento de gênero através dos padrões impostos midiáticos de beleza.

Palavras-chaves: Hábitos Alimentares; Gênero; Padrão De Beleza; Educação; Mídia.

Abstract

The media has shown how significant cultural transmission instrument mediator of different feeding habits and standard of beauty for society. This study aims to analyze the impacts caused by the media from the production standards of beauty in eating habits in women. This is a bibliographic study. May be identified a large presence of harmful eating habits to health linked to the logic of production of a sick beauty mediated by the media and their eating habits. Based on this study was to find a situation of gender imprisonment through the media imposed standards of beauty.

Keywords: Eating Habits; Genre; Beauty Pattern; Education; Media.

Introdução

Caldo de carne ou água quente com limão? O caldo tinha vinte calorias. Era melhor a água. O limão tinha quatro. Eu podia viver sem ele. Simplesmente.

Naomi Wolf

A sociedade atual é dominada por estereótipos de gêneros, produtora de um padrão masculino e feminino rígido, o qual estabelece corpos e comportamentos específicos para cada um desses. Nesse contexto a busca por essa adequação produz corpos físicos “perfeitos” através de “receitas mágicas” de alimentação principalmente direcionada as mulheres.

A mulher torna-se prisioneira de uma ditadura da magreza. Ficando vulnerável a doenças nutricionais de forte relação com seu gênero, a bulimia e anorexia, por exemplo, alastram-se junto aos valores estéticos modernos de culto a magreza principalmente ditadas pelo poder midiático e pela indústria da beleza.

Assim as práticas e hábitos alimentares, trazem um campo de estudo com diversos determinantes distintos, interconecta o biológico, o sociológico, o psicológico, o político, o econômico, dentre outros (Mascarenhas, 2012).

Então, diversos hábitos alimentares são produzidos com a finalidade de manter disseminado o padrão de beleza midiático. Práticas subjetivas que divulgam a “alimentação da moda”, traz consigo um projeto de identidade cultural muito relacionado a determinados parâmetros de beleza, divulgados, sobretudo através dos meios de comunicação de massa financiados pela indústria da beleza.

Esses meios de comunicação estabelecem representações sociais tanto do corpo quanto das ideias de uma “boa forma”, um corpo magro livre de gorduras indesejadas, a proposição de alimentos saudáveis para obter um corpo jovem que é então amplamente comercializado (Siqueira & Faria, 2008).

Nesse contexto diversas revistas que tratam sobre alimentação são divulgadas com a finalidade de disseminar supostas estratégias para obtenção de tais corpos, incluindo receitas, ranking de calorias, reportagens sobre nutrição, produtos light e dietas (Maldonado, 2009).

Dentre essas fabricações de corpos é dito ainda os tipos de alimentos que devem ou não ser ingeridos, em quais situações e como deve ser ingerido, sempre padronizando um tipo ideal de corpo sem a preocupação com a própria individualidade (Maldonado, 2009). Alimentando principalmente o desejo de um corpo muitas vezes impossível de ser alcançado.

Castro (2003) em sua pesquisa a respeito das relações entre estética e mídia, nos conta um exemplo de como a mídia representa a busca pelo corpo, através da carta de uma leitora direcionada a uma revista com temática de estética e saúde, onde podemos encontrar o seguinte relato:

Outro dia eu li uma carta que veio com a foto da leitora. Era uma menina que quase falava em suicídio, pois ela não saía de casa, não ía à praia, que ela era horrorosa, era a pessoa mais horrível do mundo, que tinha um corpo terrível. Passei então a olhar a foto até com um certo receio da ‘feíura’ pintada na carta. Quando olhei a foto, ela estava de biquíni, uma menina de 19 anos, o corpo dela era ótimo, era pura ‘nóia’ da cabeça dela. Eu acho eu isso é que move esse mercado da forma física, as pessoas desesperadas atrás de sua auto-estima”. Assim sendo, entre uma dica e outra sobre “como fazer melhor os abdominais” ou “emagrecer e nunca mais engordar”, a revista procura mexer com o comportamento e auto-imagem da leitora: “A gente coloca um monte de ‘papo-cabeça’ nas frestas da revista, colocando questões como, ‘mas será que você come tanto doce assim porquê? Essa última edição que está indo para as bancas tem uma matéria enorme sobre a compulsão alimentar ligada à carência afetiva. Isso é comportamento puro, e foge muito da temática restrita da malhação.

