



•NOVA•  
**UCSAL**

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR  
FACULDADE DE ENFERMAGEM**

**YURI ISAAC BRITO BARROS**

**IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO  
DO CORPO FEMININO**

**Salvador – BA**

**2019**

**YURI ISAAC BRITO BARROS**

**IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO  
DO CORPO FEMININO**

Artigo científico apresentado à disciplina de TCC II, do curso de Enfermagem da Universidade Católica do Salvador, como parte dos requisitos para aquisição do título de Bacharel em Enfermagem. **Linha de Pesquisa:** Saúde da mulher.

**Orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Flavia Prazeres Reis.

**Salvador - BA**

**2019**

# IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DO CORPO FEMININO

Yuri Isaac Brito Barros<sup>1</sup>  
Flávia Prazeres Reis<sup>2</sup>

**Introdução:** A concepção sobre beleza vem sofrendo variações ao passar dos anos. Quanto ao modelo estético físico, o bonito é padronizado desde os princípios da humanidade devido aos aspectos sócio culturais. A sociedade já vem marcada por padrões corporais que definem o que é ser bonito e a mídia tem o seu papel influenciando na construção da imagem corporal. **Objetivo:** Evidenciar a influência da mídia com relação à construção da imagem corporal feminina. **Metodologia:** Pesquisa de caráter de revisão integrativa de literatura, onde foi achado um total de 378 artigos, pré-selecionados 38 artigos para uma leitura mais aprimorada, após a seleção foram excluídos 24 artigos por não se adequarem aos critérios de inclusão e assim totalizando 14 artigos, mais dois livros da literatura brasileira. **Resultados:** Os estudos mostraram que a mídia tem influencia direta na construção da imagem corporal feminina podendo atuar de forma negativa, com mudança de costumes, linguagem e destruindo com a identidade da mulher. **Considerações finais:** O estudo revelou que a mídia não é prejudicial, mas depende da forma que o indivíduo assimila as mensagens transmitidas e assim utilizando de forma correta as informações para a construção da imagem corporal.

**Descritores:** Imagem corporal. Mídias sociais. Insatisfação corporal.

---

<sup>1</sup> Graduando de enfermagem da Universidade Católica do Salvador. Contato: yuri.barros@ucsal.edu.br

<sup>2</sup> Docente do curso de enfermagem da Universidade Católica do Salvador. Contato: flavia.reis@pro.ucsal.br

## **BODY IMAGE AND THE INFLUENCE OF THE MEDIA IN THE CONSTRUCTION OF THE FEMALE BODY**

**Introduction:** The concept of beauty has been changing over the years. As for the physical aesthetic model, the beautiful is standardized from the principles of humanity due to socio-cultural aspects. Society is already marked by body patterns that define what it is to be beautiful and the media has its role in influencing body image building. **Objective:** To show the influence of the media in relation to the construction of the female body image. **Methodology:** Research of character of integrative review of literature. According to the research was found a total of 378 articles, preselected 38 articles for a better reading, after the selection were excluded 24 articles for not meeting the inclusion criteria and thus totaling 14 articles, plus two books in the Brazilian literature . **Results:** The studies showed that the media has a direct influence on the construction of the female body image, being able to act negatively, with changing customs, language and destroying with the identity of the woman. **Final Thoughts:** The study revealed that the media is not harmful, but it depends on how the individual assimilates the transmitted messages and thus correctly uses the information to construct the body image.

**Descriptors:** Body image. Social media. Body dissatisfaction.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>05</b>
<b>2 METODOLOGIA .....</b>	<b>07</b>
<b>3 RESULTADOS .....</b>	<b>09</b>
<b>4 DISCUSSÃO .....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 A cultura social na construção da imagem corporal.....</b>	<b>16</b>
<b>4.2 A influência da mídia.....</b>	<b>18</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>22</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A ideia de um corpo perfeito vem sofrendo modificações ao longo dos tempos e o padrão de beleza dos tempos antigos tem bastante diferenciação dos modelos atuais. Contudo, o culto ao corpo, sempre teve ligação com a imagem de poder, beleza e mobilidade social. Nos tempos atuais, é possível se notar um crescimento de pessoas insatisfeitas com a própria aparência, sendo que o modelo estético físico considerado bonito na atualidade são corpos magros e atléticos, sendo fortalecido pela mídia (PEREIRA *et al.*, 2009).

