

MADELEINE PIANA DE MIRANDA QUEIROZ

**CORPO DE VÊNUS:  
MEDIAÇÕES SOCIAIS FORMATIVAS  
DOS VALORES ESTÉTICOS CORPORAIS  
EM ADOLESCENTES DO SEXO FEMININO  
NA CONTEMPORANEIDADE**

FACULDADE DE EDUCAÇÃO / UFMG

BELO HORIZONTE, 2004

MADELEINE PIANA DE MIRANDA QUEIROZ

**CORPO DE VÊNUS: MEDIAÇÕES SOCIAIS FORMATIVAS DOS  
VALORES ESTÉTICOS CORPORAIS EM ADOLESCENTES  
DO SEXO FEMININO NA CONTEMPORANEIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos exigidos para obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientadora: Isabel Cristina Alves da Silva Frade

Belo Horizonte

FAE/UFMG

2004

**Universidade Federal de Minas Gerais - Faculdade de Educação**  
**Programa de Pós-Graduação em Educação**

Dissertação intitulada “Corpo de Vênus: Mediações sociais formativas dos valores estéticos corporais em adolescentes do sexo feminino na contemporaneidade”, de autoria da mestrande Madeleine Piana de Miranda Queiroz, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores(as)

---

Professora Doutora Isabel Cristina Alves da Silva Frade - Faculdade de Educação/UFMG – (Orientadora da pesquisa)

---

Professora Doutora Maria Aparecida de Moura- Escola da Ciência da informação/UFMG

---

Professora Doutora Aparecida Paiva - Faculdade de Educação/UFMG

---

Professor Doutor Tarcísio Mauro Vago - Escola de Educação Física/UFMG (Suplente)

---

Professora Doutora Alcenir Soares dos Reis - Escola da Ciência da Informação/UFMG (Suplente)

---

Luciano Mendes Faria Filho - Coordenador do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Educação/UFMG

Belo Horizonte, 01 de dezembro de 2004.

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho à vida, aos meus pais, ao meu filho Vítor, ao meu marido Exzolvildres e às pessoas que significativamente cruzaram minha existência, possibilitando, ao longo de minha jornada, construir, pelas múltiplas experiências e interações, um olhar investigativo desta temática interdisciplinar.

## AGRADECIMENTOS GERAIS

Agradeço a todos que acreditaram e incentivaram os meus constantes movimentos investigativos de pesquisa, acreditando em meu trabalho. Seguramente cometerei injustiças ao nominar algumas pessoas, esquecendo-me pelo menos no momento que escrevo, de outras, mas sinto-me compelida a fazê-lo, pelos auxílios significativos que todas elas me deram no processo de pesquisa.

Ao grupo de adolescentes que participaram do processo investigativo através de suas histórias e tornaram possível a construção de algumas inferências e contribuições reflexivas para o campo da educação. À instituição escolar que autorizou o trabalho de pesquisa dentro de seu estabelecimento.

Aos meus pais, em especial a minha mãe, sempre presente e solícita em todas as situações. Ao meu marido Exzolvildres, que me incentivou constantemente a prosseguir nos estudos e que, com seu exercício de paciência, sempre se mostrou disposto a ouvir minhas idéias e produções textuais, propiciando tempos e espaços para que eu pudesse realizar a escrita do trabalho. Ao meu filho Vitor, que durante a escrita desta dissertação me acompanhou de forma extremamente próxima, ou seja, em meu ventre, e após o nascimento, em meio a mamadas, choros e sorrisos.

Aos meus professores(as) do programa de pós-graduação, que, desde o início da minha caminhada, com carinho e conhecimento, orientaram-me com observações pertinentes e enriquecedoras. Em especial à professora Marildes, que, com seu “jeitinho” doce e acessível, contribuiu com trocas de idéias, buscando entender os

meus anseios temáticos sempre com uma palavra a acrescentar. E a todos os(as) professores(as) que verdadeiramente me incentivaram e contribuíram no percurso de meu trabalho.

Aos meus colegas de curso, que ouviram atenciosamente e contribuíram com comentários relevantes à temática.

Agradeço com carinho e admiração sobretudo à minha orientadora Isabel Cristina Frade, que, possibilitou através de seu trabalho sério, responsável, competente e de sua confiança em mim e na pesquisa, dando-me autonomia de expressão para a concretização desta investigação científica, permitiu-me utilizar elementos fundantes ao ato de pesquisar, quais sejam: flexibilidade, ousadia e criatividade.

Enfim, a todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização deste trabalho.

Madeleine Piana de Miranda Queiroz.

“O corpo não é apenas uma constituição física é um sistema de ação, um modo de práxis e sua imersão prática nas interações da vida cotidiana é uma parte essencial da manutenção de um sentido coerente de auto-identidade”.

(Giddens, 2002, p.95)



## RESUMO

A linguagem imagética e discursiva, sobre os valores estéticos corporais femininos, difunde-se de forma imperativa nos meios de comunicação de massa, através de incessantes discursos de persuasão e sedução, na sociedade contemporânea. A mídia é hoje um mediador social importante como referencial do ético e do estético. Contudo, outros mediadores sociais, incorporados ao cotidiano dos sujeitos, se revelam significativos no processo de formação da auto-imagem e na concepção icônica de beleza. O objeto de estudo desta pesquisa é a estética, mais precisamente, os valores estéticos corporais, construídos pelas múltiplas reverberações discursivas das mediações sociais no contexto atual. O objetivo do trabalho é suscitar reflexões sobre a importância dos atuais mediadores sociais, no processo pedagógico da construção da subjetividade e da identidade, frente aos valores estéticos corpóreos instituídos socialmente. Escolheu-se uma abordagem predominantemente qualitativa, entretanto, dimensões quantitativas também foram levantadas e inseridas, no intuito de ampliar e enriquecer as possibilidades de leitura interpretativa dos dados coletados. Os sujeitos investigados são adolescentes do sexo feminino, na faixa etária de 16 a 20 anos, estudantes do ensino médio de uma escola pública estadual, na região central de Belo Horizonte. A amostragem inicial foi de 40 sujeitos, e houve uma verticalização para 8, ao final do processo investigativo. O instrumento de pesquisa inicial constou de um questionário piloto que, balizou posteriormente os demais instrumentos utilizados, sendo eles: questionário

semi-estruturado, produções de desenhos da imagem de beleza ideal e da auto-imagem e aprofundamento dos dados através da realização de um grupo focal. A pesquisa organizou a análise em alguns quadros de referências norteadores: a construção sócio-histórica de beleza, as categorias estéticas apontadas pelos sujeitos e as mediações sociais. Buscamos nos campos do conhecimento predominantemente da sociologia e da comunicação social, centelhas elucidativas, para fundamentar a problemática em questão. Entretanto, suportes teóricos da psicologia social e sócio-biologia também foram explorados, pois, refletir sobre a corporeidade requer uma abordagem multidisciplinar. Os dados analisados e interpretados, sinalizam uma recorrência e homogeneidade dos padrões e categorias estéticas, no referencial de beleza feminina, apesar de, na atualidade, ser proclamado o discurso da diversidade. A eleição das categorias estéticas femininas, peso, cabelo, moda, pele (etnia), sinalizadas pelos sujeitos como relevantes, vincula-se à conotação de sedução e sexualidade. Os mediadores sociais significativos no processo formativo dos valores estéticos corporais, apontados pelos sujeitos, recaem na família, nos(as) amigos(as) e na mídia televisiva, com a destacada importância do gênero novela. O discurso mediador familiar, foi apontado como relevante na formação da auto-imagem do sujeito, enquanto, a mídia televisiva aparece como mediador importante nas concepções das imagens corporais femininas idealizadas. Estas são conclusões pontuais, mas não dicotômicas, pois há um limiar tênue de transitoriedade, dos mediadores sociais na formação dessas imagens corporais. Os grupos de convivência – amigos(as) como os demais mediadores sociais passeiam nesse limiar. Apesar de haver esta distinção dos mediadores sociais, na formação da auto-imagem e da imagem corporal idealizada, os

dados avultam o valor e o fluxo pedagógico dinâmico e articulado dos mediadores sociais, na formação dos valores estéticos corporais femininos. Há um processo de hibridização e apropriação discursiva, por parte dos sujeitos, na formação dos valores estéticos corporais. Esta síntese discursiva, ressoa de forma significativa na construção da identidade e subjetividade dos sujeitos, através das múltiplas ressignificações que eles próprios, os sujeitos, atribuem aos discursos, nas suas práticas sociais e na sua realidade cotidiana.

Palavras-chave: 1. Adolescentes – 2. mediações sociais: (família/ mídia/ amigos(as)/ grupos de convivência) – 3. estética – 4. corpo

## **ABSTRACT**

The image-driven and discursive language concerning the esthetic values of women's bodies is widely diffused in a forceful, commanding way within the medium of mass communication in contemporary society, through incessant messages aimed at persuasion and seduction. Today, the media is an important social mediator as a reference point of ethics and esthetics. Nevertheless, other important social mediators that are equally incorporated in our daily lives have also proven to be significant in the process of the formation of self-esteem and in the conception iconic of beauty. The object of study of this research is esthetics, or more precisely, esthetic body values, assembled by multiple discursive reverberations from social mediation in the current context. The purpose of this work is to stimulate reflections on the importance of the current social mediators in the pedagogical process of the construction of subjectivity and identity in relation to the corporal esthetic values that have been socially established. A qualitative approach to this topic was chosen and the subjects investigated are adolescent females between the ages of 16 and 20 years of age who attend a public urban high school in Belo Horizonte. The initial sample consisted of 40 subjects and there was a verticalization to 8 at the end of the investigative process. The initial research instrument consisted of a pilot questionnaire that later delimited the other instruments that were used, such as: a semi-structured questionnaire, production of drawings portraying images of ideal beauty and of self-image, and a deep analysis of the data through the performance of a focus group. The research organized the analysis into several orienting reference groups: the socio-historical construction of

beauty, the esthetic categories selected by the subjects, and social intervention. We present, however, some qualitative data with the intention of enlarging the possibilities of interpretative readings. We investigated several fields of knowledge, predominantly in sociology and social communication, for elucidative inspiration on which to base the problematic in question. Meanwhile, theoretical support from social psychology and sociobiology was also explored given that reflecting upon corporality requires a multidisciplinary approach. The analyzed and interpreted data signaled a recurrence and homogeneity of esthetic patterns and categories in the reference point of present-day female beauty, despite declarations proclaiming diversity. The choice of esthetic female beauty, weight, hair, fashion, and skin (ethnic) made by the subjects as being relevant are linked to the connotation of seduction and sexuality. The significant social mediators in the formative process of esthetic body values cited by the subjects revert back to family, friends, and the television medium, with special emphasis on soap operas. Family mediator discourse was identified by the subjects as important in the formation of self-image, where as television media appear as an important mediator in the conception of idealized female body images. These are precise conclusions, but not dichotomous, as there is a tenuous threshold of transience concerning the social mediators in the formation of the body images. Social groups – friends as the other social mediators – cross this threshold. Despite there being this distinction of social mediators in the formation of self-image and idealized body image, the data magnify the value and dynamic, articulated pedagogical flux from the social mediators in the formation of the esthetic values of women's bodies through a hybrid discursive appropriation on the part of the subjects. This discursive synthesis resounds

significantly in the construction of the identity and subjectivity of the subjects through the multiple resignifications that they themselves attribute to these discourses in their social interactions and daily reality.

Key-words: 1. Adolescents 2. social mediations: (family/media/friends/social groups) 3. esthetics 4. body

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Um ponto de partida - Aproximações com outras pesquisas</b>	<b>28</b>
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Construções metodológicas: Descrição do percurso de pesquisa</b>	<b>39</b>
O universo espacial investigado: a localização dos sujeitos.....	40
Os sujeitos da pesquisa	40
Descrições metodológicas gerais	43
<b>Capítulo 3</b>	
<b>O mito de Vênus: Fundamentações teóricas e considerações sócio-históricas e culturais sobre a beleza corporal feminina</b>	<b>53</b>
"Corpo de Vênus" na Grécia clássica.....	57
"Corpo de Vênus" na Renascença	60
"Corpo de Vênus" na contemporaneidade	63
O corpo e a mulher: Cultura, representações sociais, identidades e socializações.	66
<b>Capítulo 4</b>	
<b>Os sujeitos entre sua auto-imagem real e imagem ideal da estética corporal</b>	<b>80</b>
Análises sócio-econômicas e culturais dos sujeitos investigados	80
<b>Sobre as categorias estéticas corporais</b>	<b>88</b>
Peso corporal	94
Cabelos	111
Pele - etnia	118
Moda (vestuário) e postura corporal	125
<b>Capítulo 5</b>	
<b>Mediações sociais formadoras da imagem corporal de beleza</b>	<b>131</b>
Discursos e cadeias formativas dos valores estéticos corporais feminino.....	144
Mídia	145
Família	158
Amigos(as) ou grupos de convivência.	168
<b>Reflexões conclusivas: a complexidade discursiva dos mediadores sociais e novos horizontes de pesquisa</b>	<b>173</b>
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>185</b>

<b>Anexos.....</b>	<b>19</b>
	<b>1</b>

Erro! Indicador não definido.

## **INTRODUÇÃO**

“Aos que desprezam o corpo quero dizer minha opinião. O que devem fazer não é mudar de preceito, mas simplesmente despedirem-se de seu próprio corpo e, por conseguinte, ficarem mudos”.

(Nietzsche, *Assim falava Zaratustra*)

O objeto de estudo deste trabalho são os valores estéticos corporais e o foco de pesquisa centra-se na formação dos valores estéticos corporais em adolescentes do sexo feminino, mediados socialmente.

Desde os primórdios da humanidade as sociedades têm imprimido nos corpos femininos suas marcas culturais, e o estudo da estética do corpo como instrumento de significados e construções sociais abre um vasto universo investigativo sócio-histórico, cultural e econômico. Assim, o presente trabalho focaliza como objetivo central à formação mediada socialmente, dos valores estéticos corporais femininos em adolescentes.

Várias são as formas discursivas que delineiam ideais estéticos corporais em nosso imaginário, do verbal ao não verbal. As impressões imagéticas estéticas nos são reveladas por diferentes meios e linguagens, sendo a expressão artística uma dessas ricas fontes de comunicação dos valores estéticos em diferentes momentos históricos. As artes plásticas representavam de forma soberana, um recurso de linguagem de



grande ressonância cultural, quando ainda não existiam os meios de comunicação de massa. Com o advento dessas novas formas de linguagens, o brilho das artes plásticas dissipa-se, no que se refere à representação de valores estéticos corporais femininos, e a comunicação de massa estabelece-se como uma nova forma de expressão artística. Há uma voz recorrente de que a mídia assume de forma imperativa os processos pedagógicos antes delegados às artes plásticas, em especial, a formação de padrões estéticos corporais. Com o advento das novas tecnologias, as mediações sociais se ampliaram em espaços e tempos diversos na impressão de códigos estéticos sobre os corpos femininos. No entanto as mediações não são dissociadas, elas dialogam entre si e formam redes de significações e ressignificações.

E quais seriam ,na sociedade atual, as mediações sociais mais significativas para a formação dos valores estéticos e, em especial, o corporal? Quais as categorias estéticas corporais mais valorizadas e desvalorizadas pelos sujeitos?

A linguagem imagética e discursiva da mídia desenha e esculpe no imaginário feminino estereótipos da imagem do que é ter um corpo nos padrões ideais de beleza, difundida de forma imperativa e hegemônica nos meios de comunicação de massa e, muitas vezes, reverberadas em nossas interações interpessoais cotidianas. Tais ideais sofrem mutações sociais e históricas à *mercê* dos interesses econômicos e políticos, moldando e delineando os corpos em um estado de encarceramento com características compulsórias padronizadas. A natureza, esteta em essência, esculpe os corpos de formas diferenciadas, pois há um processo adaptativo-evolutivo, lei que a rege e conduz a esculpir corpos plenos de diversidade. Na natureza, a diversidade promove condições favoráveis para a perpetuação das espécies, enquanto a cultura

constrói modelos de beleza corporal, nos quais os sujeitos devem ajustar seus corpos muitas vezes de forma anti-natural e patológica para que possam se sentir integrados e inseridos socialmente.

Mesmo na natureza há padrões estéticos recorrentes considerados como desejáveis ao corpo feminino que sinalizam condições favoráveis à procriação da espécie, como a categoria de simetria. Muitos desses padrões são apropriados mas também desconstruídos pelo cultural. Nem todas as mulheres possuem um corpo simétrico e outras condições corporais valorizados socialmente e são muitas que não possuem tal perfil corporal idealizado e que pela própria variabilidade da natureza que traça biótipos diferentes aos sujeitos, sentem-se alijadas de uma plena integração social. Na busca dessa inserção aos imperativos corporais muitas mulheres, de formas inadequadas se lançam em ações e estratégias cotidianas obsessivas e insalubres, através do suplício de seus corpos atingir as metas dos padrões estéticos corporais impostos socialmente como ideais.

Nesse vasto espectro do discurso social, da linguagem verbal à não verbal, do artístico ao cotidiano, do profano ao sagrado, voltado para a disseminação do desejo construído de se ter um corpo esculpido dentro dos padrões sociais, múltiplos enunciados contribuem para a formação dessas predileções. Esses enunciados atingem, em grande escala, adolescentes do sexo feminino (adolescentes do gênero masculino também têm sofrido, na atualidade, pressões sociais e culturais de “ajustamento” estético-corporal). As adolescentes, envolvidas no processo natural de transformação de seus corpos, buscam, através da imagem corporal, expressar, afirmar e reafirmar sua identidade, propiciando a construção da sua subjetividade. Como nem

todas as adolescentes se enquadram nos padrões de beleza estabelecidos e socialmente aceitos, posturas como a de não-aceitação e de baixa auto-estima se manifestam, pois é neste período que precisam ser aceitas no mundo valorizado pelos adultos, mundo este, em que a imagem tem um valor exacerbado. A imagem está diretamente vinculada à aceitação ou não-aceitação social, também estabelecida em uma lógica perversa de mercado.

Ecoa do senso comum que a mídia, principalmente a televisiva, com os seus incessantes discursos de persuasão e sedução, incorpora o estigma de “apocalíptica”, parafraseando Umberto Eco, em relação à construção e desconstrução de valores na sociedade contemporânea, principalmente no que se refere à imagem do corpo feminino. Contudo, através das pesquisas sobre a linguagem e a teoria da comunicação a partir da segunda metade do século XX, comprovou-se que os sujeitos não são apenas meros receptores das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação. Não há um inerte assujeitamento, mas sim processos dialéticos contínuos no âmbito da linguagem. O que nos leva ao questionamento que norteou a pesquisa: Como as múltiplas mediações sociais contribuem na formação dos valores estéticos corporais em adolescentes do sexo feminino? Essa pergunta tece uma filigrana de possibilidades enunciativas que norteou este trabalho investigativo.

Este trabalho teve como hipótese inicial o pressuposto de que a imagem corporal é uma construção dialética dos sujeitos com as múltiplas mediações sociais do meio no qual se inserem. No entanto considera-se que os valores estéticos mediados pela família têm um peso relevante na formação da auto-imagem e da imagem corporal ideal representada pelas adolescentes. Não estamos com isto dizendo que as famílias

não sofrem também ressonâncias da mídia ou de qualquer outra mediação social, mas que apesar da massificação e pasteurização na mídia das informações sobre essa temática, há mediações significativas familiares no processo de recepção dos sujeitos alicerçada nas vivências e práticas subjetivadas do cotidiano familiar.

A temática estética nos conduz a amplos horizontes de pesquisa, contudo, neste trabalho, tomamos como foco verticalizado de estudo as mediações sociais que contribuem para a formação dos valores estéticos de beleza em adolescentes do sexo feminino, tendo como balizador e parâmetro de análise o discurso dos próprios sujeitos inseridos em um dado contexto sócio-econômico-cultural.

O trabalho teve como objetivo geral analisar como as mediações sociais contribuem para a formação dos valores estéticos corporais em adolescentes do sexo feminino. O desdobramento, a partir do objetivo geral, visou sinalizar as categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas pelas instâncias mediadoras e pelos sujeitos. As consonâncias e as dissonâncias dessas categorias possibilitaram observar as reverberações dos mediadores sociais na formação da imagem corporal ideal e da auto-imagem, representações imagéticas contribuintes dos processos de identidade e subjetividade.

Para Piletti (1997,p.14), “nossos desejos e preferências influenciam nossas observações e percepções”, e foi nessa lógica que este trabalho foi produzido. A escolha do objeto de pesquisa valores estéticos corporais delineou-se na minha trajetória de vida pessoal e acadêmica e encontra-se presente, solidificado e fundamentado na estruturação e construção deste trabalho de mestrado. Desde o início da minha formação acadêmica, o corpo, compreendido como uma construção

cultural valorativa, configura-se como um objeto de interesse. Busquei como opção profissional, na década de 80, trabalhar com o corpo, ao ingressar no curso de Educação Física da UFMG. Contudo, infelizmente neste período, o currículo ainda contemplava, mais enfaticamente, o corpo em uma dimensão mais orgânico-academicista, na qual o corpo não é pensado integralmente contextualizado as dimensões sócio-históricas e culturais. Pensamentos e trabalhos mais humanistas e culturais começavam ainda a despontar neste campo do conhecimento. Esses novos paradigmas de reflexões foram bem acolhidos por muitos dos profissionais da área da Educação Física, tendo como consequência direta dessa nova linha de pensamento alterações no currículo do curso de Educação Física da supramencionada instituição de ensino e mudanças de paradigmas nos trabalhos e reflexões sobre o corpo.

É pelo interesse que o conhecimento é produzido, e o meu recaía sobre a formação dos valores estéticos femininos, interesse este que não se esgotou no curso de Educação Física. Outros enfoques e áreas do conhecimento foram percorridos para a compreensão dos fatores que constroem a imagem de beleza feminina, encaminhando-me ao curso de graduação em Artes Plásticas, na Escola Guignard, unidade da Universidade Estadual de Minas Gerais, na década de 90. Nesse percurso, pude compreender melhor a dimensão histórica e cultural da beleza corporal feminina, principalmente pelas representações artísticas da mulher por diferentes artistas, no decorrer dos tempos e espaços.

Ainda não satisfeita com esses enfoques de conhecimentos específicos, em 1998, lancei-me a uma nova investida acadêmica, a fim de buscar uma visão mais generalista da formação educativa, o curso de Pedagogia na UEMG. Pude, então,

perceber, através de um currículo generalista, a importância das mediações sociais na formação educativa dos sujeitos. A partir desse emaranhado de informações pedagógicas, imbricadas às estéticas do curso de Arte Educação e aos novos paradigmas de Educação Física, indagações inquietantes foram sendo moldadas. Essa inquietação me levou a ingressar no mestrado de educação com o objetivo de, através de uma investigação científica sistematizada, encontrar algumas respostas para muitas perguntas.

Mas vale fazermos a indagação: por que e para que realizar pesquisa com esta temática em um mestrado de educação? Compreendemos que os processos educativos abarcam amplos horizontes, sendo a formação dos valores estéticos um deles. Pensar, a partir de uma vertente investigativa, sobre quais mediações sociais contribuem para esses processos, auxilia a compreensão de procedimentos múltiplos que utilizam a estética como referencial pedagógico. Na sociedade atual, a beleza e a imagem constituem categorias expressivas de valor que orientam muitas de nossas práticas cotidianas.

O discurso formador sobre beleza corporal ideal feminina em nosso cotidiano se apresenta sem sujeito em muitas de nossas discussões, ou quando o tem, se fundamenta no senso comum, que se refere à mídia como formadora imperiosa desses valores. A formação dos valores estéticos corporais é referenciada também de forma ampla, sem concretude e materialização, ou seja, como um discurso formador etéreo onde todos e ninguém são mediadores sociais referenciais. Dizem, falam, comentam que a beleza ideal feminina deve ter determinados padrões. Mas quem diz? Onde se diz? E para que e para quem se diz? E por que se diz? Todas essas interrogações

conduzem-nos a buscar respostas, que esclareçam, de forma menos imprecisa do que a emitida pelas vozes correntes do senso comum, quais são os discursos mediadores sociais mais significativos na formação da imagem de beleza corporal ideal feminina.

Não é pretensão deste trabalho de pesquisa responder e esgotar a temática, mas sim fomentar discussões sobre as múltiplas instâncias educativas sociais, sobretudo no que concerne aos valores estéticos e especificamente aos valores estéticos corporais.

Este trabalho objetiva também, contribuir no repensar dos processos formativos culturais do corpo de forma mais ampla, para além da área de exclusividade da Educação Física, pois muitos dos trabalhos de pós-graduação até então realizados, se atêm a essa área do conhecimento. Compreender o corpo como uma rede de significados e re-significados sociais e culturais possibilita ampliar a compreensão da complexidade dos processos educativos, enriquecendo as estratégias didático-pedagógicas, quer seja nas instâncias educativas formais (escola); informais (família, grupos de convivência) e não formais (meios de comunicação de massa).

O universo investigativo é o período da adolescência, por ser esta uma fase de transformação de um corpo infantil num corpo que apresenta características mais evidenciadas de maturidade sexual. E por apresentar o afloramento da sexualidade, é também nessa fase que se aguça o olhar e multiplicam-se as exigências do adolescente aos padrões estéticos corporais. É uma fase de elaboração e reelaboração das mediações sociais vivenciadas pelos sujeitos sobre aspectos corporais valorizados culturalmente. Pela necessidade de pertencimento, de inclusão

social no universo feminino socialmente valorizado, as mediações sociais tornam-se referenciais formativos balizadores na construção valorativa do belo.

Na maioria das vezes, na cultura contemporânea, a mediação social midiática é referendada como imperativo responsável pela formação de um estereótipo de beleza ideal. Contudo cabe uma investigação mais aprofundada para que possamos compreender a dinâmica das mediações que contribuem na formação dos valores estéticos culturais corporais. Cabem, também, indagações sobre como e sobre quais suportes midiáticos, gêneros e grupos sociais contribuem de forma significativa na formação dos valores estéticos corporais em adolescentes. Dessa forma, objetivou-se, em um primeiro momento, fazer um levantamento exploratório dessas mediações sociais significativas na formação da imagem de beleza corporal ideal e de como essas mediações ressoam na formação educativa desses sujeitos.

A partir do questionário piloto exploratório evidenciam-se, de forma mais significativa, três mediadores sociais: a família, a mídia e os(as) amigos(as). Na esfera midiática, a televisão se apresentou como o mediador social mais relevante, e é por isso que, no decorrer do trabalho, utilizamos a televisão de forma pontual na produção de questionários e direcionamentos nas abordagens metodológicas.

Tem-se como pressuposto que, nas sociedades complexas, o espectro educativo pulveriza-se através das mediações dos múltiplos processos educativos. Os processos pedagógicos de construção do conceito do estético, do belo e não-belo resultam das interações desses múltiplos mediadores. Outro aspecto importante para o qual as mediações contribuem é a formação da imagem ideal, que incidirá indelevelmente na auto-imagem do sujeito e por conseguinte em sua auto-estima e nos



processos pessoais e sociais decorrentes do autoconceito. As identificações e as particularidades produzidas pela subjetividade decorrem dessas incorporações e ressignificações produzidas pelos sujeitos, através de um processo ativo.

Hoje, as teorias educativas têm como eixo central despertar nos sujeitos à autonomia e emancipação, tendo como elemento estrutural para atingir esse estado o espírito crítico. Isto nos leva a refletir sobre a construção de um referencial ideal de beleza, os discursos veiculados e os interesses que estão mascarados nessas idealizações estereotipadas, que atuam na construção da autonomia ou heteronomia, no turvamento ou discernimento dos atores sociais. O corpo não pode ser compreendido apenas a partir de uma abordagem mercadológica: o corpo é identidade e expressão de subjetividade, sendo estes fatores constituintes dos sujeitos e permeados de interferências de seus contextos sociais. Para pensar sobre o corpo nessa dimensão, é necessário refletir sobre os princípios conceituais da formação educativa e sobre os processos de que lançam mão os indivíduos a fim de se tornarem sujeitos sociais através de processos de identificação. A compreensão da educação de uma forma ampla e geral e a expressão do corpo como produtor e reproduzidor de significados é um eixo norteador deste trabalho.

A delimitação do campo do conhecimento e conceitos, pela própria dimensão multidisciplinar da temática, nos fez enveredar por várias esferas do conhecimento, a fim de obtermos fundamentações teóricas e conceituais pertinentes. O corpo teórico do trabalho teceu suas fundamentações teóricas predominantemente no diálogo com a Sociologia e a Comunicação Social. Dialogamos com o trabalho produzido pelos

sociólogos Berger e Luckmann (1985), na obra *A construção social da Realidade*, e alguns de seus conceitos como socialização primária e secundária. Na área da comunicação social trabalhamos com a obra *A mídia e a modernidade* (1998) e *Ideologia e cultura Moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa* (1995), do inglês John B. Thompson. Algumas fundamentações conceituais se baseiam em reflexões da Filosofia, como estética e beleza, e da Psicologia, através dos conceitos de auto-imagem e imagem corporal, a partir da obra *A imagem do corpo: as energias construtivas da Psique*, de Paul Schilder (1994) e do trabalho da autora Nancy Eticoff (1999), em sua obra *A lei do mais belo: A ciência da Beleza*, na qual faz investigações articuladas da biologia e da cultura.

No decorrer do trabalho fazemos menções a vários outros intelectuais de grande densidade teórica, contudo, não temos a intenção, nem a pretensão de aprofundamento sobre suas teorias. Os mencionamos por termos tido contato com eles e consideramos importante fazermos, nem que sejam rápidas, curtas e superficiais, menções sobre suas reflexões.

Através desses múltiplos alicerces teóricos e vivenciais, o problema chave desta investigação enuncia-se no questionamento: como os mediadores sociais formativos dos valores estéticos e as suas categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas ressoam no processo formativo da auto-imagem e da imagem ideal em adolescentes do sexo feminino? Este questionamento se desmembra em enfoques mais verticalizados e precisos como:

- Quais as mediações sociais mais significativas na formação dos valores estéticos corporais em adolescentes do sexo feminino?

- Quais as categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas por essas mediações sociais?

- Como adolescentes do sexo feminino formam a auto-imagem e a imagem corporal ideal, frente às múltiplas informações produzidas pela sociedade atual no que concerne à beleza corporal?

Na busca da elucidação destes amplos questionamentos, assim como na obtenção dos referenciais teóricos interdisciplinares, utilizamos múltiplos instrumentos metodológicos. Articular as fundamentações teóricas e as análises dos dados obtidos desta ampla temática configurou-se um desafio, o qual enfrentamos através de uma panorâmica sistematização organizacional dos dados analisados.

De maneira geral, as apresentações dos dados coletados pelos instrumentos metodológicos e as análises são dispostas conjuntamente às fundamentações teóricas. Optamos por fazer desta forma, por ter sido a coleta dos dados orientada e objetivada em um processo contínuo e articulado de informações, e pela necessidade de articularmos teoria e prática empírica. Utilizamos alguns dados referentes aos fragmentos de relatos do grupo focal, os resultados de percentuais fornecidos pelo questionário semi-estruturado e as imagens produzidas pelos sujeitos investigados, que favoreceram a interpretação dos dados de forma mais ampla. Alguns instrumentos metodológicos abordaram de forma mais incisiva algumas das dimensões investigativas. Desta forma, consideramos pertinente articular a apresentação dos dados coletados para que as análises fossem mais consistentes.

