

O CORPO IDEAL IMPOSTO PELA MÍDIA LEVANDO ADOLESCENTES DO GÊNERO FEMININO A OBSESSÃO PELA FORMA FÍSICA

Juliane Cristina de Paula Silva¹; Natália Carrara Dias²; Isabela Lemos de Lima Cascão³

1. Estudante do curso de Educação Física; e-mail: Juliane_cristina31@outlook.com
2. Estudante do curso de Educação Física; e-mail: nataliacarraradias@gmail.com
3. Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: isabelacascão@umc.br

Área de conhecimento: **Educação Física**

Palavras-chaves: Adolescentes; mídia; corpo ideal; influência.

INTRODUÇÃO

Desde o início do século XX o período entre a infância e a fase adulta é chamado de adolescência, onde o indivíduo busca sua própria identidade passando por um processo de maturação biopsicossocial (SANTOS et al., 2004). A adolescência é definida pela UNICEF (2011) como o período entre os 10 e 19 anos de idade e que é dividido em fase inicial e final. No primeiro momento os hormônios se manifestam relacionados aos órgãos reprodutores ocasionando variações comportamentais e na sequência o corpo encontra-se em desenvolvimento, porém as principais mudanças já ocorreram. A mídia está muito presente no cotidiano dos adolescentes, por um lado ela gera influências positivas, sendo capaz de divulgar conhecimentos úteis para o crescimento pessoal, mas por outro lado, é capaz de induzir, persuadir e manipular atitudes (COLL, AMORIM, HALLAL, 2010). Para os adolescentes a aparência tem uma grande importância, e com a ajuda da mídia que expõe padrões de beleza, os jovens que estão distantes desses padrões têm uma maior insatisfação corporal (CONTI et al., 2010). Ao mesmo tempo a mídia torna-se um dos fenômenos responsáveis pela educação no mundo contemporâneo, transmitindo valores e princípios, porém de forma positiva e negativa, pois acaba por evidenciar semelhanças e diferenças entre indivíduos ocasionando inclusões e exclusões na sociedade (SOUZA e GIGLIO, 2015).

OBJETIVOS

Identificar os temas das matérias publicadas na revista Capricho entre os anos 2014 e 2015; analisar as chamadas nas capas das publicações; buscar o perfil dos anúncios publicados na revista; correlacionar o conteúdo das matérias com os anúncios vendidos e as indicações das capas; analisar o conteúdo quando voltados a imagem corporal.

MÉTODO

Nessa pesquisa foram exploradas publicações de 2014 e 2015 da revista Capricho, embora já estejamos no ano de 2018 não há mais publicações físicas da revista desde o ano de 2016, pois a mesma tornou-se digital em junho de 2015. Assim, foram analisadas as últimas revistas impressas que são: edição 1192 – Janeiro de 2014, a edição 1211 – Junho de 2015, totalizando 20 exemplares. Os dados obtidos se deram por meio de leituras repetidas das publicações, eles foram classificados, tabulados e analisados por meio de incidência percentual. Na correlação dos dados, foi utilizado o teste de Pearson e sua demonstração é exibida em tabelas para melhor visualização dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Devido a amplitude de possibilidades da análise da revista, foram selecionadas algumas seções, a saber: S.O.S. Corpo; Consegui; Comportamento; e matéria de capa. Numeramos as revistas de 1 a 20 para facilitação da organização de dados e a análise foi dividida em temáticas, conforme demonstrado na tabela a seguir.

Tabela 1: Temáticas exploradas nas capas, conteúdo e anúncios das revistas Capricho

Tema	Capa		Conteúdo		Anúncio	
	N	%	N	%	N	%
Relacionamento	36	28,1	404	41	0	0
Cuidado com a saúde	5	3,9	157	15,9	19	2,1
Cuidado com o corpo	5	3,9	64	6,5	6	0,7
Estética	26	20,3	168	17,1	211	23,8
Alimentação	2	1,6	124	12,6	22	2,5
Moda	28	21,9	68	6,9	492	55,6
Outros	26	20,3	0	0	135	15,3
Total	128	100	985	100	885	100