Ainda que os padrões de beleza estiverem ligados a valores socioculturais, a forma como o culto a determinados padrões de beleza é aderida na sociedade, pode ocasionar serias complicações para a saúde das pessoas (SILVA *et al.*, 2010). Padrões corporais que levam mulheres a depreciação por não estar adequada no modelo que é imposto, mantendo-as sempre em conflito com o espelho, confinadas nesse mundo que é estar sempre com o modelo corporal visto como belo pela sociedade (CURY, 2005).

Segundo Oliveira e Hutz (2010), devido a insatisfação entre as mulheres com relação ao seu corpo, são tomadas determinadas ações arriscadas, como a realização de dietas sem orientação de um nutricionista, atividades físicas exageradas, utilização de medicamentos como diuréticos, laxantes e anorexígenos e a indução do vômito que podem desencadear transtornos.

A maioria das mulheres assiste televisão e possui alguma ocupação, sendo que na questão da imagem corporal sentem insatisfação com o seu peso, essas mulheres buscam métodos como dieta para obter a perda de peso, e algumas realiza cirurgias plásticas, para essas mulheres a influência da mídia se torna presente na insatisfação com o seu corpo (GRACIANO; EMILIANO, 2015).

Após ser compreendida a mídia televisiva passa a influenciar no meio social do indivíduo moldando seus hábitos, linguagem e desenvolvendo uma cultura a partir da captação da sua composição. Sendo que a televisão tem um papel influente na

vida de "empregadas domesticas" e "donas de casa" devido ser uma fonte de distração e informação (JESUS; RESENDE, 2013).

No território brasileiro a rede televisiva é um dos recursos mais propagados, sendo acompanhado pela internet, na qual as pessoas tem acesso fácil a informações a qualquer hora, utilizando smartphones, computadores, celulares (LIRA *et al.*, 2017).

De acordo a pesquisa realizada por Rocha (2014) a sociedade brasileira em torno de 86% tem interatividade com as Redes Sociais, ligando informações obtidas na TV. Especificando a análise entre as mulheres já obtém um numero maior sendo de 90% usando redes como Facebook, Whatsapp, Twitter. Entretanto 90% dos indivíduos utilizam das redes para compartilhar suas angustias vividas em conexão com o mundo virtual.

A mídia trabalha no desenvolvimento da criação de ideias no âmbito comunitário com representações simbólicas e faz com que ocorra a ligação dos leitores com a realidade. No meio da população atual, as pessoas, por intermédio dos textos divulgados pela mídia o que estão mostrados a todo tempo, faz com que ocorra o desenvolvimento da personalidade, pondo sentidos e símbolos presentes no dia a dia (GHILARDI-LUCENA, 2012).

O poder da divulgação televisiva é tão forte que alastra muito mais que a capacidade de uma simples compra, pode considerar a mídia como uma eminência de alto poder coletivo (GHILARDI-LUCENA, 2012).

A abordagem do tema proporciona a discussão sobre a influência da mídia e a percepção corporal, devido ao modo como as pessoas tratam seu corpo por influências trazidas pela sociedade, ocorrendo consequências significativas na sua saúde. Ademais, busca-se neste estudo evidenciar a influência da mídia com relação à construção da imagem corporal feminina.

## 2 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de revisão integrativa de literatura. A pesquisa dos artigos foi realizada nos meses de abril e maio 2019 através de bases de dados na área da saúde como: Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Google Acadêmico e também materiais da literatura.

Foram utilizados para busca dos artigos os seguintes descritores em português através da consulta aos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS): Imagem corporal; Mídias sociais; Insatisfação corporal.

Para busca dos artigos aplicou-se como estratégias para distinção, textos completos, publicações de acesso gratuito, disponíveis na íntegra e que respeitassem ao objetivo da pesquisa, artigos científicos específicos com idioma em português, publicado nos anos de 2005 a 2017, a fim de obter conhecimentos sobre o tema no âmbito atual e nacional. Artigos foram excluídos em decorrência de duplicidade, que não se adequava ao tema, ano e idioma, revisão de literatura, dissertações, teses, resumos.