O trabalho foi estruturado em 5 capítulos que se dispõem na seguinte configuração:

No capítulo 1, através de uma breve revisão, mencionamos algumas outras pesquisas cujas temáticas se aproximam às deste trabalho. No capítulo 2, discutimos a metodologia e os instrumentos de coleta de dados utilizados.

Apresentamos, no capítulo 3 referenciais e alguns conceitos teóricos, assim como um conjunto de obras com as quais o trabalho dialoga. O primeiro tópico do capítulo se refere aos conceitos sócio-históricos de beleza e analisa momentos distintos da história: Grécia, Renascença e da atualidade, por serem momentos históricos que evidenciam quadros de referências relativas à construção de normas imagéticas e estéticas que repercutem nos padrões de beleza do corpo na contemporaneidade. Sabemos, no entanto, que em todos os momentos da história da humanidade existiram manifestações culturais de valorização do belo e do corpo a partir de padrões sagrados e/ou profanos. No segundo tópico do mesmo capítulo, traçamos algumas considerações sobre cultura, representações sociais, identidades e socializações relacionadas ao corpo da mulher.

No capítulo 4, fazemos referências mais aprofundadas sobre a construção dos perfis da auto-imagem e da imagem ideal dos sujeitos e algumas correlações ao nível sócio-econômico e cultural. Por fim, articulamos os referenciais teóricos que orientam o trabalho à análise dos dados sobre as categorias estéticas sinalizadas pelos sujeitos, tecendo reflexões interpretativas. No capítulo 5, apresentamos os principais mediadores sociais formativos dos valores estéticos, apontados pelas adolescentes. Após tessituras teóricas sobre esses mediadores, articulamos diálogos analíticos com

os dados coletados, traçando algumas considerações finais. Com o objetivo de articular de forma mais consistente as informações e dados, fornecidos pelos capítulos anteriores, optamos por abordar de forma mais incisiva e pontual os mediadores sociais somente no último capítulo, apesar de haver menções freqüentes, mas diluídas sobre eles no decorrer do trabalho.

Finalmente, expomos algumas reflexões conclusivas do trabalho, discorrendo sobre a complexidade da investigação dos mediadores sociais, sinalizando também novos horizontes de pesquisas. Os anexos apresentados ao final se referem aos procedimentos metodológicos utilizados na coleta de dados, e a diversidade de referências bibliográficas reflete a interdisciplinaridade requerida pela proposta temática.

## Capítulo 1

### Um ponto de partida - Aproximações com outras pesquisas

Dizem às vezes que a beleza é completamente superficial. Talvez. Menos superficial, em todo caso, do que o pensamento. Para mim, a beleza é a maravilha das maravilhas. Só os espíritos levianos não julgam pelas aparências. O verdadeiro mistério do mundo é o visível, e não o invisível.

(Oscar Wilde, *O retrato de Dorian Gray*)

Ao fazer alguns levantamentos das pesquisas realizadas sobre a temática, observamos que a maioria dos estudos realizados em pós-graduação tendo como tema o corpo, a estética e a beleza se encontram na área de conhecimento da educação física, como já mencionamos. Isto revela a fragmentação dos campos do conhecimento como se a dimensão estética do corpo pertencesse exclusivamente à área de investigação da cultura física. Evidencia-se, também, a falta de compreensão plena da capacidade que têm as conexões interativas dos campos do conhecimento para ampliar as investigações e explicações dos fenômenos físicos imbricados nas diversas áreas da pesquisa acadêmica. Hoje, a importância ao valor dos estudos do estético e seus reflexos na formação de sujeitos sociais se amplia, por se compreender que educar abarca um complexo de forças e processos, muitas vezes sutis e refinados que precisam se desvelados.

A estética do corpo é um assunto de interesse e projeção explorada pelos diversos suportes midiáticos na sociedade contemporânea. Esses suportes divulgam e exploram o valor do atributo estético, em contrapartida, evidenciam alguns excessos atitudinais, cometidos principalmente pelas mulheres na busca do ideal corporal. As

mulheres parecem mais suscetíveis à busca da beleza e da eterna juventude, em função das exigências sociais impostas de forma mais exacerbada a elas,entretanto, os homens atualmente estão sofrendo cada vez mais essa pressão social. Dados que nos indicam essas circunstâncias, são as constantes reportagens e publicações veiculadas pela mídia como evidencia a reportagem de capa da revista “Época” de outubro de 2004 com o título “Limites da vaidade”. A reportagem sinaliza que “cada vez mais homens e mulheres estão dispostos a quase tudo em nome da beleza, sacrificando até a própria saúde[...] o que fazer para não cair nesta armadilha?[...] e mais: pesquisa mostra que só 7% das brasileiras se consideram bonitas” e são as mulheres brasileiras entre as outras dos dez países pesquisados, países desenvolvidos e em desenvolvimento, as que mais se preocupam em ter melhor aparência, bem como são elas as que mais sonham em fazer plástica,segundo a pesquisa desenvolvida por Suzy Orbach, da London School of Economics e Nancy Eticoff, de Harvard, com mulheres entre 18 a 64 anos, encomendada pela Dove/Unilever. O trabalho produzido por Eticoff é utilizado nesta pesquisa como suporte e referencial teórico , como já citado. Apoiada neste estudo, a empresa Dove, lança a campanha publicitária “pela real beleza”, cujos anúncios convidam a mulher a refletir sobre os padrões de beleza estabelecidos atualmente. A revista “Vida Simples” de agosto de 2004 também traz em sua capa a reportagem “Descubra sua beleza” e enfatiza que “todo mundo quer ser bonito”. A matéria faz referências a estudos realizados na busca da compreensão do padrão belo e menciona além dos fatores históricos e culturais, aspectos biológicos como tese adicional explicativa na concepção e percepção da beleza.

No campo do estudo da adolescência, a pesquisadora Tânia Zagury produziu vários livros específicos sobre este universo e se apresenta como um referencial. Dados obtidos a partir de uma de suas pesquisas (Zagury,2002) com 943 adolescentes estudantes do primeiro e segundo graus, 47,6% do sexo masculino e 52,4% do sexo feminino, entre quatorze e dezoito anos de idade, das classes A, B, C, D e E, de várias cidades brasileiras, indicam as semelhanças significativas entre todos os sujeitos que transitam por essa faixa de desenvolvimento. A pesquisadora conclui que existem variações no acesso aos bens de consumo, contudo considera bastante semelhantes tanto a atitude dos adolescentes como as aflições dos pais, em diferentes universos. Sabemos que adolescência não é apenas um estado ou um modo de vida que se repete, mas é uma condição construída em cada momento, grupo ou sociedade, de maneira diversa e mais diversamente ainda na história de cada sujeito. Não há como encaixar todas as atitudes e sociabilidades num quadro explicativo universalista. Mas os dados de Zagury revelam que, indiferentemente da classe social tomada como amostragem, os(as) adolescentes, em um sentido amplo e geral, têm atitudes semelhantes.

Logicamente, nem Zagury nem este trabalho excluem as singularidades desses sujeitos. Os resultados da pesquisa supramencionada sinalizam que, apesar de termos tomado como amostragem de trabalho um grupo de nível sócio-econômico menos favorecido, os resultados obtidos na presente pesquisa, podem ser transpostos obviamente com os devidos cuidados contextuais e respeito às particularidades, a outros grupos de poder aquisitivo diferenciado. Ao investigar ainda os adolescentes e o lazer (*op. cit*, p. 78), Zagury revela-nos que a televisão é a segunda opção de lazer



desses jovens, que gastam 61,0% do seu tempo livre em frente dela, o que é um tempo bastante expressivo de exposição aos discursos televisivos. Este dado se faz relevante para a presente pesquisa, pois um dos objetivos é analisar as mediações sociais que interferem na formação da imagem corporal ideal, e ratifica também os resultados do questionário piloto que aplicamos, que indica a televisão como importante mediador social para os sujeitos investigados. A autora acrescenta ainda, sobre o uso de drogas (todos os tipos), que 57,7% dos(as) adolescentes começaram a usá-las com quatorze anos ou menos. Mas o que interessa para a pesquisa da imagem corporal é a informação de que os remédios utilizados para emagrecer ocupam, juntamente com a maconha, o terceiro lugar em percentagem de uso, com uma margem bastante estreita de diferença (*op. cit.*, p. 105). Essa informação nos revela o percurso de muitas adolescentes, através de práticas cotidianas insalubres na busca de um corpo ideal a qualquer preço. Essas atitudes nos conduzem a recorrentes indagações:

Como as mediações sociais colaboram para reverberar o desejo e a necessidade de nos enquadrarmos nos padrões estéticos corporais ditatoriais e escravizantes? Quem são os mediadores sociais e quais os interesses de formatação dessa ordem? São construções discursivas sutis e sedutoras que enredam nessas práticas as adolescentes em processo de transição e transformação de meninas para mulher. A mídia, um desses mediadores, emite discursos “pedagógicos” do corpo feminino como objeto de “contemplação” e audiência, singularizando a “forma” de ser mulher como a única possibilidade de inserir-se como gênero feminino legitimado.

O presente trabalho não tem a pretensão de responder a todas essas questões, pois, para tanto nos enveredaríamos no “abismo” das múltiplas dimensões do

problema. Mesmo não tendo a pretensão de investigar de forma aprofundada todas essas questões, não podemos nos eximir de reconhecer e evidenciar a indústria da beleza como construtora de dispositivos pedagógicos que orientam os valores estéticos corporais.

Acredita-se, no entanto, que as experiências diversas vividas por sujeitos e grupos diferenciados fazem com que a recepção, significação, imaginário e ações desses sujeitos e grupos sejam também diferentes. As mediações tomam papel relevante por serem eixos de interação com a realidade, mas as características pessoais, ou seja, como esses sujeitos percebem e recebem informações e fatos que são também importantes a se considerar na formação dos valores estéticos corporais.

A interdisciplinaridade tem possibilitado ao meio científico conhecer de forma mais abrangente seus objetos de estudo. A partir dessas concepções, as mais recentes tendências teóricas, pedagógicas e metodológicas têm buscado neste novo paradigma compreender o papel de outros contextos, veículos e suportes que contribuem para os processos educativos que extrapolam o âmbito da educação formal. A mídia e a família têm tido uma maior projeção nos processos educativos investigados .

Na atualidade, a mídia televisiva, envolta em aura de sedução imagética e tecnológica, representa um terreno fértil e de destaque na formação do estético. O fácil acesso proporciona a este suporte tecnológico um amplo alcance educativo, nos múltiplos processos formativos dos sujeitos em diferentes faixas etárias. A televisão é um referencial indissociável do cotidiano de 94% dos lares brasileiros, de acordo com o censo do IBGE de 2000. Desta forma, este suporte torna-se um instrumento de comunicação social de escala formativa não desprezível.

Na educação formal, na maioria das vezes, a mídia é utilizada apenas como um suporte pedagógico para temáticas diversas das disciplinas institucionais. Porém os meios de comunicação de massa são muito mais amplos, são produtores de discursos que interferem nas concepções de mundo e de estar no mundo, parafraseando Paulo Freire, produzem “leituras de mundo”. Sendo assim, devemos dar a esse suporte maior atenção e analisar de forma mais aprofundada os processos de recepção dos sujeitos. A aprendizagem e o ensino acontecem também fora da escola e estão permeados por práticas discursivas de poder e saber. Segundo Foucault (2002), não é o saber que produz o poder, mas é o poder que constrói um campo do saber. Sendo os mediadores sociais instâncias de poder, qual o saber que essas esferas educativas constituem sobre a mulher, seu corpo e a beleza, em contraponto com os saberes dos sujeitos?

É necessário para isso buscar conhecer e problematizar uma outra forma de ver as mediações televisivas, que emerge a partir de um ponto de vista dos sujeitos e suas concepções culturais e sociais, subvertendo ou não o discurso hegemônico enunciado.

Ao pesquisar programações e discursos televisivos, muitos já se debruçaram sobre essa temática, com aporte de contribuições relevantes. Contudo, o campo educacional carece de aprofundamentos maiores no que concerne à recepção dessas mensagens e suas significações para os sujeitos. Ao fazer tal afirmação, baseio-me no levantamento de pesquisas sobre essa temática nos últimos 10 anos, tendo como fonte as pesquisas divulgadas pela ANPEd. Mesmo que não trate de recepção, destaco o trabalho de Luciana Gruppelli (UNISC, UFRGS) apresentado na 25ª reunião anual da ANPEd/2003, no GT Educação e Comunicação, que elegeu as produções plásticas

como eixo organizador lógico do trabalho. Gruppelli se utiliza também das artes plásticas e suas representações fixas (pintura, escultura, gravuras etc.) como suporte para uma leitura do feminino (gênero, sexualidade e poder).

Outro trabalho pertinente à temática é o da mestranda Fabiana Amorim, da UFRGS, que problematiza os dispositivos da maternidade na mídia como padrões maternos construídos artificialmente, sob orientação da professora Rosa Maria Bueno Fischer, que tem afirmado que o campo de pesquisa sobre recepção ainda tem muito a ser explorado. Em seu livro *Televisão e Educação: Fruir e pensar a TV* (2001) Fischer analisa a produção de programas e também a recepção de tais programas pelo público. Considera que olhar a televisão de modo a enxergar mais do que os produtores dos programas esperam é, afinal, uma das funções da escola, mas também é função dos múltiplos processos educativos.

Uma outra pesquisa que vem direcionando o seu enfoque investigativo para a televisão e os processos de recepção dos sujeitos, especificamente crianças, é o trabalho do doutorando em educação pela Universidade Federal de Minas Gerais, Cláudio Magalhães. No artigo intitulado "*A inter-relação entre criança e TV*", afirma a influência da televisão nos processos de desenvolvimento da criança, mas não a partir de uma perspectiva Frankfurtiana de dominação e passividade, mas sim enquanto sujeitos participantes e ativos desse processo. O seu movimento de pesquisa revela uma inquietude, no intuito não só de ampliar a compreensão do suporte televisão como espaço de formação pedagógica, mas, sobretudo, de enfatizar que os sujeitos no processo de recepção frente aos produtos televisivos manifestam os seus desejos, visões e leituras singularizadas em um processo não apenas de interiorização, mas de

*assimilação*, ou seja, os sujeitos convertem o produto televisivo apresentado em uma substância plena de sentidos particulares, subjetivados. O foco do trabalho recai na indicação da televisão como um espaço formativo e no papel ativo da criança frente a ela. Apesar de serem crianças os sujeitos investigados, podemos tomar essa pesquisa como referência e transpor suas contribuições para o universo da adolescência.

Em outros fóruns como o da ANPEd-sudeste de 2004, o GT (grupo de trabalho) Educação e Subjetividade, encontramos vários trabalhos que também lançam um olhar investigativo sobre a imagem corporal, gênero e os valores estéticos corporais socialmente valorizados e desvalorizados, sempre tomando os sujeitos como elementos ativos e participantes nos diálogos sociais travados entre as várias instâncias formativas.

A presente pesquisa se direcionou para as recepções dos sujeitos envolvidos e para as significações dadas por eles à imagem do corpo da mulher, nos “atos de espectatura” conceito proposto por Lefèvre , ao qual o sujeito não apenas recebe, mas interage com as informações. Poderíamos também lembrar o conceito de enunciação de Bakthin (2002), o qual expõe que não há momentos estanques na comunicação, mas sim uma interação constante. No processo de “espectatura” da televisão e outros suportes comunicacionais, em que o sujeito normalmente assiste acompanhado por seus familiares, durante um espaço de tempo relativamente amplo, há interseções sucessivas nos enunciados televisivos e dos outros membros da família com o sujeito investigado. Vários saberes, nesse momento, interagem.

Assim, para Baccega (2002) o campo de pesquisa sobre televisão se manifesta complexo, pois diversos campos do saber se inter cruzam. Para ela, a forma da

mensagem é a aparência de que se reveste o produto no momento do encontro com o sujeito que interpreta.

Sendo assim, a mensagem televisiva não encerra em si aspectos maléficos ou benéficos. A mensagem televisiva se constrói na interação e na construção simbólica sujeitos-objetos. Baccega (2002, p.8) acrescenta ainda "[...] que existe uma relação entre os modos de comunicação, a estruturação da percepção, a evolução do imaginário e as ações coletivas", compreendendo que é a partir das vivências múltiplas mediadas pelos contextos sociais que construímos os nossos ideais estéticos. Tem-se como princípio elementar que nas sociedades complexas, o espectro educativo pulveriza-se em múltiplas instituições sociais, ampliando a complexidade desses processos formativos.

Este trabalho também privilegiará, pelas próprias sinalizações dos sujeitos, o grupo primário como foco central de estudo, sem, contudo, desconsiderar outros grupos como formadores da imagem corporal. Nesse sentido, são muito mais recentes as pesquisas sobre as mediações familiares, destacando-se o investimento feito por Maria Alice Nogueira, na focalização dessa mediação.

Há também centros de pesquisa que direcionam o processo investigativo ao grupo familiar, como é o caso da (FAMECOM) *Red Iberoamericana de Investigación en Familia y Médios de Comunicación*, cujo foco investigativo é compreender a relação existente entre mídia e recepção, tomando os núcleos familiares como campo preferencial de investigação. Os estudos realizados por eles revelam que há uma soma de fatores que se conjugam para determinar comportamentos, entre os quais os meios

de comunicação estão incluídos. As famílias são apontadas como detentoras de grande parte da responsabilidade pela eleição de conteúdos a serem vistos pelos jovens.

Saraceno, em sua obra *Sociologia da família* (1992), faz referências ao valor da família como construção social, ao mencionar que

[...] é dentro de relações familiares, tal como são socialmente definidas e regulamentadas, que os próprios acontecimentos da vida individual que mais parecem pertencer à natureza, recebem o seu significado e através deste são entregues à experiência individual: o nascer e o morrer, o crescer, o envelhecer, a sexualidade, a procriação. (p.12)

Todas as experiências mencionadas pela autora têm em si matrizes estéticas. Ela ainda acrescenta que “dada à multiplicidade dos significados e das experiências incluídas naquilo a que chamamos família, nenhum discurso sobre este tema pode pretender ser exaustivo” (*ibidem*, p.15).

Compreende-se que essa temática tem um tom desafiante, mas fascinante e instigador, pelos mistérios da complexidade estética da humanidade que através dela podem ser elucidados, em uma vertente de pesquisa que considera a possibilidade da existência de um sujeito em emancipação, frente a um corpo de saberes instituídos. É uma temática de interesse universal e apaixonante, não apenas na esfera educativa, mas para todas as áreas que estudam o universo humano e suas complexidades, porque tem o enfoque nas percepções dos sujeitos. É uma temática de real e pertinente interesse, no momento atual, em que o ser humano se volta cada vez mais para sua individualidade, no intuito de compreender a si mesmo, e percorre a auto-compreensão de seu corpo como elemento de identificação e subjetivação. Em uma dimensão mais ampla, o ser humano busca no corpo até mesmo uma defesa

existencial para a não-aceitação de sua finitude, pela constante valorização do “novo”, do jovem em associação com o ideal de belo.

Finalmente, é necessário ressaltar que a opção de pesquisar esta temática responde à necessidade de analisar as relações de poder e submissão que se estabelecem na ordem social e discursiva sobre o corpo da mulher. Para tanto, é necessária a compreensão de alguns conceitos e relações construídas subjetiva e socialmente para aclarar a hierarquia de valores e de poderes.



## Capítulo 2

### **CONSTRUÇÕES METODOLÓGICAS: Descrição do percurso de pesquisa**

A menos que se outorgue ao senso comum, em Sociologia, uma autoridade que , há tempos, já perdeu nas demais ciências - e não se compreende de onde poderia provir tal autoridade -, é preciso que o estudioso resolva não se deixar intimidar pelo resultado de suas investigações, se estas foram feitas metodicamente. (Durkheim)

A pesquisa foi conduzida dentro da proposta metodológica qualitativa, pois esse tipo de pesquisa atendeu de forma mais ampla aos objetivos e problemas do presente trabalho, uma vez que possibilita uma maior adequação ao aprofundamento investigativo a partir das informações fornecidas pelos sujeitos. Investigamos o fenômeno social da estética corporal pela perspectiva do sujeito. Contudo, ao analisarmos os dados, não deixamos de considerar vertentes mais amplas, como os aspectos históricos e culturais a fim de alargar a compreensão sobre o objeto de estudo. Com essa mesma finalidade, buscamos através de uma abordagem qualitativa, recuperar o ponto de vista dos sujeitos mediante registros verbais e não verbais dos discursos por eles enunciados nos vários instrumentos metodológicos utilizados. A temática foi trabalhada através do enfoque epistemológico da ciência social crítica, em que as teorias se engajam na pesquisa de forma dialética, como esclarece Rüdiger (2002):

Os fenômenos sociais têm um caráter objetivo, mas ao mesmo tempo são sempre mediados pela consciência. O importante é não reduzir um aspecto ao outro, mas entender sua conexão. A pretensão de compreender os fenômenos apenas pelo significado que lhes conferem os sujeitos é ilusória; a tendência

oposta no sentido de eliminar o elemento subjetivo em favor da determinação de sua função é, por outro lado, reducionista. (p.13)

## **O universo espacial investigado: a localização dos sujeitos**

O universo espacial que nos levou aos sujeitos foi na Escola Estadual na região central de Belo Horizonte (Pedro II). A escolha desse espaço para a realização da pesquisa foi ditada pela possibilidade que o contexto escolar tem de oferecer, de forma sistematizada, agrupamentos de uma mesma faixa etária. Elegeu-se esse espaço também em função de sua localização estratégica de fácil acesso, o que nos levou ao pressuposto da possibilidade da inclusão de sujeitos com ampla diversidade cultural e com experiências interativas sociais e culturais múltiplas, favorecendo a riqueza dos dados coletados. E ainda pelo fato de a escola receber, no período noturno, alunos(as) de nível sócio econômico menos favorecido, provenientes de diferentes bairros periféricos de alta vulnerabilidade social, o que nos leva a um perfil de sujeitos de baixo poder aquisitivo. Ressaltamos, no entanto, que a escola não foi nosso espaço investigado e nem tratado, pois, no caso de nosso trabalho, fomos exatamente para outras mediações sociais. Foi sim o espaço de localização de sujeitos e de aplicação das estratégias metodológicas.

## **Os sujeitos da pesquisa**

Os sujeitos investigados foram adolescentes do sexo feminino, estudantes do ensino médio, do turno da noite, em que há maior concentração de adolescentes na

faixa de 16 a 20 anos. Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), a adolescência se divide em duas fases: a primeira, dos 10 aos 16 anos, e a segunda, dos 16 aos 20 anos. Tomamos esta última fase como delimitação etária desta pesquisa em todas as etapas metodológicas, por considerarmos esse parâmetro da OMS adequado para a coleta de dados pertinentes.

Considera-se importante pontuar que, na análise, a pesquisa busca sinalizar características do grupo estudado e não o posicionamento de cada sujeito em particular frente à temática. Cabe neste momento lançar mão da afirmação de que

Os sistemas simbólicos dominantes (que alguns costumam chamar de “ideologia”, e outros preferem chamar de “discursos”) não definem cada movimento do indivíduo. Como um jogo de xadrez, o sistema dominante definirá que movimentos estão ou não estão abertos aos indivíduos - com diferença não trivial de que, ao contrário do xadrez, a vida social é um jogo que não se pode deixar de jogar. (Thompson, 1995, p.183)

Utilizamos o intervalo supramencionado da faixa etária final do período da adolescência, a fim de não ampliar excessivamente o intervalo etário e tendo como pressuposto que, no período considerado final da adolescência, esses sujeitos têm possibilidade de dimensionar de forma mais clara, ou menos confusa, as ressonâncias discursivas sobre alguns valores estéticos corporais. Esses sujeitos foram eleitos por estarem inseridos em um contexto formativo que delinea e propicia algumas análises específicas de investigação, como o contexto sócio-econômico-cultural. Apesar do econômico não ser o foco principal, fizemos algumas considerações nas análises dos dados que contemplam essa dimensão.

Conforme já foi dito, a adolescência é uma condição e não um estado. Nessa perspectiva, nem os grupos, nem os sujeitos, nem os pesquisadores vão delimitá-la ou compreendê-la de forma igual, havendo, inclusive, outras delimitações da adolescência por diferentes autores que consideramos pertinente apresentar a título ilustrativo. Outeiral (2003, p. 5) compreende a adolescência como sendo composta de três fases não muito definidas:

- A adolescência inicial (de 10 a 14 anos) é caracterizada, basicamente, pelas transformações corporais e alterações psíquicas derivadas desses acontecimentos;

- A adolescência média (de 14 a 17 anos) tem como seu elemento central as questões relacionadas à sexualidade, em especial, a passagem da bissexualidade para a heterossexualidade;

- A adolescência final (17 a 20 anos) tem vários elementos importantes, entre os quais, o estabelecimento de novos vínculos com os pais, a questão profissional, aceitação do “novo” corpo e dos processos psíquicos do “mundo adulto”.

No Brasil, O estatuto da Criança e do Adolescente delimita o período entre 12 e 18 anos.

Para Piletti (1997, p. 262), o início da adolescência pode ser estabelecido com certa precisão, pois é marcada por mudanças fisiológicas (puberdade), todavia a adolescência é mais abrangente do que a puberdade, pois inclui, além das mudanças biológicas e fisiológicas, mudanças psíquicas.

Podemos observar que a divisão da adolescência em faixas etárias possui uma certa arbitrariedade. Não há uma precisão de idade, mas sim um intervalo etário que

apresenta algumas características aproximadas, de aspectos físicos, emocionais, cognitivos e sociais.

Adolescência é um conceito relativamente recente e há diferentes abordagens a partir do campo do saber no qual ele é empregado.

A palavra “infância”, como período evolutivo e com necessidade peculiares e específicas, é uma invenção da modernidade, tendo cerca de 150 ou 200 anos, como nos informa Ph. Áries (1981). O conceito de adolescência é ainda mais recente e é referido como tendo se desenvolvido entre 1918 e 1939, período compreendido entre o final da primeira guerra mundial e o início da segunda. Para Outeiral (*op. cit.*), esta palavra tem origens etimológicas diferenciadas que caracterizam os aspectos singulares dessa etapa da vida. O autor revela que a palavra adolescência vem do latim *ad* (a, para) e *olescer* (crescer), significando a condição ou processo de crescimento, em resumo, indica o indivíduo apto a crescer. Adolescência também deriva de *adolescere*, origem da palavra adoecer. Temos assim, nesta dupla origem etimológica, um elemento para pensar esta etapa da vida: aptidão para crescer (não apenas no sentido físico, mas também psíquico) e para adoecer (em termos de sofrimento emocional, com as transformações biológicas e mentais que operam nesta faixa da vida)”. Osório, citado por Outeiral (*ibidem*), ainda acrescenta um terceiro aspecto etimológico: “*dolo*”, causar dano ou prejuízo a alguém, teria a mesma origem de adolescência.

## **Descrições metodológicas gerais**

Ressaltamos a seqüência de procedimentos para facilitar a compreensão descritiva. Primeiro, foi realizado um questionário exploratório com sujeitos que não eram da pesquisa a fim de obtermos informações iniciais e indicativas na construção mais aprimorado do questionário a ser aplicado ao universo de pesquisa definitivo. Logo após a seleção dos sujeitos, foi aplicado um questionário geral. Após a coleta de dados gerais, foram selecionados sujeitos que vivenciaram algumas estratégias, tais como:

- desenho da auto-imagem real e ideal com a produção de textos explicativos.
- grupo focal - o grupo focal contou com um roteiro que foi aplicado, individualmente, aos sujeitos, antes da composição do grupo e que também foi seguido, no momento da discussão entre todas as adolescentes.

Cada instrumento utilizado na coleta dos dados será detalhado, separadamente, a seguir, para melhor explicitação das estratégias.

### **A) Questionário semi-estruturado piloto e exploratório da temática**

O primeiro questionário resumiu-se a uma proposta investigativa exploratória, e foi aplicado a 40 sujeitos aleatórios, em um *Shopping Center*, localizada em área central e possivelmente freqüentado por sujeitos sociais diversos, na cidade de Belo Horizonte, com o objetivo de explorar e precisar o recorte temático, visando também aprimorar o instrumento metodológico para aplicá-lo a um universo de 20 sujeitos, selecionados posteriormente para uma investigação mais direcionada e acurada. A partir desse questionário reelaborado e ampliado, composto de 10 laudas e 40

questões, foram contemplados de forma mais diretiva os aspectos sócio-econômicos, culturais, ético-estéticos dos sujeitos envolvidos.

## **B) Questionário semi-estruturado reelaborado a partir do questionário piloto**

Para melhor atingir as propostas estabelecidas pelos objetivos da pesquisa, evidenciou-se a necessidade de ampliar os questionamentos realizados.

O questionário piloto havia ressaltado as mediações sociais e categorias estéticas mais relevantes na formação dos valores da beleza corpórea, e a partir desse eixo norteador foi construído o questionário semi-estruturado assim como os demais procedimentos metodológicos.

O segundo questionário semi-estruturado contempla a investigação dos aspectos sócio-econômicos acrescidos dos aspectos étnicos, porque concordamos com Sodré (1999, p. 52) ao afirmar que “apesar do negro ser cromaticamente mais visível que o branco, torná-lo socialmente invisível, é um padrão identificatório recusável”. Em razão dessa concordância, consideramos necessário saber como as pessoas do grupo investigado se intitulam em relação a sua etnia.

O questionário definitivo constou de 10 laudas e 40 questões. Composto de 3 partes subseqüentes, o questionário semi-estruturado visava contemplar aspectos diversos que contribuíssem para o processo investigativo. A primeira parte abordou os aspectos pessoais e sócio-econômicos e culturais dos sujeitos e dos grupos mediadores sociais. A imagem corporal foi o enfoque da segunda parte, subdividida na análise das questões da imagem de beleza ideal e da auto-imagem. O terceiro

momento explorou de forma mais orientada informações sobre as mediações sociais e sua participação nos processos de formação da estética corporal.

A seleção dos sujeitos se deu a partir das indicações dadas pelos(as) professores(as), através de registros em conselho de classe. Era preciso contar com alunas que demonstrassem um certo interesse e comprometimento com as obrigações escolares, do primeiro ao terceiro ano do Ensino Médio, visto que o instrumento utilizado tornou-se amplo, composto de 10 laudas e com aproximadamente 40 questões (entre tópicos e sub-tópicos), no qual os sujeitos deveriam, na maioria das vezes, explicar e justificar suas respostas. Além disso, sendo o questionário uma de tantas outras tarefas, as alunas precisavam se comprometer a participar de outros momentos. O critério de seleção dos sujeitos recaía com ênfase na responsabilidade e competência na interpretação das perguntas e construção das respostas, não nos atemos a critérios quantitativos da avaliação escolar, por isso também optamos pelos sujeitos inseridos no universo escolar. As alunas selecionadas receberam um convite nominal e especial para participarem de uma reunião de esclarecimentos iniciais sobre o processo da pesquisa.

Foram dados os seguintes esclarecimentos e instruções:

- A temática da pesquisa com apresentação genérica dos objetivos e a vinculação do trabalho com o programa de pós-graduação da Universidade Federal de Minas Gerais.
- Esclarecimento dos motivos por que elas foram selecionadas para participar da pesquisa.
- Esclarecimentos sobre o conteúdo do questionário e formas de preenchimento.