Assim, a mídia vem interferindo nos conceitos sociais, reforçando e impondo uma cultura de corpos perfeitos, determinando padrões para todas as mulheres brasileiras e ocupando uma posição de suposto saber na construção de práticas e hábitos alimentares divulgados como saudáveis. Colocando as mulheres presas em campos de concentração administrados por elas mesmas (Wolf, 1992: 239).

Até há setenta e cinco anos, na tradição artística masculina do Ocidente, a natural amplitude da mulher era a sua beleza. As representações do nu feminino se deleitavam com a exuberante fertilidade da mulher. Várias distribuições de gordura eram realçadas de acordo com a moda: ventres grandes e maduros do século XV ao XVII, ombros e rostos rechonchudos no início do século XIX, coxas e quadris ondulantes, cada vez mais

generosos, até o século XX — mas nunca, até a emancipação da mulher se transformar em lei, houve essa absoluta negação da condição feminina que a historiadora da moda Ann Hollander em sua obra *Seeing Through Clothes* caracteriza como "a aparência doentia, a aparência da pobreza e a da exaustão nervosa" considerada sob o ponto de vista de qualquer outra época que não a nossa (Wolf, 1992: 243)".

Quando as mulheres alcançaram as “esferas masculinas”, espaços predominantemente dominados pelos homens e deixaram as paredes das prisões que eram os seus lares, foi utilizada uma nova forma de prisão para estas mulheres. Foram então sufocadas [...] por um urgente dispositivo social que transformaria os corpos femininos nas prisões que seus lares já não eram mais (Wolf, 1992: 244.)

Ora, se a gordura feminina é sexualidade e poder reprodutivo; se os alimentos são honorários; se as dietas levam à inanição parcial; se as mulheres precisam perder 23% do seu peso para se adequarem à Donzela de Ferro e a desintegração psicológica crônica se manifesta quando a perda de peso atinge 25%; se o estado de inanição parcial é debilitante do ponto de vista físico e psicológico, e o amor-próprio, a sexualidade e a força feminina representam as ameaças anteriormente examinadas aos grandes interesses materiais da sociedade; se o jornalismo para mulheres é patrocinado por uma indústria de 33 bilhões de dólares, cujo capital é composto do medo político das mulheres; então podemos entender por que motivos a Donzela de Ferro¹ é tão magra. A mulher magra "ideal" não é linda do ponto de vista estético; ela é uma bela solução política (Wolf, 1992: 261).

Junto à transmissão de valores, ocorre conseqüentemente um aumento do número de produtos light e diet nos mercados, na procura de alcançar a suposta preservação da saúde e estética corporal divulgada (Meira et. al. 2011). Além de uma banalização de dietas descontextualizadas e a construção de novas representações sociais sobre a alimentação associada ao “corpo ideal”.

Desse modo, a mídia se apresenta como a ferramenta de transmissão cultural predominante, demarcando a subjetividade dos sujeitos e participando diretamente da fabricação desses padrões de beleza que ajudam a provocar transtornos alimentares como anorexia e bulimia.

A partir do exposto o presente estudo tem como objetivo analisar os impactos ocasionados pela mídia a partir da produção de padrões de beleza nos hábitos alimentares em mulheres. Trata-se de um estudo bibliográfico, realizado através de materiais científicos disponíveis em artigos e livros científicos do tema aqui discutido.

Hábitos alimentares e gênero

Durante as últimas décadas, o Brasil vem passando por uma grande mudança na composição dos hábitos alimentares de sua população, passando pela queda nos índices de desnutrição e aumento das taxas de sobrepeso e obesidade (Feitosa et al., 2010: 225).

Tal quadro pode ser compreendido devido a crescente produção de alimentos industrializados e comercializados em nossa atual cultura, existe uma grande disposição de alimentos processados, em detrimento de hábitos alimentares no qual as frutas, verduras e legumes possuam destaque (Feitosa et. al., 2010).

A partir desse contexto, onde os hábitos alimentares saudáveis são subvertidos por uma cultura de consumo de alimentos processados, a presença do fator “gênero” revela especificidades importantes a serem consideradas.

Como exemplo, na pesquisa realizada por Lopes et. al. (2006) através de 266 sujeitos participantes, que tinha como objetivo investigar as diferenças de gênero frente ao comportamento da neofobia, foi possível constatar um predomínio dessa conduta em mulheres.