Após as pesquisas, foram achados 378 artigos utilizando os descritores, dentre estes foram excluídos que não contemplasse o tema, não disponíveis na íntegra, não se encaixando no critério de inclusão. Foram pré-selecionados 38 artigos para uma leitura mais aprimorada, depois de feita a leitura foram excluídos 24 artigos por não se adequarem aos critérios de inclusão, restando 14 artigos para análise e discussão do trabalho, sendo que também foi utilizado dois livros da literatura brasileira.

O processo de análise foi composto por conhecimentos metodológicos. Os dados foram analisados e coletados após o estudo realizado, classificados por autor/ano, título, objetivo, tipo de estudo, resultados e publicação, de acordo com o fluxograma demonstrado abaixo (Figura 1).



**Figura 1.** Fluxograma de apresentação dos estudos incluídos na revisão integrativa.



**Fonte:** Elaborado pelo autor.

### 3 RESULTADOS

Por meio da análise dos estudos identificados foram selecionados 14 artigos, dois livros, sete artigos foram encontrados no Google acadêmico, seis artigos na base de dados SciELO, e um artigo no LILACS e dois livros da literatura. Quanto à seleção dos estudos nos anos de 2017, 2015, 2011 e 2010 sendo dois artigos de cada ano e 2014, 2013, 2012, 2009, 2008 e 2007 um artigo por ano. Os artigos escolhidos foram publicados em regiões distintas, publicados na língua portuguesa assim como os livros utilizados.

Para que possa obter um entendimento melhor do conteúdo de cada artigo analisado, foi elaborada uma distribuição que demonstre os caminhos trabalhados por cada um, permitindo a exposição detalhada dos conteúdos achados em cada artigo selecionado, contudo a análise dos estudos possibilitou a identificação da influência da mídia na construção da imagem corporal, segue abaixo de acordo no (Quadro1).

**Quadro 1** - Distribuição dos artigos segundo autor, ano, título, objetivo, tipo de estudo e resultados no período de 2008 a 2017.

<b>AUTOR/ ANO</b>	<b>TITULO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>TIPO DE ESTUDO</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>PUBLICAÇÃO</b>
LIRA <i>et al.</i> , 2017	Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes.	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal (IC) de adolescentes do sexo feminino.	Estudo transversal	O acesso diário maior de 10 vezes ao dia ao Facebook e Instagram aumentou a chance de insatisfação em 6,57 e 4,47 vezes, respectivamente.	J. Bras. Psiquiatr.
RENTZ <i>et al.</i> , 2017	Autoestima, imagem corporal e depressão de adolescentes em diferentes estados nutricionais.	Investigar a autoestima, a imagem corporal e a depressão de adolescentes em diferentes estados nutricionais.	Estudo transversal	Meninos apresentaram maior prevalência de sobrepeso e obesidade, menores depressão e insatisfação corporal e maior autoestima do que as meninas.	REVISTA DE SALUD PÚBLICA
BATISTA, <i>et al.</i> , 2015	Dimensão atitudinal da imagem corporal e comportamento alimentar em graduandos de educação física, nutrição e estética da cidade de Juiz de fora – MG.	Analisar a prevalência de insatisfação corporal, checagem do corpo, influência da mídia e comportamento alimentar em estudantes de cursos da área da saúde da cidade de Juiz de Fora - MG.	Pesquisa transversal, quantitativa, descritiva e correlacional	Concluiu-se haver maior prevalência de insatisfação corporal e comportamentos alimentares deletérios à saúde entre as mulheres. Influencia da mídia em ambos os sexos.	Revista da Educação Física / UEM

**Quadro 1** - Distribuição dos artigos segundo autor, ano, título, objetivo, tipo de estudo e resultados no período de 2008 a 2017 (continuação).