- Os questionários deveriam ser entregues no dia seguinte, de forma que, para recebê-los nominalmente, cada aluna deveria comparecer ao SOE, onde seriam prestados outros esclarecimentos. Teriam como prazo 3 dias para devolverem o questionário preenchido.

- Exposição da necessidade de colocações sinceras e estritamente pessoais e do valor das suas colaborações, assim como do sigilo nas informações coletadas.

A análise dos dados coletados obtidos pelo questionário semi-estruturado configura alguns resultados quantitativos. Mesmo sendo a pesquisa de cunho predominantemente qualitativo, consideramos pertinente inserir esses valores numéricos, a fim de proporcionar uma medida a mais na leitura dos dados, sem termos a pretensão de exatidão nas análises. Coadunamos o nosso pensamento ao de Dencker (2001), quando o autor alerta que

O pesquisador deve estar ciente de que o valor numérico encontrado não corresponde a uma medida exata; neste contexto, o número procura ,apenas, oferecer uma idéia de dimensão dos fenômenos em nível quantitativo, sem ter a intenção de expressar tal valor em termos exatos. (p.87)

### **C) Produção de desenhos da auto-imagem e da imagem de beleza ideal através de registros individuais e textos explicativos.**

Os sujeitos partícipes produziram dois desenhos em cada metade do papel (A4). De um lado do papel, representaram a auto-imagem e na outra metade, a auto-idealização de beleza. O contraponto representativo de imagens teve como objetivo exaltar as categorias estéticas valorizadas pelas adolescentes. Para cada desenho, as adolescentes produziram um texto explicativo do que foi representado, a

fim de tornar mais claras as dimensões por elas valorizadas, possibilitando-lhes um momento de reflexão e auto-análise frente às imagens representadas. Tal procedimento também teve como objetivo evitar possíveis especulações analíticas, por parte da pesquisadora, frente às representações.

A produção do desenho foi realizada na sala do SOE da escola. As adolescentes eram convocadas em pequenos grupos de 3, no máximo, para a realização desse procedimento, a fim de não tumultuar o ambiente e o processo metodológico.

#### **D) Constituição de um grupo focal para aprofundamento dos dados coletados**

A constituição do grupo focal ocorreu após todas as outras propostas metodológicas e teve como objetivo aprofundar a investigação dos dados coletados anteriormente. Sendo assim, a construção do roteiro orientador para a realização do grupo pautou-se nas informações coletadas nos processos implementados anteriormente.

Do universo anterior, foram convidadas 12 adolescentes para participar da abordagem metodológica do grupo focal. A seleção teve como base suas escolhas divergentes em relação ao peso dos mediadores sociais na formação da imagem de beleza ideal. Prioritariamente, foram 3 os grupos mediadores indicados como os mais relevantes na formação dos valores estéticos: família, mídia e amigos(as), sendo a televisão indicada como a mais relevante das mídias. Das 12 adolescentes convidadas, apenas 8 compareceram. Três adolescentes justificaram a ausência.

## **Da forma de realização de um questionário-roteiro e do grupo focal**

### **1º procedimento metodológico**

Antes do início do grupo focal, as participantes preencheram individualmente, na própria escola, que seria utilizado como roteiro para a realização do grupo focal e balizaria também o peso das mediações discursivas dos pares frente aos seus registros anteriores. Pretendíamos com esta estratégia avaliar se os registros feitos anteriormente permaneceriam coerentes durante o grupo focal ou se haveria influência dos pares sobre as informações prestadas.

O questionário foi construído a partir de uma proposta de cenas imaginárias, nas quais as adolescentes deveriam se imaginar vivenciando. A seleção dos grupos e instituições inseridas nas cenas, família, amigos(as) e mídia televisiva, não foi definida a priori, mas sim, mediante categorias retiradas do primeiro processo metodológico, no qual as adolescentes indicaram esses grupos como os mais relevantes na formação dos valores estéticos corporais femininos.

O questionário proposto teve como objetivo nortear o encaminhamento do grupo, mas, no transcorrer da discussão, esses parâmetros não foram rígidos e não nos apegamos exclusivamente ao roteiro. Sempre que houve algum fato interessante a ser explorado, permitimos essa possibilidade.

### **2º procedimento metodológico. (A realização do grupo focal)**

Preenchido o roteiro, o grupo se deslocou até a Universidade do Estado de Minas Gerais, espaço físico, no momento mais apropriado para a realização do procedimento metodológico, em função de sua proximidade com a escola de origem, já que a escola, propriamente, não dispunha nem de espaço físico nem tecnológico para a realização da proposta metodológica.

As oito adolescentes, a pesquisadora e uma redatora convidada, doutorando da UFMG, se dispuseram assentadas em círculo. A redatora convidada não interagiu diretamente com o grupo, apenas registrou as observações comportamentais e informações que considerou importante, a fim serem confrontadas posteriormente com os dados e observações coletados pela pesquisadora durante o procedimento metodológico. O responsável pela filmagem se posicionou fora do círculo, próximo à pesquisadora. Antes de iniciar a gravação, ele se dirigiu às adolescentes, recomendando que esquecessem de sua presença. A pesquisadora ratificou essa recomendação e acrescentou que elas poderiam falar o que quisessem, desde que fosse uma de cada vez, para que as suas falas fossem inteligíveis. A dinâmica do grupo focal seguiu de forma flexível em relação à ordem do registro realizado anteriormente, que foi tomado como roteiro norteador, mas não como um procedimento engessado. O roteiro foi construído em um formato de questionário semi-estruturado, composto estruturalmente de 8 cenas e uma cena final. As cenas, de forma geral, representavam as adolescentes frente à mídia televisiva já que a televisão, em todos os procedimentos metodológicos anteriores, se evidenciou com grande peso na formação dos valores estéticos e balizador das categorias estéticas valorizadas e

desvalorizadas. A condução operativa norteadora do grupo focal se pautou no aflorar desses e de outros interesses, articulados aos dados coletados nos procedimentos investigativos anteriores, mantendo, contudo, o fio norteador do roteiro, realizado previamente.

Na análise anterior, utilizamos fragmentos dos discursos das adolescentes produzidos na metodologia do grupo focal que nos possibilitaram ilustrar o valor e a significância das categorias e discursos institucionais mais relevantes para elas.

Todavia é preciso explicitar o fio condutor que gerou a produção de cenas imaginárias que visaram provocar e incitar questões relativas ao objeto de pesquisa. Elas foram organizadas segundo descrição a seguir:

**Primeira cena** requisitava que elas imaginassem estar em frente da televisão sozinhas e eis que surge uma mulher bonita. Quem seria essa mulher? Em qual programação sua aparição estaria inserida e quais as características físicas mais marcantes?

O objetivo dessa cena era o de sondar os perfis estéticos corporais de beleza valorizados pelos sujeitos, as categorias físicas e o gênero televisivo de maior ressonância nessa construção.

**Segunda cena** - Tive objetivos similares aos da primeira cena, contudo, há uma inversão das características das mais valorizadas para as menos valorizadas. Parte-se da pergunta e registro de uma mulher que elas consideram feia.

**Terceira cena** - A proposta desta cena segue a linha das anteriores só que acrescentamos a visão da família. O objetivo foi confrontar os aspectos estéticos valorizados pela família e pelos sujeitos, os gêneros televisivos e categorias físicas.

**Quarta cena** - O objetivo da quarta cena assemelha-se ao da terceira cena, contudo passa dos aspectos estéticos corporais valorizados para os desvalorizados pela família.

**Quinta cena** - A proposta da quinta cena foi analisar os mesmos aspectos das cenas anteriores, mas fazendo um contraponto com os valores estéticos dos(as) amigos(as).

**Sexta cena** - Refere-se à visão dos(as) amigos(as), segundo as adolescentes, em relação a uma mulher não-bela.

**Sétima cena** - Mulheres que representam o padrão de beleza para a mídia, segundo a visão das adolescentes.

**Oitava Cena** - Contraponto do belo pela mídia, segundo a visão das adolescentes.

**Cena final** - A cena final teve como objetivo fazer uma reflexão concisa das cenas anteriores e buscar pontos que coadunassem as idéias das adolescentes. As adolescentes deveriam registrar em ordem decrescente, quais cenas tiveram mais pontos semelhantes à forma como elas pensam os valores estéticos. A cena final dividiu-se em aspectos estéticos valorizados e não valorizados.

Todas essas construções metodológicas tiveram como objetivo investigar e refletir a partir das reverberações dos processos pedagógicos sobre os corpos das adolescentes do sexo feminino na atualidade, pois:

As pedagogias são portadoras de preceitos que dão aos corpos uma forma e os esquadriham para submetê-los a normas, seguramente mais ainda que o pensamento. Imagens sugeridas, gestos esboçados induzindo, no silêncio, a posturas e comportamentos, frases anódinas onde palavras, sem parecer, desenham uma postura que mascara uma elaboração semi-consciente ao mesmo tempo que laboriosa; frases mais pesadas de ordens dadas fixam, com precisão analítica ou solene, as aparências, os modos de ser e a postura. (Vigarello , *apud* Soares, 2001, p.112).

Nos capítulos seguintes, serão trabalhados os principais conceitos que fundamentaram teoricamente o trabalho, assim como as análises dos dados a partir desses referenciais, tendo em vista nosso objeto de estudo. No próximo capítulo discorreremos sobre o por que intitular o trabalho “Corpo de Vênus” através de abordagens estética – históricas, ao pontuar três momentos históricos distintos que repercutiram e repercutem através da “Arte” a formação dos valores estéticos femininos, sendo eles: Grécia clássica, Renascença e contemporaneidade.

## Capítulo 3

### **O mito de Vênus: Fundamentações teóricas e considerações sócio-históricas e culturais sobre a beleza corporal feminina**

“Coisa difícil é o belo” (Platão)

Escolhemos o mito de Vênus como metáfora do que pretendemos discutir neste capítulo, não tendo por objetivo a interpretação ou o aprofundamento dessa temática na mitologia grega. A produção artística do mito de Vênus pode ser utilizada como ponte matricial originária de análise da beleza no transcorrer da nossa história ocidental greco-romana.

A temática beleza feminina foi abordada a partir de diferentes enfoques, desde a aurora da história humana. O conceito da estética do belo no decorrer da história é fruto de paradigmas construídos em diferentes contextos sociais e culturais. As concepções do que é e do como ser bela ou belo advêm das representações cotidianas elaboradas socialmente. Em cada momento histórico das sociedades humanas, os padrões estéticos corporais e ornamentais se diferenciam e se articulam aos valores dominantes. Pensar sobre esses padrões desarticulados do contexto e dos mediadores sociais é uma atitude ingênua, pois a construção do belo está sempre vinculada ao tempo e ao espaço.

O ideal de beleza revela-nos os valores da sociedade na qual se insere o sujeito e é uma linguagem cultural estética. São signos e significados elaborados culturalmente que nos revelam os fatores (micro e macro) contextuais presentes nas



relações sociais onde as enunciações são produzidas. Considera-se que “[...] o signo e a situação social em que se insere estão indissoluvelmente ligados. O signo não pode ser separado da situação social sem ver alterada sua natureza semiótica” (Bakhtin, 1981, p. 62). Por isso as análises da imagem corporal do corpo feminino devem sempre estar historicamente contextualizadas.

Neste texto, um ponto conceitual que deve ficar claro é o de que conferimos o conceito de *estética* ao significado de beleza. O substantivo “*estética*” designa hoje um conjunto de idéias filosóficas com o qual se procede a uma análise, investigação ou especulação a respeito da arte e da beleza, ou seja, a *estética* é a parcela da filosofia dedicada a buscar sentidos e significados para a dimensão de vida na qual o homem experiencia a beleza. *Estética* é a ciência da beleza.

Considerações reflexivas sobre a *estética* e beleza mudaram no decorrer do tempo e espaço. Entre os gregos, o estudo do belo não fazia parte da reflexão a respeito dos produtos do trabalho humano. As obras de arte eram objeto de consideração da *poética*. O belo, para os gregos, se relacionava ao divino, ao bem, à perfeição, idéias presentes nas reflexões de Platão e Plotino. Apenas por volta de 1750 foram associados os conceitos de *estética* e beleza, na obra dos filósofos alemães Baumgarten e Kant. A partir de então, muitas foram as reflexões e estudos empregados na associação da *estética* com a beleza.

Na obra *Convite à estética*, Vasquez (1999, pp. 166-181) apresenta três matrizes de pensamento do estético, no decorrer da história. O objetivismo estético predominante na história antiga e medieval concebe o objeto como o que existe em si e por si, à margem de qualquer relação com o sujeito, seja qual for essa relação e o

modo como é concebido o sujeito. Contrapondo-se ao objetivismo estético, o subjetivismo estético se apresenta como idéias prevalentes nos tempos modernos que absolutizam o papel da subjetividade, deixando de lado as qualidades e os fatores objetivos que intervêm na relação estética, como expressa Duarte (1998), ao afirmar que “a beleza é uma maneira de nos relacionarmos com o mundo. Não tem a ver com formas, medidas, proporções, tonalidades e arranjos pretensamente ideais que definem algo como belo” (p.13).

A superação dos opostos, idéia predominante na contemporaneidade, considera que o objetivismo e o subjetivismo contribuem para pensar o estético, mas incorrem em erro ao separar o que só existe em relação mútua, e, uma vez separados os seus termos, sujeito e objeto, concebê-los de modo abstrato e absoluto. É a partir da matriz reflexiva do estético ou beleza que supõe que o objetivo e o subjetivo contribuem conjuntamente e se sobredeterminam, que este trabalho se pautou. Pensamos estar assim superando os liames que unem o conceito “universal” representado pelo substantivo “beleza” e o conceito “particular” dado quando aplicamos o adjetivo “belo” a um determinado objeto ou pessoa.

A busca da construção de um conhecimento teórico sobre a beleza e alguns de seus critérios formativos subjetivos, através das múltiplas interações sociais, é o mote deste trabalho. Desenvolver análises das percepções dos sujeitos, suas produções e apropriações culturais de beleza, dentro de suas particularidades sócio-culturais e históricas, dá fluidez prática ao conceito universal de beleza. Existem, porém, algumas categorias estéticas universais, como equilíbrio e harmonia. Essas categorias têm sido representadas de forma criativa pelas produções artísticas no decorrer da história.

Na História da Arte, deparamo-nos com vários artistas que elegeram o corpo da mulher como seu modelo de produção artística plástica. Alguns ousaram materializar “Vênus”, a deusa da beleza greco-romana, em suas obras, de acordo com suas concepções particulares do que é a beleza. Assim, temos representações diferenciadas de Vênus no decorrer da história, sendo a de Botticelli no período renascentista a mais clássica. Ao compararmos a representação de beleza por Botticelli com os padrões atuais de beleza, a imagem do corpo de Vênus expressada por ele divergiria dos atuais padrões estéticos.

Ressaltamos que a menção à produção artística neste trabalho visa demonstrar as alterações sócio-históricas na representação do belo e servirá para discutir a força de referenciais imagéticos socialmente construídos do corpo de mulher em nosso imaginário.

Acredita-se que a percepção que as adolescentes têm hoje de seus corpos é fruto de espectros históricos, reafirmados por discursos de “poder”, ou seja, discursos institucionais capazes de criar dispositivos pedagógicos hegemônicos. Contudo não somos meros receptores; interagimos com o meio através de diálogos constantes, que, parafraseando Michel De Certeau, nos possibilitam inventar e reinventar o cotidiano, assim como muitos artistas o fizeram, ao subverterem os padrões ideais de beleza corporal em suas obras pictóricas.

Realizar uma pesquisa sobre a historicidade do corpo teria tamanha amplitude, que constituiria, por si só, um outro investimento metodológico. Elegemos, por isso, apenas os períodos grego, renascentista e contemporâneo como referenciais de análise. Mantivemos esses referenciais artísticos por considerarmos que a linguagem

plástica enuncia e denuncia os padrões estéticos valorizados e desvalorizados socialmente. Não temos, neste trabalho, a pretensão de historicizar os padrões culturais do corpo através da arte. Utilizamos determinados enfoques artísticos pontuais para fazermos as necessárias articulações entre cultura e corpo.

### **“Corpo de Vênus” na Grécia clássica**

Abordagens imagéticas das categorias discursivas que valorizavam a beleza feminina no decorrer da história se fazem necessárias, para que possamos compreender as mutações particulares pelas quais o corpo feminino foi e é submetido no decorrer do tempo.

Segundo Harvey (1998, p. 18), Afrodite (ou Vênus, para os romanos) era a Deusa do amor e da beleza para os gregos. Homero a considera filha de Zeus e Dione. Segundo Hesíodo, ela teria surgido da espuma do mar acumulada em torno do órgão sexual de Uranos quando Cronos o mutilou. Afrodite era a mulher de Hêfaistos, mas lhe foi infiel; suas relações amorosas com Ares foram descobertas e o par foi colhido numa rede e exposto ao ridículo diante da assembléia dos deuses. Afrodite era celebrada na Grécia também como Afrodite Urânia, “deusa do céu”, e, como Afrodite Pândemos, “deusa de todo o povo”. Mais tarde essa distinção adquiriu nova conotação: Afrodite Urânia passou a ser a deusa do amor mais elevado e mais puro e Afrodite Pândemos, a deusa do desejo sensual.

A Vênus de Milo (assim chamada porque foi encontrada na ilha de Melos) é uma estátua grega do século I a.C. Segundo Gombrich (1989, p. 70), essa escultura pertenceu provavelmente a um conjunto de Vênus e Cupido, sendo idealizada para ser vista de lado (Vênus estendia os braços para Cupido). É incontestável nessa obra a busca pelo equilíbrio e harmonia das formas. O autor acrescenta que, nas obras gregas, as cabeças das estátuas ou de pinturas do século V a.C. não são expressivas, suas feições nunca parecem demonstrar qualquer emoção forte. Era o corpo e seus movimentos que os mestres usavam para expressar o que Sócrates chamou de “atividade da alma”. Em fins do século IV a.C. essa limitação desfez-se gradualmente e os artistas descobriram meios para animar as feições sem lhes destruir a beleza. A beleza era acima de tudo harmonia nas proporções.

Imagens de esculturas gregas representativas da imagem corpórea da deusa “Afrodite” para os Gregos e “Vênus” para os romanos.

Figura 1 - Vênus de Milo – séc. I a. C

Figura 2 - Escultura de Praxíteles – séc III a.

C

O objetivo determinado pelos escultores ao representar esses corpos era o de atingir a perfeição nas formas e na harmonia. Os corpos apresentam similaridades e revelam categorias estéticas de mulheres com maior adiposidade corporal, quadris

largos, seios menores e cintura delineada. Essas obras artísticas representam os valores estéticos corporais femininos valorizados pela cultura grega. Alguns desses aspectos se diferenciam dos padrões atuais, entretanto, o equilíbrio geral nas proporções corporais se mantém ainda hoje como um paradigma da imagem ideal e da perfeição.

### **“Corpo de Vênus” na Renascença**

A idolatria do “belo Sexo” é uma invenção da Renascença: de fato, é preciso esperar os séculos XV e XVI para que a mulher seja alçada no pináculo como personificação suprema da beleza. Pela primeira vez na história, realiza-se a conjunção das duas lógicas que instituem o reino cultural do “belo sexo”: reconhecimento explícito e “teorizado” da superioridade estética do feminino e glorificação hiperbólica dos seus atributos físicos e espirituais. (Lipovetsky ,2000, p. 113)

Figura 3 - Imagem de Vênus do período renascentista. O Nascimento de Vênus, Sandro Boticelli, 1485, óleo sobre tela.

Assim, a partir da Renascença, criou-se a mistificação, que ainda perdura em nosso pensamento ocidental, da qualidade superior da beleza feminina. O que foi enfatizado por Lipovetsky (*op. cit.* p. 117), ao reconhecer que “nenhuma outra época no passado tanto representou, comentou, alçou ao pináculo a beleza feminina, nenhuma outra lhe conferiu tal importância”. Esta ênfase do conceito de beleza intimamente associada à figura feminina atravessa os séculos subsequentes e entra no século XXI de forma imperativa, representado pelos meios de comunicação de massa. A expressão “belo Sexo” instaura-se de forma incisiva, contundente na contemporaneidade. Vozes correntes reforçam que ser bela é possuir a auto-realização e a felicidade, e preconizam que não é apenas um direito, mas sobretudo um requisito para ser uma mulher genuinamente feminina.

“O Nascimento de Vênus” de Boticelli estampa artisticamente a imagem plástica do corpo feminino em um dado momento histórico, a Renascença, sendo que essa imagem nos conduz a uma leitura e análise da imagem socialmente valorizada.

A justificativa para apresentar o quadro de Boticelli como referência ilustrativa do trabalho enfatiza a tese de que as representações artísticas codificam a cultura de forma singular. Apoderamo-nos dessa imagem também com o objetivo de evidenciar as alterações de categoria do que é um corpo feminino considerado como esteticamente



belo. Sinalizar as mutações estéticas do corpo feminino no decorrer da história, desvela os padrões imperiosos das demandas sociais geralmente hegemônicas.

Compreender essas alterações de categoria na percepção do corpo evidencia as múltiplas possibilidades hermenêuticas na construção da imagem corporal feminina. Significações e interpretações múltiplas são realizadas pelos sujeitos a respeito da imagem corporal, sendo os processos interativos formativos de real valor para os processos educativos.

A imagem da beleza feminina, mitologicamente representada por Afrodite ou Vênus, sempre esteve presente no imaginário da cultura ocidental. Contudo a célebre pintura de Botticelli, “O nascimento de Vênus”, de 1485, materializou plasticamente a estética de beleza para o período clássico do Renascimento, ecoando os valores culturais e estéticos do corpo feminino naquele período. A obra “Nascimento de Vênus” exprime a preocupação de Sandro Botticelli com a beleza feminina e é considerado o trabalho mais famoso do autor.

Segundo Faux (2000, p. 46), a plástica da mulher foi sistematizada, em 1539, por Augusto Nifo, na obra *Sobre a beleza e o amor*, na qual define critérios muito rígidos inspirados na lendária beleza de Joana de Aragão, a quem a obra foi dedicada: o comprimento do nariz deve ser igual ao dos lábios, a soma das duas orelhas ocupará a mesma superfície da boca aberta, e a altura do corpo conterà oito vezes a da cabeça. Nenhum osso deve marcar o largo peito cujos seios têm a forma de uma pêra invertida; a mulher ideal é alta sem o auxílio de saltos, tem ombros largos, cintura fina, quadris amplos e redondos, mãos rechonchudas, mas dedos afilados; tem pernas roliças e pés pequenos. Os cânones do rosto exigem que ele se projete sobre um

pescoço longo, que seja fino e oval, com traços regulares, uma testa alta, um nariz reto e delicado, uma boca pequena. Nesse conjunto, três coisas devem ser escuras: os olhos, os cílios e as sobrancelhas; três coisas devem ser brancas; as mãos, os dentes, sempre pequenos, e a pele, tão transparente que “se deve ver o vinho correr pela garganta”. Lábios, faces e unhas devem ser vermelhos. Tudo isso, emoldurado pela doçura da expressão e coroado por cabelos “soltos e louros, ora semelhantes ao ouro, ora ao mel, reluzindo como raios de sol frisados, espessos e compridos, espalhados em longas ondas e esvoaçando sobre os ombros” (*ibidem*, p. 47).

As formas rotundas eram sinal de ócio e opulência e o rosto com características bem femininas desenhava as diferenças sexuais necessárias para o estabelecimento do encontro amoroso.

Berger (1999) compreende que há uma imbricação discursiva histórica produzida pelas imagens, ao afirmar que:

Uma imagem tornou-se como x tinha visto y. Isso era o resultado de uma crescente consciência da individualidade acompanhando uma percepção crescente da História. Seria precipitado tentar datar com precisão o desenvolvimento disso, mas certamente na Europa tal consciência existiu desde o início da Renascença. (p.12)

A escultura e a pintura foram referências da estética do corpo feminino para os períodos da Grécia clássica e Renascentista, respectivamente, tomadas nesse trabalho como representação simbólica desses períodos. Entretanto, esses discursos não são congelados em seus tempos, atravessam a história com mudanças e repetições. Na contemporaneidade tomamos a mídia como suporte singular e expressivo na

sinalização estética dos padrões da beleza, como indica as reflexões teóricas que se seguem.

### **“Corpo de Vênus” na contemporaneidade**

Vários são os suportes midiáticos que veiculam os valores estéticos corporais femininos. A televisão foi indicada como representante desse período por ter ampla inserção e repercussão em todos os níveis sócio-econômico-culturais, e por seus discursos ecoarem nos demais suportes da mídia.

Arlindo Machado, em sua obra *A televisão levada a sério*, compreende que muitos programas de televisão são produções artísticas, e é nessa vertente que nos apropriamos de uma imagem de mulher considerada bela, como exemplo coadjuvante dessas produções. Machado observa que “a televisão é e será aquilo que nós fizemos dela” (op. cit., p.12) e conclui:

Apesar de todos os discursos popularescos e mercadológicos que tentaram e ainda tentam explicá-la, a televisão acumulou, nestes últimos cinquenta anos de sua história, um repertório de obras criativas muito maior do que normalmente supõe, um repertório suficientemente denso e amplo para que se possa incluí-la sem esforço entre os fenômenos culturais mais importantes de nosso tempo. (Machado,2000, p.15)

**Sendo assim, podemos considerar que a modelo Giselle Bündchen representa na contemporaneidade um ícone de beleza idealizada.**

Figura 4- Imagem representativa do “corpo de Vênus” (ideal de beleza) na contemporaneidade

Pensar a imagem corporal feminina no momento atual é um desafio, pelo amplo espectro de informações veiculadas sobre a imagem corporal pelos meios de comunicação de massa. Vivemos hoje em uma cultura de massa que, com raras exceções, estabelece como padrão de beleza dominante, mulheres esguias, altas, de preferência loiras de cabelos lisos e de olhos azuis. Tal padrão torna-se impossível para muitas das mulheres brasileiras, por sua própria origem étnica. Contudo muitas pessoas, as mulheres em especial, são capazes de submeter seus corpos à privação de alimentos, a práticas invasivas, a atitudes e comportamentos drásticos, para satisfazerem a necessidade de se enquadrar no padrão de beleza dominante.

As necessidades culturais podem, em determinadas circunstâncias, exercer maior pressão sobre os indivíduos do que as necessidades primárias, estritamente naturais. O que se busca, porém, neste trabalho não é a compreensão dos sujeitos individualizados, apesar de coletarmos dados singulares junto a eles, mas dos sujeitos inseridos culturalmente e seus posicionamentos sobre a imagem do próprio corpo, assim como suas idealizações estéticas, no momento histórico e na cultura em que vivem.

Há, na atualidade, dissoluções virtuais das distâncias decorrentes de processos globalizados da informação. Através dos múltiplos suportes midiáticos, a imagem de beleza corporal feminina tem-se configurado de forma quase que unívoca sobre o que é ser bela, orientando os nossos padrões estéticos, diferentemente do que ocorria em outros momentos históricos em que não se tinha informações tão difundidas como hoje. Essa orientação hegemônica de beleza do corpo, perpassa todas as faixas etárias

femininas, mas encontra um campo fértil na adolescência, por ser um período de busca constante dos referenciais formadores da identidade.

A felicidade como uma construção da modernidade aparece em um momento histórico e sócio-econômico no qual ter, possuir coisas e construir “imagens pessoais” é mais valorizado do que ser. A felicidade está associada à beleza, por isso, torna-se um “valor” possuir a imagem instituída de beleza. Wolf (1992) afirma que a beleza, na década de 80, quando as mulheres se inseriram na estrutura de poder, “[...] deixou de ser apenas uma forma simbólica de moeda. Ela passou a ser o próprio dinheiro” (p.26). É certo que essa afirmação repercute ainda hoje no gênero feminino, e aparece revestida principalmente como oportunidade de melhoria econômica. Ser bela, estar dentro dos padrões instituídos como ideais, talvez possa gerar frutos materiais vantajosos, como posar para revistas masculinas, aparecer em programas de televisão ou até mesmo como a possibilidade de realizar um casamento economicamente favorável. Essas e outras são possibilidades práticas de utilização da imagem corporal no contexto social, mas compreender como a imagem do corpo é formada pelo contexto tem sido o trabalho de pesquisa de muitos teóricos da educação, da psicologia social, da comunicação e, mesmo, da política.

### **O corpo e a mulher: Cultura, representações sociais, identidades e socializações.**

O trabalho de Paul Schilder, datado de 1935, fez inovadoras contribuições para a temática imagem corporal. Esse autor amplia os paradigmas da pesquisa de corpo

organicista para uma perspectiva mais ampliada e integralizadora ao social e ao existencial. Na perspectiva integralizadora, o corpo não é mais considerado como apenas uma soma de aspectos orgânicos, mas a soma destes com os fatores sociais, posição teórica que efetiva a realização de um trabalho de pesquisa interdisciplinar, vertente em que se pautava esta dissertação..

Schilder atesta, em seu trabalho, que vivemos uma inter-relação com o mundo social que nos cerca, contudo, aspectos que não nos são inerentes, se fazem relevantes na construção dessa inter-relação. Os diversos discursos sobre a imagem de beleza ideal ressoam na construção da identidade, possibilitando, através de entrelaçamentos, a formação da subjetividade. Identidade e subjetividade são tessituras que se imbricam na construção do sujeito e dos conceitos que ele desenvolve em relação ao belo.

A fim de ampliar o conceito de identidade, inserimos algumas abordagens teóricas propostas por Stuart Hall, em sua obra *A identidade cultural na Pós-modernidade*. O autor compreende que há três concepções de identidade: a do sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno.

Para Hall (2002, p.10-12) a identidade do sujeito do Iluminismo se baseava na concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo “centro” consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo –contínuo ou “idêntico” a si mesmo - ao longo da existência do indivíduo.

A noção de sujeito sociológico, para ele, reflete a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que esse núcleo interior do sujeito não é autônomo e auto-suficiente, mas formado na relação com “outras pessoas importantes para ele”, que medeiam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos- a cultura - dos mundos que ele habitava. G.H. Mead, C.H.Cooley e os interacionistas simbólicos são as figuras-chave na sociologia que elaboram essa concepção “interativa” da identidade e do eu (subjetividade). De acordo com essa visão, que se tornou a concepção sociológica clássica da questão, a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem.

A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior” - entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de projetamos a “nós próprios” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo , internalizamos seus significados e valores, tornando-os “parte de nós”, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. A identidade, então, costura o sujeito com a estrutura. Estabilizam-se tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis.

Hall argumenta que são exatamente essas coisas que agora estão “mudando”. O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado, composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas. Correspondentemente, buscam



articular as identidades que compunham “as paisagens sociais lá fora” e que asseguravam a conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, das mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático.

O autor esclarece que esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo identidade fixa, essencial ou permanente.

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (Hall,1987) E acrescenta em outro trabalho: “a identidade é definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (Hall, 2000, p.13).

Essas concepções de identidades, mencionadas por Hall, nos orientam para interpretar os dados fornecidos pelas adolescentes. O próprio autor reconhece que essas concepções de certa maneira são simplistas. Contudo, não as utilizaremos de forma estanque e fragmentada, mas como balizadoras de análises.