A temática Relacionamento foi a que mais apareceu nas Capas e nos Conteúdos. Como disseram Santos et al., (2004), é no início da adolescência que existe a maturação biopsicossocial, onde os adolescentes têm mudanças nas questões sociais e culturais, buscando sua própria identidade, e por isso eles estão suscetíveis a sofrer maior influência externa. A temática Alimentação surgiu apenas 1,6% na Capa e em Conteúdo 12,6%, fala-se muito mais sobre alimentação nos Conteúdos, do que em Anúncios, as questões voltadas ao alimentar-se vão além do comer para ser saudável, a revista traz dietas da moda, cardápios de famosos induzindo-os a acreditar que ao alimentassem-se como eles, os leitores teriam o corpo que eles têm. A temática Moda surgiu 21,9% das indicações, porém ocupando mais da metade dos anúncios expostos, 55,6% e nos Conteúdos, 6,9%. A moda é representada não só como roupas, mas também como cultura, modo de agir e vários outros fatores (FREITAS, et al., 2010). Souza e Giglio (2015) e Conti (2010) afirmam que adquirindo produtos os adolescentes serão realizados, felizes e incluídos na sociedade. Houve igualdade nos resultados de indicações na Capa sobre Estética e Outros (temática que abrangia assuntos variados que não se adequavam às demais) com 20,3%, porém, fala-se muito sobre Estética nos Conteúdos 17,1% e ainda mais em Anúncios 23,8%, ressaltando que o conceito de beleza, não está ligado somente aos atributos culturais, mas que a demonstração de um padrão de beleza é visto como uma conquista social, porém quando em exagero essa ação pode se tornar prejudicial (BARROS; OLIVEIRA, 2017). A temática Moda foi a que mais apareceu nas revistas, tal dado vai de encontro ao que afirmam Ribeiro e Oliveira (2011) quando indicam que os jovens, não medem esforços para estarem bonitos e na moda, como afirma Becker (1999), os adolescentes estão no momento de fazer escolhas, onde se deparam com inúmeras opções e cada decisão é fundamental para entrar na vida adulta, não basta ser só saudável, tem que ser belo, jovem e estar na moda. Becker (1999) afirma ainda que a adolescência é uma fase que se aprende a fazer escolhas livres, entretanto quando se tem indicação sobre questões voltadas a moda que tomam 80% das publicações (quando somados os resultados de Capas, Conteúdos e Anúncios), há de fato uma escolha a esse adolescente ou ele estará sendo induzido? De acordo com Paixão (1998), a maior preocupação dos adolescentes são assuntos voltados a sexualidade, gravidez, doenças transmissíveis, etc., e esses assuntos são pouco abordados na revista, de acordo com os dados obtidos Cuidados com o Corpo e Cuidados com a Saúde empataram em indicações nas Capas, com 3,9 %; em Conteúdos 6,5 % e 15,9 % respectivamente, já nos Anúncios Cuidados com o Corpo apareceu em menor quantidade, 0,7% e Cuidado com a Saúde 2,1%

de incidência nas publicações. Na tabela 2 estão apresentadas as correlações entre os assuntos da Capa, Conteúdo e Anúncios.

Tabela 2. Matriz de correlação entre os assuntos na Capa, Conteúdo e Anúncios das revistas.

	Relacionamento	Saúde	Corpo	Estética	Alimentação	Moda
Capa x conteúdo	0,26	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2
Conteúdo x anúncio	0,0	0,0	- 0,4*	-0,1	0,0	0,0

*= correlação moderada.

Quando cruzamos os dados de Capa e Conteúdo existe uma correlação desprezível, ou seja, ao relacionar as sessões da revista que foram investigadas e as capas das mesmas, estas não estão diretamente ligadas. Porém, ao relacionarmos os Conteúdos com os Anúncios, o item Cuidado com o Corpo apresentou uma correlação moderada, quer dizer, enquanto há incidência de publicação de Conteúdos voltados à questão do corpo, há também nos Anúncios. Os demais resultados não apresentaram correlação significativa. Barros e Oliveira (2017) afirmam que a mídia é uma forte via de ação que determina a procura de perfeição “ideal”, ou da exigida pela sociedade, assim, o indivíduo acaba por procurar diversos meios de tratamento estético para se encaixar na sociedade onde “a imagem é tudo!”. A Capricho é um veículo que expõe esse “ideal”, porque em inúmeras matérias traz a imagem de famosos ditos como perfeitos ou procedimentos para colocar os leitores dentro do padrão ditado pela sociedade.