AUTOR/ ANO	TÍTULO	OBJETIVO	TIPO DE ESTUDO	RESULTADOS	PUBLICAÇÃO
GRACIANO; EMILIANO, 2015	A influência da mídia na imagem corporal feminina.	Discutir através de uma pesquisa realizada entre mulheres, a beleza imposta pela mídia atual e a satisfação corporal.	Descritivo	A mídia transmite mensagens relacionadas à beleza ideal levando em consideração a moda, a estética, o consumo, transformando mulheres escravas da autoimagem.	Universidade Tuiuti do Paraná – UTP
ROCHA, 2014	Social TV Um Novo Paradigma para o Consumo de Mídia Televisiva no Brasil?	Entender o modo como os usuários interagem com programas de TV e compartilham conteúdo em seus perfis sociais.	Descritivo	Disposição das pessoas em acompanhar programas de TV, em computadores e dispositivos móveis, usar a TV como dispositivo para navegar na Web.	PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing
JESUS; RESENDE, 2013	A Televisão e sua influência como meio: uma breve historiografia.	Discutir os aspectos históricos e sociais de um influente meio de comunicação desenvolvido nas primeiras décadas do século passado: a televisão.	Descritivo	A televisão é um meio de comunicação que procura transmitir a realidade para seu espectador através de sons e imagens, e poderá ser um meio mais influente no momento em que suprir no telespectador sua carência pela interação.	História da Mídia Audiovisual e Visual

**Quadro 1** - Distribuição dos artigos segundo autor, ano, título, objetivo, tipo de estudo e resultados no período de 2008 a 2017 (continuação).

AUTOR/ ANO	TÍTULO	OBJETIVO	TIPO DE ESTUDO	RESULTADOS	PUBLICAÇÃO
GHILARDI-LUCENA, 2012	Gênero e representações sociais na mídia: o corpo masculino.	Refletir sobre o discurso midiático veiculado em revistas masculinas e em outras de público geral sobre a vaidade dos homens ditos modernos e as transformações do gênero masculino referentes ao culto ao belo e ao corpo bem formado.	Descritivo	O estereótipo masculino padrão está se modificando, os ideais tradicionais perdem força e há uma forte tendência à homogeneização dos papéis sociais dos gêneros.	REDISCO – Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo
FROIS <i>et al.</i> , 2011	Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão.	Propor discussões a respeito da influência das mídias sobre a imagem corporal na adolescência.	Descritivo	A autoridade organizadora dos pais e cuidadores tem papel primordial, pois contribui, a partir de vínculos estáveis e saudáveis, para um processo harmônico de construção de uma nova imagem corporal.	Psicologia em Estudo

**Quadro 1** - Distribuição dos artigos segundo autor, ano, título, objetivo, tipo de estudo e resultados no período de 2008 a 2017 (continuação).

AUTOR/ ANO	TITULO	OBJETIVO	TIPO DE ESTUDO	RESULTADOS	PUBLICAÇÃO
ROWE <i>et al.</i> , 2011	Influência da mídia e satisfação com a imagem corpora em pessoas que realizaram cirurgia plástica.	Analisar a influencia da mídia na tomada de decisão para realizar cirurgia plástica e a satisfação com a imagem corporal depois de realizar a cirurgia plástica estética.	Estudo transversal	Evidenciou que a realização da cirurgia plástica teve o motivo maior a insatisfação com determinada parte do corpo.	Jornada Interestadual de Psicoterapias Corporais
SILVA <i>et al.</i> , 2010	Imagem corporal de praticantes de treinamento com pesos em academias de londrina, PR.	Avaliar a insatisfação corporal e fatores associados entre praticantes de treinamento com pesos de academias da cidade de Londrina, PR.	Estudo transversal	A prevalência de insatisfação corporal entre praticantes de treinamento com pesos é elevada, sobretudo entre as mulheres e os iniciantes de programas de treinamento com pesos.	Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde
OLIVEIRA; HUTZ, 2010	Transtornos alimentares: O papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo.	Apresentar uma discussão teórica acerca dos aspectos culturais envolvidos no aumento do número de casos de transtornos alimentares.	Revisão sistemática	A família, profissionais da saúde e educadores devem estar atentos estabelecendo diálogo, cuidado e informação no comportamento de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares.	Psicologia em Estudo

**Quadro 1** - Distribuição dos artigos segundo autor, ano, título, objetivo, tipo de estudo e resultados no período de 2008 a 2017 (continuação).