O autor Schilder compartilha algumas concepções de Hall, ao atestar que o conceito de valor do que é ser belo se constrói através de teias discursivas, mas transita de forma mais incisiva na construção da identidade do sujeito sociológico, ao considerar que, pela coerção cultural, somos aprisionados nessa teia discursiva a fim de que materializemos em nossos corpos esses padrões de homogeneizações estético-corporais. Esses aprisionamentos se reforçam pelos ganhos da suposta

inclusão social , da aceitabilidade e elogios pelo grupo cultural. Buscamos ser normais. Mas o que é ser normal? Mas como ser “normal” nessa constante busca de adequação do corpo aos valores, referências e ideais culturalmente e socialmente construídos?

O conceito imagem corporal tem sido abordado em perspectivas diversas nos trabalhos de pesquisas e publicações .A multiplicidade de enfoques evidencia como é complexo o conceito imagem corporal. Há, em algumas pesquisas, enfoques organicistas e quantitativos e também outros enfoques mais direcionados para a dimensão que envolve os estudos humanos dentro de um contexto social, e é nessa vertente que o trabalho se apresenta.

Nessa abordagem, partiremos do princípio de que há uma relação dinâmica entre o sujeito e o contexto social. Tanto o contexto social quanto o sujeito interagem através de processos de criação de significados e valores. Foi esta a perspectiva multidimensional, dinâmica e altamente vinculada à identidade do sujeito apontada no trabalho de Schilder. Para esse autor, a imagem corporal deve ser compreendida como um fenômeno singular, estruturado no contexto da experiência existencial e individual do ser humano, em um universo de inter-relações entre imagens corporais Nesta perspectiva integralizadora, o corpo não é mais considerado como apenas uma soma de aspectos orgânicos, mas a soma destes com os fatores sociais.

E é nessa perspectiva de soma que converge a matriz de pensamento dos autores selecionados para este trabalho. Eles compreendem o valor discursivo das múltiplas instâncias sociais na configuração dos processos identitários. Como menciona Setton (2002,p.107), ao considerar que “o processo de socialização das formações atuais é um espaço plural de múltiplas referências identitárias”.Adotamos

essa perspectiva de mediações sociais plurais na construção da identidade que este trabalho põe em pauta. Os próprios sujeitos investigados sinalizaram essa concepção pluralista ao eleger mais de uma mediação como esfera social importante na formação de seus valores estéticos, enfatizando uma relação de interdependência entre elas. Concordamos com Setton quando ela ainda salienta ainda que “na contemporaneidade há um certo equilíbrio de forças entre as instâncias socializadoras, já que a interdependência é uma condição para o exercício e continuidade do processo de socialização dos sujeitos”.(p.111).

Analisar a força dos *dispositivos pedagógicos* das instâncias socializadoras nos processos de formação dos valores estéticos corporais é outro aspecto para o qual se direcionou esta proposta investigativa. Buscou-se investigar se há ou não, para os sujeitos, instâncias sociais que contribuem de forma mais significativa do que outras nesta formação.

Em seu trabalho, Setton tematiza os conceitos família, escola e mídia, buscando compreender o valor discursivo dessas esferas para a formação da identidade como um todo. Lança, a partir dessa seleção, a seguinte pergunta: “Quais os poderes constitutivos desses espaços de socialização responsáveis pelo equilíbrio de forças nessa configuração?” (p.111). Faz considerações gerais sobre o valor de cada uma delas e traça considerações na direção de que

[...] essas instâncias podem ser consideradas como redes de interdependência estruturadas por relações sociais específicas, os produtos da socialização, ou seja, os sujeitos, suas práticas e escolhas- podem ser apreendidos como o resultado de uma maior ou menor ruptura e/ou continuidade entre tais instâncias. (*ibidem*, p.114)

Seu trabalho aborda a interdependência dessas instâncias no processo de formação da identidade de forma ampla, enquanto esta pesquisa refere-se ao processo na formação dos valores estéticos corporais.

Pesquisar sobre o corpo parece um estudo simples, contudo, não o é. Segundo Merleau-Ponty (1975,p.369) “o corpo é uma unidade de significação e investigar significações requer uma abordagem dialética e uma investigação multidisciplinar do conhecimento”. Deve-se buscar desvelar as teias de significações nas questões “macro”: economia, mercado, política e os aspectos históricos e sociais; e nas questões “micro”, ou seja, como os sujeitos significam as questões “macro”. O corpo é um “objeto” que todos temos para que possamos existir e agir no mundo; fruto de prazeres, mas também de conflitos e dores. O corpo não é apenas uma constituição física, é “um sistema de ação, um modo de práxis e sua imersão prática nas interações da vida cotidiana é uma parte essencial da manutenção de um sentido coerente de auto-identidade”Giddens (2002, p.95). Por ser o corpo uma entidade de “significação” e de “auto-identidade”, cabe neste trabalho de pesquisa a diversidade de reflexões teóricas. Porém o enfoque maior recairá sobre o corpo como produto da cultura, para que, no decorrer do trabalho, a tessitura do conhecimento se faça inteligível. Refletir sobre a cultura do corpo se faz necessário, pois,segundo Vila Nova (1999)

O fato de que muitas necessidades humanas sejam criadas pela cultura, sendo, portanto, artificiais, não significa que tais necessidades, não sejam tão fortes quanto as necessidades estritamente naturais [...] Na realidade uma necessidade criada pela cultura pode ser tão forte ou até mesmo mais premente do que as necessidades naturais. Um bom exemplo do alto grau de pressão que uma necessidade cultural pode exercer sobre os indivíduos está na necessidade

de conformar o corpo aos padrões dominantes de beleza física em qualquer sociedade. (p.49).

Outro bom exemplo do alto grau de pressão que uma necessidade cultural pode exercer sobre os indivíduos, além do citado anteriormente, é a necessidade de afirmar-se socialmente superior, através da ostentação de símbolos, ornamentos e características estéticas físicas valorizadas e instituídos pela cultura dominante e de massa. Como sabemos, todas as sociedades possuem padrões culturalmente ideais de beleza física para mulheres e homens. Sendo culturais, tais padrões, são em consequência, relativos. O que é considerado belo em uma cultura poderá ser tido como feio em outro contexto cultural. Se no renascimento, o padrão de beleza feminina estava associado a formas volumosas, como demonstram as telas dos pintores daquele período (exemplificado na obra de Botticelli) nas culturas das sociedades urbano-industriais do presente, o padrão dominante de beleza para as mulheres está antes, associado a formas acentuadamente esguias. Durante muito tempo, as mulheres das classes economicamente superiores no mundo ocidental usaram espartilhos com o fim de comprimir a cintura para conformar o corpo ao padrão ideal de beleza feminina dominante. Esse costume foi seguramente prejudicial à saúde, que também deve ter sido prejudicada pela evitação sistemática e demasiada dos raios solares, decorrente da idéia de ser um componente imprescindível à beleza feminina, o que levava as mulheres a se abrigarem do sol sempre que saíam à rua durante o dia. Na cultura japonesa tradicional, as crianças de sexo feminino destinadas a serem gueixas eram obrigadas a usar sapatos de ferro, com o objetivo de atrofiar os pés, a fim de adequar

ao padrão de beleza exigido para aquela categoria de mulheres. Como quer que seja, em qualquer sociedade, as pessoas são pressionadas de diferentes modos a conformarem seus corpos aos padrões dominantes de beleza. Muitas pessoas são capazes de privar-se de determinados alimentos, às vezes de maneira drástica, para satisfazerem esse tipo de necessidade. Vemos, assim, como uma necessidade cultural na sua origem pode, em determinada circunstância, exercer maior pressão sobre os indivíduos do que as necessidades primárias, estritamente naturais. Contudo, não somos totalmente reféns passivos das construções imagéticas culturais. Para Berger (1999) “toda imagem incorpora uma forma de ver.[...] Contudo, embora toda imagem incorpore uma maneira de ver, nossa percepção ou apreciação de uma imagem depende também de nosso próprio modo de ver.” (p.12)

Vivemos em uma sociedade de consumo e acreditamos que o que nos constitui enquanto sujeitos gira de forma imperativa em torno das mensagens veiculadas pela indústria cultural, os meios de comunicação de massa. Entretanto, SOLOMON (2002) em seu trabalho *O comportamento do consumidor* suscita a idéia de que o consumo não é tão irracional como pensamos. Há uma racionalidade que perpassa a sociedade de consumo e, por essa racionalidade, podemos tatear os valores sócio-históricos nos quais essa sociedade se insere. Dimensões como o belo e o bom, o feio e o ruim se articulam de forma indissociável na construção do imaginário coletivo. Tavares (2003) compreende

[...] a imagem corporal como um fenômeno complexo, que deve ser visto sob múltiplas perspectivas, processo em constante transformação, que integra múltiplas dimensões e vulnerável aos processos dinâmicos internos e externos que se encontram em relação a cada instante, reconhecendo, no entanto, seu caráter singular e indivisível. (p.19)

Considera ainda que “a imagem corporal deve ser compreendida como um fenômeno singular, estruturado no contexto da experiência existencial e individual do ser humano, em um universo de inter-relações entre imagens corporais” (*Op.cit.*), conforme já citado.

Essas interações são vivenciadas e construídas nos múltiplos contextos sociais temporais e espaciais. Para Berger e Luckmann

O indivíduo não nasce membro da sociedade. Nasce com predisposição para a sociabilidade e torna-se membro da sociedade. Por conseguinte, na vida de cada indivíduo existe uma seqüência temporal no curso da qual é induzido a tomar parte na dialética da sociedade. O ponto inicial deste processo é a interiorização, a saber a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido, isto é, como manifestação de processos subjetivos de outrem que desta maneira torna-se subjetivamente significativamente para mim. (*Op. cit.*, p.173)

A socialização, segundo esse autor, é o processo ontogenético que introduz o indivíduo como membro de uma sociedade. Nomeia o primeiro processo de socialização que é o da família como socialização primária e os demais como socialização secundária. As socializações têm sempre objetivos pedagógicos de adequar o sujeito à vida social, mas a socialização primária, além de ter esse apelo educativo, está impregnada do aspecto emotivo, o que a torna importante na formação do indivíduo. Desta forma, partimos do pressuposto de que é a família que propicia aos sujeitos a produção de significados sobre a beleza do corpo feminino, já que é nessa instância mediática que ocorrem os processos pedagógicos elementares na construção “primária” de condutas e ações. Os grupos e elementos de vivências “secundárias” também participam, mas de forma menos expressiva, quando não são

respaldados pelos valores familiares. Há contudo, exceções de condutas e são essas exceções que também nos levam a novas indagações .

Grupos de socialização secundária como escola, grupos de convivência e a mídia utilizam-se de estratégias e de dispositivos pedagógicos que interferem nesse universo de saberes “primários”, mas se mudanças ocorrem pode-se dizer que os valores familiares permanecem latentes. A família tem uma relação importante na construção da identidade de beleza corporal feminina. Para Berger e Luckmann

receber uma identidade implica na atribuição de um lugar específico no mundo. Assim como esta identidade é subjetivamente apreendida pela criança. A apropriação subjetiva da identidade e a apropriação subjetiva do mundo social são apenas aspectos diferentes do mesmo processo de interiorização, mediatizado pelos mesmos outros significativos. (*Op. cit.*, p. 178)

O compartilhamento das múltiplas vivências e produções representativas vivenciadas pelos sujeitos estabelece as construções de identidade e subjetividade. Silva (2000, p.55), considera que os termos identidade e subjetividade “são utilizados de forma intercambiável. Existe uma considerável sobreposição entre os dois”. Subjetividade refere-se à compreensão que temos de nós mesmos. São conceitos que envolvem aspectos cognitivos e emocionais, conscientes e inconscientes, fornecendo a dimensão de “quem nós somos”. Silva (2000) ainda esclarece que

[...] a subjetividade envolve nossos sentimentos e pensamentos mais pessoais. Entretanto, nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade.(p.55).

A exposição de Silva nos orienta a pensar em uma articulação sutil das dimensões pessoais e sociais. Essas sutilezas tornam esses conceitos voláteis e



sinuosos, merecendo nossa atenção para que nos cerquemos de fundamentações teóricas para melhor compreendê-los.

Neste trabalho, consideramos pertinente também mencionar alguns conceitos de identidade social que nos subsidiam a pensar de uma forma mais ampla a problemática investigada. Ochs (1993) compreende a identidade social como um processo dinâmico de demonstrar e interpretar posições sociais, afiliações, papéis ... As identidades sociais são construídas e socializadas nas interações e em todas as situações as pessoas são agentes na produção do seu próprio *self* e na formação do *self* do outro. Acrescenta-se a compreensão de Schiffrin (1993) ,que as identidades se constroem e se reconstroem em um processo dinâmico, local e colaborativo pelo percurso das interações sociais . Ivanic (1998) afirma que aquilo que as pessoas fazem carrega uma mensagem sobre sua identidade. Oliveira e Bastos (2001,p.162) consideram que “refletir sobre nossa identidade é o mesmo que refletir sobre quem somos, ou sentimos que somos na vida em sociedade”, a partir da imagem corporal que temos e que queremos ter.

Os dispositivos pedagógicos (múltiplas linguagens) utilizados pela mídia para a subversão e/ou sedução dos valores estéticos corporais da mulher são criteriosamente estudados a partir do contexto social. Estuda-se o comportamento dos sujeitos frente aos seus desejos, apropriando-se dessas estratégias para construir discursos que atinjam o espectador de forma eficiente, nas diferentes formas de recepção. É inegável a eficiência da mídia televisiva nesta produção. A televisão emite mensagens incessantes, quase que unívocas e hegemônicas, sobre a mulher e suas representações sociais corpóreas, produzindo um enfoque pedagógico sobre o que é

e como ser mulher. As construções dessas representações sociais se formam através dos processos pedagógicos da socialização tanto primária quanto secundária.

Jodelet (2001) recorre ao conceito proposto por Moscovi para nos esclarecer sobre o que são representações sociais:

As representações sociais são entidades quase tangíveis. Elas circulam, entrecruzam-se e cristalizam-se sem cessar por meio de uma fala, um gesto, um encontro, em nosso universo cotidiano. A maioria das relações sociais estabelecidas, dos objetos produzidos ou consumidos, das comunicações trocadas estão impregnadas delas. Como sabemos, elas correspondem, por um lado, à substância, assim como a ciência ou os mitos correspondem a uma prática científica e mítica.(p.207)

Compreender o conceito de representação social se faz importante para que se possam fazer leituras e articulações das relações representativas na formação dos valores estéticos. Esse conceito levanta uma série de abordagens que orientaram esta produção dissertativa. Orientar-se-á pelo conceito de representação social supracitada e julga-se então, necessário, um momento de devaneio ao imaginário coletivo e sobretudo reflexões advindas desses, para compreender a atual construção psicossociológica das representações sociais de beleza. Não vamos discorrer aqui sobre os diversos discursos, mas apelamos então para a memória e para as vivências do (a) leitor (a) para que cada um faça um passeio em suas próprias experiências com a mídia, evocando como as representações sociais de beleza desenharam-se no decorrer da história e como esses suportes trouxeram a nós experiências múltiplas de ser e estar mulher, ratificando a mídia televisiva como um suporte discursivo produtor de representações sociais significativas sobre o corpo de mulher. Para relacionar essa

formação ao tema corpo da mulher, precisamos refletir mais sobre o conceito de gênero e suas implicações na dimensão corpórea.

Louro (2003) nos revela que, a partir das abordagens feministas pós-estruturalistas, o conceito de gênero

[...] passa a englobar todas as formas de construção social, cultural e lingüística implicadas com os processos que diferenciam mulheres e homens, incluindo aqueles processos que produzem seus corpos, distinguindo-os separando-os como corpos dotados de sexo, gênero e sexualidade. (Louro, 2003, p.16)

A autora acrescenta alguns detalhamentos para teorizar o gênero a partir dessa abordagem pós-estruturalista mais ampla (p.16-19):

1- O gênero aponta para a noção de que, ao longo da vida através das mais diversas instituições e práticas sociais, nos constituímos como homens e mulheres, num processo que não é linear, progressivo ou harmônico e que também nunca está finalizado.

2- O conceito acentua que, como nascemos e vivemos em tempos, lugares e circunstâncias específicas, existem muitas e conflitantes formas de definir e viver a feminilidade e a masculinidade. Enfatiza essa pluralidade de conflitos dos processos pelos quais a cultura constrói e distingue corpos e sujeitos femininos e masculinos. Torna-se necessário admitir que isso se expressa pela articulação de gênero com outras “marcas” sociais, tais como classe, raça/etnia, sexualidade, geração, religião, nacionalidade.

3- O gênero traz implícita a idéia de que as análises e as intervenções empreendidas devem considerar, ou tomar como referência, as relações de poder entre

mulheres e homens e as muitas formas sociais e culturais que os constituem como “sujeitos de gênero”.

4- Considera que as instituições sociais, os símbolos, as normas, os conhecimentos, as leis, as doutrinas e as políticas de uma sociedade são constituídas e atravessadas por representações e pressupostos de feminino e de masculino ao mesmo tempo que estão centralmente implicadas com sua produção, manutenção ou resignificação.

Os tópicos seguintes abordarão, na perspectiva dos sujeitos investigados, a complexidade das apropriações culturais relacionadas às categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas e as conseqüências na formação da auto-imagem e na imagem ideal de corpo. Introduzimos inicialmente análises dos dados que abordam as dimensões sócio-históricas e culturais dos sujeitos investigados a fim de contextualizá-los no tempo e espaço, para em seguida, articular as menções teóricas realizadas e as análises interpretativas dos dados coletados.

## **Capítulo 4**

### **Os sujeitos entre sua auto-imagem real e imagem ideal da estética corporal**

“É muito mais difícil destruir o impalpável do que o real.”

(Virgínia Woolf)

Os dados apresentados neste e no próximo capítulo se correlacionam. Para esta parte do capítulo utilizamos a seguinte disposição lógica: apresentação de uma breve

análise sobre o contexto sócio-econômico e cultural das adolescentes e análise das categorias estéticas relacionadas à auto-imagem real e auto-imagem ideal.

Iniciamos o capítulo pelas análises sócio-econômicas e culturais das adolescentes, em seguida abordamos analiticamente as categorias estéticas e discursivas evidenciadas sobre o corpo e a mulher. Analisaremos também alguns dados do questionário piloto sobre categorias estéticas e mediações, por ter sido esse instrumento o balizador inicial das demais propostas metodológicas.

### **Análises sócio-econômicas e culturais dos sujeitos investigados**

Ao analisarmos os dados, levamos sempre em consideração o contexto social no qual o sujeito constrói sua relação com o mundo, com a realidade da vida cotidiana, por isso iniciamos as análises dos dados a partir desse tópico. Berger e Luckmann (p.35) consideram que “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens” “e subjetivamente dotada de sentido para eles” (elas) “na medida em que forma um mundo coerente”. Thompson (1995) ratifica a importância da análise do contexto social dos sujeitos no processo de recepção e apropriação dos produtos comunicativos como “práticas situadas” (p.405). Sendo assim, os dados que se seguem refletem como as adolescentes objetiva e subjetivamente interpretam, significam e ressignificam a sua realidade social, a partir do foco temático de análise.

O questionário semi-estruturado contemplou vários aspectos referentes ao objeto investigado. Tomamos inicialmente os dados desse instrumento para a análise

dos aspectos sócio-econômicos. Entretanto, faremos algumas menções sobre o questionário piloto, balizador do questionário semi-estruturado que contempla também a dimensão sócio-econômica. Os sujeitos que participaram do questionário piloto, em sua quase totalidade pertenciam a níveis sócio-econômicos favorecidos, enquanto o grupo controle do universo propriamente investigado é formado por sujeitos de nível sócio-econômico menos favorecido. Os dados expressos pelos sujeitos que responderam ao questionário piloto não só orientaram a construção do questionário semi-estruturado, aplicado ao grupo selecionado posteriormente, como também apontaram similaridades sobre as categorias estéticas e as mediações sociais formadoras dos valores estéticos corporais. Esses resultados nos levam a considerar que, apesar das diferenças dos contextos sociais vivenciados, há uma padronização valorativa das categorias estéticas e semelhanças dos mediadores sociais formativos dos valores de beleza, junto às adolescentes. Essas categorias e mediações sociais, levantadas serão analisadas mais adiante em tópicos específicos. Lancemo-nos então, às análises sócio-econômicas e culturais do grupo das adolescentes do universo propriamente investigado. Os dados apresentados a seguir são expressos de forma quantitativa, pois a forma da construção metodológica do instrumento utilizado, questionário semi-estruturado, favoreceu e permitiu essa forma de resultado. Porém, análises do quantitativo articulado ao qualitativo foram realizadas através de argumentações críticas interpretativas dos dados levantados.

As 20 adolescentes do grupo de controle, alunas da Escola Estadual da região central de Belo Horizonte, apresentaram o seguinte perfil sócio-econômico: em relação ao perfil ocupacional, mais da metade delas, 11, trabalha e estuda, enquanto 9 apenas

estudam. A maioria das adolescentes 19 é , solteira, apenas uma é casada . Nenhuma delas tem filhos. Das vinte adolescentes,19 vivem com a família ,ou seja, pais e/ou irmãos, marido, parentes próximos e apenas uma vive com pessoas fora do núcleo familiar. Em relação à naturalidade,14 são naturais de Belo Horizonte, 5 ,do interior de Minas Gerais e uma do estado da Bahia. Ao pedirmos que elas intitulassem suas origens étnicas, 8 se auto-intitularam como brancas 7 ,como pardas e 5, como negras.

Em relação à raça, a maioria delas se auto-intituiu a partir da cor da pele, enquanto outras, em função também de sua origem racial materna e/ou paterna.

O nível de renda familiar de 19 adolescentes gira na faixa de 1 a 5 salários mínimos, apenas uma na faixa de 5 a 10 salários mínimos. O nível de escolaridade do pai de 11 adolescentes foi o ensino fundamental incompleto,3 dos pais possuem ensino fundamental completo, 1 é analfabeto,1 tem o superior incompleto e 4 das entrevistadas não sabem ou não responderam. As profissões dos pais são as mais variadas possíveis, partindo do desempregado ao autônomo, serralheiro, armador motorista, mecânico, pintor, gerente, técnico de laboratório, pedreiro, pastor, carpinteiro, lavrador/agricultor, porteiro, comerciante. Em relação às mães, o nível de escolaridade diferencia muito pouco apesar de terem vivenciado um pouco mais o processo escolar. A escolarização do fundamental incompleto,11 mães obtiveram; 5 têm ensino fundamental completo, uma é analfabeta, uma possui ensino médio incompleto,uma o ensino médio completo e uma não sabe. As ocupações das mães também têm um perfil bastante variado,porém a maioria é doméstica ou do lar. Há também diaristas, faxineiras, gari, taxista, cabeleireira, chefe de cozinha, sacoleira , auxiliar de enfermagem , lavradora e controladora de qualidade.

Em relação à responsabilidade pelas despesas da família, há uma diversidade de situações: na casa de 7 das adolescentes, as mães ocupam o papel principal de provedora; na casa de 6 delas, é o pai e a mãe, em 3 são apenas os pais, em 2 são o pai e as entrevistadas; em uma é o esposo e a adolescente e uma única entrevistada 1 não sabe quem é o principal provedor.

Essas informações sócio-econômicas contribuem para que possamos compreender o contexto, a realidade cotidiana em que os sujeitos investigados estão inseridos. Em síntese, todos os dados apresentados dão indícios das condições macro e microsociais vivenciadas pelas adolescentes, assim como os seus reflexos. Elegemos alguns aspectos fornecidos pelos dados apresentados como foco para algumas reflexões e análises.

Em relação à naturalidade, mais da metade tem origem urbana, de Belo Horizonte, o que já implica um estilo de vida mais industrializado e com mais apelos consumistas. Essa condição paradoxal entre o espaço urbano, em que as adolescentes vivem em meio a fortes apelos ao consumo, e a realidade de baixo nível sócio-econômica, na qual se inserem, torna-se também parâmetro formativo da imagem corporal real e ideal, na medida em que a busca de se obter uma imagem ideal está colada à aquisição de produtos de beleza e até mesmo à possibilidade de transformações corporais “completas” oferecidas pelas cirurgias plásticas; ou seja, a beleza está vinculada ao poder aquisitivo, uma vez que a imagem feminina ideal tornou-se produto de compra, conquistável pelo consumo da indústria da beleza.

Os dados até então apresentados evidenciam que, o grupo dos sujeitos investigados advém de um nível sócio-econômico de menor poder aquisitivo. Os



recursos financeiros escassos conduzem muitas adolescentes a ingressarem no mercado de trabalho mais cedo, tendo que conjugar os estudos e o trabalho. A maioria trabalha como estagiária, onde há baixa exigência de qualificação profissional e, em consequência, baixa remuneração salarial. Essa situação impele as adolescentes, diferentemente do que ocorre nos países industrializados, a permanecerem no núcleo familiar por mais tempo, pois os rendimentos não possibilitam independência financeira. Todas as adolescentes que trabalham relatam que contribuem para as despesas da casa. A única adolescente que não vive no núcleo familiar, é doméstica, trabalha e reside em seu serviço, mas também envia recursos para a família no interior do estado de Minas Gerais. A inserção das adolescentes no mercado de trabalho, na atual conjuntura de altos níveis de desemprego, proporciona a elas *status*, dentro de seu contexto social, mesmo que seja em subemprego. Há um aumento na auto-estima e, conseqüentemente, um fortalecimento da auto-imagem e identidade como sujeito socialmente produtivo em uma sociedade capitalista.

Mesmo sendo baixo, o salário é importante para a complementação da renda familiar. Em decorrência também dos pais terem baixos níveis de escolaridade e oportunidades sociais as condições de emprego se apresentam precárias, igualmente são as condições do perfil ocupacional das mães. Porém, um fato que os dados sinalizam é o de que, apesar de terem as mães um nível de escolaridade um pouco maior do que aos dos pais, a maioria delas permanece como donas de casa. É significativa a permanência das mães nessa ocupação, instituída e historicamente valorizada como feminina, apesar de possuírem maior grau de escolaridade, o que teoricamente favoreceria a inserção no mercado de trabalho e mesmo em supostas

condições de alçar novos vãos profissionais. Essas mulheres, recolhendo-se ao trabalho doméstico, perpetuam e reproduzem condições sociais históricas do poder masculino. .A maioria das mães que ingressam no mercado de trabalho em função das exigências econômicas, agregando novas obrigações às de mães e esposas , torna-se a principal provedora do lar, posicionando-se também de forma diferenciada em relação às condições históricas, em que o pai è o único provedor do lar. As mulheres na situação de mãe ou de filha, no contexto social em pauta, apresentam uma parcela significativa de contribuição econômica ao rendimento doméstico.

O ingresso da mulher de forma significativa no mercado de trabalho data da primeira guerra mundial, a partir da escassez de mão de obra para os diversos trabalhos, pois a grande maioria dos homens se encontrava nos campos de batalha. A partir de então, a mulher começou a ocupar novos espaços e a assumir novas responsabilidades e exigências sociais. Ao ingressarem no mercado de trabalho, não apenas pelas exigências econômicas a elas impostas, mas em função da busca de realização profissional e pessoal, as adolescentes investigadas, evidenciam as novas condições femininas.

Há uma articulação entre a inserção no mercado de trabalho, a realização profissional e o discurso das adolescentes sobre adiamento da maternidade. Observou-se entre elas uma conscientização de que a maternidade não planejada dificultaria a situação presente já instalada, pois nenhuma delas tem filhos e só pretendem ter, em situações econômicas mais favoráveis. Ao menos no grupo investigado, a gravidez precoce, ou seja, na adolescência, não se configura como um problema, o que sinaliza, por parte dessas adolescentes, um maior conhecimento a

respeito do funcionamento de seus corpos e conseqüentemente o domínio e controle pessoal sobre ele.

A maternidade, para o grupo das adolescentes investigadas, vincula-se a uma condição planejada desejada e não “atropelada” por descuidos, falta de conhecimento ou estado imposto socialmente, diferentemente do que ocorria em outros momentos históricos em que a maternidade se associava indelevelmente à condição simbólica de feminilidade. A maternidade como a conhecemos, com as exigências construídas socialmente, referidas à mulher foi inventada em 1762, segundo Forna (1999,p.35), a partir das idéias de Jean-Jacques Rousseau, em sua obra *Emílio*. A autora acrescenta que, antes de *Emílio*, as mães pareciam totalmente indiferentes aos filhos. Passavam o menor tempo possível com as crianças, quando não mandavam os recém-nascidos para longe, e, aparentemente, elas pouco ligavam se eles morriam. A partir da mudança nas diferentes áreas do conhecimento dos séculos seguintes, onde houve uma redefinição dos papéis sociais conforme o gênero, é que nasceu o conceito de maternidade como conhecemos hoje. Fazer algumas menções históricas da maternidade ,neste trabalho, se faz pertinente, para que possamos compreender que não só os padrões estéticos associados ao corpo da mulher são uma construção histórica, mas também as suas condições biológicas que interferem no contexto sócio-econômico , estão submetidas às condições históricas e socialmente instituídas. A construção de valores sócio-históricos sobre o corpo feminino se dá a partir das múltiplas mediações sociais.

Contudo, ao tomarmos as referências conceituais propostas por Thompson sobre as mediações como catalizadoras ou não das condições socialmente instituídas,

podemos observar que, apesar desses “lugares” sociais interativos instituídos, quer seja ontem ou hoje, pelos meios de comunicação de massa ,os(as) amigos(as),o núcleo familiar ou qualquer outro mediador social, os sujeitos receptores ressignificam e produzem os valores simbólicos, não permanecendo passivos frente ao processo interativo produzido pelas mediações de seus contextos sociais. Um exemplo é a questão da maternidade que apesar de cercada por uma aura discursiva de valorização, passou por um processo de ressignificação por parte das adolescentes de acordo com os seus valores e pretensões pessoais e/ou profissionais. Muitas consideram as transformações corporais provadas pela maternidade, em momento cronológico não planejado e até mesmo percebidas como antiestéticas, dissonantes da imagem corporal ideal. Essas representações subjetivadas da maternidade, ou de qualquer outra condição relacionada à mulher e ao seu corpo, é fruto de apropriações e ressignificações interativas com o processo de construção da realidade que não se faz de forma solitária, desconectada dos demais sujeitos presentes no contexto.

Para Berger e Luckmann (p.46), “A realidade cotidiana é partilhada com os outros”. E essa partilha acontece através da multiplicidade de linguagens dos discursos verbais e não-verbais, proferidos por diferentes contextos sempre repletos de informações e significados.

Sendo essas adolescentes de um nível sócio-econômico menos favorecido, seu acesso a alguns segmentos culturais se torna limitado. A cultura de massa é o segmento mais vivenciado por elas e seus familiares. Mais da metade das adolescentes expôs que a mídia televisiva é o maior aporte de entretenimento e informações, seguida pelo rádio e jornais, suportes midiáticos de fácil acessibilidade a

elas e aos seus familiares, pelo baixo custo que eles exigem. Isto nos leva a relevar o poder dos enunciados sobre beleza produzidos por esses meios na formação cultural dos familiares, dos sujeitos investigados e de seus grupos de convivência. As adolescentes indicaram que muitas das discussões temáticas sobre o corpo, que se estabelecem no contexto familiar e extra-familiar advêm desses meios de comunicação. Contudo, é de se considerar que a mediação social promovida pelos meios de comunicação de massa não impera única e soberana na formação dos valores estéticos corporais femininos; há outras mediações que reverberam de forma significativa nos sujeitos, a partir de uma tessitura discursiva. Além disso, essa tessitura da formação do conceito de belo e não belo se forma pela valorização e desvalorização das categorias estéticas relacionadas ao corpo feminino.