A neofobia é “um comportamento de cautela quanto à ingestão de alimentos desconhecidos” (Lopes et. al., 2006, p. 123). Sugerindo um maior cuidado na escolha dos alimentos por parte das mulheres, porém há de se observar que se trata de uma escolha já bastante influenciada por outros fatores sociais e culturais. A maioria das pessoas selecciona os alimentos tendo em conta critérios que não estão relacionados com a saúde. Antes de mais será o paladar, o custo, a influência dos parceiros e amigos, a publicidade, a embalagem e a disposição nas prateleiras das lojas, que determinará as preferências alimentares (Kayman apud Viana, 2002: 619).

Desse modo, as formações de hábitos alimentares não provêm exclusivamente de necessidades fisiológicas, mas também é motivada por uma forte influência social (Viana, 2002). No qual, a saúde não é exatamente o foco de tais hábitos, por vezes até mesmo esquecida.

Além disso, trata-se de um processo complexo, no qual desde a infância são construídos os hábitos alimentares através de diferentes formas, que vão aguçar respostas do comportamento infantil frente a determinado alimento, para além de uma experiência meramente gustativa.

No que diz respeito à influência do contexto social em que os alimentos são apresentados e consumidos, as experiências realizadas com crianças de idades pré-escolares comprovam a sua importância. Quando um alimento é consumido durante uma situação em que a criança interage positivamente com um adulto, ou quando é apresentado como se de uma recompensa se tratasse. Da mesma maneira, quando o consumo do alimento acontece numa situação de conflito então, naturalmente, ele transformar-se-á num alimento a rejeitar (Viana et. al. 2008: s. p.).

Para as crianças, as preferências alimentares estão ainda muito associadas ao gostar ou não de determinado alimento. Já para os jovens, outros fatores começam a compor a formação desses hábitos, como ser ou não saudável, ser ou não natural, ser gostoso, ter aspecto atraente, etc. (Viana et. al., 2008).

Permitindo que outros fatores se misturem diante do processo de escolha dos alimentos que vão ser considerados agradáveis a sua alimentação, permitindo maior ênfase da cultura e da atuação dos distintos processos sociais adquiridos.

Embora exista certa predisposição inata para a preferência de alguns alimentos doces ou salgados, a aprendizagem e a experiência dentro da cultura tornam-se os responsáveis pela criação de um significado cultural para as preferências alimentares (Viana et. al., 2008).

Tal escolha deve ser pensada a partir da realidade social em que cada sujeito está inserido, pois a partir de um olhar sobre diferentes aspectos sociais como as diferenças de gênero, torna-se possível identificar a presença de um grupo mais vulnerável a sofrer com os transtornos alimentares, sendo a figura das mulheres um destes (Gonçalves et. al., 2008).

Segundo Viana et. al. (2008), o desejo das mulheres no que diz respeito a seu auto percepção corporal, tende a centrar-se na perda de peso, determinado por uma realidade social na qual elas buscam aceitação social e agradar outras pessoas devido à norma posta. Uma norma que revela uma imagem negativa sendo divulgada constantemente para o “excesso de peso”, que deve ser evitado a todo custo.

Nesse sentido é relevante refletir sobre as especificidades de gênero na constituição dos hábitos alimentares. Sendo constante a presença de transtornos alimentares, como se fossem hábitos de vida, destacando-se a bulimia a anorexia como alguns dos mais comuns (Feitosa et al., 2010).

Para Espíndola e Blay (2006, s. p.) a bulimia nervosa é:

Caracterizada por grande ingestão de alimentos de uma maneira muito rápida e com a sensação de perda de controle - os chamados episódios bulímicos. Estes são acompanhados de métodos compensatórios inadequados para o controle de peso, como: vômitos auto-induzidos (em mais de 90% dos casos), uso de medicamentos (diuréticos, laxantes e inibidores de apetite), dietas e exercícios físicos, abuso de cafeína ou uso de cocaína.

Enquanto a anorexia nervosa, conforme destaca Alves et. al. (2008: 503) é um transtorno alimentar caracterizado pela recusa do indivíduo em manter um peso adequado para a sua estatura, medo intenso de ganhar peso e uma distorção da imagem corporal, além de negação da própria condição patológica.

Sendo ambas as doenças bastante prevalentes na figura da mulher, enquanto grupo social (Espíndola & Blay, 2006; Alves et. al., 2008; Gonçalves et. al., 2008).