AUTOR/ ANO	TITULO	OBJETIVO	TIPO DE ESTUDO	RESULTADOS	PUBLICAÇÃO
PEREIRA <i>et al.</i> , 2009	Percepção da imagem corporal de crianças e adolescentes com diferentes níveis socioeconômicos na cidade de Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.	Identificar a percepção da imagem corporal em diferentes níveis socioeconômicos de crianças e adolescentes.	Estudo transversal	Os jovens da classe baixa apresentaram maiores prevalências de insatisfação pelo excesso de peso em relação os da classe alta.	Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil
COQUEIRO <i>et al.</i> , 2008	Insatisfação com a imagem corporal: avaliação comparativa da associação com estado nutricional em universitários.	Verificar a associação da insatisfação com a imagem corporal e dois indicadores de estado nutricional em universitários brasileiros, identificar o melhor preditor de insatisfação com a imagem corporal.	Estudo transversal	A média de idade dos indivíduos foi de 23,1 anos (desvio padrão = 5,3), e a frequência de insatisfeitos com a imagem corporal foi de 78,8%.	Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul
SIQUEIRA; FARIA, 2007	Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas.	Refletir sobre o modo como a mídia impressa representa e propaga conceitos de corpo feminino saudável.	Descritivo	As revistas femininas apresentam formas de alcançar o equilíbrio para viver nas cidades, conviver com a competição, a violência e o estresse.	Comunicação, mídia e consumo são Paulo.

**QUADRO 2:** Distribuição dos livros segundo autor, ano, título, local de publicação e editora no período de 2005 e 2006.

AUTOR/ ANO	TITULO	LOCAL DE PUBLICAÇÃO	EDITORA
VIGARELLO, 2006	História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje.	Rio de Janeiro	Ediouro
CURY, 2005	A ditadura da beleza e a revolução das mulheres.	São Paulo	Arqueiro



## 4 DISCUSSÃO

### 4.1 A cultura social na construção da imagem corporal

A cada século tem um modelo que a sociedade referencia como exemplos a ser seguidos sendo, modelos de família, beleza feminina entre outros, mas o quesito não está no desejo, a questão que para desejar, o sentimento da falta se torna presente (FROIS *et al.*, 2011).

A concepção sobre beleza vem sofrendo variações ao passar dos anos. Quanto ao modelo estético físico, o bonito é padronizado desde os princípios da humanidade. A sociedade já vem marcada por padrões corporais que definem o que é ser bonito (OLIVEIRA; HUTZ, 2010).

A imagem da mulher bonita é algo que já vinha tendo destaque desde os primórdios, seja em textos literários, na obra pintada, na arte. Os artistas plásticos afamados ficavam em busca de mulheres que eram consideradas belas para a pintura. Nos ateliês se aglomeravam, desde o período do final do século XV, imagens retratadas de mulheres que eram selecionadas não pelo seu valor ou seu nível social, mas sim pela sua beleza (VIGARELLO, 2006).

A mulher que era considerada bonita tinha o respeito da sociedade, de acordo com exigências da época. No período do século XVI, o modelo estético físico era de porte mais “cheinha, com bastantes curvas”. O modelo feminino principalmente passou a ter mais curvas e volumes que não possuía. A imagem do corpo passa a ser mais carnuda, e as curvas mais aparentes. No século XIX o modelo estético físico passou a sofrer mudanças, os corpos passam a ser mais magros com a definição de silhuetas (VIGARELLO, 2006).

Na atualidade a busca por um padrão corporal é constante, faz com que pessoas tentem buscar o que é impossível de forma saudável, para possuir um corpo esteticamente perfeito (OLIVEIRA; HUTZ, 2010).

A imagem corporal está relacionada a uma preocupação excessiva com o modelo estético físico culturalmente imposto, sendo que o padrão de beleza idealizado não condiz com os padrões convenientes para a saúde. Entretanto o culto ao corpo sempre teve relação com poder, beleza, respeito social (PEREIRA *et al.*, 2009).

O corpo perfeito compõe-se da percepção do indivíduo na relação com a estrutura corporal e sua aparência e como a sociedade a enxerga, tendo a construção da identidade de acordo com as experiências vividas na infância, e a relação com os familiares (FROIS *et al.*, 2011).

O processo da formação da imagem corporal está vigente em todas as fases do crescimento do corpo humano, da criança ao idoso, mas o período que tem maior relevância é na adolescência, quando ocorre uma grande mudança da estrutura física, fase que é significativa no posicionamento do corpo ao mundo (FROIS *et al.*, 2011).