Através de fragmentos dos dados obtidos pelos vários instrumentos metodológicos utilizados nesta pesquisa, relatamos no tópico que se segue, as categorias estéticas mais relevantes e significativas expostas pelos sujeitos frente aos seus contextos. A valorização e desvalorização de algumas categorias reverberam de forma contundente na auto-imagem e na imagem ideal, principalmente quando elas se aproximam ou se distanciam da imagem real.

### **Sobre as categorias estéticas corporais**

Neste tópico apresentaremos uma breve análise de fatores mais gerais relativos às características indicadas pelos sujeitos da pesquisa.

Para Schilder (1994), a imagem corporal é definida como a representação mental do nosso próprio corpo, a maneira como nosso corpo aparece para nós mesmos. Por ser a imagem do nosso próprio corpo, representa uma experiência essencialmente particular, que cada indivíduo vivencia de modo constante, dimensionando a partir dela o sentido de suas ações e percepções. No entanto, apesar dessas particularidades em relação ao próprio corpo, as adolescentes sinalizaram algumas categorias que se apresentaram de forma recorrente na formação de um perfil estético corporal idealizado, e que serão por nós abordadas. Observamos também que essas categorias se repetem de forma amiúde, independente do nível sócio-econômico das adolescentes. Esta afirmação se sustenta no processo comparativo de análise dos dados obtidos pelo questionário piloto, aplicado em adolescentes de nível sócio-econômico mais favorecido com os resultados obtidos por outros instrumentos metodológicos aplicados ao grupo do universo investigativo propriamente dito. Ambos os grupos, com algumas variáveis, indicaram categorias estéticas corporais femininas valorizadas de forma similar.

Categorias como pele, moda, peso corpóreo e cabelos foram enfatizados como as mais relevantes e valorizadas. A partir dos registros imagéticos, ou seja, através dos desenhos realizados, podemos observar com maior precisão esses resultados. Conforme já foi mencionado, a produção metodológica desses registros foi realizada por todas as adolescentes que responderam ao questionário semi-estruturado e teve como objetivo possibilitar a expressão singular, da auto-imagem e da imagem corporal ideal, através da produção de uma linguagem imagética. Esse procedimento metodológico evidenciou as categorias corporais valorizadas ou não, construídas

pelas mediações sociais, pois as adolescentes não só registraram a auto-imagem e a imagem ideal, mas também relataram quais as mediações sociais que são as mais importantes para elas na construção dessas imagens. É importante ressaltar que foi feita a opção de, na lógica de apresentação dos resultados e na análise, se evidenciarem os discursos verbais e não verbais de forma generalizada, não se buscando as particularidades de cada sujeito, mas as recorrências do pensamento sobre as categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas por eles.

Em todos os registros feitos pelas adolescentes há diferenciações significativas entre a auto-imagem e a imagem ideal, o que sinaliza uma inadequação da imagem que elas têm de seus corpos em relação a imagem que consideram ideal. Na quase totalidade dos registros feitos, há diferenças significativas nos padrões físicos da imagem idealizada em contraponto com a auto-imagem. Por outro lado, nas representações feitas sobre a imagem idealizada apresentam-se significativas homogeneizações. A grande maioria elegeu categorias estéticas estereotipadas para compor o perfil idealizado. Em apenas um caso existe associação das características físicas, não massificantes, ao estado de bem estar psicológico, explícito no texto produzido: “O sorriso constante é sinal de falta de preocupação. A responsabilidade é pequena quando se vê a vida com mais simplicidade e humildade, isto para mim é a imagem ideal de beleza”.

O fato de apenas uma adolescente expor a beleza como algo além do corpóreo evidencia que, para esse grupo, a beleza é concebida prioritariamente como matéria: algo materializado (auto-imagem) ou materializável (imagem ideal). Tal circunstância nos remete aos valores da atualidade em que o ter (matéria) é valorizado em

detrimento do ser (aspectos psicológicos e espirituais). Esse grupo de adolescentes, na partilha mediada pelas relações sociais de seu cotidiano, incorporou aos seus discursos esses valores. Mesmo sendo apenas uma adolescente a se representar de forma idealizada com chinelos, calça “capri”, camiseta da campanha preventiva contra o câncer de mama, aspectos “politicamente corretos”, ela não desconsiderou alguns padrões femininos estereotipados, como cabelos longos e maior estatura, padrões estéticos associados ao belo e valorizados socialmente. O desejo de ter menos espinhas no rosto , indica que a adolescente gostaria de não apresentar de forma incisiva as condições provenientes do período da adolescência, ou seja, as transformações e efeitos dos hormônios sexuais. Não há, por parte desta adolescente, uma dissociação completa dos padrões físicos idealizados, apesar de apresentar um discurso enfaticamente racional.



FIGURA 1- Imagem representativa da busca racional, ao construir padrões estéticos alternativos visando dissociar o bem estar psíquico a dimensão estética corpórea padrão valorizada.

Tomamos como referência o exemplo deste registro, em função de refletir que a beleza é para o grupo das adolescentes investigadas, sobretudo, “matéria” corporificada e que apenas uma apresenta a beleza relacionada à condição subjetiva do “espírito”. Essa concepção estética é datada do período grego, diversamente dos dias atuais em que a beleza se associa ao poder de compra. Como já foi mencionado, as demais adolescentes registraram quase que exclusivamente características físicas.

Observamos em muitos registros, semelhanças entre os desenhos nas representações das expressões e categorias faciais, da auto-imagem em comparação a imagem ideal, como a cor dos olhos. Os claros, azuis e verdes são mais valorizados em detrimento dos olhos escuros.

FIGURA 2 - Representação de uma imagem ideal , com ênfase na valorização da cor dos olhos e traços europeizados.

Há ênfase na cor dos olhos mais claros, porém há uma certa aceitabilidade valorativa das diferenças cromáticas. Associou-se a cor dos olhos aos traços “mais finos”, que são apontados como valor, o que evidencia uma incorporação discursiva dos padrões estéticos europeus. Outro aspecto apontado como importante foi o nariz. Algumas gostariam de fazer plástica, para diminuí-lo, buscando, segundo elas, uma estética mais harmoniosa. Não só a busca do aspecto harmônico se evidencia no desejo de diminuir o nariz, mas também a negação dos traços da etnia negra a favor dos traços estéticos da raça branca. Os traços dos rostos das adolescentes, com algumas exceções, não foram apontados por elas como um grande problema estético a se considerar, mas, em seus discursos, elas evidenciam que características como proporcionalidade e harmonias são importantes para um rosto ser considerado como belo. Esses padrões citados em relação ao rosto são aspectos relevantes desde a Grécia, e a autora Eticoff (p.165-171) ratifica essas observações, ao citar várias pesquisas sobre o valor da simetria dos rostos, independente da cultura. Em algumas representações, na transposição representativa de uma imagem para outra há alguns diferenciais como as feições de maior contentamento representadas na imagem ideal, o que nos leva ao considerar que as adolescentes associam maior felicidade à obtenção de maior número de categorias idealizadas. É como se fossem gostar mais de si mesmas, com aquela imagem, o que provocaria talvez um acréscimo na auto-estima, sendo a obtenção das categorias estéticas valorizadas fator, um ingrediente propiciador de felicidade.

Auto-imagem

Imagem ideal

FIGURA 3 - Imagens representativas de um maior grau de contentamento advindo da obtenção de categorias esteticamente valorizadas.

Em algumas representações imagéticas, há indícios expressivos de uma certa aceitação de seus biótipos, pois constatou-se que nem sempre os desenhos e textos da auto-imagem se alteraram radicalmente quando as adolescentes se representaram na imagem ideal. De forma geral, nos registros, várias categorias foram indicadas como significativas no contraponto entre a auto-imagem e a imagem ideal. Essas categorias foram expostas segundo a ordem de recorrência e relevância expressa pelas adolescentes. Não enfocaremos categorias estéticas sinalizadas de forma pulverizada, ou seja, que se apresentaram de forma tênue por uma ou outra adolescente, pois o intuito do trabalho não é de aprofundamento nas particularidades dos sujeitos, mas apontar quais os valores estéticos e mediações sociais são mais relevantes, na medida em que ecoam do grupo de uma forma quase que unívoca.

O peso corpóreo, desencadeador de proporções corporais harmoniosas e os cabelos foram mencionados como os mais importantes na construção da imagem idealizada. Porém, na apresentação dos dados, apesar dessas duas categorias, cabelo e peso, se apresentarem quase que equitativamente, faremos referência particularizada de cada uma delas, somadas às categorias cor e estado da pele e

moda (vestuário e postura corporal), também mencionadas como importantes para a imagem ideal feminina.

### **Peso corporal**

Em função dos dados apresentados no questionário piloto, tínhamos como premissa, que o peso fosse se apresentar como uma categoria importante. Em função disso, pedimos às adolescentes que registrassem sua altura e peso no questionário semi-estruturado, para que pudéssemos fazer uma análise percentual de sua massa corpórea, a fim de termos parâmetros balizadores da adequação ou não do peso/altura de cada uma das adolescentes investigadas. Em todas as medidas realizadas a altura e o peso das adolescentes se enquadraram dentro do padrão de “normalidade”, conferidos pelas medições da massa corpórea (peso em quilos dividido pelo quadrado da altura em metros), o percentual encontrado ficou nos parâmetros de gordura entre 18 a 22. As recomendações americanas são muitas vezes as nossas principais referências de pesquisa; mesmo que saibamos que temos biótipos e realidades diferenciadas, seguimos alguns desses padrões que consideram que devemos manter o índice de massa corpórea inferior a 25. As aferições realizadas nas adolescentes nos fornecem um parâmetro referencial de que nenhuma delas possui sobrepeso. Dessa forma, o desejo de emagrecer ou não estaria associado a circunstâncias pessoais de menor ou maior adequação aos padrões de beleza exigidos socialmente.

Ao indagarmos as adolescentes sobre o nível de satisfação que elas têm sobre o seu peso corpóreo, das vinte adolescentes participantes, 11 revelaram estarem

satisfeitas com o seu peso corpóreo, 6 estão satisfeitas parcialmente e 3 estão totalmente insatisfeitas. Doze das adolescentes se consideram com o peso “normal” que, segundo elas, “normal” significa nem muito gorda, nem muito magra; 4 se consideram gordinhas e 4, magras. Ao perguntarmos se elas pensam em alguma providência para mudar esse perfil corporal em relação ao peso, 9 responderam que não pensam em fazer nada; 6 pensam em fazer algo (como dietas, exercícios, tomar remédio); 4 pensam em fazer algo, às vezes, e 1 não respondeu. Esses dados refletem um descompasso entre os dados objetivamente considerados satisfatórios, como os fornecidos pela aferição da massa corpórea e a percepção subjetiva que as adolescentes têm a respeito de seus corpos.

A aferição da massa corpórea é um referencial objetivo para avaliar a adequação corporal aos padrões culturais. Contudo, a percepção subjetiva que as adolescentes têm de seus corpos difere muitas vezes da avaliação realizada pela aferição objetiva. Há um claro conflito das adolescentes sobre o aspecto peso corporal. Nos próprios dados coletados sobre o peso, evidenciam-se alguns paradoxos e conflitos no próprio discurso enunciado pelas adolescentes como o fato de que a maioria considera o peso normal como um paradigma estético importante na construção da imagem de beleza ideal. O fato é que dentre as 20 adolescentes 9 se consideram dentro dos parâmetros do peso “normal”; mesmo assim, algumas dessas mesmas adolescentes que se consideram com o peso “normal” pensam em fazer algo para mudá-lo. Essa é apenas uma observação de incoerência do discurso proferido pelas adolescentes dentre outras apresentadas pelos dados. Esse discurso contraditório revela um conflito por parte das adolescentes em relação à percepção

que têm de seus corpos e às exigências corporais socialmente impostas e apropriadas por elas. Como apresentado nos registros imagéticos, quase a totalidade das adolescentes registrou algum tipo de mudança corpórea entre a produção do desenho da auto-imagem e a imagem ideal no que concerne ao peso. A normatização no sentido Foucaultiano, ou seja, não se diferenciar dos padrões instituídos, apresenta-se para as adolescentes como uma meta a ser atingida.

As proporções corporais estabelecidas por outras condições além do peso são também condições indissociáveis e indelévels dos aspectos estéticos. Contudo, o peso é apontado como um parâmetro balizador importante nos referenciais de beleza. Ao inquirir as adolescentes sobre as características necessárias para uma mulher ter uma imagem de beleza corporal ideal, 17 das 20 adolescentes consideram que, dentre outros atributos, elas devem ter o peso normal, ou seja, não ser nem muito gorda nem muito magra, e 3 consideram que a mulher deve ser magra. Entretanto, no imaginário dessas adolescentes, ao indagarmos como os outros pensam sobre como seria o perfil de uma mulher bela; 7 responderam que os outros consideram que a mulher deveria ter o peso corporal normal; 12 responderam que seria um perfil magro, e 1 não respondeu. Esses dados sinalizam que a ditadura da magreza vigente em algumas décadas do século 20 como padrão de beleza feminina desejável, ecoa ainda com forte fôlego no século 21, quer seja na percepção que as adolescentes têm sobre o imaginário coletivo, quer seja nas formações dos valores estéticos pessoais advindos dessas percepções. Com o objetivo de fazer um contraponto com o perfil do belo, perguntamos às adolescentes qual seria o perfil de uma mulher não bela, e novamente a questão do peso corporal se mostrou presente; 12 adolescentes responderam que

seriam as mulheres gordas, 6 responderam as pessoas ou muito gordas ou muito magras e 2 adolescentes não responderam.

Os registros indicam uma estreita correlação entre o peso corpóreo e a construção da imagem ideal de beleza, pois 17 adolescentes consideraram que para uma mulher ser considerada como um ideal de beleza ela deve ter um peso “normal”, e 3 adolescentes consideraram que ela deve ser magra. Ao examinarmos esses dados com mais atenção, podemos observar que há uma estreita relação entre o que as adolescentes pensam e o que os “outros”, mediadores sociais, pensam a respeito de um perfil belo de mulher em relação ao peso corpóreo. Afinal, o que seria exatamente um peso “normal” para essas adolescentes, já que na análise de massa corpórea todas se enquadram em padrões adequados de peso, mas ainda se consideram desajustadas aos padrões estéticos idealizados? A adjetivação “normal” para o peso é recorrente nos registros feitos pelas adolescentes, que consideram “normal” a mulher que não é nem muito gorda nem muito magra, pré-requisito para que uma mulher seja considerada como bela. No entanto, o padrão de peso médio tem como referencial uma tênue e frágil linha imaginária subjetiva em constante processo de identificação com os ícones de beleza feminina do momento. O ajustamento almejado ao padrão “normal” se estabelece na necessidade real ou imaginária de emagrecer, a partir de um discurso da necessidade de ter que se adequar às exigências sociais. Apesar de ser mais constante o desejo de emagrecer, existem mulheres que gostariam de engordar para se adequar ao padrão “normal”, mas são poucas. Essas poucas que querem engordar, estão buscando não apenas um ganho de peso, mas buscam adquirir com o ganho de

peso formas e curvas que transformem os seus corpos em padrões mais femininos e sexualmente desejáveis.

Exemplificamos através de alguns dados registrados pelas adolescentes: [...] “se eu fosse um pouquinho menos magra, seria melhor. Eu seria mais bonita”.

Auto-imagem

Imagem ideal



FIGURA 4 - Imagem representativa de uma adolescente desejosa de ser menos magra.

A auto-imagem produzida pela adolescente poderia se associar a uma imagem corporal de criança, sem curvas ou seios evidenciados, revelando claramente o desejo associativo da adolescente de ganhar peso a fim de adquirir um corpo mais bonito, um corpo com compleições mais femininas, mais mulher.

E há adolescentes que estão satisfeitas por terem um peso “normal”, como expressa uma delas: “O meu peso acho muito bom, nem muito gorda e nem muito magra”. Mas em quase todos os registros o desejo de mudança de peso se confunde, com desejo de emagrecimento, como indica o enunciado: “Tenho um corpo normal, de acordo com o meu peso, mas gostaria de ser mais magra”.

Esta adolescente, mesmo tendo consciência de que o seu peso está dentro dos padrões socialmente aceitos, ou seja, “normais”, revela o desejo de emagrecer, mas em função de sua percepção de que um corpo magro é socialmente valorizado. A tradução discursiva do imaginário da adolescente seria, quanto mais magra mais valorizada e mais bonita.

Mas qual seria a medida de magreza da imagem de um corpo considerado ideal? Para Cabral & Nick (2001), a imagem corporal “ é o produto da transposição psíquica da percepção de um objeto externo ou interno”. (p.150) Desta forma, a medida de peso para um corpo ser considerado ideal tem condições objetivas e subjetivas. O exemplo supramencionado da adolescente, revela o desejo de mudança do peso corpóreo em decorrência da percepção que ela tem de si, pela resignificação que faz das apropriações dos valores do contexto externo. Entretanto, o desejo de ser

menos magra prepondera ao considerar que com a aquisição de algum peso, o seu corpo adquirirá contornos mais atraentes, desde que não extrapole os parâmetros subjetivos de um peso considerado “normal”.

Eticoﬀ (1999) cita pesquisas realizadas em várias partes do mundo, em que predomina a preferência por corpos que não são nem muito gordos e nem muito magros. Até mesmo em culturas em que o gordo é (era) padrão estético como nas ilhas Fiji, os sujeitos investigados, a quem foram apresentadas figuras de pessoas com variações de peso, selecionaram as de peso médio. Essa condição associa-se a uma boa saúde, mas como explicar o desejo coletivo comum às mulheres de sempre querer emagrecer? Nancy Eticoﬀ (p.223) relata uma revisão de 144 estudos feitos sobre *status* sócio-econômico e peso realizados pelos pesquisadores Jeffrey Sobal e Albert Stunkard. Nesses estudos constatou-se uma acentuada correlação inversa entre peso de uma mulher e seu *status* social e econômico. Ser magra passeia no imaginário das adolescentes investigadas, em associação com maior prestígio social. Naomi Wolf (1992), ao constatar essa situação, escreveu que “é fácil se tornar anoréxica”. (p.201).

A associação de magreza a símbolo de *status* faz aflorar nas mulheres o desejo de serem magras, mas, como os próprios dados desta pesquisa e de outras apontam, esse desejo muitas vezes recai em excessos. Qual o limiar de peso desejável de um corpo feminino socialmente valorizado, já que o sobrepeso e o subpeso corporal são explicitamente desvalorizados?

É importante que mencionemos nesta pesquisa, apesar de não ser o foco primeiro de análise, que excessos em relação ao ganho (obesidade) ou perda de peso,

através de dietas, problemas causados por distúrbios alimentares (anorexia e bulimia) vêm se tornando um crescente problema de saúde pública mundial na atualidade, segundo os relatórios anuais apresentados pela OMS (organização Mundial de Saúde). Recordemos que esse é um problema que mereceria análises específicas em futuras pesquisas. Contudo, não poderíamos deixar de levantar estes crescentes problemas que têm acometido muitas adolescentes de todo o mundo em função da valorização social do corpo magro.

Dentro da dimensão peso corporal, uma característica que se manifesta com frequência como símbolo de beleza feminina é a cintura fina, característica bastante evidenciada pelas adolescentes, como exemplifica a imagem e os enunciados que se seguem:

Auto-imagem

Imagem ideal

FIGURA 5 - Representação da auto-imagem e da imagem ideal com enfoque no peso e proporções corporais.

A adolescente acrescenta ainda textualmente: “Acho que se eu fosse mais magra e tivesse a cintura mais fina eu seria mais bonita.” Outra também expõe o seu desejo de emagrecer e as mudanças de proporção do corpo desejáveis: “Gostaria de ser mais magra. Tenho muito culote e a cintura poderia ser mais fina”.

A cintura fina , segundo Eticoff (1999), além de anunciar o potencial reprodutivo, é um bom indicador de boa saúde. Acrescenta que a gordura na barriga, em ambos os sexos, está associada a maior risco de ataques cardíacos, diabetes, derrames, hipertensão, cálculo na vesícula e alguns tipos de câncer. A autora considera que a característica da cintura fina associa-se não só ao padrão saudável mas à exacerbação da condição feminina, ao aflorar a questão hormonal produtora dessa característica. Contudo, em nome de um referencial estético associado à saúde, paradoxalmente alguns exageros doentios têm sido cometidos na história passada e presente, como os já mencionados utilizados para obter um corpo magro e especificamente em relação à cintura, como o uso de espartilho. Este é um termo datado de 1299 e associado à peça do guarda-roupa da nobreza, segundo Eticoff (p.226), o que nos revela como a característica cintura fina, é um padrão de valorização recorrente ao longo da história. Embora ressaltemos o caráter sócio-histórico e cultural das representações sobre a beleza é interessante destacar

que Eticoff (1999) considera em suas pesquisas que os ícones de beleza que a cultura produz estão intimamente ligados a condições biológicas reprodutivas, o que é o caso da valorização do peso corpóreo médio e da cintura fina quando afirma que não podemos esquecer que

Nossa mente é produto de uma longa história e de um modo de vida já desaparecido. Durante 99% da história da nossa espécie vivemos da caça e coleta em bandos nômades de pequenos grupos. Para compreender nossos instintos, temos de recuar até esses tempos. (p.36)

Há uma evidente valorização do corpo “violão” exaltado pelos registros imagéticos produzidos pelas adolescentes. O corpo violão é a representação valorativa da cintura fina.

FIGURA 6 - Imagem produzida se assemelha à figura imaginária de uma “sereia”. Enfatiza proporções mais acentuadas dos quadris em relação à cintura, além de evidenciar aspectos da categoria cabelos.

Segundo a autora, nossas preferências ainda são orientadas por normas antigas, que fazem com que nos sintamos atraídos pelos corpos mais qualificados reprodutivamente, ou seja, um peso corpóreo médio e a cintura fina, para a mulher são indícios de boa saúde e fertilidade. “A cintura é um dos melhores indicadores no corpo da função hormonal” (p.54). Acrescenta ainda que as mulheres saudáveis, em idade reprodutiva têm a razão entre cintura e quadris de 0,67 a 0,80 centímetros (no homem, fica entre 0,85 e 0,95 centímetros). Ao fazer tal colocação, a autora não desconsidera a cultura como elemento importante na construção da beleza, mas sustenta que há uma conexão fundamental e estreita entre biologia e cultura, pois [...] “a partir desta base biológica a cultura age nos corpos, ditando os valores estéticos”.(p.222).

Berger e Luckmann (*Op.cit*) compartilham esse pensamento ao afirmar que a biologia aceita uma certa plasticidade, ou seja, os fatores sócio-culturais também moldam as configurações produzidas pela natureza. Apesar da ênfase deste trabalho de pesquisa, nos aspectos sociológicos e culturais, não podemos deixar de considerar relevantes as contribuições sócio-bio-culturais propostas pela autora. As respostas dadas pelas adolescentes deixam claro o valor da proporção entre quadril e cintura. Há

uma valorização do corpo esguio, com predominância da cintura fina e de seios volumosos.

Em relação aos seios, poucas mencionaram este aspecto, mas quando o fizeram foi com veemência, sendo que, em um dos registros, a única mudança desejável é o aumento dos seios. O aumento dos seios é uma característica recente na cultura brasileira, podendo afirmar que esta é uma valorização estética predominante no século 21 em nossa cultura. Em outras culturas como a americana e a européia o padrão de seios volumosos é exacerbadamente valorizado desde as últimas décadas do século 20, com a possibilidade cada vez mais acessível de se implantar próteses de silicone. Os seios, historicamente, são um ícone da condição feminina, e como tal, sempre foram exaltados. Desde os tempos da Grécia antiga, os seios eram esmeradamente esculpidos, na busca de proporção e equilíbrio com todo o corpo, condições essenciais para a construção de um perfil belo, segundo os padrões greco-romanos. Apesar de ainda hoje vigorarem essas condições, o desejo de seios fartos e volumosos, culturalmente construído na atualidade é, em muitos casos, fator de desequilíbrio frente ao conjunto corporal e embora sejam cada vez mais reputados como categoria estética, a harmonia corporal deve ser considerada para atingir o ideal estético.

Os registros que se seguem, produzidos pelas adolescentes, afirmam a valorização na atualidade de seios volumosos e algumas outras características necessárias ao equilíbrio estético: “Eu me considero com um corpo normal, porém com a mudança de alguns detalhes acho que o meu corpo ficaria melhor, exemplo: aumento de seios, diminuição de nariz e abdômen”.

Auto-imagem

Imagem ideal

FIGURA 7 - Imagem com ênfase representativa nos seios e outros aspectos na busca de uma imagem corporal harmoniosa.

Outra adolescente ratifica também a condição valorativa de seios fartos: “O corpo ideal, eu me imagino com mais seios, diminuir o nariz e ser totalmente sem culotes e a barriga poderia mudar em meu corpo também. Eu me vejo muito magra da cintura para cima” [...]. A condição do aumento dos seios torna-se esteticamente desequilibrada quando há um exagerado volume. Os seios são uma parte do corpo feminino ligada de forma inequívoca, à condição de feminilidade que transpassa o tempo e o espaço. Mas, nos dias atuais, há um paradoxo de proporção : as mulheres



querem ser magras, mas com seios volumosos. Seios volumosos estão associados a reservas de gordura, e nesta condição paradoxal e antinatural, as mulheres sujeitam-se a recursos cirúrgicos como o implante de silicone. Há, por parte das adolescentes, uma dificuldade crescente em aceitar as suas próprias condições de beleza natural, sem artificios. Elas acreditam que, ao se submeterem a técnicas invasivas, como as realizadas pelas cirurgias plásticas poderiam se tornar mais belas.

Há uma naturalidade circundante discursiva na construção de corpos belos a partir da utilização de tecnologias e próteses. A “desnaturalização” do humano, via esses implantes se faz cada dia mais presente em nossos corpos e mentes. *Cyborgs* é o termo cunhado por Haraway (2000) para descrever os corpos imersos nesse constante processo de tecnologização, quer seja na imersão tecnológica a ponto de corporificá-la nas práticas cotidianas, quer seja na implantação de tecnologia no próprio corpo com objetivos reparadores ou na busca de ideais estéticos.

O empecilho para atingir este ideal recai nas condições econômicas de custear esses procedimentos “mágicos” de beleza. No entanto, as adolescentes também consideram indesejáveis as intervenções cirúrgicas excessivas e as práticas estéticas que evidenciam condições anti-naturais, pois têm a desvantagem de tornar as mulheres menos belas. Apontam essas características ao exemplificar mulheres que as apresentam, como: Gretchen, Vera Ficher, Marília Gabriela, Filomena (personagem cômico de televisão), Rita Cadillac, e outras ainda acrescentam aspectos desvalorativos como: [...] “muito turbinada pelo silicone, corpo flácido, barriga com cicatrizes de plásticas, cabelos grossos de tinta preta, gordas, boca muito grande, dentes para fora, tatuagens” [...] As adolescentes sinalizam com isso os exageros

tecnológicos aos quais corpos femininos são submetidos, em nome da beleza. Corpos “desnaturalizados” pela submissão à técnica, corpos submetidos à reificação do ser em busca descomedida de atributos físicos social e sexualmente valorizados.

Eticoff acrescenta, em sua obra, outros atributos que compõem o perfil de beleza feminina, como os atributos faciais. A autora considera que a simetria dos traços faciais como olhos grandes e bem separados, pele clara e ruborizada, maçãs do rosto salientes, queixos pequenos, lábios grossos e maxilar delicado são considerados atraentes por diferentes culturas, porque sinalizam baixo nível de hormônios masculinos e alta concentração de estrogênios (hormônio feminino). Esses traços normalmente são realçados nas maquiagens.

Apesar de não desconsiderarmos o valor dos atributos faciais na formação do conjunto estético de belo, os dados apresentados pelas adolescentes reforçam o maior valor dado ao corpo, como podemos perceber na observação de uma adolescente: “Com esse corpinho de violão não precisa nem mostrar a cabeça”.

FIGURA 8 - Imagem que enfoca prioritariamente o valor dado à estética corporal.

O enunciado e a imagem produzida pela adolescente ratificam a premissa valorativa de nossa sociedade que privilegia a estética corporal.

A valorização estética da cintura fina, “violão”, é reafirmada pelas adolescentes ao elegerem mulheres com esse perfil que estão especialmente sempre presentes na mídia, como ícones de beleza expressos por: Sheila Carvalho, Globeleza, Ellen Rocha, Danielle Cicarelli, Luciana Gimenes, Kelly Key, Luma de Oliveira, Camila Pitanga, Kárim Maria, Chakira, a pesquisadora, a prima de uma das adolescentes. A maioria das mulheres eleitas como belas pelas adolescentes se enquadra nesse biótipo de corpo “violão”, ou seja, medidas de cintura e quadril caracteristicamente femininas.

Não podemos deixar de mencionar que quase a totalidade das mulheres eleitas como símbolos de beleza é da mídia televisiva, o que nos leva a considerá-la como um mediador social importante na formação dos valores estéticos corporais. O tópico, mediações sociais, será aprofundado no próximo capítulo. Contudo, não podemos deixar de mencionar um mediador social apontado por apenas uma das adolescentes, a religião. De todas as adolescentes investigadas, apenas uma mencionou a articulação de religiosidade e beleza como importante na formação e aceitação da auto-imagem corporal, mesmo que esta referência tenha sido feita apenas no registro imagético e explicativo da auto-imagem e imagem corporal ideal. Portanto, a religiosidade será pontuada como mediador social apenas neste apêndice, associada à categoria peso, pois é com relação a esta categoria que a adolescente faz a associação, ao mencionar: “Bom! A cabeça é desproporcional ao corpo e o peso não é

o ideal para minha altura, mas está ótimo, foi assim que o pai de Deus me fez, ou quem sabe foi assim que eu pedi para voltar”.

FIGURA 9 -Imagem representativa evidenciando a desproporção corporal , mas o texto produzido pela mesma adolescente reflete uma aceitação desta condição.

Evidencia-se, neste momento do registro, uma resignação por parte da adolescente em relação às suas proporções corporais, ao fazer referência à ressonância discursiva de outros mediadores sociais que, na relação peso e estética, dão um valor maior à própria sobrevivência e à fé. Essa apropriação religiosa, no que se refere à formação dos valores estéticos, ainda é frágil, visto que em nenhuma das demais enunciações feitas pela adolescente, há qualquer outra menção do mediador social religião.

Construímos nossos discursos e valores pela significação e ressignificação apropriada dos múltiplos discursos dos mediadores sociais. A ocorrência exacerbada

ou não de valorização da beleza corporal em nossa sociedade é fruto desses processos de apropriação pelo sujeito. É a partir dessa afirmação que fazemos a indagação que orienta o próximo capítulo. Quais as mediações sociais se revelam importantes para as adolescentes na formação dos valores da beleza corporal feminina? A busca de uma resposta a essa pergunta será desenvolvida no decorrer deste trabalho e é também o eixo norteador principal deste trabalho de pesquisa.

