



## VII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA FEPI

Pesquisa Científica, Oportunidades e Desafios.

### INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA AUTOIMAGEM DE JOVENS NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA: A busca do corpo perfeito

**Andressa Vince de Oliveira** <sup>(1)</sup>; **Priscila Abreu de Carvalho** <sup>(2)</sup>; **Simone Rodrigues Alves de Melo** <sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> Andressa Vince de Oliveira, aluna do curso de Psicologia do Centro Universitário de Itajubá – FEPI; andressa.vince@hotmail.com

<sup>(2)</sup> Priscila Abreu de Carvalho, professora do Centro Universitário de Itajubá – FEPI, mestre em Psicologia Clínica; priabreu@yahoo.com.br

<sup>(3)</sup> Simone Rodrigues Alves de Melo, professora do Centro Universitário de Itajubá – FEPI, mestre em Ciência da Linguagem; simonera@ig.com.br

---

#### RESUMO

O objetivo deste estudo é compreender os motivos explícitos, relatados pelos pacientes aos profissionais de medicina estética; e implícitos, demonstrados de forma indireta, envolvidos na busca de cirurgias plásticas estéticas por jovens da cidade de Itajubá, sul de Minas Gerais. Buscar-se-á também entender como estes motivos podem estar relacionados com os corpos representados na mídia, na visão de quatro cirurgiões plásticos membros da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica e que realizam tais procedimentos na cidade supracitada. A pesquisa é qualitativa exploratória e propõe um estudo de campo que visa fornecer dados para a compreensão do tema. Após aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa, os dados serão coletados através de entrevistas semidirigidas com os cirurgiões. O tratamento de dados envolverá a transcrição das entrevistas e análise qualitativa, partindo da organização dos conteúdos das entrevistas em categorias comuns, seguida pela categorização dos dados para permitir a formação de hipóteses, generalizações, identificação de especificidades e obtenção de conclusões. Posteriormente serão discutidos os dados selecionados, de acordo com os objetivos do trabalho, buscando trazer uma compreensão da relação entre a busca pelo modelo de corpo perfeito e mídia. Até o momento, por meio da literatura pesquisada, é possível notar que o corpo tem lugar de destaque na vida do ser humano e que é influenciado pelo momento social, histórico e cultural de cada época. Atualmente, com o avanço da tecnologia, a influência da mídia sobre o corpo se intensificou, sendo um dos motivos que parece levar os jovens a buscarem cirurgias plásticas.

Palavras-chave: Adolescência. Cirurgia plástica. Estética corporal. Psicologia. Mídia.

---

#### INTRODUÇÃO

Pode-se afirmar que vivemos em uma sociedade que preza pela produtividade e a valorização da imagem e que muitas vezes ultrapassa os limites entre a beleza e a saúde, transformando tais anseios em motivo de sofrimento psíquico. A boa forma do corpo tem sido associada a pessoas saudáveis, atraentes e bem sucedidas, aumentando ainda mais a perseguição de tal meta, o que pode

ser um desafio difícil de alcançar (EHRENBRINK, PINTO, PRANDO, 2009).

Desta forma, tentando se adequar ao padrão desejado, muitas pessoas que, devido ao excesso de trabalho, falta de tempo para cuidar do corpo, falta de orientação nutricional de boa qualidade ou até mesmo desrespeito a sua estrutura física genética, acabam desenvolvendo transtornos alimentares ou recorrendo a intervenções cirúrgicas.

Paiva (2010) afirma que a preocupação com a beleza sempre esteve presente, nas mais diversas culturas, mesmo que de formas diferentes. Georges Vigarello (2006), citado por Araújo e Meneses (2009) afirma que as mudanças que ocorrem em relação ao corpo e à beleza são simultâneas às mudanças políticas, sociais e culturais de cada época.