Acredita-se na interiorização do padrão corporal perfeito, chegando ao nível de ter mudanças no comportamento pessoal, sendo um intermediário de valor para a insatisfação corporal (LIRA *et al.*, 2017).

Alguns motivos que levam o indivíduo a insatisfação corporal é a percepção das pessoas em ser mais magra, local onde mora (cidades pequenas ou em centros urbanos), depressão, comportamentos que envolvem a autoestima, alimentação, uso de recursos ergogênicos, percepção equivocada sobre o seu corpo, idade, razões que necessite a perda de peso (saúde ou estética) (COQUEIRO *et al.*, 2008).

Com base na pesquisa de Lira *et al.* (2017) foi obtido que 80% das adolescentes que fizeram parte da pesquisa independente da sua escolaridade e classe social, se mostraram insatisfeitas com a sua imagem corporal, mesmo tendo uma alimentação saudável, o desejo da maioria era ter uma silhueta menor, desejo frequente para aquelas com sobrepeso.

Rowe *et al.* (2011) constata que as mulheres têm a visão de descontentamento de alguma região do seu corpo levando a busca de cirurgias plásticas para corrigir o

que não agrada. Além do mais, foi notado que essas mulheres têm a aprovação e incentivos das mães para realização da cirurgia.

Mesmo com todo processo que elas passam pós-cirúrgico, como dores e desconfortos na região que foi feita a cirurgia, essas mulheres dizem que é satisfatório passar por todo este processo tendo nitidamente o aumento da sua autoestima proporcionado pelo resultado da cirurgia plástica (ROWE *et al.*, 2011).

As mulheres comparadas aos homens possuem o nível de insatisfação corporal maior e têm hábitos alimentares que são prejudiciais para um corpo saudável, sendo que ambos os sexos tendem aderir à imposição sofrida para obter o corpo padronizado pela mídia assim influenciando nos seus comportamentos (BATISTA *et al.*, 2015).

De acordo ao estudo de Rentz *et al.* (2017) os indivíduos que auto avaliam negativamente têm a pré-disposição para o desenvolvimento da depressão e baixa autoestima, contudo deve ser valorizada a forma que o indivíduo vê o mundo, podendo afirmar que os fatores como depressão e autoestima são ligados à imagem corporal, e não ao índice de massa corporal.

## **4.2 A influência da mídia**

O padrão inatingível de beleza amplamente difundido na mídia tem representações ao seu respeito formadas e retratadas. A rede televisiva, revistas femininas, ilustrações na internet, anúncios publicitários propagandeiam discursos, formas como o corpo é visto, ambicionado e vendido, ocorrendo a exploração largamente do corpo feminino (SIQUEIRA; FARIA, 2007).

Vive-se em uma época marcada pela obsessão, comida, drogas, sexo, dentre essas está o culto ao corpo, este gera uma grande preocupação quando indivíduos passam a ser escravizados pela vaidade, extinguindo a sua identidade e passando a viver o que é ditado pela sociedade dizendo que é exemplo ser magro, bonito, jovem, estar na moda para ter felicidade, típico de um discurso persuasivo e sedutor que se alastra na mídia, penetrando no imaginário do público (GHILARDI- LUCENA,

2012). O poder da mídia chega ao nível de extinguir a identidade corporal do indivíduo e encarcerando no único lugar em que não é admissível ser prisioneiro: dentro de si mesmas (CURY, 2005).

Repetidas vezes a mídia passa para sociedade que o bonito é ser magro. Para obter o padrão corporal que é imposto necessita de uma condição social elevada, porque para alcançar este modelo que se diz perfeito é necessário fazer academia, procedimentos estéticos, dieta e compra de cosméticos que são de alto valor. Contudo a composição de ser belo para mídia é construído por alto poder aquisitivo e corpos magros (GOMES; ARRAZOLA, 2016).

A sociedade moderna passou a se transformar em uma confecção de pessoas obsessivas e doentes. Modelos que impõem para a sociedade o padrão de beleza sendo seguidas por milhões de mulheres. A devoção ao corpo no padrão extremamente magro divulgado pela mídia constitui uma doença social comunitária que faz com que seja assassinada a autoestima e a autoimagem das mulheres (CURY, 2005).