## **Cabelos**

Sobre os cabelos, há uma diversidade valorativa de tipos: lisos, loiros (claro) escuros, pretos, castanhos, anelados, crespos(...), mas a preferência recai nos cabelos lisos. Há uma visível rejeição aos cabelos crespos. As adolescentes que os possuem usam os cabelos alisados e são as que conferem maior valor a essa categoria. A condição de ter ou não os cabelos crespos passa pela aceitação das categorias estéticas da raça negra, e isso não é apenas uma questão estética mas também uma questão de postura política e de identidade racial. Há trabalhos acadêmicos produzidos especificamente com enfoque nos cabelos da raça negra.

Dentre as características mais valorizadas, os cabelos compridos despontam em primeiro lugar, e a condição para se obter um cabelo longo associa-se à de ser mais “liso”. Novamente, a análise incide sobre a associação dos cabelos aos padrões étnicos mais “claros”. Os cabelos lisos são muito valorizados, pois os sujeitos que os possuem revelam ao menos no fenótipo capilar, menor herança genética negra. Apesar de ser o Brasil massivamente de origem negra, o discurso hegemônico do belo ainda

recai sobre as características étnicas dos brancos. Os cabelos crespos associados à etnia negra só se apresentam longos quando alisados, através de práticas estéticas que possibilitam cabelos mais lisos e longos. O mesmo ocorre com os cabelos anelados que apresentam o seu real tamanho quando submetidos a “escovas” e “pranchas”. Nos capítulos anteriores, observamos que, em todos os ícones femininos de beleza, no decorrer da história, a mulher se apresenta com os cabelos longos, sejam eles soltos como os representados por Botticelli ou presos mas longos, como era comum entre as gregas.

Na atualidade, ainda persiste esse padrão de longas cabeleiras associadas ao belo. Os cabelos longos e cheios não só revelam marcas históricas de ideais de beleza, mas também se associam a juventude e vigor físico. Esse aspecto é mencionado por Eticoff (p.145-147), ao afirmar que os cabelos crescem mais rápido entre as mulheres de 16 a 24 anos de idade e o seu crescimento se torna mais lento na meia idade. Na menopausa, a perda de cabelos se acentua, evidenciando um processo de decrepitude do corpo e da fertilidade. As representações de imagens idealizadas produzidas pelas adolescentes fazem associações dos cabelos com a textura lisa e o comprimento. Quase a totalidade das adolescentes manifesta o desejo de terem cabelos longos, como exemplifica o registro: “Tenho os cabelos muito anelados e por isso eles acabam encolhendo e ficando cheio, se eles fossem menos anelados mostrariam o seu real tamanho, ele não encolheria”. Outras manifestam através de texto e imagens o desejo de terem os cabelos mais longos, como revelam os registros: “Acho o meu cabelo muito curto, não gosto muito dele assim”.

FIGURA 10 - Representação estética desvalorizada da auto-imagem em função de possuir cabelos curtos.

Ainda nestas imagens da representação da auto-imagem e imagem ideal , fica clara a categoria estética valorizada de cabelos longos.

Auto-imagem

Imagem ideal

FIGURA 11 - Representação da auto-imagem e da imagem ideal evidenciando a valorização da categoria estética dos cabelos longos.

Em algumas observações feitas pelas adolescentes, os cabelos longos são a característica mais importante na construção da auto-imagem. Muitas vezes, essa valorização ocorre através da incorporação explícita dos discursos alheios, apropriados nas mediações sociais, como exemplificado pelo enunciado: “Acho que a coisa que mais me incomoda é ter o cabelo curto . O resto do corpo está bom. Eu desenhei a imagem ideal dessa maneira porque os meus amigos acham legal uma garota de cabelo bem aparentado”.

Associada ao comprimento dos cabelos, a cor loira é também valorizada e reafirma os padrões estéticos do “claro”, como exemplificado pelo enunciado de uma das adolescentes: “Tentei me desenhar com meus cabelos grandes e lisos e me imagino loira.”



FIGURA 12 -Imagem com ênfase idealizada dos cabelos lisos e loiros.

É explícito o valor dado aos cabelos lisos como indica as representações que se seguem.

Auto-imagem

Imagem ideal

FIGURA 13 - Imagem que ratifica o valor conferido aos cabelos lisos.

Ainda outro enunciado evidencia o valor dado aos cabelos lisos, longos e loiros e a imagem produzida corrobora esse valor: “Gosto de cabelos grandes e lisos, porque é mais fácil de pentear e de cuidar, mas não muito grande porque o cabelo abaixo da cintura eu acho feio. E ser loira é somente na imaginação, pois me prefiro morena mesmo”.

FIGURA 14 -Imagem idealizada com ênfase nos cabelos longos e lisos.

Na construção imaginária da imagem ideal,essa adolescente se vê loira, mesmo tendo uma certa aceitação de ser morena. Segundo Eticoff (p.49), a cor loira é uma condição natural comum nas crianças. As crianças têm geralmente os cabelos com uma tonalidade mais clara. Sendo assim, a cor loira evidencia uma condição de inocência e pureza. A autora acrescenta que, desde o período greco-romano, as

mulheres desejavam ser loiras, seduzidas por essa característica das gaulesas do norte. Ainda hoje, há um desejo de imitação das características das pessoas valorizadas socialmente. Ocorreu na antiguidade e ocorre até os dias atuais, quando muitas das artistas e personalidades célebres femininas são loiras, o que fomenta o desejo de muitas mulheres de parecerem com elas, como se a condição de ser loira propiciasse o trampolim para o sucesso. Mas ser loira tomou, no decorrer da história, um vasto espectro de significações, desde característica das perucas da aristocracia a símbolo de prostituição. As pessoas fazem apropriações dos símbolos de acordo com os valores vivenciados pelas múltiplas mediações sociais, a partir do contexto sócio-histórico na qual se inserem. Eticoff ainda menciona que, com a disponibilidade comercial das primeiras tinturas em 1930, a indústria da beleza iniciou uma massiva campanha das vantagens de ter os cabelos loiros. Essa situação persiste até os dias atuais na divulgação de personalidades com as características loira, bela e moralmente boa associadas. É visível essa associação nos comerciais de TV, nas novelas, nos “ingênuos” desenhos animados, em muitos outros suportes e gêneros midiáticos, informando, formando e educando os nossos padrões estéticos. A condição loira dos cabelos está diretamente associada à pele clara, alva, sem mácula.

A categoria estética, cabelo, é inegavelmente para as adolescentes investigadas um valor na construção da imagem de beleza idealizada. A configuração dos cabelos é um elemento que interfere na auto-percepção corporal. O grau de valorização dado a essa categoria está diretamente vinculado aos discursos mediadores formativos dos valores estéticos produzidos e vivenciados no cotidiano. Das análises dos dados referentes às categorias estéticas corporais, as categorias

cabelo e peso despontam como as mais importantes para as adolescentes investigadas, na formação de padrões estéticos idealizados.

### **Pele / etnia**

Abordamos a princípio, neste tópico, a compleição da pele para em seguida fazermos considerações sobre as questões étnicas.

A pele para algumas adolescentes, em decorrência das mudanças hormonais acarretadas nessa faixa etária, torna-se uma categoria valorativa importante. Isso se revela no registro imagético e textual de uma adolescente, ao expor que:

[...] “No rosto existem mais espinhas do que o necessário” [...]

FIGURA 15 - Imagem desvalorativa de uma pele com espinhas.

Há, por parte dessa adolescente, certa aceitabilidade das mudanças apresentadas na pele. Contudo, os excessos ocorridos na pele, parâmetro subjetivo, são considerados inconvenientes. Uma pele sem manchas e espinhas, brilhante e bem tratada é o padrão valorizado. Associa-se a esses padrões a condição de uma boa saúde. Eticoff (p.134) comenta que marcas na pele, são indicadores de infecção, como a acne causada por bactérias, e podem ser também sinais de doenças graves. Essas condições são fatores desfavoráveis à atração sexual, principalmente na fase da adolescência, em que a sexualidade aflora com mais contundência, ou seja, a categoria pele é valorizada como fator de atração sexual.

Apresentamos conjuntamente dados obtidos sobre pele e etnia, porque, apesar de ter havido menções sobre as condições estéticas desejáveis de uma pele bela, o assunto etnia se evidenciou de forma mais relevante, uma vez que o padrão “claro” é exultado como mais belo. Mas, para Eticoff, na pele de raça branca, nada existe que seja mais belo do que nas demais. Apresenta até mesmo desvantagens em relação a outras: perde o visco e a elasticidade mais cedo do que as demais, têm mais sardas, é mais sujeita à acne e ao câncer de pele e os cabelos branqueiam mais precocemente. Acrescenta que os parâmetros do belo associados ao “claro” são sensíveis ao *status* social. Para ela, “o grupo economicamente dominante apresenta suas próprias características étnicas como padrão de beleza e na imitação natural do que domina, outros grupos tendem a seguir o grupo de vanguarda”. Para a autora, o ideal de beleza não tem sido simplesmente o branco, mas o WASP.

Das 20 adolescentes que participaram do questionário semi-estruturado, 8 se intitularam brancas, 7, pardas e 5, negras. Ao realizarem as representações da auto-imagem e da imagem ideal, a categoria étnica não se apresenta expressivamente explorada; apenas em alguns casos as adolescentes evidenciaram a sua cor e a afirmaram como valor estético. No exemplo que se segue, duas adolescentes se representaram como negras, tanto na auto-imagem quanto na imagem ideal.

FIGURA 16 - Auto-imagens representativas de consciência e afirmação da etnia negra.

As questões étnicas associadas à beleza se evidenciaram com vigor, pelo instrumento metodológico do grupo focal, quando uma adolescente enunciou que para ela a atriz Camila Pitanga é considerada um ícone de beleza feminina.

Eu acho Camila Pitanga , eu acho é... uma negra né, muito bonita. Ela tem as curvas bem definidas e acho mais pelo fato de ser negra e ter o corpo muito bonito. Acho bonito a mulher ser negra e acho mais bonito ainda a mídia estar

valorizando ela como um perfil de uma das mulheres mais bonitas. A mídia a valoriza como uma mulher bonita.

A adolescente, ao mesmo tempo que afirma, interroga, não a beleza de Camila Pitanga, mas a condição de ser ela negra e bonita, ao enunciar: [...] “eu acho é... uma negra né, muito bonita” [...] A menção de um *né* busca confirmação, junto às demais presentes, da condição e ser negra e bonita, como se afirmasse e interrogasse ao mesmo tempo.

Ao ser indagada pela pesquisadora se considera a atriz Camila Pitanga negra, a mesma adolescente responde: “Eu creio que sim, para mim ela é negra”. E, de uma forma quase que inaudível, acrescenta: “Para mim eu sou negra”. Essa adolescente é uma das 5 que se intitularam negras. Em uma observação superficial e empírica, poderíamos não considerá-la negra, pois a cor de sua pele é mais clara, mas, em uma postura racial afirmativa, ela se intitula negra, pela ascendência familiar. Outra adolescente participa da discussão, ao acrescentar: “Para mim ela é uma mistura de pessoa branca com índio, com negro, mas negra mesmo eu não acredito que ela seja”. Esse comentário busca configurar o perfil estético da atriz, a “miscigenação”, através de especulações sobre sua origem étnica. “É uma mulata!” - outra adolescente acrescenta, apoiando a justificativa anteriormente dada. Outra adolescente ainda acrescenta: “É uma mulata, ela é uma mistura de raças, não é considerada totalmente negra.” Esse comentário corrobora ainda mais a concepção de que o padrão “totalmente negro” não é valorizado como referencial estético corporal.

Há, por parte das adolescentes, um conflito no entendimento do que é, do que é dito e do que é mostrado sobre a condição étnica. Esse conflito é fomentado pelos próprios mediadores sociais, ao terem discursos dúbios e subliminares. Isso se revela quando uma adolescente observa: “Mas o que a gente vê muito na televisão é... eles as colocam como referência de negra.”

Quando a pesquisadora pergunta às demais se a atriz Camila Pitanga, sendo mulata ou negra, teria a mesma projeção na mídia, uma adolescente negra se manifesta: “Eu acho que sim porque eu escolhi a Thaís Araújo e ela é uma referência, uma morena... uns olhos, o sorriso, o mais bonito nela é o sorriso, dentes definidos e brancos, ela é vista como uma mulata, negra linda.”

É interessante observarmos que a adolescente acima enumera vários atributos estéticos da atriz Thaís Araújo antes de finalmente adjetivar, através de um espectro cromático, “morena”, “mulata”, que ela é uma negra linda. É como se houvesse uma necessidade de justificar a condição de uma negra ser linda. Caberiam tantas justificativas a uma bela artista de etnia branca?

Indagou-se também se a mídia televisiva proporciona espaço às mulheres negras e uma outra adolescente negra expressa:

Não dá. Acho que começou a dar realmente mais oportunidade agora, porque tempos atrás, acho que existia e como ainda existe muito preconceito, mas eu acho que esta condição está mais para trás e eles estão vendo que cada vez mais vão ter que passar por cima do orgulho e infiltrar pessoas ditas negras, que têm a mesma capacidade deles. Branca, amarela, independente da cor, é a capacidade que conta; e ela tem a capacidade de uma atriz, ela é uma atriz excelente. Deu para provar que o fato dela ser negra não tem nada a ver.



O enunciado da adolescente indica sua consciência dos padrões estéticos historicamente legitimados e valorizados socialmente, contudo há também a percepção das pressões de inserção de grupos sociais fora dos padrões hegemônicos, como é o caso dos negros. A adolescente evidencia, em seu discurso, a necessidade de afirmar e reafirmar a competência profissional da atriz como justificativa para que ela possa estar integrada ao meio artístico, associada à tentativa de desvincular a condição de ser negro da não possibilidade de competência profissional, ao mencionar: “[...] Deu para provar que o fato dela ser negra não tem nada a ver.”

Nesse discurso, em que a adolescente alardeia a competência da atriz, independente da condição de ser negra e bela, está implícita a idéia de que competência e beleza não são valores históricos e sociais conferidos à raça negra, tendo por isso necessidade de um discurso afirmativo. Ao inquirir as razões que as levaram a pensar que as mulheres negras não têm tanto espaço na mídia, dois enunciados das adolescentes evidenciaram suas formas de pensar:

A mulher, no caso que a televisão elege né, é aquela mulher alta, magra, elegante, mulher que tenha assim... mulher mais clara, existem mulheres morenas, mas é mais assim mulheres claras, tipo Cláudia Raia, Luma de Oliveira. Essas mulheres têm um destaque maior.

Porque eles acham que as loiras, com olhos azuis, verdes, altas, curvas definidas são as mais belas, bem vistas por todos, olhos verdes, cabelos cacheados lindos, toda escultural, então eles acham que a beleza está nessas. Pensava-se, pelo menos, mas não, a mulher negra também tem sua beleza. Acho que passou a competir.

Há nesses relatos uma forte presença discursiva de reprodução e de desconstrução dos padrões brancos estéticos hegemônicos como únicos. Evidencia-se também, em um dos enunciados, um posicionamento afirmativo racial de valorizar as

características estéticas das mulheres negras. Ressalta-se assim que a inserção nos meios de comunicação de massa não é uma condição dada, é conquistada através de um processo de “competição”, ou seja, de luta.

Indagamos se as mulheres negras conquistaram espaço na mídia e, se conquistaram, quais são os papéis que normalmente elas representam, e uma das adolescentes se manifesta: “Olha, ela seria pobre. Eu estava até lendo na revista “Bravo” justamente esta crítica. Eles colocam os negros sempre pobres. É raro eles colocarem em novelas o negro rico, estudando em uma faculdade.” Esse comentário também indicia a interferência de outras mídias na construção de discursos contra-hegemônicos, como é o caso da revista “Bravo”. Outro aspecto presente ainda no imaginário, mas sobretudo presente na realidade de nosso cotidiano é a vinculação do(a) negro(a) à pobreza e ao baixo nível de ascensão social, como condição natural à raça. Em função disso, o estético, o belo é distanciado de seu universo, pela falta de poder aquisitivo. Thompson (1995) sinaliza uma explicação para esse fato ao afirmar que

Ao receber e interpretar formas simbólicas, os indivíduos estão envolvidos em um processo contínuo de constituição e reconstituição do significado, e este processo é tipicamente, parte do que podemos chamar “reprodução simbólica dos contextos sociais. (Thompson, 1995, p.202)

Há, por parte dessa adolescente, a percepção interpretada do que ocorre em nossos contextos sociais em relação aos negros (negras) aos aspectos simbólicos associados a eles (elas), ou seja, um processo de reprodução de uma condição

histórica herdada, mas ao mesmo tempo, ela (re)interpreta criticamente esse discurso refletindo a circulação múltipla do contradiscurso.

As adolescentes mencionam e articulam muitas vezes o pronome *e/les*, ao se referirem à mídia, e o fazem de uma forma abstrata e quase que etérea. Mas quem são *e/les* para o grupo de sujeitos investigados? As adolescentes consideram que *e/les* são as pessoas que fazem a televisão ou participam da construção discursiva de outro meio de comunicação social. Evidenciam que eles, gênero masculino, são as pessoas que detêm o poder econômico e político e conseqüentemente estabelecem os discursos hegemônicos e imperativos das condições étnicas, econômicas, sociais e culturais dos sujeitos dentro do contexto social. Thompson (1995) ratifica essa condição, ao considerar que as pessoas associadas à mídia ampliam a escala de produção, reprodução e circulação de formas simbólicas, favorecendo a divulgação de símbolos dos contextos sociais dos que detêm o poder político e econômico (op. cit., pp. 9-12). Sendo assim, as categorias estéticas femininas valorativas veiculadas pela mídia advêm predominantemente do universo masculino hegemônico e, conseqüentemente, carregado de conotações de sexualidade sobre o corpo da mulher. A mulher da raça e traços físicos negróides ainda não é considerada como padrão estético capaz de ser aplaudido na mídia. Em função de sua condição histórica, ainda é vinculada a situações de pobreza e, muitas vezes, a exposição de sua sensualidade e sexualidade se dá no sentido de exploração corpórea. Isso não quer dizer que a mulher de padrão branco também não sofra tais processos exploratórios, porém em menor escala.

## **Moda (vestuário) e postura corporal**

É possível ter três centavos no bolso e nenhuma perspectiva... mas, com roupas novas, pode-se ficar numa esquina, privadamente imaginando ser um Clark Gable ou uma Greta Garbo. (George Orwell)

Neste tópico, optamos por fazer abordagem da moda (vestuário) e postura corporal conjuntamente, pois as menções que as adolescentes fazem sobre essas categorias são expressas de forma articulada. Em relação à postura corporal, os registros feitos pelas adolescentes a apresentam através de diferentes situações. Uma postura inadequada é adjetivada como “fechada” e representada como mostra o desenho da auto-imagem exemplificativo.

FIGURA 17 - Auto-imagem representativa de uma postura inadequada

Algumas adolescentes manifestaram na representação da imagem corporal ideal o desejo de terem uma postura corporal mais “ereta” coadunada com a moda. Nos registros dos textos realizados, evidenciou-se com mais clareza essa condição, como no exemplo que se segue: “Como gostaria de ficar mais “ereta”, assim mostraria mais a minha altura e o meu peso. As roupas cairiam melhor em mim, na verdade, gostaria de usar estilos de roupas mais “ousadas”, mostrariam melhor o meu corpo.”

O texto e a imagem expressam o desejo e o valor dado à postura corporal e às roupas na composição da imagem ideal. Na maioria dos registros da auto-imagem as adolescentes se representam com roupas de estilos normalmente mais sóbrios, enquanto nos registros da imagem ideal elas se representam com menos roupas com o intuito de evidenciar as formas corporais valorizadas. Quando produzem registros de roupas semelhantes em uma e outra imagem, algumas adolescentes fazem diferenciações em relação à cor. As cores apresentadas no registro da imagem ideal são geralmente mais alegres ou associadas à sensualidade como o preto e o vermelho.

FIGURA 18 - Representações da imagem ideal, com ênfase nas cores e modelos das roupas.

Mas o que mais reflete a diferenciação representativa é mesmo o uso de menos roupas ou de roupas colantes na produção da imagem ideal, o que denota uma apreciação do corpo idealizado maior do que a do corpo representado pela imagem real.

FIGURA 19 - Representações de imagens ideais em que o uso de menos roupas evidencia a valorização do corpo.

Vivemos em um país predominantemente tropical e essa condição climática propicia que as brasileiras exponham seus corpos através do uso de pouca roupa e/ou de roupas mais leves. Nesse quadro favorecido pelas condições climáticas, os sujeitos, em particular os do sexo feminino, sentem-se impelidos por todo um contexto cultural a almejam um corpo que possa ser exposto e exibido através de roupas mais “ousadas”. A moda é apreendida pelas adolescentes como uma linguagem repleta de sexualidade, o que reflete de forma articulada o momento cronológico vivenciado por elas, ou seja, elas estão em pleno processo de descoberta e expressão da sexualidade.

A busca por um corpo exibível leva muitas adolescentes a práticas corporais diversas. Uma das práticas usualmente imprimidas aos corpos é a constante necessidade de perda de peso, ou melhor dizendo, a apropriação da ditadura socialmente construída da necessidade de emagrecer, impingida de forma veemente aos corpos femininos. Peso e moda (vestuário) se imbricam na medida em que quanto

maior for a adequação do peso corporal aos padrões sociais mais se manifesta o interesse por roupas. Essa articulação é visível e reforçada por diversos contextos sociais vivenciados pelos sujeitos e se torna importante em função de ser um elemento representativo na construção da identidade pessoal e corporal. Para Schilder (1994), a construção de nossa identidade corporal se desenvolve baseada na vivência de sensações que emergem em nosso corpo real no contexto de um corpo imaginário. A sensação de estarmos bem ou não com uma roupa está diretamente relacionada a como, em nossa imaginação, nos sentimos em relação ao nosso corpo real. Se uma roupa não nos “cai” bem, consideramos ou os outros consideram, a partir de comentários, que é por estarmos gordas ou magras demais, fora de forma, fora da fôrma corporal padronizada socialmente.

Estas situações podem ser fatos reais, mas o que importa na formação da identidade do sujeito é como ele (ela) realmente se sente a respeito de si, ao portar aquele vestuário, aquele corpo. Aparece nas adolescentes o desejo de trocar de corpos como se trocassem de roupas. Essas sensações e os discursos internos e externos são reforçados ou não pelos múltiplos mediadores sociais, aos quais as adolescentes podem ou não se conformar na construção da identidade corporal. Neste trabalho os mediadores referidos são a mídia (televisiva), a família e os(as) amigos(as) grupos de convivência.

Fischer (2002) considera que os imperativos e categorias estéticas corporais femininas são amplamente explorados pela mídia, especialmente a televisiva. Sendo assim, a considera como um suporte significativo nas configurações identitárias dos sujeitos. Em seu artigo "*O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e*



pela) TV", comenta o aparato discursivo e não discursivo apresentado por ela. Os aparatos discursivos produzem saberes e discursos e o não discursivo produz uma complexa trama de práticas de produzir, veicular e consumir a mídia na esfera social e política em uma dada sociedade. Fischer direciona suas investigações para o mediador social televisivo, contudo tomamos como referência neste trabalho a concepção de que a construção da identidade se faz a partir de movimento relacional pelas múltiplas instâncias tomadas como de valor pelos sujeitos. Thompson (1995) considera que, apesar da pluralidade das instâncias mediadoras, é possível encontrar um ponto em comum entre essas esferas socializadoras, que é o processo de formação. Isso ocorre quando essas esferas formativas buscam desenhar nas estruturas cognitivas/afetivas dos sujeitos formas simbólicas, valorizadas ou não por eles. Consideramos o processo formativo como espaço de multiplicidade de meios e relações sociais. E é sobre essas instâncias mediadoras importantes na formação dos valores estéticos que trataremos no próximo capítulo.

## Capítulo 5

### Mediações sociais formadoras da imagem corporal de beleza

“Eis aí, segundo Morin, a verdadeira *mediação*, a função de meio, que cumpre dia a dia a cultura de massa: a comunicação do real com o imaginário.” (*Apud* Martín-Barbero, p. 95)

Os dados levantados na pesquisa sinalizam que, entre as adolescentes, são mais recorrentes as menções aos mediadores família, mídia televisiva e grupos de convivência. Neste capítulo, trataremos das características específicas dessas mediações, ressaltando também o caráter ativo e criativo da recepção.

É interessante considerar aqui que diferentes áreas podem contribuir para pensar a relação entre esses mediadores. A sociologia, em especial, tem tratado mediadores tais como família, mídia e escola, tentando vê-los como configurações que se interpenetram em suas funções de socialização. Outros estudos sociológicos concentram-se na reflexão sobre as formas de transmissão e recepção de uma destas instâncias: os meios de comunicação de massa. Entre estes, encontram-se os estudos de Thompson sobre a Sociologia das mídias e especialmente sobre as formas de recepção.

Na sociedade contemporânea, a estética pós-moderna do corpo, profundamente narcísica, cria um sujeito onde a redução da subjetividade e a ênfase na materialidade transformam a mulher/sujeito em mulher/objeto. Esse discurso circula pela transmissão

principalmente nos meios de comunicação de massa. Contudo, há um espaço entre a produção desse discurso e a sua apropriação, representado pelo receptor ativo.

Thompson, em *Ideologia e cultura moderna*, apesar de não trabalhar diretamente com a noção de receptor, traz implícita a questão porque toma como ponto de partida de sua análise as formas de transmissão cultural na “sociedade de massa”. Ele concebe essa transmissão como estruturada, inserida em contextos sociais específicos, ressaltando que há uma produção criativa tácita na recepção. Para ele, um dos aspectos fundamentais da transmissão cultural são as formas simbólicas e as formas sociais. A troca de formas simbólicas entre produtores e receptores implica, em geral, uma série de características que podemos analisar sob o título de transmissão cultural.

O senso comum entende que as concepções do sujeito sobre a beleza do corpo feminino são moldadas e definidas preponderantemente pelos conteúdos discursivos veiculados pelo meio de comunicação mais difundido no contexto sócio-histórico contemporâneo, a televisão e seus suportes acoplados. Contudo, outras mediações sociais como as enunciações familiares sejam verbais e /ou comportamentais têm um teor pedagógico importante, juntamente com outras instituições, no que se refere à construção da imagem de beleza feminina. Nesse ponto, recorreremos ao campo da comunicação social que trata de incorporação de valores simbólicos e nos apropriaremos dos estudos do inglês Thompson na análise dos efeitos das determinações sociais. Seu trabalho se baseia principalmente na tradição hermenêutica e enfatiza os sujeitos como co-autores e autores ativos dos processos interativos com os condicionantes sociais. Compreende a complexidade das práticas

socializadoras da atualidade, principalmente no que se refere à mídia. Suas reflexões contextualizam os meios e as mediações em constante processo de coexistência e interdependência.

Segundo Berger e Luckmann (*op.cit.*) “o conceito de “mediação” deriva de Sartre que, contudo, não possui uma adequada teoria da socialização”(p.176). O termo mediação sugere o significado de ligação, de ponte, de intermediário, de elo entre as partes. Esse termo é muito utilizado nas teorizações atuais da comunicação social, sendo bastante focado nas obras de Martín-Barbero, Orozco e Thompson. Tomamos o referencial conceitual de Thompson, da interação mediada, por ser bastante preciso na conceituação desses processos. Os demais se referem à mediação de forma como um lugar de trocas simbólicas. Guadarrama (2002) coordenador executivo da Red Iberoamericana de Investigación en Familia y Médios de comunicación –FAMECOM em entrevista, expõe que Orozco chega até mesmo a mencionar sobre o conceito de mediação proposto por Martín-Barbero como por demais genérico. Consideramos que a intenção de Martín-Barbero (2003) não é a de teorizar conceitos, mas oportunizar análises dos meios de comunicação novos olhares, pois, para ele o eixo do debate deve ser deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais.

As relações primárias e as interações sociais têm um papel importante na construção do sujeito, mas os sujeitos também constroem singularidades com parcelas significativas e criativas da articulação dos discursos apropriados.

A mídia ensina-nos através de vários suportes difusores que existem várias formas de realização pessoal na “pós-modernidade” e muitas dessas realizações divulgadas passam pela imagem em todas as suas dimensões de *status* social, sendo a dimensão da imagem corporal uma dessas realizações e isto inclui a posse de uma imagem corporal instituída hegemonicamente como esteticamente bela. Para que possamos atingir tal intento, necessitamos, a todo tempo ter que, parafraseando Foucault (2000), *Vigiar e Punir* nossos corpos para que eles se enquadrem aos padrões estéticos pré- concebidos. Encarceramos e escravizamos nossos corpos na busca de padrões e modelos idealizados que nos insiram na sociedade da primazia do belo instituído hegemonicamente.

Ter um corpo belo e “perfeito” transforma-se em meta de auto-realização, quase que obsessiva para muitas mulheres e homens. Reconhecemos que essa formação discursiva e o conjunto de práticas ligadas a ela, repercute tanto no gênero feminino como no masculino, mas o enfoque desse trabalho recai sobre o gênero feminino, por estar historicamente associado a padrões de exigências estéticas da manutenção da juventude e da beleza. Apesar de não serem mais as mulheres apenas “bonequinhas de luxo” restritas ao âmbito privado do lar, ainda pairam nos seus imaginários versões da eterna beleza e conseqüentemente felicidade como as de conto de fadas e princesas. Apesar de terem se lançado a novas investidas sociais, ainda ressoam velhos discursos, e estes são constantemente reforçados nos meios de comunicação de massa, desde a mais tenra idade. Estão presentes nas mais “ingênuas” histórias de desenhos e filmes infantis que se perpetuam nos gêneros direcionados para adolescentes e adultos. Essas mediações sociais e outras constituem discursos

formadores dos valores estéticos corporais da história e da história particular de cada sujeito, a partir da apropriação desses enunciados.

Várias são as instituições mediadoras que contribuem para “perpetuar” o “suplício” das mulheres, escravizando-as, pelas exigências de uma imagem perfeita, em seus próprios corpos. Não é objetivo deste trabalho fazer análises dos discursos de sedução, persuasão, construção e desconstrução de todas essas instituições sociais, mas sim analisar como os sujeitos se apropriam e “incorporam”, recebem, filtram, transformam, subvertem esses discursos, na construção de sua auto-imagem corporal e na construção de uma imagem corporal idealizada. O enfoque da investigação recai nas recepções dos sujeitos, a partir dos diferentes discursos institucionais eleitos como valor e referência de identificação e expressão psicossocial. Berger (1985,p.35) revela-nos que “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles, na medida em que forma um mundo coerente.” Essa afirmação nos leva a compreender que os enunciados emitidos se tornam relevantes ou não a partir da interpretação que os sujeitos fazem deles.