Para Gonçalves et. al. (2008), as mulheres são muito mais vulneráveis à aceitação de pressões sociais, culturais e econômicas que estejam relacionadas aos padrões estéticos vigentes, desconsiderando às vezes a própria saúde.

O modelo de beleza imposto pela sociedade atual corresponde ao corpo magro, não levando em consideração os aspectos relacionados com a saúde e as diferentes constituições físicas da população. Esse padrão distorcido de beleza acarreta número cada vez maior de mulheres que se submetem a dietas para controle de peso, ao excesso de exercícios físicos e ao uso indiscriminado de laxantes, diuréticos e drogas anorexígenas (Gonçalves et. al., 2008: 167).

Tal processo é bastante ampliado pela mídia, os padrões de beleza impostos, e indústrias interessadas em vender “receitas mágicas” de corpos utópicos. Afetando diretamente a construção dos hábitos alimentares de toda a população, mais especificamente dos grupos vulneráveis.

Os transtornos alimentares são bem menos frequentes nos homens do que nas mulheres. Por essa razão, o universo masculino tem sido relativamente negligenciado e ignorado pelos especialistas.

Os transtornos alimentares ocorrem em 90 a 95% dos casos no sexo feminino. De acordo com alguns autores, um aumento do número de casos tem sido observado em homens e mulheres de todas as idades, com índices de prevalência entre 1 e 4% (Espíndola & Blay, 2006: s.p.).

Sendo os homens de uma maneira em geral, mais satisfeitos com os corpos que possuem do que as mulheres. Em nossa sociedade, os homens parecem estar interessados em ter mais massa muscular, enquanto as mulheres buscam um menor peso (Gonçalves et. al., 2008).

Na literatura conforme aponta Viana et. al. (2008) é possível encontrar certo encorajamento aos homens para alimentar-se mais do que as mulheres. Sendo ambos, bastante influenciados pelos hábitos herdados em família, estas inseridas em um contexto social maior que designa papéis de gêneros diferenciados para homens e mulheres.

Tal fato corrobora com as pesquisas realizadas por Jomori et. al. (2008), no qual buscando analisar as diferenças entre relações de gênero no contexto da alimentação fora de casa, através de um estudo com 293 pessoas em um restaurante que serve comidas pelo peso, “self-service”, verificou-se a presença de um constante cuidado feminino com a saúde e a estética, enquanto no caso dos homens estes dois itens não foram tanto destacados.

Ainda, para os autores citados, sobre a motivação de escolha dos alimentos para os homens participantes de sua pesquisa, a maioria declarou escolher pelo prazer que o alimento proporciona, em detrimento do valor nutricional (Jomori et. al., 2008: 377).

Assim, as pressões sociais sobre a construção dos hábitos alimentares das mulheres estão relacionadas com um projeto maior estético e midiático, de um corpo a ser alcançado, ocorrendo de uma maneira distinta nos homens, onde tais pressões parecem ocorrer com menor intensidade.

Mulher, Mídia e valores alimentares e estéticos

A família é o primeiro espaço onde as pessoas sofrem uma ação sobre os seus hábitos alimentares. É neste espaço que ocorre o maior contato com a alimentação quando criança e é neste, que os pais são os responsáveis pela compra e preparo das refeições, o que acaba por transmitir hábitos alimentares para as crianças (Gambardella, Frutuoso & Franch, 1999).

Desde muito pequenas as meninas passam por um “controle alimentar”. Não raro é possível observar relatos desse controle como o da psicóloga Rachel Moreno em seu livro intitulado “A beleza impossível” em que essa afirma que sua mãe controlava a sua alimentação, falando coisas como – Só meio pãozinho, nada de banana, só uma colher de arroz (Moreno, 2008: 13).

O alimento é o símbolo básico do valor social. Aqueles a quem uma sociedade valoriza, ela alimenta bem. Sob a influência do mito da beleza, porém, agora que tudo o que comemos é uma questão pública, nossas porções revelam e enfatizam nossa sensação de inferioridade social. Se não podemos comer o mesmo que os homens comem, não podemos ocupar uma posição igual na comunidade (Wolf, 1992: 250-251).