A forma que a mídia transmite o culto ao corpo acaba fazendo com que vaidade seja uma característica positiva, com as recomendações de moda da atualidade nas peças publicitárias, capas de revista e fotografias (GHILARDI-LUCENA, 2012).

As adolescentes são bastante influenciadas, fazem uso constante de mídias sociais em busca de informações, são consumidoras assíduas de tendências, tudo em decorrência da insatisfação corporal (LIRA *et al.*, 2017).

Sabe-se que os adolescentes têm facilidade em aderir novas tecnologias, sendo que é uma geração nascida na era digital, uma geração que utiliza da mídia para respostas em seus descontentamentos. Sendo que as informações de modelos estéticos físicos que são considerados perfeitos impostos na sociedade, faz com que essas mensagens passadas incessantemente na mídia, induzam esses indivíduos a acreditar que aquele modelo é o correto, encontrando defeitos no seu corpo, e começa a desencadear insatisfação sobre sua imagem corporal. (LIRA *et al.*, 2017).

A influência que a mídia tem sobre as mulheres, induz a busca do corpo ideal por meio de dietas da moda e procedimentos estéticos invasivos, sendo capaz de ter uma melhora significativa da autoestima, mesmo passando por estes processos a sensação de insatisfação ligada a vontade de novas transformações corporais, na região modificada ou em outra parte do corpo que não agrada permanece no consciente. A mídia de várias maneiras passa mensagens relacionadas à beleza ideal, priorizando a moda, a estética, o consumo, desta maneira a beleza natural torna-se ofuscada, fazendo as mulheres desenvolverem o sentimento de insegurança com sua imagem corporal (GRACIANO; EMILIANO, 2015).

Algo que condiz aos meios de comunicação social é mostrar os modelos considerados perfeitos que são difíceis de ser alcançado, com intuito de induzir as pessoas a permanecerem com a ambição de chegar ao corpo ideal, e com processo repetitivo ficarem em busca dos modelos expostos incessantemente (ROWE *et al.*, 2011).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os aspectos apresentados foi possível evidenciar a influência da mídia com relação à construção da imagem corporal feminina, compreendendo um tema atual e de suma importância com um olhar mais holístico em torno da sociedade.

Desde os primórdios o corpo perfeito é considerado como um elemento crucial para a sociedade seja em sua finalidade como modo de trabalho ou modo de comunicação, com o passar dos anos o conceito de corpo perfeito veio sofrendo mudanças sobre influência da mídia.

Podemos falar que a mídia tem forte influência nas ações do indivíduo com relação ao seu corpo. As mulheres se sentem atraídas pelo que está na moda, o que é imposto como bonito na atualidade, chegando à condição de fugirem de suas realidades e caindo no "vício perturbador".

A mídia atua na sociedade sendo de modo despercebido ou de modo direto, impondo a todo tempo maneiras que o indivíduo deve seguir, seja no modo de se vestir, comer e agir, para auto aceitação, esses e outros comportamentos adotados para alcançar o corpo perfeito devem ser acompanhados pelos profissionais de saúde, passando orientações aos indivíduos sobre as consequências dessas ações. O limite do corpo deve ser respeitado, e a busca da "forma perfeita" também, pois utilizada de maneira errônea o consumo cultural da boa forma visando somente a estética poderá acarretar problemas de saúde, os profissionais devem conscientizar a população para adoção de práticas saudáveis de cuidados com o corpo.