De acordo com Vázquez (1999) o ser humano esteve constantemente em busca da beleza, mesmo que nem sempre saiba o que está buscando realmente, sem saber o que é certo pra si. A experiência de beleza não é uma fantasia, mas uma realidade que conecta a pessoa com o mundo estético, sem negar a realidade prática. O belo está sempre no centro das reflexões estéticas e as posições objetivista e subjetivista estão também presentes na história do pensamento estético quase ao longo de vinte e dois séculos.

Bonumá (2009) afirma que a beleza no século XXI se transformou especialmente em objeto de consumo e pode ser adquirida com cosméticos, procedimentos estéticos ou cirurgias. A ciência e a tecnologia avançam no sentido de atender essa demanda social, nunca tão valorizada em outro período histórico. Nesse contexto, Paiva (2010) declara que a estética corporal nunca foi tão valorizada como é atualmente. O corpo ideal está se tornando um objeto de consumo, passível de modificações a todo custo através de adereços e cirurgias. Dessa forma, ocorre o fenômeno do culto ao corpo, em que as pessoas não medem esforços para alcançar o padrão desejável.

Para Dallari (s/d), citado por Bonumá (2009), pode-se dizer que a noção de beleza é um conceito abstrato e mutável, diretamente relacionado à eterna busca da perfeição, que possibilitaria ao homem se aproximar do transcendental. No Brasil, o conceito de beleza foi tomado como um dom da natureza até meados do século XX. (ARAÚJO; MENESES, 2009).

Rouquette, (1996 apud SECCHI; CAMARGO; BERTOLDO, 2009, p. 235) diz que não se deve desconsiderar o impacto dos padrões estritos de beleza e o compartilhamento de representações sociais sobre a insatisfação corporal, principalmente feminina, que devem

ser compreendidos em meio à construção do pensamento social.

Tal pensamento social tem como uma de suas expressões a mídia. Esta pode ser entendida como os meios de comunicação em geral, que atingem e exercem influência sobre muitas pessoas. O termo está vinculado aos processos de produção, circulação e recepção de mensagens. A mídia atualmente engloba os veículos de notícia, a publicidade, a produção de filmes, novelas e minisséries, além de aparecer também no campo virtual, sobressaindo a internet. O maior veículo de influência sobre a subjetividade pode ser as propagandas, que buscam criar hábitos sociais, já que seu alcance é massivo sobre os indivíduos (MOREIRA, 2010).

De acordo com uma pesquisa feita na Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica pelo Instituto Datafolha em Janeiro de 2009, a média de cirurgias plásticas estéticas é de 132 por ano, e as cirurgias reparadoras tem uma média de 58 por ano. Ao todo são feitas então cerca de 629 mil cirurgias plásticas por ano. A maior parte dessas cirurgias é feita em clínicas particulares e a região do Brasil com maior incidência de cirurgias plásticas é a região sudeste (60% das cirurgias plásticas do Brasil), se destacando o estado de São Paulo (36%).

De acordo com dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, exibidos no Programa da rede de televisão aberta, Fantástico de 18 de agosto de 2013, o número de cirurgias plásticas em adolescentes aumentou de 37.740 em 2008, para 91.100 em 2012. Algumas dessas cirurgias são reparadoras, como a ginecomastia (redução do crescimento exagerado das mamas nos meninos) e a redução de mama nas meninas.

Mas nem todas essas cirurgias são reparadoras, 60% dos adolescentes são levados a recorrer às cirurgias plásticas por motivos estéticos. Nos meninos as mais procuradas são as para reparar orelhas de abano e ginecomastia, e nas meninas a lipoaspiração e o silicone nos seios. O Presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica em 2012, José Horácio Aboudib, assim como outros especialistas, afirma que as cirurgias só podem ser feitas em adolescentes quando estes já estão com o

corpo biologicamente adulto, ou seja, após o completo desenvolvimento do corpo.

A Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética, ISAPS, (2013) divulgou um relatório com os números relativos à cirurgias plásticas no mundo, com um total de 23 milhões de cirurgias plásticas no ano de 2013. O Brasil foi o país que mais realizou procedimentos cirúrgicos, ficando à frente até mesmo dos Estados Unidos, com 1.491.721 de procedimentos do total.

Na pesquisa foi constatado que os países que registraram o maior número de procedimentos cirúrgicos são os Estados Unidos, o Brasil, o México, a Alemanha e a Espanha. O procedimento mais procurado no mundo todo é a aplicação da toxina botulínica. As mulheres representam 87,2% das pessoas que buscam por cirurgias plásticas, de um total de mais de 20 milhões de pessoas. Os procedimentos mais procurados são: mamoplastia de aumento, lipoaspiração, blefaroplastia (cirurgia da pálpebra), lipoescultura e lifting de mama (Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética, 2013). Os homens representam 12,8% das pessoas que buscam por cirurgias plástica, de um total de mais de 3 milhões. Os procedimentos mais procurados foram: rinoplastia (cirurgia do nariz), ginecomastia, blefaroplastia, lipoaspiração e otoplastia (cirurgia de orelhas) (ISAPS, 2013).

Do total de 11.599.336 procedimentos cirúrgicos, os mais populares foram: mamoplastia de aumento, lipoaspiração, blefaroplastia, lipoescultura, rinoplastia. Dos procedimentos não cirúrgicos, no total de 11.874.973, os mais procurados foram: aplicação de toxina botulínica, preenchimento cutâneo, remoção de pelos a laser, rejuvenescimento facial não invasivo, peeling químico, resurfacing com CO<sub>2</sub> e dermoabrasão (ISAPS, 2013).

### **MATERIAL E MÉTODOS**

A pesquisa é qualitativa exploratória, busca identificar as razões que levam à incessante e ilimitada busca do corpo perfeito por jovens na sociedade pós-moderna, na recorrência a cirurgias plásticas, diante da visão de quatro cirurgiões plásticos, inscritos na Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica e que atuam na

cidade de Itajubá, sul do estado de Minas Gerais. Segundo Gil (2002) as pesquisas exploratórias têm o objetivo de fornecer mais familiaridade com o problema, buscando torna-lo mais explícito ou criar hipóteses. O objetivo principal destas pesquisas é o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

Os dados pertinentes à tentativa de compreensão da busca pelo corpo perfeito serão obtidos por meio de entrevistas semidirigidas que serão gravadas e depois transcritas na íntegra para análise. As perguntas feitas são amplas, permitindo respostas abrangentes e comentários pessoais sobre o tema. A análise dos dados será qualitativa, seguindo as seguintes etapas: a) Coleta de dados e transcrição na íntegra das informações colhidas nas entrevistas; b) Organização dos conteúdos das entrevistas em categorias comuns, que permitam a compreensão mais específica de cada fala; c) Categorização dos dados: organização dos dados obtidos em categorias que apresentem conteúdos comuns e que permitam ao pesquisador: formar hipóteses, fazer generalizações, identificar especificidades e obter conclusões; d) Discussão de dados selecionados a partir de sua coerência com os objetivos do trabalho. Estes dados originais serão interpretados e comentados à luz do referencial teórico previamente apresentado (CARVALHO, 2006).

### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

É esperado que o conteúdo das entrevistas que serão realizadas confirmem a hipótese de que a mídia influencia a imagem corporal das pessoas, que muitas vezes recorrem às cirurgias plásticas estéticas na busca do corpo ideal.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os corpos cada vez mais ganham visibilidade e são tratados como mercadoria a ser vendida pela indústria cultural e da saúde. A publicidade constantemente dá a impressão de que um corpo perfeito, difundido como sinônimo de saúde, bem-estar e felicidade, é alcançável por todos, desde que se sigam algumas prescrições. Dessa forma, o corpo é tratado como um rascunho, que pode ser modelado e remodelado de acordo com os

desejos de quem o possui, buscando alcançar o modelo ideal (SEVERIANO; RÊGO; MONTEFUSCO, 2010).