Na adolescência, os estigmas em buscar um corpo magro continuam. As meninas querem e buscam a todo o custo a perfeição dos seus corpos a partir dos ideais produzidos pelos modelos de beleza reproduzidos socialmente e midiaticamente. Busca-se uma magreza esquelética, estar magra não basta. É possível, facilmente, encontrar meninas fantasiando a perda de peso e questionando a própria realidade do seu corpo. A distorção corporal chega ao ponto de adolescentes magras ainda sentirem a vontade de perder peso.

Branco, Hilário & Cintra (2006: 294) realizaram um estudo em que se buscou estabelecer uma relação entre o estado nutricional, percepção e a satisfação da imagem corporal de adolescentes de 14 a 19 anos da cidade de São Paulo.

Ao correlacionarmos a autopercepção com o estado nutricional, detectamos a superestimação feminina, ou seja, aproximadamente 39% das meninas eutróficas se percebiam em sobrepeso e 47% daquelas nesta condição se percebiam obesas. Entre os meninos, também houve uma distorção da realidade, porém, inversamente, 26% daqueles em sobrepeso se acharam eutróficos e 46% dos obesos se acharam somente em sobrepeso ou eutrofia.

Pelos dados coletados pelos autores da pesquisa anterior é possível chegar a uma clara conclusão, o modo como o corpo é enxergado por meninos e meninas são

distorcidos por suas percepções. Entretanto, o foco da distorção é distinta de acordo com o gênero das crianças.

Para as meninas, a magreza é colocada como ideal, então mesmo magras ou com o peso ideal para a sua idade/altura acabam se percebendo acima do peso. Esses dados revelam as complicações que o modelo de beleza e corpo acarretam para as adolescentes, pois é posto para elas que o corpo belo é o mais magro e cadavérico possível. Já com os adolescentes, os dados demonstram que, mesmo com sobrepeso se enxergam com o peso “ideal”, pois para estes a imposição de um padrão corporal não é tão controlador e devastador quanto para as mulheres.

Paralelamente, o peso das modelos de moda desceu para 23% abaixo do peso das mulheres normais, aumentaram exponencialmente os distúrbios ligados à nutrição e foi promovida uma neurose de massa que recorreu aos alimentos para privar as mulheres da sua sensação de controle (Wolf, 1992: 14)”

Na fase adulta as mulheres continuam a perseguir a tão sonhada magreza absoluta. Os corpos esguios estampados em revistas e veiculados em comerciais, novelas e filmes estão constantemente em destaque como uma cobrança para as mulheres. Para alcançar o sucesso as mulheres não apenas precisam ser “boa dona de casa”, “boa mãe”, “boa esposa”, possuir um título acadêmico, uma estabilidade econômica, um cargo de chefia em uma grande corporação, mas também precisam possuir um controle sobre o seu corpo. O corpo deve ser belo e magro, pois sem este domínio sobre o próprio corpo, a mulher está no seu fracasso absoluto, independentemente dos sucessos sociais alcançados.

A mulher mesmo após garantir seus direitos básicos como o voto, a saída do âmbito privado e a conquista do mercado de trabalho passam a ser controladas agora pelo mito da beleza. As mulheres se liberaram da mística feminina da domesticidade, o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social (Wolf, 1992: 12-13).

A doutrinação da magreza acontece em vários ambientes sociais e nas diferentes fases da vida da mulher. A imposição é aplicada, reforçada e controlada por este dispositivo de controle feminino que é a fome. O hábito da dieta é a essência da feminilidade contemporânea. O fato de alguém recusar alimento é considerado correto na mulher, errado no homem (Wolf, 1992: 265). Pois, a mulher deve ser frágil, conseqüentemente, para isso a ingestão de alimentos deve ser reduzida para que assim se reduza o seu corpo. Já para os homens, é estabelecido um padrão corporal forte, grande e musculoso sendo necessário a maior ingestão de alimentos possível, sendo a negação de um alimento um ato incorreto, pois foge ao se espera de um homem.

Controlados, enfileirados e domesticizados. A mídia determina, impõe e estabelece padrões ideais e hierarquizados de beleza. A vitrine humana que se tornou a

nossa sociedade contemporânea, se reveste de um pelotão de pessoas em busca de tornarem-se os modelos de “manequins cadavéricos” e “musculosos” difundidos na grande mídia. As passarelas passam a servir de referência para as ruas, os indivíduos, buscam personificar o padrão vendido e exposto por modelos com corpos inalcançáveis.

A mídia torna-se assim, uma das maiores formas de divulgação e capitalização do culto da beleza, comportamento esse que é estimulado pelos meios de comunicação e pela indústria da beleza (Siqueira & Faria, 2007).