Analisar conceitos tão voláteis e fluidos quanto estética e beleza leva-nos a investigar os processos contribuintes de sua formação e construção, ou seja, os processos socializadores, mediatizadores produzidos pela comunicação social. Atualmente, os processos da comunicação direcionam para uma nova perspectiva investigativa, a recepção. É a partir desse enfoque que buscamos compreender o processo da comunicação de uma forma mais ampla e articulada, superando as investigações fragmentadas e reducionistas, que limitam a atividade da comunicação a

apenas uma face e não consideram a produção de interfaces, realizadas pelos estudos desses processos até então. Supera-se a compreensão dos processos da comunicação de um emissor ativo e um receptor passivo. As experiências humanas ocorrem em um mundo mediado pelos sujeitos e suas relações sociais. Thompson (1998) compreende que todo processo de comunicação se articula a partir das mediações e que

No desenvolvimento das sociedades modernas, o processo de formação do sujeito, (que ele chama de self) se torna mais reflexivo e aberto, no sentido de que os indivíduos dependem cada vez mais dos próprios recursos para construir uma identidade coerente para si mesmos. (Thompson, 1998, p.181)

A mediação releva-se como uma estrutura que interfere nas percepções, nas práticas sociais e no cotidiano das pessoas e que se materializa nas suas múltiplas formas de perceber, pensar e agir. Este trabalho adota o enfoque apontado por Thompson, ao tomarmos como pressuposto o fato de que o resultado das mediações reflete também aspectos culturais do meio no qual o suporte midiático é vivenciado. O sujeito sofre interferências de várias esferas sociais, contudo ele não é um ser passivo a todas elas. Compreender esse sujeito como parte ativa e integrante das instâncias sociais por onde transita é a perspectiva investigativa deste trabalho. Thompson nos esclarece ainda que

o processo de formação do self é cada vez mais alimentado por materiais simbólicos mediados, que se expandem num leque de opções disponíveis aos indivíduos e enfraquecem – sem destruir - a conexão entre a formação e o local compartilhado. Esta conexão é enfraquecida à medida que os indivíduos têm acesso a formas de informação e comunicação originárias de fontes distantes, que lhes chegam através de redes de comunicação mediada em crescente expansão. (*ibidem*, p.181)

Para o autor, os indivíduos têm acesso crescente ao que ele chama de “conhecimento não local”. As adolescentes da pesquisa sinalizaram tanto as informações midiáticas não locais, como as mediações de grupos de convivência primária e secundária locais, como formadoras dos valores estéticos corporais, o que ratifica as idéias supramencionadas do autor, que acrescenta

A conexão entre a formação do self e o local compartilhado não é destruída, uma vez que o conhecimento não local é sempre apropriado por indivíduos em locais específicos e a importância prática deste conhecimento – o que ele significa para os indivíduos e como ele é usado por eles- é sempre dependente dos interesses dos receptores e dos recursos que lhes soam disponíveis no processo de apropriação. (*ibidem*)

Uma das mediações que vem merecendo na atualidade maior atenção são as mediações familiares, até mesmo por ser, na sociedade contemporânea, uma instituição em múltiplos processos de transformação. Consideramos como instituição social, o conceito de família para NOVA (2000,p.164), “refere-se universalmente à orientação e à regulamentação das relações de parentesco, da procriação, das relações sexuais e da transmissão dos componentes intermentais básicos da sociedade”. Ao fazermos alguns levantamentos da produção científica sobre os processos educativos e família, encontramos trabalhos direcionados nas últimas décadas, para os processos mais globais das ações educativas assim como para as políticas estatais. Em muitos desses trabalhos, há uma “desqualificação da família para educar”. Sobre as pesquisas que enfocam a família e os processos educativos, Nogueira (2000,p.10) cita um levantamento da produção de teses e dissertações nos cursos de Pós-graduação e Educação, no período 1982-1991, que oferece valores



quantitativos sobre os trabalhos que reúnem o grupo família e educação /mulher, abarcando os temas educação e família, mãe , mulher/professora. A autora observa que [...] “apesar desse leque diversificado de assuntos ocupar , na produção total, um dos menores percentuais , mais precisamente:1,77%” ,este dado nos leva a refletir sobre a necessidade de inserir investigações mais amplas e aprofundadas da família enquanto mediadora social na formação educativa.

Este trabalho, em particular ,considera a mediação familiar como elemento de contribuição significativa na formação da estética corporal e reconhece as implicações práticas decorrentes dessa formação. Segundo Lahire (1997),

[...] a criança constitui seus esquemas comportamentais, cognitivos e de avaliação através das formas que assumem as relações de interdependência com as pessoas que a cercam com mais frequência e por mais tempo, ou seja, os membros da família [...] Suas ações são reações que “se apóiam” relacionalmente nas ações dos adultos que , sem sabê-lo, desenham, traçam espaços de comportamentos e de representações possíveis para ela. (p.17)

Apesar de os sujeitos desta pesquisa não serem crianças, considera-se pertinente a transposição teórica dessa reflexão para a faixa etária da adolescência. Por mais que os grupos de convivência, na adolescência, tenham um papel relevante , ainda assim, as relações familiares merecem atenção investigativa na formação do estético. Por mais que os meios de comunicação também sejam um fator importante, a mediação familiar também constitui subjetividades em torno de várias questões, entre elas, a relação com o corpo.

Luke (1999) ratifica a reflexão acima ,ao afirmar que a aprendizagem e o ensino existem em um âmbito maior do que o da sala de aula e que são sempre inter-culturais

e marcados pelo gênero. Convém pensar os processos educativos como uma hibridização das mediações sociais.

Berger e Luckmann (*op. cit.*, p.40) consideram [...] “que não posso existir na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros”. Aprende-se no cotidiano e nos diferentes âmbitos e esferas institucionais. O corpo é fruto dessas aprendizagens, pois é uma “entidade” física e cultural repleta de significações, símbolos, linguagens a serem codificadas, decodificadas e recodificadas através de múltiplas linguagens verbais e não-verbais. O corpo e suas significações se constituem nos processos formativos e na linguagem.

A partir das interações sociais, passamos a desejar “aquele” corpo considerado “belo”, “perfeito” e caso não estejamos inseridas nos padrões estabelecidos, muitas vezes repudiamos e rejeitamos o corpo que temos, por não se enquadrarmos nos moldes pré-concebidos. As adolescentes, por estarem em um período de desenvolvimento repleto de indagações, buscam ideais e perfis de identificação e são muitas vezes enredadas nesses discursos. Estão cada dia mais em busca do padrão de corpo “perfeito”, e do que o outro diz que é belo, caso não possuam uma postura de autonomia. Buscam a aceitação social através do enquadramento nos valores éticos e estéticos pré-estabelecidos. Em outras situações, transgridem esses valores, como uma forma de auto-afirmação e identidade.

Esses corpos tidos como belos pelos padrões estabelecidos apesar de se aparentarem saudáveis, nem sempre o são, mas estão impressos em revistas e programações direcionadas ao público jovem. Desejosas de serem também belas,

desejadas e amadas essas jovens lançam-se a esta busca , utilizando-se de todos os recursos vendidos e/ou criados por elas próprias para alcançar seus objetivos.

Através dessa concepção, pode-se pensar a mediação como uma espécie de estrutura *incrustada* nas percepções , nas práticas sociais e no cotidiano de vida das pessoas, que se materializa nas suas múltiplas formas de perceber, pensar e agir. Conforme já foi salientado neste trabalho, o enfoque apontado por Thompson indica que o resultado das mediações, compreendidas como suportes e meios, reflete também aspectos culturais do meio no qual o suporte midiático se insere. O sujeito sofre interferências de várias esferas sociais , contudo ele não é um ser passivo a todas elas e deve ser compreendido como parte ativa e integrante nas instâncias sociais em que transita. Para o autor, as interações sociais podem ser divididas em três tipos: as “interações face a face” , “interação mediada” e “quase- interação mediada”. Essas interações têm características específicas (p.78-79):

- A interação “face a face” acontece em um contexto de co-presença; os participantes estão imediatamente presentes e partilham um mesmo sistema referencial de espaço e tempo. Tem um caráter dialógico, no sentido de que geralmente implica ida e volta no fluxo da informação e comunicação.

- As interações “mediadas” contrastam com as interações “face a face” por implicarem o uso de um meio técnico (papel, cartas , telefone) que possibilita a transmissão de informações e conteúdos simbólicos para indivíduos situados remotamente no espaço e no tempo, ou em ambos.

- As Interações “quase- mediadas” referem-se às relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, televisão, rádio, jornais, Internet, etc.),

que disponibilizam extensas informações e conteúdos simbólicos no tempo e no espaço. As formas simbólicas são produzidas para um número indefinido de receptores potenciais e são monológicas, pois o fluxo da comunicação é predominantemente de sentido único. Apesar dessas distinções o autor nos esclarece que muitas das interações que se desenvolvem no fluxo da vida diária podem envolver uma mistura de diferentes formas de interação, assumindo então um caráter híbrido.

Berger e Luckmann (p.46) também enfocam a interação social na vida cotidiana e afirmam que a interação “face a face” é a mais rica, podendo as demais gerar equívocos muitas vezes indissolúveis de interpretação. Esses autores não caracterizam as interações como Thompson, mas ressaltam a valor da interação “face-a-face” nos processos de interação social na vida cotidiana.

A intenção deste trabalho é deixar emergir ,através do processo de investigação, as vozes e interações que ecoam nas adolescentes para a formação da auto-imagem corporal.

Em todos os quadrantes do mundo globalizado, as percepções sobre a própria imagem corporal são afetadas em decorrência da evolução tecnológica informacional dos últimos tempos. Os diferentes sujeitos e esferas sociais educativas do início do século XXI precisam se preocupar em compreender a apropriação e a subversão dos discursos institucionais. Discursos são construídos e veiculados pelos meios de comunicação , os quais ensinam a nós, mulheres, que um dos caminhos para sermos felizes é possuir um corpo “perfeito”. Possuir um corpo perfeito , dentro dos padrões veiculados sobretudo pela mídia televisiva , tem uma dimensão de “passaporte para o paraíso”. Como a busca da felicidade é um imperativo que permeia toda a existência

humana, as pessoas procuram enquadrar-se nos padrões ditados e instituídos socialmente, alterando de múltiplas maneiras suas práticas corporais cotidianas a fim de terem êxito. Ser ou tornar-se bela, na sociedade contemporânea, traduz não um simples desejo, mas uma obsessão, como se essa fosse uma das poucas possibilidades de inserção social e de bem estar pessoal.

É necessário abordar mesmo que brevemente nesta reflexão, as classes sociais e as questões étnicas, apesar de não constuírem o foco principal do trabalho, porque os padrões de beleza aclamados pelas instituições midiáticas recaem no padrão étnico “claro” (branco). Classe social e etnia são categorias que se articulam de forma estreita. Segundo Sodré em sua obra *Antropológica do espelho*, o padrão “claro” é encontrado mais freqüentemente na classe economicamente aquinhoada, enquanto o padrão “escuro” nas classes menos favorecidas. Ambas as classes têm o enfoque valorativo nos padrões étnicos e estéticos do “claro”. Apesar de buscarem os meios de comunicação uma postura politicamente “correta” ao dar espaço para mulheres negras, destinam-lhes sempre posições socialmente menos privilegiadas, e também freqüentemente associam a sua beleza aos eventuais traços “finos”, de brancas, pois a mídia é representante dos padrões hegemônicos instituídos.

Segundo Herscovici (1997) , a não aceitação do corpo pelo sujeito pode trazer distúrbios do comportamento. A sociedade , organizada por instituições sociais, geralmente associa a beleza feminina a um corpo magro, as mulheres que não estão dentro desse padrão sofrem muitas vezes transtornos alimentares e comportamentos obsessivo compulsivos, em relação a alimentos, em um “suplício” infundável e numa luta constante contra a balança.

Dentro dos suportes midiáticos , a televisão desponta como incentivadora, ao apresentar em horários e dias “ditos nobres” corpos “perfeitos” e quase despidos, transmitindo um modelo mais liberal em relação à sexualidade, intensamente aflorada na adolescência, já que é uma fase de mudanças corporais e hormonais. Cresce assim, nas expectativas, o desejo de assemelharem-se àqueles ícones de beleza, com a finalidade, entre outras, de não serem excluídas socialmente pela sua aparência. Muitas vezes esta busca é difícil, já que são vários os aspectos envolvidos na beleza de um corpo, como fatores genéticos, hábitos alimentares, práticas de exercícios físicos, além de fatores extrínsecos como, recursos de plásticas, implantes de silicone, lipoaspiração, uso de diuréticos, laxantes, indução de vômitos e inanição voluntária. Outros procedimentos que nos parecem absurdos são inventados para a obtenção pelas adolescentes do padrão de beleza corporal e conseqüente maior aceitação social.

O mito da beleza na realidade sempre determina comportamento [...] e a beleza é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. [...] Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. (Wolf ,1992, pp.15-17)

A busca por uma identidade social não se restringe à fase da adolescência, mas perpassa toda a nossa existência de diferentes formas e amplitudes. Passa pelo infundável processo de nos constituirmos como sujeitos. Deve-se buscar a autonomia e livre expressão subjetiva dentro do contexto social em que se vive e a procura de respostas sobre a construção social da imagem corporal amplia um pouco mais a

compreensão do repertório narrativo da complexa busca da identidade , subjetividade e inteligibilidade de – ser humano.

O estudo sobre a imagem ideal de beleza feminina e os discursos mediadores leva a uma maior compreensão da intrincada relação do sujeito com a cultura e das produções e construções de sentidos e significações. Os discursos da mídia televisiva, apesar de parecerem de mão única, são ressignificados pelas particularidades do sujeito, pelos filtros de seus valores e crenças, incorporados, em primeira instância, através da socialização primária. Contudo, a subjetividade também se faz presente, pois essa é também um eixo formador na construção da imagem corporal.

[...] a partir do século XIX e em todo o século XX, a saída da mulher para o trabalho foi massiva [...] Por outro lado, o repertório dos mitos ,das histórias de amor presentes na literatura ou no cinema, variaram de forma muito mais lenta que as mudanças sociais, concomitantes. Em muitas famílias, mesmo que as filhas comprovem que as mulheres trabalham como papai, no entanto elas sonham encontrar um príncipe azul que as sustente e as proteja. Novas versões da Cinderela e da Bela Adormecida emergem detrás das heroínas modernas [...] (Berlin, 1998, p.32).

As princesas das estórias infantis, desenhos, novelas e filmes são sempre belas e, para que os sonhos de serem amadas e desejadas pelo “príncipe” se realizem, a beleza é fundamental. Esse é um mito que continua inequivocamente presente nos dias atuais e que representa um papel absolutamente central nas práticas cotidianas de muitas adolescentes ,fazendo-as incorporar a idéia de “belo sexo”.

## **Discursos e cadeias formativas dos valores estéticos corporais femininos**

As mediações sociais abordadas neste tópico são fruto dos registros realizados pelas adolescentes a partir dos instrumentos metodológicos utilizados. Nos dados coletados, as adolescentes investigadas apontaram a família, os(as) amigos(as) e a mídia, principalmente a televisiva, como os mediadores sociais mais significativos na formação dos valores estéticos corporais femininos. A forma de exposição dos mediadores foi singularizada em tópicos específicos nos instrumentos de coleta de dados, a fim de que os registros realizados sobre cada mediador social, fossem explorados com mais densidade em suas particularidades, e as categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas por cada mediador ganhassem também relevância.

Contudo, nos dados coletados, há indicações de que não existe discurso único que ressoa na formação dos valores estéticos. Constatou-se, nos próprios enunciados das adolescentes sobre a formação dos valores estéticos, que há a presença de ressonâncias discursivas híbridas e articuladas dos mediadores sociais. Todavia, em alguns momentos, elas conferem a um ou outro mediador uma importância maior. Apesar de ser qualitativa a abordagem metodológica científica neste trabalho, consideramos pertinente incluir alguns dados percentuais, possibilitados a partir dos dados constantes nos questionários. A soma desses dados nos possibilitou interpretações mais amplas.

## **Mídia**

Os diferentes suportes midiáticos são apontados por discursos do senso comum como mediadores sociais mais relevantes na formação dos valores estéticos corporais.



No entanto, os recentes estudos dos meios da comunicação de massa têm revelado que a programação e seus conteúdos ,exibidos por esses suportes, estão intimamente ligados aos valores circundantes da sociedade,ou seja, o que vemos ou ouvimos na mídia é reflexo e produto dos valores da cultura vigente. A dimensão do pensamento matricial de Thompson (1998) engloba pensar a cultura de massa no momento de produção, difusão e recepção.O enfoque deste trabalho recai na recepção,contudo não podemos desconsiderar esses outros aspectos citados, já que só ocorre o ato de espectatura (recepção) se há produção e difusão. E o processo de recepção ocorre, segundo o mesmo autor,a partir de uma atividade contínua de busca de significação e assimilação ou não por parte dos sujeitos, que interagem com a produção.

A produção midiática está articulada à produção cultural do cotidiano e vice-versa, como jogos de espelhos. Porém esses reflexos não são produtos de um mesmo tempo e espaço, como afirma Thompson (1998), ao considerar a comunicação de massa ou midiática como uma comunicação “monológica” em que o distanciamento do espaço e tempo de transmissão e recepção não permite condições essenciais , como produção de meios simbólicos, para ser considerada uma comunicação legitimamente “dialógica”, ou seja,

o fluxo da comunicação é predominantemente de sentido único. Ela não tem o grau de reciprocidade interpessoal de outras formas de interação como a produzida pela face a face,mas não é obstante uma forma de interação.Ela cria um certo tipo de situação social na qual os indivíduos se ligam uns aos outros num processo de comunicação e interação simbólica.(p.79-80)

Ao considerar esse tipo de mediação como comunicação monológica, Thompson não quer dizer que não há trocas simbólicas, mas essas trocas ocupam espaços e

tempos diferenciados. Independentemente da ocorrência de trocas simbólicas, pode-se criar nesta “quase interação mediada”, laços de amizade, afeto e lealdade, quando se faz referência a programações e personagens da mídia. É o que constatamos ao analisar os dados. As adolescentes fazem menções a algumas mulheres da mídia com uma certa familiaridade, como se as personagens presentes na comunicação de massa fizessem parte do seu cotidiano.

Através dos dados fornecidos pelos instrumentos metodológicos, podemos observar o papel e o valor informativo e de entretenimento que a mídia exerce no dia-a-dia das adolescentes e dos grupos de convivência: família, amigos (as), colegas de trabalho. Há da parte delas e desses grupos uma predileção pelo suporte midiático televisivo. Segundo Thompson (1995,p.221), “O meio técnico de transmissão é o substrato material de uma forma simbólica, isto é, os componentes materiais com os quais e em virtude dos quais uma forma simbólica é produzida e transmitida”.

Das vinte adolescentes, 65%, ou seja, 13 adolescentes têm como fonte de informação e entretenimento mais utilizada o suporte televisivo, seguido do rádio, 15%; os jornais, 10%; a Internet, 5%; e outros sem especificação, 5%. Pela utilização, por excelência, da imagem, o lugar mediador da narrativa televisiva se caracteriza como um recurso muito significativo na transmissão simbólica.

No sentido de confrontar sua predileção pelo suporte televisivo com a do grupo mediador social mais próximo, como é o grupo familiar, as adolescentes indicaram valores bastante próximos da utilização da mídia televisiva por elas e pelo grupo familiar. Tal circunstância favorece a interação face-a-face da mediação familiar na recepção dos conteúdos produzidos pelo suporte midiático. Mais da metade das

adolescentes, ou seja, 60% apontaram que a televisão é o suporte mais utilizado pela sua família, seguida do rádio 20%; 10% os jornais e 10% outros, o que projeta a mídia televisiva como mediador social significativo na formação de bens simbólicos. Magaldi (2003) reflete que

Dado que a televisão nos alcança em todo tempo e em toda parte, dado que nenhuma faixa etária, nenhum campo de atuação, nenhuma classe de renda fica imune a ela, dado que a maior parte da população brasileira não tem acesso regular a outras fontes de informação, além do rádio e da TV, não sei que outra realidade contemporânea mereceria, mais do que essa, um tratamento de prioridade educacional.(p.111)

Sobre o gênero preferido por elas, que enuncia discursos formadores da estética feminina, 55% indicaram novela; 25% programas de auditório; 15% filmes e 5% não responderam. Os familiares, segundo elas, também têm um percentual semelhante no que se refere aos gêneros televisivos formadores da estética corporal: 50%, novela; 25%, programas de auditório; 15%, filmes e 10% não responderam. Esses dados indicam que os discursos do gênero novela se apresentam como os mais presentes, tanto para as adolescentes quanto para os seus familiares, na formação dos valores estéticos corporais ideais.

A telenovela é um gênero narrativo em que o real e a ficção se misturam. E é nesse espaço que muitas das adolescentes buscam abandonar a imagem real de seus corpos na busca de referenciais ideais, ficcionais. E nessa narrativa que, segundo Sodré (1999,p.79), “distingue os campos de criação e da realidade, há um reflexo em espelho do real, isto é, há um reflexo que inverte as verdadeiras condições de existência entre a televisão e o mundo”.

GRÁFICO 1. Representação gráfica do percentual dos gêneros da mídia televisiva mais significativos , segundo as adolescentes, na formação dos valores estéticos corporais.

As mulheres na telenovela, quase em sua totalidade, independente da classe social, apresentam imagens corporais idealizadas, muitas vezes incompatíveis com as práticas da realidade cotidiana. Essas condições ficcionais idealizadas da imagem feminina, apresentadas pelo gênero telenovela, fazem com que esta seja apontada como mais relevante na formação dos valores estéticos e explicam predileção dos sujeitos e seus familiares por esse gênero. Reportando-se ao processo identitário proporcionado pela televisão, Sodré defende o princípio de que as formações do tipo *eu ideal e ideal do eu* são possibilitadas pelo imaginário tecnológico, onde a mídia está incluída, representando o ideal do narcisismo. Para ele, a televisão aparece como meio organizador de identidades sociais. Procurando legitimar-se pela informação e pelo entretenimento, ela busca apreender os sujeitos no interior de sua esfera privada, indicando-lhes papéis, valores, comportamentos e atitudes que eles deverão assumir para atingir o reconhecimento social, como é o caso da beleza.

Os enunciados que se seguem ratificam a predileção pelo suporte televisivo, gêneros e formas singularizadas e coletivas no ato de espectatura: “Adoro televisão, minha família também gosta de televisão , quando tem tempo” ; “Adoro assistir televisão, assisto tudo que passa na televisão , desde manhã até a hora de vir para o colégio. Desenho, novela, tudo. Geralmente assisto sozinha, porque todo mundo lá em casa trabalha” ; “Gosto de assistir televisão. Gosto de assistir um bom filme, programa de entrevista (sou apaixonada) e jornal também. Gosto de saber o que está acontecendo, principalmente sobre as notícias urgentes eu e minha família” ; “Gosto muito de televisão, quando tem tempo. Normalmente , assisto televisão com os meus pais, muito freqüentemente nos finais de semana , dia de semana quando tenho tempo e também com os meus irmãos”.

Assistir televisão em conjunto com os grupos mediadores, pode ratificar ou retificar os conceitos que as adolescentes têm sobre as imagens de beleza valorizadas ou não, pois os receptores compartilham valores quando estão diante da televisão. Nesse sentido, eles são atores, são sujeitos de um processo valorativo estético e político, em que os significados não são impostos, mas negociados. E é nessa relação que a subjetividade é trabalhada.

Mesmo ao assistirem sozinhas, a programação televisiva, os valores introjetados pelos processos de socialização primária e/ou secundária são constantemente colocados em dinâmico processo de formação e reformulação. Isto ocorre em função de que, a maioria das adolescentes revelou que, quando assiste televisão conjuntamente com os familiares ou grupos de amigos (as), há trocas de idéias no momento da recepção dos programas. Em relação à troca de idéias no momento de

“espectatura” frente ao suporte televisivo, 55% das adolescentes revelaram que vêem televisão junto aos seus familiares, com trocas de idéias, 25% trocam idéias quando o assunto lhes interessa e 20%, em momentos diferentes , sem trocas de idéias.

GRÁFICO 2. Representação gráfica do percentual da forma com que as adolescentes assistem televisão junto aos seus familiares.

O tempo de exposição em que as adolescentes e seus familiares vêem televisão juntos é variável. Menos de uma hora/dia, são 30%; de 1 a 3 horas/dia, 40%; mais de 6 horas/dia, 15%; e não responderam 15%. A análise desses dados nos leva a considerar que há uma preferência óbvia pelo suporte televisivo, tanto das adolescentes quanto dos seus familiares e que o meio televisivo propicia, na maior parte do tempo, para o grupo investigado, trocas de idéias a partir das informações expostas por esse suporte. E que há um tempo relativamente grande de exposição às informações da mídia televisiva, das adolescentes, juntamente com seus familiares, o que favorece ainda mais a troca de informações.

Por termos trabalhado com um grupo de nível sócio-econômico menos favorecido, as predileções pelos demais suportes midiáticos , além da televisão , recaíram sobre suportes de baixíssimo custo, como o rádio. A Internet aparece , mas de forma inexpressiva, indicada por apenas uma adolescente. Podemos afirmar, de forma inequívoca , que nesse grupo, a televisão exerce um papel mediador importante junto às adolescentes e seus familiares na formação dos valores estéticos como evidencia o discurso de uma das adolescentes:

Ninguém aparece na frente da televisão só por aparecer. Todo mundo quer aparecer para chamar atenção.[...] do público em geral em especial do público masculino. Tanto é, que ela (Débora Secco) voltou a sair na capa da Playboy, isto porque , porque a mídia colocou ela ali. Agora por exemplo , nessa novela celebridade, ela esta mostrando muito o corpo.

Ao correlacionarmos mídia e beleza, 75% das adolescentes ,15 se referiram às mulheres cuja imagem se apresenta na mídia televisiva; 20% assinalaram outros, sem especificar, e 5%, revistas. Assim, os dados coletados referendaram a televisão como suporte midiático de primeiro escalão na correlação beleza/mulher, em detrimento das revistas que, embora publiquem reportagens massivas sobre beleza, estampam geralmente, em suas capas, imagens de mulheres vinculadas à mídia televisiva.

Ao indagar das adolescentes, qual suporte midiático fornece à família informações para a discussão sobre beleza, 80% indicaram a televisão;15%, revistas e 5%, o rádio.

GRÁFICO 3 - Representação gráfica percentual do suporte midiático propiciador de discussões sobre a temática beleza.

Há, por parte das adolescentes uma compreensão objetiva da força e do poder do discurso midiático na formação de valores. O poder é entendido por Thompson como um fenômeno social penetrante. O conceito de poder é, para ele, de uma forma geral: “a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências”. (p.21). O enunciado abaixo, produzido pela adolescente, confere à televisão poder e capacidade de intervir no meio, ao pronunciar:

Não gosto de televisão porque considero que a mídia manipula muito o ser humano. Manipular para mim é, por exemplo: vamos pegar , minha irmã e eu. Eu sou controversa em tudo com a minha irmã. Se a mídia chegar e olhar para minha irmã e alguém da televisão olhar par mim, é para a minha irmã a tendência de pegar como destaque. Porque ela tem mais peito, mais bunda, mais curva entendeu. Mais ou menos uma coisa assim. E eles tentam fazer isto com as mulheres. Eles tentam pegar Cláudia Raia, por exemplo uma mulher bonita, principalmente interiormente, eu acho. Mas a mídias não valorizam muito o interior, eles valorizam mais , fulano ou beltrano pelo corpo [...] O ser humano ainda não aprendeu a olhar o interior, a trabalhar com isto, é por isto a dificuldade de aceitar o outro como ele é.

Outra adolescente acrescenta:

Considero que a televisão é mais manipulação mesmo, porque eles criam uma imagem ao contrário, não é bem a verdade, assim é meio termo. É uma coisa que multiplicam aquela estória, então você não deve se ligar, não deve acreditar muito , com muita seriedade. Ela não é muito coerente hoje em dia.



As considerações das adolescentes sobre a imagem que a mídia televisiva constrói sobre a estética são contundentes, no sentido de que , o sujeito não só deve, mas tem que se enquadrar aos padrões estéticos. É o poder construtor do discurso midiático televisivo na formação simbólica do estético associado ao feminino. Mas isso não significa que as adolescentes da pesquisa não percebam essa dominação, haja vista, as afirmações acima.Outro enunciado confirma a força mediadora do discurso televisivo e a articulação com outros mediadores:

Eu acho que eu passaria uma imagem melhor em relação à estética, não que eu me considere feia, mas se melhorasse eu não reclamaria. A mídia passa que você tem que ser a mais bonita de todas. A mídia passa a imagem que você tem que ser a mais bonita de todas. O que faz eu achar que este corpo é ideal é a mídia e meus amigos, pois, muitas das vezes a mídia age sobre e influencia as pessoas, no caso, os meus “amigos” Eles são muito influenciados, comentando a respeito e falando que corpo ideal das mulheres tem que ser como das grandes atrizes, dançarinas, etc...

Há, por parte de algumas adolescentes ,entretanto, resistências em enquadrar-se ao discurso instituído e legitimado pela mídia, quando uma delas afirma que:

Gostaria de ser eu mesma como estou agora, pois, estou muito bem , mas não é tudo estar de bem consigo mesma.Acho que não há necessidade de querer moldar-me como a rainha da beleza, sabendo que não é tudo na vida.Eu nem sempre estive satisfeita com o meu corpo , mas eu hoje em dia estou muito satisfeita comigo mesma, pois, meu corpo é matéria e a matéria não é a mais importante. Se amar é a chave do negócio e eu me amo como eu sou, com ou sem gorduras.

Na busca de uma síntese dos mediadores sociais na formação dos valores estéticos corporais, perguntamos às adolescentes quais grupos têm valores estéticos

semelhantes aos seus. De forma geral e hierárquica, 11 adolescentes, ou seja, 55% consideram que a mediação familiar é a mais significativa, pois os seus valores a respeito do corpo são semelhantes aos de seus familiares, seguida dos(das) amigos(as), 20%; 15%, indicaram a mídia; 5%, idéias próprias e 5%, não responderam.

GRÁFICO 4 - Representação gráfica percentual dos mediadores sociais que possuem prioritariamente, valores estéticos semelhantes aos das adolescentes.

Os dados apresentados evidenciam o valor da família como mediador importante na formação dos valores estéticos pelas adolescentes, ao considerarem similares os valores familiares e os seus. Os valores dos (das) amigos (as) apresentam-se em seguida aos valores da família, e a mídia em seguida a estes. Contudo, articulando esses dados aos apresentados anteriormente, observa-se que a mídia televisiva é um meio valorizado tanto pelos sujeitos investigados quanto por suas famílias, o que nos conduz a considerar que as categorias simbólicas apresentadas por ela, são apropriadas através de significações e ressignificações. Por isso, não

podemos desconsiderar a relevância dos valores estéticos produzidos pela mídia. Essa interpretação é ratificada ao indagarmos desses sujeitos qual o mediador que tem maior influência no que se refere especificamente à construção de uma imagem ideal de corpo feminino, pois a maioria considera a televisão como construtora dessas concepções.

GRÁFICO 5 - Representação gráfica do percentual em relação ao suporte comunicacional mais importante na construção de concepções sobre a imagem corporal ideal

As adolescentes também enfatizam que a mídia considera as mesmas categorias estéticas por elas valorizadas: peso, cabelo, moda e pele, como as mais relevantes, o que reforça ainda mais a presença de discursos híbridos.

Ao indagarmos das adolescentes quais os espaços onde normalmente aprendem práticas de cuidados estéticos, a televisão foi indicada como presença pedagógica marcante em relação à formação dessas práticas cotidianas que as adolescentes utilizam na busca da beleza, seguida pela família e revistas, como indica o gráfico que se segue:

GRÁFICO 6 - Representação gráfica percentual dos espaços pedagógicos de apropriação das práticas estéticas pelas adolescentes.