CONCLUSÃO

O tema Moda foi amplamente explorado em todas as publicações investigadas, sobrepondo-se a todos os demais itens analisados, evidenciando-se como uma ferramenta de manipulação dos adolescentes para adquirirem produtos que nem sempre seriam necessários, mas que são sugeridos como forma de poder encaixar-se nos padrões pré-estabelecidos socialmente ou midiaticamente. Toda a revista gira em torno de assuntos femininos, que em partes buscam ajudá-las em questões do corpo, jeito de ser, parecer, se comportar, submetendo as jovens a seguir um padrão, porém podendo gerar problemas de autoestima, levando-as a se compararem com mulheres famosas induzindo as adolescentes a acreditarem que ao seguirem suas ações, teriam o corpo que elas têm, desconsiderando que estas vivem vidas completamente diferente das suas. O modo como a revista expõe as matérias levam os leitores a acreditarem que aquela reportagem é o ideal, e o que está na moda é o que vale. Os indivíduos que estão buscando sua identidade, podem seguir passos que talvez não fossem os seus, mas os fazem devido a uma enxurrada de exemplos a serem seguidos. Em suas capas e matérias estampam atrizes, modelos famosas, ídolos *teens*, que expõem seus segredos sobre beleza, atividade física e moda, utilizam a imagem deles como referência e indiretamente acabam incentivando a prática de dietas e outras formas de controle subjetivo, reforçando a imagem de que corpo saudável é o corpo magro. O padrão de beleza refletido pela revista pode levar as adolescentes a obsessão pela forma física e a acreditarem que se, somente se comportarem ou forem da maneira que a revista indica serão aceitas pela sociedade.

REFERÊNCIAS

BARROS, Mateus Domingues; OLIVEIRA, Rita Patrícia Almeida. A Influência da Mídia e da Cultura sobre o Conceito da Beleza. **XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação**. Recife, 02 a 05 maio, 2017. Disponível em: <http://anaisfolkcom.redefolkcom.org/index.php/folkcom/article/view/58/54> Acesso em: 10/12/2017.

BECKER, Daniel. **O que é Adolescência**. São Paulo, Ed. Brasiliense S/A, 1999.

COLL, Carolina de Vargas Nunes; AMORIM Tales Costa; HALLAL, Pedro Curi. Percepção de adolescentes e adultos referente à influência da mídia sobre o estilo de vida. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, v. 15, n. 2, p. 105-110, 2010. Disponível em: <http://rbafs.org.br/RBAFS/article/view/705/704> Acesso em: 10/02/2018.

CONTI, Maria Aparecida; BERTOLIN, Maria Natacha Toral; PERES, Stela Verzinhasse. A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? **Ciência & Saúde Coletiva**, 15(4):2095-2103, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v15n4/a23v15n4.pdf> Acesso em: 10/02/2018.

ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, São Paulo, 2013.

FREITAS, Clara Maria Silveira Monteiro; LIMA, Ricardo Bezerra Torres; COSTA, António Silva; LUCENA FILHO, Ademar. O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v.24, n.3, p.389-404, jul./set. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbefe/v24n3/a10v24n3.pdf> Acesso em: 10/04/2018.

PAIXÃO, Cândida Gomide, et al. Ontogenia: do nascimento à velhice. **Revista de Psicofisiologia**, Minas Gerais, vol. 2, números 1 e 2, 1998. Disponível em: <http://labs.icb.ufmg.br/lpf/revista/revista2/ontogenia/cap3.htm> Acesso em: 18/03/2018.

RIBEIRO, Paulo César Pinho; OLIVEIRA, Pietro Burgarelli Romanelli. Culto ao Corpo: beleza ou doença? **Adolescência & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 63-69, jul/set 2011. Disponível em: http://www.adolescenciaesaude.com/detalhe_artigo.asp?id=287 Acesso em: 10/04/2018.

SANTOS, Aline Lemos; et al. **A influência da mídia na adolescência**. 2004. 14 f. Monografia (Graduação em Serviço Social) – Faculdade Integrada Antônio Eufrásio de Toledo, Presidente Prudente, 2004. Disponível em: <http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/ETIC/article/viewFile/940/911> Acesso em: 20/05/2018.

SOUZA, Márcio Vieira; GIGLIO, Kamil. **Mídias digitais, redes sociais e educação em rede: experiências na pesquisa e extensão universitária**. São Paulo: Blucher, 2015.

UNICEF, Fundo das Nações Unidas para a Infância. Fase inicial e fase final da adolescência, 2011. **Situação mundial da infância 2011: Adolescência uma fase de oportunidades**. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/sowc2011/foco1.html> Acesso em: 20/10/2017.