[...] na publicidade, na moda, na cultura de massa, ou no culto da higiene, da dietética, da terapêutica no qual ele é envolvido, a obsessão de juventude, de elegância, de virilidade/feminilidade, os cuidados, os regimes, as práticas de sacrifício a ele ligadas, o mito do prazer que o envolve – tudo testemunha hoje que o corpo se tornou objeto de reverência (Baudrillard apud Le Breton, 2007: 84).

O indivíduo já não é mais visto como um ser humano, mais como um simples instrumento de modelagem social. A retórica da alma foi substituída pela do corpo sob a égide da moral do consumo (Le Breton, 2007: 84). Na modernidade é possível se perceber uma nova divisão binária, passando do dualismo alma e corpo, para uma oposição do próprio homem ao corpo. O corpo então não estaria ligado ao homem, seria um objeto que não estaria unido a este, podendo ser moldado, modificado e modelado. Porém, ao alterar o corpo também se modificaria o homem, estando então, neste sentido, o corpo equivalente ao homem (Le Breton, 2007).

A busca pela felicidade é então direcionada a produção e modelagem do corpo e pela busca do ideal de beleza. Entretanto, a associação da conquista do corpo ideal a felicidade, sucesso e bem-estar pode ser uma prática perigosa. Os modelos corporais difundidos pela mídia são inalcançáveis para uma grande parcela da população, gerando um incansável, doloroso e muitas vezes decepcionante processo de “(re) construção do corpo”.

O que acaba por levar os indivíduos a “comprarem” os modelos que são veiculados de padrões corporais distantes da realidade. Esses padrões acabam por se torna [...] pontos de referência, lançam o homem numa procura desenfreada de espelhos externos, fetiches de uma sociedade de consumo, que possibilitam a construção de uma imagem ideal (Barata apud Garrini, 2007: 07). Desencadeando uma busca incessante para satisfazer o seu ego com a (re) modelagem do corpo em busca desses padrões através de dietas, consumo de alimentos diets e lights, musculação, cirurgias plásticas e outros.

A modificação do corpo representa uma conquista social para o indivíduo, construindo laços sociais entre este o grupo que possui as mesmas práticas, com um sentimento de pertença e de distanciamento de outros indivíduos que não detenham essas determinadas características de beleza.

Existe uma supervalorização do corpo em detrimento do próprio indivíduo.

A influência da mídia na construção do corpo ideal ganhou força e ampliou a paixão pela moda, expandiu o consumo de produtos que garantem um corpo belo e tornou a aparência física uma dimensão essencial da identidade feminina, inaugurando um novo momento na história da beleza (Souza et al, 2013: 63).

Os padrões corporais e estéticos de beleza, foram estabelecidos e reforçados como um meio de manipulação e estimulação do consumismo exacerbado de produtos ligados a indústria da beleza. O hábito alimentar “saudável” é utilizado como ferramenta de manipulação e uma implantação de uma ideia de uma falsa busca por uma vida saudável.

A indústria corporal através dos meios de comunicação encarrega-se de criar desejos e reforçar imagens, padronizando corpos. Corpos que se vêem fora de medidas, sentem-se cobrados e insatisfeitos. O reforço dado pela mídia em mostrar corpos atraentes, faz com que uma parte de nossa sociedade se lance na busca de uma aparência física idealizada (Russo, 2005: 81).

A busca por um padrão estético estabelecido pela sociedade ganha grande espaço na vida humana. Ela representa uma grande parcela da economia e do tempo das pessoas. Existe então uma grande batalha pessoal em busca do corpo ideal, pois a estética corporal passou a ter diversos valores impregnados a este.

O corpo passou a ser um valor cultural que integra o indivíduo a um grupo, e ao mesmo tempo o destaca dos demais. Ter um corpo “perfeito”, “bem delineado”, “em boa forma” consagra o homem e representa a vitória sobre a natureza, o domínio além do seu corpo, o controle do seu próprio destino. A gordura, a flacidez, o sedentarismo simbolizam a indisciplina, o descaso. As pessoas são culpadas pelo “fracasso” do próprio corpo. Nesta cultura, que classifica as pessoas a partir da forma física, a gordura passa a ser considerada uma doença, pois é preciso construir um corpo firme, bem trabalhado, ultramedido. Privilegia-se a aparência como um fator fundamental para o reconhecimento social do indivíduo (Garrini, 2007: 05).