Através de muitos meios de comunicação em massa, principalmente revistas e internet, a indústria expõe o corpo a uma contínua repetição de prescrições, vigilância e cobranças para alcançar o suposto bem-estar. Há um excesso de obediência às normas do corpo ideal, que quando não são cumpridas criam um sentimento de fracasso, provocam distúrbios alimentares e produzem exclusão social àqueles que se distanciam dessas normas (SEVERIANO; RÊGO; MONTEFUSCO, 2010).

A influência da mídia sobre os corpos tem se intensificado principalmente nos últimos anos e isso se deve em parte aos novos recursos tecnológicos disponíveis, mesmo que sempre tenham existido mulheres que serviram como modelo de beleza. Com o uso dessa nova tecnologia, as personalidades que servem de modelos para os jovens aparecem com corpos cada vez mais distantes do real. Essas imagens são manipuladas por programas de computador e se tornam objeto de desejo a ser reproduzido no corpo real (SEVERIANO; RÊGO; MONTEFUSCO, 2010). Desta forma, os jovens, alvos de tais comunicações, parecem ser altamente suscetíveis a tais apelos que os fazem intencionalmente transformarem seus próprios corpos.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à FAPEMIG pela bolsa de Iniciação Científica concedida ao primeiro autor.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, E. M. N.; MENESES, J. R. Histórias e Artifícios da Beleza Feminina: a "batalha" contra o tempo. *Anais do IV Colóquio Internacional Cidadania Cultural: diálogos de gerações*. 22, 23 e 24 de setembro de 2009. Campina Grande, Editora EDUEPB, 2009. p. 1-12.

BONUMÁ, T. Padrões de Beleza no Tempo. *Revista Cultura*. ed. 25 ago. 2009. Disponível em: <<http://docslide.com.br/documents/corpo-e-beleza-em-diferentes-periodos-historicos.html>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

ECO, U. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

EHRENBRINK, P. P.; PINTO, E. E. P.; PRANDO, F. L. Um Novo Olhar Sobre a Cirurgia Bariátrica e Os Transtornos Alimentares. *Psicologia Hospitalar*. São Paulo: **Centro de Estudos Psicologia da Saúde e Divisão de Psicologia**. v.7, n.1, 2009. p. 88-105.

FANTÁSTICO. **Número de cirurgias plásticas entre adolescentes quase triplica em 4 anos**. Reportagem exibida na Rede Globo de Televisão no dia 18 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2013/08/numero-de-cirurgias-plasticas-entre-adolescentes-quase-triplica-em-4-anos.html>>. Acesso em: 12 nov.2014.

MOREIRA, J. O. Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. *Psicologia para América Latina*, México: União Latino-americana de Entidades de Psicologia (ULAPSI), n.20, 2010. s/p.

PAIVA, T. F. F.. **A Ditadura da Beleza e Suas Implicações na Subjetividade**. 2010. 97 f. Monografia (Graduação em Psicologia) – Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre, 2010.

SECCHI, K.; CAMARGO, B. V.; BERTOLDO, R. B. Percepção da Imagem Corporal e Representações Sociais do Corpo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Brasília: **Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília**, v.25, n.2, abr/jun.2009. p. 229-236

SEVERIANO, M. F. V.; RÊGO, M. O.; MONTEFUSCO, E. V. R. O corpo idealizado de consumo: paradoxos da hipermodernidade. *Revista Mal-Estar e Subjetividade*, Fortaleza: Universidade de Fortaleza, v.10, n.1, mar.2010. p.137-165

**SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA**. Disponível em: <<http://www2.cirurgioplastica.org.br/>>. Acesso em: 26 set.2014.

VÁZQUEZ, A. S. *Convite à Estética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.