

## **CULTO AO CORPO NA ADOLESCÊNCIA E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA**

PATRÍCIA CORRÊA DA SILVA<sup>1</sup>; MARCELO OLIVERA CAVALLI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ESEF/UFPEl – [ef.patricia@hotmail.com](mailto:ef.patricia@hotmail.com)

<sup>2</sup>ESEF/UFPEl – [maltcavalli@gmail.com](mailto:maltcavalli@gmail.com)

### **1. INTRODUÇÃO**

Sabe-se que na atualidade as mídias estão frequentemente influenciando no cotidiano da sociedade, seja por uma notícia no jornal, por uma cena de novela ou até mesmo um jogo de internet ou vídeo game. Na internet é possível encontrar várias páginas de dicas para que se alcance o “corpo perfeito”, é possível ter acesso a vários produtos farmacológicos, métodos para emagrecimento e ganho de massa muscular, isto para que a sociedade consiga enquadrar-se dentro dos padrões de beleza midiáticos.

DANTAS (2011) diz que “O culto ao corpo se mostra como característica de nossa época e encontra-se assentado na busca diária por um corpo perfeito capaz de superar qualquer problema e corresponder qualquer expectativa. Visto pelos meios de comunicação como algo que pode ser manipulado ou modificado, o corpo vem se tornando pólo dos mais profundos desejos e um grande objeto de investimento”.

Na adolescência a busca por um corpo que se encaixe dentro dos padrões de beleza que percorrem as mídias acaba se acentuando, visto que, é nessa fase do ciclo vital que nos tornamos indivíduos mais críticos, por estarmos em uma fase de transformações tanto psicossocial, quanto física, fazendo com que os jovens saiam em busca daquilo que idealizam para suas vidas.

As mudanças físicas nessa fase vital que é a adolescência, obrigam os jovens a se enquadrarem nas constantes mudanças que seu corpo está sofrendo, mudanças tanto internas quanto externas, a luta para sair do corpo de criança e passar para um corpo mais adulto com diferentes hormônios circulando pelo corpo e novas preocupações que acabam surgindo, como por exemplo, a menstruação as espinhas, o surgimento dos seios nas meninas, o surgimento de pelos no corpo e outras diversas modificações que acabam dificultando a compreensão do modelo “certo” e do modelo “errado” de corpo perfeito.

A mídia e as tecnologias de informação podem ser consideradas como importantes coadjuvantes nessa equação da determinação de padrões de beleza pela insistente veiculação de modelos corporais, ideais de beleza, o atrelamento de sucesso à beleza.

A mídia trabalha com ações de “auto-reforço”, um programa aborda temáticas e outros, assim, desta maneira, um reforça o outro e todos se tornam encadeados e reforçados; apadrinhamento de artistas e talentos, autopromoção de marcas, corpos e vestimentas, moda, beleza. Tudo acaba se tornando interligado, reforçando desta maneira uma ideologia.

Este ensaio tem por objetivo promover um debate acerca de evidências que contextualizam uma sociedade contemporânea que se mostra caracterizada pela incessante idolatria a “corpos perfeitos”.

## 2. METODOLOGIA

A tarefa a ser desenvolvida adota uma perspectiva analítico-filosófica de cunho descritivo-exploratório na tentativa de evidenciar a estreita relação de poder existente entre corpo, sociedade e mídia. O método empregado é o dialético uma vez que permite o livre posicionamento do leitor acerca da realidade sendo escrutinizada.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao analisarmos o comportamento dos adolescentes de hoje em dia, percebe-se que estes querem se tornar adultos o mais rápido possível. A assunção da aparência e crescimento corpóreo também fica evidenciado. A busca por um corpo forte, que se aproxime dos padrões de beleza e de sensualidade, um corpo que “chame a atenção” é almejado e, muitas vezes, construído.

A busca feminina por um corpo em formato de violão, cheio de curvas e formas, que possa ser comparado a uma estátua cuidadosamente esculpida, não fica muito distante da busca masculina por um corpo simétrico cheio de músculos e de aparência máscula.

Segundo CONSTANTINE (2004 citado por CONTI; BERTOLI; PERES, 2010, p. 2097), “A influência da televisão sobre o comportamento do jovem é um fato reconhecido mundialmente. Pesquisa envolvendo jovens italianos revelou que 50% destes tem um aparelho em seu quarto, os quais são fortemente influenciados pela publicidade na aquisição de produtos, além de demonstrarem em quase sua totalidade (92,2%) grande interesse pela televisão”.

RIBEIRO e OLIVEIRA (2011, p. 2) alertam para a falta de estudos relacionados à imagem corporal e ressaltam a importância desses estudos considerando o crescente aumento das doenças relacionadas ao corpo, como por exemplo, o crescente aumento de transtornos alimentares, anorexia nervosa, bulimia, obesidade, ortorexia, crudivorismo, vigorexia e dismorfismo muscular, as cirurgias estéticas e protéticas, e as mudanças na imagem corporal tais como *piercings* e tatuagens, mostrando em seu estudo que todas essas doenças estão diretamente relacionadas à adolescência.

A insatisfação dos jovens com a própria imagem é algo preocupante na contemporaneidade. A constante busca de roupas e acessórios que estejam na moda beneficia a indústrias e o comércio em geral, contudo, o inconformismo dos adolescentes por não possuir determinado acessório é um fato que deve ser estudado.