A busca por esse padrão perpassa por ilusões, em alguns indivíduos, de uma falsa busca por saúde. A mídia buscou relacionar o corpo magro a saúde. O corpo jovem e no “padrão” estariam intimamente ligados a ideia de um corpo saudável, ou seja, inequivocadamente uma mulher magra é mais saudável do que uma mulher com um manequim fora dos padrões de magreza.

Podemos encontrar essa relação na fala de Wolf (1992: 306) em que ela afirma que “Uma jovem magra com pulmões em estado pré-canceroso é mais recompensada socialmente do que uma velha robusta. Porta-vozes da sociedade vendem às mulheres a Donzela de Ferro e a chamam de "Saúde"”.

Entretanto, essa “imagem saudável” nem sempre irá condizer com um corpo saudável. A busca por essa imagem corporal representada como sinônimo de beleza, juventude e saúde, pode gerar aos indivíduos diversos problemas. As vidas dessas pessoas passam a ser colocadas em perigo na busca incessante por essa norma de beleza. Podemos

citar como exemplos desses riscos os transtornos alimentares, o desencadeamento de efeitos colaterais de maneira irreversível (como nos sistemas hepático, cardiovascular e endócrino) resultante do uso de esteroides anabolizantes, assim como também, a probabilidade de se desenvolver câncer ocasionado pela grande exposição à radiação ultravioleta nos bronzamentos artificiais (Cordás, 2004; Assunção, 2002; Fonseca, 2005 apud Sampaio & Ferreira, 2009).

Considerações Finais

Através desse estudo foi possível apresentar algumas considerações sobre as relações entre a mídia e o seu papel na modelação de corpos. Sendo um instrumento que se estende e media diversas ideologias de corpos “perfeitos”, a mídia utiliza de diversos meios sejam os cinemas, as revistas, os jornais, etc. para manter um padrão de beleza.

Diante dos modelos de beleza midiáticos expressos há consideráveis diferenças entre o padrão masculino e feminino. O masculino possui como regra um corpo forte e musculoso, enquanto o corpo feminino tende a se apresentar como magro, de pouco peso.

Tais ideais de corpo são contraditoriamente apresentados na mídia, são os produtos *light e diet* para as mulheres e a presença constante dos fast-foods, disputando o prazer gustativo e estético midiática de baixa qualidade nutricional.

Embora seja ainda as mulheres o alvo principal das distintas ideias de corpo esteticamente perfeito, tem-se aumentado a quantidade de homens que buscam novas maneiras de estar dentro do “padrão”.

Padrão esse capaz de promover sacrifícios enormes na saúde seja através do desenvolvimento de transtornos alimentares ou da busca desenfreada por um corpo idealizado nem sempre possível.

Esse mesmo corpo que é divulgado amplamente pela mídia, torna-se o modelo único disponível de padrão, sem levar em consideração as peculiaridades e singularidades de cada sujeito. A mídia revela-se como grande fábrica ideológica na modelação de corpos em nossa sociedade.

Por fim, percebe-se a importância problematizar a construção de outros modelos de corpos a serem reforçados, não apenas esteticamente perfeitos, mas que sejam significativamente saudáveis e principalmente, humanamente possíveis.

Referências

Alves, E.; Vasconcelos, F. D. A. G. D.; Calvo, M. C. M., & Neves, J. D. (2008).
Prevalência de sintomas de anorexia nervosa e insatisfação com a imagem