## REFERÊNCIAS

- BATISTA, A. *et al.* Dimensão atitudinal da imagem corporal e comportamento alimentar em graduandos de educação física, nutrição e estética da cidade de Juiz de fora – MG. **Revista da Educação Física / UEM**. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-30832015000100069&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-30832015000100069&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 29 abr. 2019.
- COQUEIRO, R.S. *et al.* Insatisfação com a imagem corporal: avaliação comparativa da associação com estado nutricional em universitários. **Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul**. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rprs/v30n1/v30n1a09.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2018.
- CURY, A. **A ditadura da beleza e a revolução das mulheres**. São Paulo: Arqueiro, 2005.
- FROIS, E. *et al.* Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão. **Psicologia em Estudo**. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v16n1/a09v16n1.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2019.
- GHILARDI-LUCENA, M. I. **Gênero e Representações Sociais na Mídia: O Corpo Masculino**. Vitória da Conquista, Bahia, v. 1, n. 1, p. 88-97, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.uesb.br/index.php/redisco/article/viewFile/900/819>>. Acesso em: 10 nov. 2018.
- GRACIANO, L.L.; EMILIANO S. **A influência da mídia na imagem corporal feminina**. Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-30832015000100069&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-30832015000100069&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 05 mai. 2019.
- JESUS, J.T.; RESENDE, V.L. **A Televisão e sua influência como meio: uma breve historiografia**. História da Mídia Audiovisual e Visual. 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/a-televisao-e-sua-influencia-como-meio-uma-breve-historiografia>>. Acesso em: 12 mai. 2019.
- LIRA, A.G. *et al.* **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes**. J. Bras. Psiquiatr. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/jbpsiq/v66n3/0047-2085-jbpsiq-66-3-0164.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2019.

OLIVEIRA, L.L.; HUTZ, C.S. **Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo.** Psicologia em estudo. v.15, n.3, p. 575-582, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v15n3/v15n3a15.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2019.

PEREIRA, E.F. *et al.* Percepção da imagem corporal de crianças e adolescentes com diferentes níveis socioeconômicos na cidade de Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. **Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil.** 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1519-38292009000300004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-38292009000300004)>. Acesso em: 05 mai. 2019.

RENTZ, R.A. *et al.* Autoestima, imagem corporal e depressão de adolescentes em diferentes estados nutricionais. **Revista de salud pública.** 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.org.co/pdf/rsap/v19n1/0124-0064-rsap-19-01-00111.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

ROCHA, A.C. Social TV – Um Novo Paradigma para o Consumo de Mídia Televisiva no Brasil? **PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing.** 2014. Disponível em: <[http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Volumes/15/2\\_Social%20TV%20-%20Um%20Novo%20Paradigma%20para%20o%20Consumo%20de%20M%C3%A9dia%20Televisiva%20no%20Brasil.pdf](http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Volumes/15/2_Social%20TV%20-%20Um%20Novo%20Paradigma%20para%20o%20Consumo%20de%20M%C3%A9dia%20Televisiva%20no%20Brasil.pdf)>. Acesso em: 12 mai. 2019.

ROWE, J.F. *et al.* **Influência da mídia e satisfação com a imagem corpora em pessoas que realizaram cirurgia plástica.** Jornada Interestadual de Psicoterapias Corporais. 2011. Disponível em: <<http://www.centroreichiano.com.br/artigos/Anais-2011-SC/ROWE-Janaina-Influencia%20da%20midia.pdf>>. Acesso em: 05 mai. 2019.

SILVA, A.J.B. *et al.* Imagem corporal de praticantes de treinamento com pesos em academias de londrina, PR. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde.** 2010. Disponível em: <<http://rbafs.org.br/RBAFS/article/download/718/725/>>. Acesso em: 05 mai. 2019.

SIQUEIRA, D.C.O; FARIA,A.A. **Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas.** Comunicação, mídia e consumo são Paulo. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/download/95/96>>. Acesso em: 10 mai. 2019.

VIGARELLO, G. **Historia da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.



**ANEXO – FOLHA DE ACOMPANHAMENTO**

**YURI ISAAC BRITO BARROS**

**IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DO  
CORPO FEMININO**

Artigo científico apresentado à disciplina de TCC II, do curso de Enfermagem da Universidade Católica do Salvador, como parte dos requisitos para aquisição do título de Bacharel em Enfermagem.

Linha de pesquisa: Saúde da Mulher

**DATA DA APROVAÇÃO:**

05/06/2019

Flávia Prazeres Reis

Universidade Católica do Salvador  
Orientador (a) Prof.<sup>a</sup> Flávia Prazeres Reis

Davi da Silva Nascimento

Prof. Davi da Silva Nascimento  
Universidade Católica do Salvador  
Avaliador (a)

Juciene Martins dos Santos

Prof.<sup>a</sup> Juciene Martins dos Santos  
Universidade Católica do Salvador  
Avaliador (a)

Salvador, BA

2019