Para SANTAELLA (2004) a moda seguida pelos jovens é um símbolo do capitalismo, das esferas da economia, do social, do organizacional, do técnico e do estético.

Os padrões de beleza pré-estipulados não é um problema tão atual. BRASILIENSE (2007) constata que “a partir de 1945, embelezar-se foi considerado obrigatório. Nas capas das revistas semanais, a maioria voltada para a mulher, já se chamava mais atenção sobre o corpo feminino visando sua aparência estética, muito mais que propriamente a saúde”. Assim percebe-se que a procura pelo corpo perfeito, principalmente pelo sexo feminino, já vem sendo almejada há algumas décadas. Esta constatação poderia configurar-se em um provável determinante para as mulheres serem o grupo social mais acometido por doenças psicossociais relacionadas à imagem corporal.

De acordo com BORDO (1997), “com a cultura do culto ao corpo, continuamos a memorizar, em nossos corpos e sentimentos, significados escravizadores, compreendidos, hoje, como libertadores e transformadores sem a percepção das novas estratégias”.

As pessoas já estão tão acostumadas com a influência da mídia e a manipulação que ela exerce sobre suas mentes, que nem percebem os malefícios que a mesma pode acarretar.

Nos dias atuais, muitas pessoas se preocupam com a estética não para serem saudáveis e “belas” – segundo a acepção grega de estética –, mas para se adequarem aos padrões estabelecidos e se tornarem seres esteticamente “admiráveis”, bonitos aos olhos de quem os observa.

Para BARTHES (2000) Existem vários corpos, e não devemos pensá-los com simplicidade. O corpo é um objeto em manutenção constante que modifica-se histórica e socialmente, modifica-se por necessidade da moda e das roupas, modifica-se pela influência da mídia.

Percebe-se um claro processo de danificação da experiência formativa na sociedade contemporânea, em vista da progressiva substituição do contato e apreensão direta da realidade pela mediação tecnológica exercida pelos meios de comunicação de massa, notadamente a televisão, pelas facilidades de acesso. (PIRES, 2002).

Não há como refletir acerca da temática do lazer e da mídia nas culturas juvenis sem o entendimento de que ela está inserida num todo complexo, permeado pelas inter-relações dos subsistemas que conformam a cotidianidade. (PAIS, 1993).

#### **4. CONCLUSÃO**

A concepção atual de corpo está em conformidade com o ideal capitalista do consumismo. O corpo adquire o status de mercadoria a ser “consumida”. Nesse sentido, mentes precisam ser manipuladas para que corpos sejam construídos com o intuito de serem exibidos, invejados, cobiçados e “vendidos”. A sociedade como um todo deve reorganizar-se e fomentar o desenvolvimento de corpos belos, saudáveis e felizes que representem a coletividade. Muito pelo contrário, não deve protagonizar situações de distanciamento e afastamento entre corpos, de engessamento e classificação, nem exacerbar o culto ao corpo objeto, erotizado, consumista e, diga-se de passagem, utópico. É de primaz importância que as pessoas sintam-se bem com relação à sua dimensão corpórea. A mídia, na maioria das vezes, vai de encontro a essa proposição, assumindo uma posição congruente à premissa consumista.

Os adolescentes, enfrentando as alterações de ordem biopsicossociais decorrentes da puberdade, na tentativa de estabelecerem seus próprios padrões de autoafirmação, se encontram mais suscetíveis aos encantos midiáticos e exigências socioculturais. Fica evidenciado que a mídia tem forte poder de manipulação e exerce influência sobre os adolescentes. Essa constatação revela a magnitude da tarefa incumbida a pais e educadores na orientação de adolescentes acerca de valores morais e éticos a serem preservados. A conscientização da individualidade e unicidade do ser humano, associado à condição de protagonismo de vontades e desejos que todos devem almejar é imperativa na formação de novos adultos. Só porque a mídia configura um padrão ou estereótipo a ser seguindo, não quer dizer que as pessoas tenham de almejá-lo e se organizarem para atingi-lo. Os jovens

devem ser educados para desempenharem sua cidadania com criticidade, com uma boa capacidade de discernimento e autonomia nas suas escolhas, independente de padrão ou cobrança social.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1996.
- BORDO, Susan. A feminista como o Outro. In: **Revista Estudos Feministas**, Rio de Janeiro, 2000, v.8, nº 1.
- BRASILIENSE, Maria Bernadete. **Fotografias do Corpo Feminino: um espaço onde as representações corporais da mulher madura são construídas e reveladas**. 2007. 237f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade de Brasília. Brasília.
- CONTI, M.; BERTOLIN, M.; PERES, S. **A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer?**. *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(4):2095-2103, 2010.
- DANTAS, J. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, v.11, n.3, p. 898-912, 2011.
- PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1993.
- PIRES, Giovani de Lorenzi. **Aspectos Socioculturais do Lazer do Cotidiano**. Sta. Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.
- RIBEIRO, P.; OLIVEIRA, P. **Culto ao Corpo: beleza ou doença?**. *Adolesc. Saude*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 63-69, jul/set 2011.
- SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e Comunicação: sintomas da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.