- corporal em adolescentes do sexo feminino do Município de Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. *Cad Saúde Pública*, 24(3), 503-12.
- Branco, L. M.; Hilário, M. O. E., & Cintra, I. D. P. (2006). Percepção e satisfação corporal em adolescentes e a relação com seu estado nutricional. *Archives of Clinical Psychiatry*.
- Castro, A. L. (2003). Mídia e sociedade: mediações através da temática corpo.
- Espíndola, C. R.; & Blay, S. L. (2006). Bulimia e transtorno da compulsão alimentar periódica: revisão sistemática e metassíntese. *Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul*, 28(3), 265-275.
- Feitosa, E. P. S.; Dantas, C. A. D. O.; Andrade-Wartha, E. R. S.; Marcellini, P. S., & Mendes-Netto, R. S. (2010). Hábitos alimentares de estudantes de uma universidade pública no nordeste, Brasil. *Alimentos e Nutrição Araraquara*, 21(2), 225-230.
- Gambardella, A. M. D.; Frutuoso, M. F. P.; & Franchi, C. (1999). Prática alimentar de adolescentes. *Rev. nutr*, 12(1), 55-63.
- Garrini, S. P. F. (2007). Do corpo desmedido ao corpo ultramedido: reflexões sobre o corpo feminino e suas significações na mídia impressa. In *Congresso Nacional de História da Mídia (Vol. 5)*.
- Gonçalves, T. D.; Barbosa, M. P.; Rosa, L. C. L. D.; & Rodrigues, A. M. (2008). Comportamento anoréxico e percepção corporal em universitários. *J Bras Psiquiatr*, 57(3), 166-70.
- Jomori, M. M. (2009). Escolha alimentar: a questão de gênero no contexto da alimentação fora de casa. *Caderno Espaço Feminino*, 19(1).
- Le Breton, D. (2007). *A sociologia do corpo*. Petrópolis – RJ: Editora Vozes.
- Lopes, F.; A. De; Cabral, J. S. P.; Spinelli, L. H. P.; Cervenka, L.; Yamamoto, M. E.; Branco, R. C.; & Hattori, W. T. (2006). Comer ou não comer, eis a questão: diferenças de gênero na neofobia alimentar. *Psico-USF*, 11(1), 123-125.
- Maldonado, G. D. R. (2009). A educação física e o adolescente: a imagem corporal e a estética da transformação na mídia impressa. *Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte*, 5(1), 59-76.
- Mascarenhas, M. P.; de V. (2012). Alimentação e tempos sociais. *Tempos Sociais e o Mundo Contemporâneo*. Um debate para as ciências sociais e humanas.

Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade / Centro de Investigação em Ciências Sociais. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/24102/1/Alimenta%C3%A7%C3%A3o%20e%20tempos%20sociais.pdf>> Acesso em 14 de maio de 2016

- Meira, C. C.; Tertuliano, A. F.; Rodrigues, F. D. L.; Liberali, R.; & Coutinho, V. F. (2011). Estado nutricional e consumo de alimentos diet e light entre adolescentes de escola privada do município de João Pessoa-PB. *Ensaios e Ciência*, 14(1), 65-81.
- Moreno, R. (2008). *A beleza impossível: mulher, mídia e consumo*. Editora Ágora.
- Russo, R. (2005). Imagem corporal: construção através da cultura do belo. *Movimento & Percepção*, 5(6), 80-90.
- SampaioI, R., & FerreiraII, R. F. (2009). Beleza, identidade e mercado. *Psicologia em Revista*, 15(1), 120-140.
- Siqueira, D.; Faria, A. (2008). Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. *Comunicação Mídia e Consumo*, 3 (9), 171-188.
- Souza, M. R. R.; De Oliveira, J. F.; De Santana Carvalho, E. S.; & Do Nascimento, E. R. (2013). Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 34(2), 62-69.
- Viana, V.; Santos, P. L. D.; & Guimarães, M. J. (2008). Comportamento e hábitos alimentares em crianças e jovens: uma revisão da literatura. *Psicologia, saúde & doenças*, 9(2), 209-231.
- Viana, V. (2002). Psicologia, saúde e nutrição: Contributo para o estudo do comportamento alimentar. *Análise Psicológica*, 20(4), 611-624.
- Wolf, N. (1992). *O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rocco.

Notas

¹ A alucinação resultante se materializa para as mulheres como algo muito real mesmo. Por não ser mais apenas uma idéia, ela se tornou tridimensional, encarnando em si a forma pela qual as mulheres vivem e não vivem. Ela se transforma na Donzela de Ferro. A Donzela de Ferro original era um instrumento de tortura da Alemanha medieval, uma espécie de caixão com a forma de um corpo, que trazia pintados os membros e o rosto de uma jovem bela e sorridente. A pobre vítima era ali encerrada lentamente. Quando a tampa se fechava, a vítima ficava imobilizada e morria de inanição ou, de modo menos cruel, morria perfurada pelos espigões de ferro encravados na parte interna do caixão. A alucinação moderna que prende as mulheres, ou na qual elas mesmas se prendem, é da mesma forma cruel, rígida e adornada de eufemismos.

A cultura contemporânea dirige a atenção para as metáforas da Donzela de Ferro enquanto censura o rosto e o corpo das mulheres de verdade. (WOLF, 1992, p.21-22)