As categorias desvalorizadas pelas adolescentes e que aparecem na mídia recaem nos extremos e normalmente são apresentadas em mulheres que participam de gêneros cômicos. O não belo tem um forte apelo, não para o drama mas para a comédia. O feio (feia) torna-se figura de comédia, do riso. O não-belo é associado na maioria das vezes, ao satírico, ao humor , ou seja , ao riso e às situações de nenhuma seriedade, principalmente, segundo as adolescentes, na concepção da mídia. Há uma desvalorização da mídia sobre a questão étnica. O feio é associado aos exageros e aos processos extremos para manter a jovialidade através de múltiplos processos anti-naturais. A desproporcionalidade do corpo é um elemento marcante na concepção do não-belo. A dimensão desproporcional do peso é a mais indicada como categoria que retrata o não belo. A gorda é representante primeira , segundo as adolescentes , do perfil estético do feio, seguida da muito magra. Exemplificados pelos enunciados:

Aquelas pessoas muito gordas que andam e as banhas ficam mexendo, tipo caindo por cima da calça, eu acho muito feio, não gosto”; “Uma pessoa uma pessoa muito gorda não tem cintura e têm os seios muitos grandes”; “É muito constrangedor ser muito gordo, a sociedade é muito preconceituosa”; “Uma pessoa muito magra é muito feio e uma muito gorda é mais feio ainda.

A mídia evidencia esses padrões massificados que são revelados, ao mostrar que a diferença, o diferente é motivo de riso e de comicidade.

Se ainda hoje o paradigma da dimensão produtiva da indústria cultural é a perspectiva frankfurtiana da homogeneização da cultura e do caráter ideológico de suas mensagens, aos poucos essa perspectiva vem perdendo espaço para as teorias da recepção, o que nos leva a refletir nos porquês de tais discursos.

Não podemos desconsiderar a produção discursiva da televisão para os interesses econômicos, neste caso, a indústria da beleza. Como consequência da massificação dos padrões e do estabelecimento do diferente como não-belo, os sujeitos tendem a buscar procedimentos e produtos que os possam levar aos padrões homogeneizados estabelecidos como ideais. Tacitamente, nos discursos televisivos, emerge a mensagem de que todas as mulheres podem ser belas, ou podem deixar de ser consideradas feias, ao se enquadrarem aos padrões hegemônicos instituídos. Segundo, Martín-Barbero (2003)

A televisão não traz consigo apenas um maior investimento econômico e uma maior complexidade de organização industrial, mas também um refinamento qualitativo dos dispositivos ideológicos. Imagem plena da democratização desenvolvimentista, a televisão “realiza-se” na unificação da demanda, que é a única maneira pela qual pode conseguir a expansão do mercado hegemônico sem que os subalternos se ressintam dessa agressão. (Martín-Barbero, 2003, p.261)

O discurso televisivo sobre beleza atinge todas as classes e, através de múltiplos dispositivos pedagógicos discursivos, orienta os sujeitos a mergulharem no consumo produzido pela indústria da beleza . A inserção no consumo dos produtos de beleza propicia aos sujeitos a ilusão de que, ao consumir este ou aquele produto, configura-se simbolicamente a acessibilidade de pertença a padrões estéticos aparentemente democráticos. Contudo, não somos atores sociais passivos aos discursos instituídos pela mídia. Vivenciamos, através de interações sociais múltiplas, situações que fazem interlocuções de interpelação dos discursos televisivos, com criticidade ou não.

## **Família**

A família, como mediadora social dos processos formativos necessários para a integração do indivíduo no convívio social, pode ser entendida por diferentes facetas, conforme os referenciais teóricos tomados para conformá-la. Tomemos o referencial de Berger e Luckman (1985) que fazem uma abordagem sociológica e psicológica dessa esfera formativa, ao considerar a família como espaço de relações identitárias e de identificação afetiva e moral. Considerando que é também nesse espaço que acontecem os primeiros processos socializadores e os intróitos das formas simbólicas que constituem o processo de socialização. Toda essa complexa trama discursiva desenvolvida no seio da família alicerça nos sujeitos, valores, condutas e aspectos culturais que se refletem em seus referenciais de identidade e de subjetividade, sem

desconsiderar a presença de idiosincrasias. Cada família tem uma particularidade em vivenciar e transmitir os valores culturais estéticos e éticos instituídos pela sociedade. Sendo assim, não podemos considerar que a cultura hegemônica, apesar de circular com força em todas as instâncias sociais, seja apropriada da mesma forma pelos diferentes grupos. E é nessa perspectiva que este trabalho de pesquisa se pauta. Como os padrões estéticos hegemônicos são apropriados pelo mediador social familiar e transmitidos para os seus membros? Mas pensamos esta questão não no sentido “Durkheimiano” da educação, que seria a de transmitir valores e condutas de uma geração mais velha para uma geração mais nova. Há, na estrutura familiar atual, uma reconfiguração de papéis dos processos pedagógicos, observável no dia-a-dia, e a própria pesquisa aponta para isso, quando muitas das adolescentes enunciam que membros de sua família, como as mães, aprenderam com elas sobre práticas estéticas corporais. Mesmo assim, as mães ainda são a principal referência na formação dos valores estéticos. As adolescentes, nesse processo de apropriação das práticas e valores estéticos, ratificam e/ou retificam as atitudes que os membros significativos de sua família produzem sobre a beleza.

GRÁFICO 7 -Representação gráfica percentual das pessoas que têm idéias sobre a imagem ideal semelhantes às das adolescentes.

Ao indagarmos quais os membros da família mais se interessam pela beleza, novamente o percentual maior recai nas mães, com 40% das respostas; 30%, irmãs; 10%, irmãos; 5%, os pais; 5%, elas próprias e 10%, não responderam. Apesar de os dados indicarem certo interesse dos homens (pais e irmãos) sobre a estética corporal, são as mulheres (mães de irmãs) que se revelam mais interessadas na temática, segundo as adolescentes.

GRÁFICO 8 - Representação gráfica percentual dos membros da família que mais se interessam pela temática beleza.

Os processos pedagógicos na formação dos valores estéticos corporais vivenciados pelas adolescentes e suas famílias revelam flexibilidade na configuração de quem é “mestre” e de quem é “aprendiz”. Essa relação segundo Berger e Luckmann, extrapola o aprendizado puramente cognitivo, uma vez que o ato de



aprender ocorre em circunstâncias carregadas de alto grau de emoção. E acrescentam que

De fato, há boas razões para se acreditar que sem esta ligação emocional com os outros significativos o processo de aprendizado seria difícil, quando não de todo impossível [...] Qualquer que sejam, a interiorização só se realiza quando há identificação.[...] por meio desta identificação com os outros significativos (o sujeito) torna-se capaz de identificar a si mesmo, de adquirir uma identidade subjetivamente coerente e plausível. (Berger e Luckmann, pp.116-117)

Em contraponto ao percentual massivo do suporte televisão, exposto no tópico sobre a mídia, na formação de um perfil de imagem ideal, a família se apresenta como mediador importante na formação da auto-imagem.

É no imponderável das emoções e na aparente presença fluida de papéis, no que se refere à formação dos padrões estéticos é que os pais ainda são referenciais importantes na construção da identidade dessas adolescentes, pois são pessoas significativas para elas, como indicam os dados apresentados a seguir.

Ao indagarmos das adolescentes qual grupo ou mediador social é o mais importante na formação da auto-imagem, 12 adolescentes, ou seja, 60% delas indicaram a família; 10%, a mídia; 10%, os amigos; 15%, outros, sem mencionar quais e 5% não responderam.

GRÁFICO 9 -Representação gráfica percentual dos mediadores mais importantes na formação da auto-imagem , segundo as adolescentes investigadas.

Podemos inferir, a partir desses dados o valor do mediador familiar, na formação da subjetividade dos sujeitos. A percepção que esses sujeitos constroem de seus corpos tem uma ligação significativa com os padrões valorativos discursados pelo grupo familiar. Sendo o grupo familiar formado por pessoas importantes para os sujeitos, as suas opiniões ecoam de forma bastante significativa, como expressam os enunciados das adolescentes: “Sou parecida demais com minha mãe e isso faz com que eu me espelhe nela para ter uma aparência “normal” “ [...] “São os meus familiares principalmente que querem me ver bem” [...] “O pessoal da minha família dá a maior força para me ver bonita. Eles me ajudam muito” [...] “A minha família sempre me ajuda nas escolhas corretas” [...] “Eles me ensinaram a ser assim” [...] “Porque a minha família é importante para mim em todos os sentidos” [...] “Somos um pouco críticos. Eu e minha família temos opiniões semelhantes” [...]. Apesar de apresentarem os enunciados um fator identitário do grupo familiar, Schilder (1994) considera que trabalhar com o foco direcionado para a imagem corporal obriga-nos a aceitar a subjetividade, mergulhar em fenômenos complexos e aceitar que interferências podem também intervir no processo de desenvolvimento, facilitando-o ou prejudicando-o. No decorrer de todo o seu trabalho, o autor ressalta que a construção da imagem corporal deve ser direcionada para uma visão integrada dos vários aspectos do corpo; social,

psíquico e fisiológico, nunca direcionando o discurso para um corpo como soma de partes estanques. Em função disso, apesar de esse grupo evidenciar o papel social da família como discurso mediador importante na formação dos valores estéticos corporais, não podemos desconsiderar outras dimensões construtoras.

Ao formular, de forma diferenciada, as perguntas da auto-imagem, a fim de buscar interpretações mais fidedignas, alguns percentuais nas respostas sofreram alterações. No entanto, a ordem hierárquica da importância dos mediadores em relação à auto-imagem apresentou recorrência, sendo a família apontada como mediador social mais importante, seguida dos (das) amigos (as), da mídia televisiva e de idéias próprias.

Esta ordem hierárquica da importância dos mediadores refere-se à auto-imagem, pois, como sinaliza os dados do gráfico nº 5 deste capítulo, ao se referir ao mediador social significativo na formação da imagem ideal, a ordem hierárquica recai predominantemente sobre a mídia, 80% das adolescentes consideram que a mídia, com ênfase na televisiva, é o mediador social mais relevante na formação de imagens de beleza ideal.

É importante, entretanto, considerarmos que nenhum discurso se forma totalmente dissociado do contexto sócio-econômico e cultural no qual o sujeito se insere. Ocorre uma compilação de fragmentos discursivos valorativos, apropriados pelos sujeitos que compõem os grupos mediadores sociais. Com isso, podemos interpretar que, apesar de terem os dados, apresentado aquela ordem hierárquica, os discursos se imbricam. Logicamente, há predominância de um sobre outro e vice-versa, dependendo do enfoque dado. Apesar disso, as adolescentes expuseram

que 40% (8 adolescentes) delas possuem idéias sobre a imagem ideal similares as do grupo familiar; 40% (8 adolescentes) responderam “às vezes” e 20% responderam que são diferenciadas.

Os dados apresentados indicam uma significativa ressonância articulada dos discursos mídia-família na formação dos valores estéticos, ou seja, tanto o mediador da socialização primária, representado pela família, quanto o mediador da socialização secundária, representado pela mídia televisiva, exercem reverberações significativas nos padrões referenciais das imagens estéticas corporais, com maior reverberação dos discursos mediadores sociais da família na formação da auto-imagem, e da mídia, na formação de imagens corporais ideais.

Constatou-se, nesta pesquisa, que a formação dos valores estéticos corporais ocorre pela soma e articulação dos discursos dos mediadores sociais, em um processo de inter-relação.

Através da representação gráfica que se segue, buscamos ilustrar a interseção discursiva dos mediadores sociais na formação dos valores estéticos corporais interpretada pelos dados analisados. Entretanto, no grupo investigado, há predominância ressonante do mediador social familiar frente a mídia e os(as) amigos(as), mediadores estes também citados pelas adolescentes, como hierarquicamente importantes.

Gráfico 10 – Representação da interseção dos mediadores sociais na formação dos valores estéticos corporais, indicada pelo grupo investigado, sendo hierarquicamente considerado importante, a família, a mídia e os(as) amigos (as). O diagrama visa apenas a visualização hierárquica dos mediadores.

O grupo familiar, segundo Berger e Luckmann, produz processos socializadores e promove interiorizações, orientando o percurso da formação da identidade. Por isso há similaridades entre as imagens valorizadas pelas famílias e os sujeitos, não desconsiderando os fatores do contexto mais amplo. Os processos “micro-sociológicos” ou “sócio-psicológicos” segundo esses autores, são construídos a partir das múltiplas interações cotidianas e deve-se “ter sempre por fundamento a compreensão macro-sociológica de seus aspectos estruturais”. (p.216)

A auto-imagem e a imagem corporal ideal são como uma moeda que, apesar de ter lados distintos, constitui uma materialização única, em um dado contexto sócio-cultural. Uma imagem corporal bela, independente da classe social, é considerada e valorizada como elemento agregador e alavancador de “sucesso” social, o que torna coerentes os resultados dos dados analisados. A quase totalidade das

adolescentes apresenta o desejo de terem corpos aproximados da imagem ideal, ou seja, corpos que possuem categorias socialmente valorizadas.

Dos membros da família que mais interesse têm pela estética corporal, são prioritariamente as mães, seguidas pelas irmãs e, depois, irmãos e pais. Por mais que os homens, na atualidade, tenham voltado a atenção para os aspectos estéticos corporais, ainda são as mulheres que mais interesse têm pela temática beleza, o que nos orienta a refletir sobre a questão da formação da identidade com pertinência e associação ao gênero. A afinidade do convívio filha/mãe é um elemento formador dos valores estéticos, produzidos pela proximidade e identidade de gênero, através das mediações face-a-face.

A fim de analisar como ocorrem as mediações familiares face-a-face, frente à mediação televisiva, investigamos como as adolescentes assistem a mídia televisiva: 55% revelaram que assistem junto com a família e com trocas de idéias, enquanto 35% assistem com a família e trocam idéias apenas quando o assunto lhes interessa, 10% assistem separadamente da família, sem troca de idéias.

Em relação ao tempo disposto pela família e pelos sujeitos, juntos, frente aos meios tecnológicos: 15% dispõem mais de 6 horas/dia; 30% de uma a três horas/dia; 30% menos de uma hora/dia; 10% assistem separados e 15% não responderam. Os dados indicam que mais da metade das adolescentes investigadas tem junto aos familiares, a possibilidade de interlocução sobre os discursos televisivos. Assim, mesmo que por tempos variados, 75% delas assistem à televisão em algum período do dia conjuntamente com o mediador social familiar, o que propicia o diálogo sobre as categorias e valores estéticos corporais enunciados pelos diferentes

gêneros televisivos. O diálogo pode ser explicitamente pronunciado através de enunciados verbalizados ou através de linguagens não –verbais. A presença e/ou ausência de comentários sobre determinado conteúdo expressa graus de valorização que os presentes conferem ao assunto. Mesmo quando as adolescentes e seus familiares optam por assistir programações em televisores separados, fica presente um marco do interesse que cada um tem sobre a programação eleita, o que não deixa de configurar um diálogo tácito.

As adolescentes indicaram que 60% das famílias têm interesse sobre a temática beleza; 25% revelaram que às vezes os familiares têm interesse e 15% não revelam interesse sobre a temática. Sobre o meio tecnológico do qual emerge o assunto quando a família discute sobre beleza, 80% consideram o meio televisivo; 15% revistas e 5% o rádio. As categorias de beleza que mais interessam à família são: peso corpóreo, 35%; cabelo, 30%; moda, 20%; altura e postura, 15%. Esses percentuais se assemelham aos indicados pelas adolescentes. Essas adolescentes consideram que os seus valores estéticos corporais, de uma forma geral, assemelham-se em 55% com os da família, 20% com os da mídia, 15% com dos(das) amigos(as), 5% não responderam e 5% com os seus próprios valores. Ratificando o valor da família frente a outros mediadores como a televisão, selecionamos o enunciado de uma adolescente que corrobora o importante papel socializador e pedagógico do mediador família, na formação dos valores e da auto-imagem corporal:

Apesar de já ter assistido e ainda assistir muita TV, quem me influencia mais no modo de como vejo o meu corpo foi a minha família (sem dúvida). Através do tipo de criação que eles me deram (minha mãe e meu pai), me ensinaram a dar valor ao meu corpo, de como saber se vestir, ou seja, não se mostrar muito, vestir de um jeito comportado. Também me ensinaram a manter o meu corpo com a alimentação. Também aprendi com eles desde pequenina, a não

reclamar do que se tem e sim agradecer. Acho que é por isso que acho o meu corpo normal (perfeito) e gosto dele , pois, dou muito valor até mesmo de um jeito conservador.

A cada instrumento metodológico utilizado, buscamos fazer uma síntese analítica das mediações mais significativas. Os percentuais variaram e mesmo as dimensões discursivas valorativas, ora recaíram num grupo mediador , ora recaíram em outro. A família , no entanto, se apresentou como o mediador recorrente em todos os instrumentos metodológicos utilizados, no que concerne à formação dos valores corpóreos. Por outro lado, ao analisar esses dados podemos interpretar que os valores produzidos pela mídia também exercem ressonâncias nos valores familiares, e vice-versa, o que nos leva a considerar que a mediação face-a face do grupo de socialização primária tem uma importância significativa nas formas e graus de apropriação dos discursos hegemônicos estéticos instituídos. Apesar de alguns referenciais teóricos apontarem que os adolescentes se opõem sistematicamente aos pais no intuito de crescerem independentemente, como menciona Zagury (2002,p.120), em relação à auto-imagem e à imagem corporal ideal há uma vinculação estreita, como apontado pelo grupo estudado, mesmo que esses referenciais sejam tomados pelas adolescentes. Porém, em relação ao grupo estudado, há um percentual muito mais significativo de identificação do que de oposição aos valores familiares.

Concordamos com Stuart Hall (1999) quando ressalta que uma identidade plena, unificada, completa, segura é uma fantasia, uma vez que possuímos identidades contraditórias em que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Nesse sentido, a concepção de sujeito inscreve-se em um processo identitário que está



sempre em deslocamento. O pensamento de Hall é corroborado pelo de Muniz Sodré (1999), ao expor que

O analista das mutações culturais da contemporaneidade, a identidade pessoal, teologicamente definida por uma subjetividade homogênea e pela permanência individual, dá hoje lugar às identificações movediças (grupais, afetivas, midiáticas), suscetíveis de pôr em crise figuras das doutrinas identitárias, como classe, função e gênero.(pp.40-41).

### **Amigos(as) ou grupos de convivência.**

Os (as) amigos (as) foram apresentados aqui, de forma mais sucinta que os demais mediadores devido ao valor dado pelo grupo aos amigos (as) que aparecem em lugar menos privilegiado em relação a sua importância na formação dos valores estéticos corporais.

As referências literárias e científicas sinalizam os(as) amigos(as), os pares, como um grupo mediador importante na fase da adolescência para a construção da identidade. Não desconsideramos os outros trabalhos de pesquisa e a própria sinalização do cotidiano. Contudo, os dados apresentados indicam o valor e a importância também de outros mediadores, no que concerne à formação da imagem corporal e, conseqüentemente, da identidade corpórea. A própria escassez de menções do grupo investigado sobre os (as) amigos (as), fez com que esse tópico se tornasse mais resumido em termos de dados e de análise.

As adolescentes têm a percepção das ressonâncias que os meios de comunicação exercem na formação de seus valores estéticos. Os enunciados das

adolescentes sinalizam que há um discernimento claro e presente de outras mediações sociais na formação dos valores estéticos corporais, como registra o exemplo:

Acho que talvez esse seria o corpo ideal para a mídia , a revista, os outros, etc. É bonito sim, muito importante também , mas não fundamental. A perfeição nos olhos do homem, mas talvez não do coração.O meu ponto de vista em relação à imagem ideal tem influência de todos, da mídia, da família, do namorado, mas quer saber o que realmente me influencia? A Lú (Luciana Luna) ela trabalha comigo, ela passa o dia inteiro falando na minha cabeça que o Tom (rapaz que ela gosta) acha bonito mulher com corpo estilo violão. Resumindo, a mulher perfeita, daquelas que só desenhando para acontecer.A Lú fala o tempo todo: Ah! Eu tenho que emagrecer, tenho que malhar , tenho que ficar morena, porque os homens gostam de mulheres assim, etc... é que eu também acho bonito um corpo estilo violão. E quem não acha?

O enunciado evidencia e reflete o valor da mediação social dos amigos (homens) na amiga “Lú” e os discursos destes, na adolescente.Há uma tessitura discursiva dos mediadores sociais.

Em outro depoimento existe a tessitura de dois mediadores sociais: família e amigos que pertencem à socialização primária e secundária respectivamente.[...]“ Quem mais me influencia em relação ao corpo são os meus amigos e minha família”.Observou-se que neste grupo investigado, apesar de ter havido menções sobre o valor do discurso das amigas na formação dos valores estéticos, as menções mais recorrentes recaíram com maior ênfase nos discursos e valores evidenciados pelos amigos homens. Como os homens vêem as mulheres na dimensão valorativa da estética feminina e o que as mulheres fazem a respeito de seus corpos, em função das categorias valorizadas pelos homens, são reflexões que se apresentaram com maior frequência como exemplifica o registro a seguir:

Eu acho que a mídia explora demais o corpo da mulher. Por exemplo Débora Secco. Seio, bunda, curva ela vai tentar mostrar o máximo possível, mostrar aquela mulher perfeita ao público. Porque é necessário botar silicone? Não

,não é necessário. Ela colocou só porque os homens acham bonitos seios grandes. Porque ela quer mais? Só ela que não estava satisfeita, será que é?Ela quer é aparecer,chamar atenção.Os meus amigos a acham linda.

Segundo a adolescente, o comportamento expresso pela artista reflete uma necessidade de “aparecer” de “chamar a atenção”, ou seja ,de acrescentar ainda mais ao seu corpo atributos de valorização sexual, com o intuito de atrair a admiração social e do sexo oposto.No enunciado da adolescente são feitas algumas afirmações e indagações são feitas. As afirmações exaltam as categorias estéticas valorizadas pelo sexo masculino e, nas indagações, ela revela questionamentos e conflitos nas imposições valorativas ao sexo feminino, exercitando sua criticidade. Revela também a constante insatisfação do sexo feminino a respeito de seus corpos, pelas exigências estéticas que fogem à condição natural de alguns biótipos femininos. Outras adolescentes ratificam o valor dado aos discursos masculinos. Ao indagarmos “por que elas consideram que os amigos influenciam sua forma de pensar sobre a beleza” responde que: “Porque sempre peço opinião para eles e debatemos com frequência” [...] “Porque são eles (os amigos) que comentam mais sobre isto”. Esses dois enunciados refletem que as adolescentes se importam com o julgamento estético que os homens constroem sobre o corpo feminino. No primeiro enunciado, a adolescente indica que há uma interlocução sobre essas opiniões, ao mencionar que eles debatem entre si sobre o assunto. No entanto, no segundo enunciado, a ação de comentar atribuída aos amigos indica, além de lançar juízo de valor sobre os atributos corpóreos femininos, que são eles que revelam um particular interesse pela imagem da mulher,

dotando a opinião deles de um cunho valorativo de peso para elas, na formação de um perfil estético idealizado.

Aspectos outros, além do físico como fator constituinte da beleza, são revelados neste depoimento, e diferenciações entre as partes e o todo, na formação do estético, são evidenciadas. A presença do discurso masculino vinculado à beleza feminina também se apresenta neste enunciado, como indica o registro que se segue:

É...! Uma das mulheres que eu coloquei foi a “Sandra Bullock”, porque eu gosto muito dela, porque eu não tenho o conceito de beleza só no corpo, na estética. Eu a coloquei por várias outras coisas, que eu observo, além de gostar da pessoa, da atriz né. Questão assim de corpo, eu coloquei rosto, coloquei os olhos dela. Eu acho bonito. Coloquei também os cabelos, entendeu. Eu acho bonito em uma mulher, e os homens olham isto. A mulher não precisa ter exatamente um rosto perfeito, porque no meu ponto de vista, cada um tem sua beleza, entendeu. Então não existe rosto feio ou rosto bonito né. Existe é que cada um tem suas características e diferenças. Às vezes ela tem um nariz bonito, aí já outra pessoa não tem esse nariz assim que ela acha que é bonito. É opinião da pessoa, cada um tem um rosto né, a pessoa ela tem nariz, boca, ouvido, os olhos, cabelos, então assim, às vezes eu tenho os olhos bonitos, mas meu cabelo para mim não é bonito. Às vezes, acho a minha boca bonita, mas meu nariz não combina com o meu rosto porque eu não o acho bonito. Os meus amigos falam que eu sou bonita que sou eu que coloco defeito. Tem as coisas que às vezes a gente coloca defeito ou qualidade e muitas das vezes a gente olha uma pessoa, bate o olho e já automaticamente assim, na mente, a gente fala, há! gostei daquilo, eu não gostei disso.

Apesar de introduzirem assertivamente em alguns de seus enunciados a valorização de outros aspectos de beleza não associados ao físico, as adolescentes não conseguem dissociar da matéria, ou seja a dimensão do belo. Essa matriz de pensamento da beleza associada ao físico é recorrente no discurso de todas as adolescentes investigadas. A imagem de beleza corporal feminina apresenta-se vinculada, por elas, ao jogo da sedução, dimensão intensamente explorada pela indústria da beleza. Através de um discurso de persuasão, a mídia evidencia e explora

comercialmente o valor que os homens conferem a determinadas categorias estéticas femininas. E a apropriação integral, sem reflexões individuais e/ou coletivas, desses discursos, adquire também uma conotação de submissão ao universo de valor do outro, ao universo de valor do masculino muitas vezes, incorporando o valor dos sujeitos à sua imagem de beleza.

## **Reflexões conclusivas: a complexidade discursiva dos mediadores sociais e novos horizontes de pesquisa**

Podemos compreender os valores da sociedade a partir dos seus valores estéticos. É fato que, na sociedade atual, a imagem do belo é tomada com valor incomensurável. Esse fato é refletido nos dados apresentados pelas adolescentes, através dos instrumentos metodológicos utilizados. Embora conscientes de que a apreciação do belo não é característica apenas do momento atual, reconhecemos que há hoje em dia um exacerbado desejo de ser e ter o belo. A materialização do belo toma o espaço da beleza da sublimação do espírito e do bem estar interno. Selecionamos alguns enunciados, proferidos pelas adolescentes, que buscam driblar, de forma crítica, a soberania da valorização do estético sobre o bem estar psíquico, e sobrepõem construtivamente o pensamento autônomo ao heterônimo no que concerne à formação dos valores e conceitos sobre a beleza feminina :

Gostaria de ser eu mesma como estou agora, pois, estou muito bem , mas não é tudo estar de bem consigo mesma. Acho que não há necessidade de querer moldar-me como a rainha da beleza, sabendo que não é tudo na vida. Eu nem sempre estive satisfeita com o meu corpo , mas eu hoje em dia estou muito satisfeita comigo mesma, pois, meu corpo é matéria e a matéria não é a mais importante. Se amar é a chave do negócio e eu me amo como eu sou com ou sem gorduras.

No meu dia-a-dia eu convivo com todos os tipos de opinião sobre corpo ideal. Em muitos dos casos, o corpo ideal é o dito, corpo violão, mas também convivo com pessoas que não têm a beleza padrão e mesmo assim se amam e estão satisfeitas com o que têm. Eu já passei por várias fases na minha vida, já tive desejo de tudo, mas com o passar do meu desenvolvimento eu passei a selecionar o que é bom para mim e o que não é. Dentro desse conceito eu me encontrei, é como já disse, hoje eu me sinto bem e posso falar que influência eu tive mas eu seleciono bem o que se enquadrava a minha forma de pensar.

Ao final do questionário indagamos das adolescentes com qual objetivo elas consideram que lhes foram feitas essas perguntas. Por termos trabalho com os processos de recepção, consideramos importante inserir esses dados para que pudéssemos conferir a percepção das adolescentes sobre o trabalho proposto, e obtivemos, entre outras, as seguintes respostas: “Com o objetivo de saber a opinião que as jovens de hoje têm a respeito do assunto, se têm suas próprias opiniões ou se seguem a opinião da maioria”[...] “Com o objetivo de descobrir o que pensamos sobre o nosso corpo e se realmente estamos satisfeitas com ele”[...] “De saber as diferentes idéias que nós mulheres temos em relação ao nosso corpo”[...] “Com o objetivo de mostrar o que as jovens são mais influenciadas em relação à beleza”[...] “Saber como as adolescentes acham do seu corpo, de sua beleza, como encaram tudo isso etc”[...] “Para uma melhora da auto-estima com relação a nós mesmas”[...] “Para ter uma base do que significa beleza para cada uma de nós” [...] “Ver o ponto de vista das pessoas”[...] “Para fazer uma análise do que as pessoas pensam e tentarem criar uma nova maneira de ajudá-las, caso precisem”

Consideramos que as opiniões emitidas pelas adolescentes refletem de forma fidedigna a pretensiosa amplitude deste trabalho e o real desejo de contribuir para ampliar indagações e de responder, de forma ainda que transitória, a essas indagações. Por termos consciência da amplitude da proposta na qual nos enveredamos, o trabalho teve como mote direcionador uma perspectiva investigativa panorâmica.

O resultado do trabalho fornece alguns indícios diretivos para que se possa analisar e ampliar a compreensão educativa do teor e valor discursivo e dialógico das

mediações sociais no processo de formação dos valores estéticos corporais femininos. As mediações sociais têm ressonâncias na construção da auto-imagem e da imagem ideal. Essas imagens configuram a construção da identidade e da subjetividade no que concerne à corporeidade e são produzidas, como indicam os dados, a partir de uma hibridização discursiva. Analisar os discursos dos mediadores sociais nos leva a compreender o valor dos processos educativos de uma forma mais articulada, menos fragmentada e estanque. Possibilita-nos ampliar também a compreensão dos processos de percepção na formação da realidade, através da multiplicidade do existir. Compreender a realidade não é fazer relações simplistas e dicotômicas de causa e efeito, mas propiciar múltiplas e articuladas possibilidades a serem exploradas, alargando os horizontes. É perceber e compreender que os processos educacionais formativos se constroem pela interseção de um conjunto de socializações, quer sejam primárias ou secundárias. E é dentro dessa matriz reflexiva que interpretamos os dados coletados.

Como e quais mediadores sociais contribuem no processo de formação dos valores estéticos corporais femininos em adolescentes do sexo feminino frente ao discurso de valorização ou desvalorização de categorias estéticas na contemporaneidade? Essa indagação perpassou todo o trabalho, e no decorrer da investigação, indícios foram delineados, possibilitando levantar algumas centelhas elucidativas sobre a temática.

A beleza física é considerada em si um valor social que agrega frutos econômicos e *status social*, principalmente no imaginário feminino das adolescentes de condições sócio-econômicas menos favorecidas, como é o caso do universo



investigado. Isso ocorre devido à exploração comercial que associa os atributos estéticos femininos a produtos com o objetivo de promoção do consumo. Ou mesmo, considerando os próprios atributos estéticos femininos como produtos passíveis de comercialização, propiciando melhoria de vida. Independente do nível sócio-econômico, insinua-se e vincula-se no imaginário das adolescentes, a idéia de que as pessoas que possuem atributos estéticos socialmente valorizados são mais plenas e felizes. A situação inversa, de infelicidade ou descontentamento, vinculada ao não belo, à não detenção de uma imagem idealizada também se faz presente, na análise dos dados. Esse discurso é veiculado principalmente pela mídia, mediadora social de escopo comercial predominantemente. Segundo as adolescentes, a mídia é o mediador mais importante na concepção de corpos idealizados.

As categorias de beleza feminina valorizadas socialmente articulam-se não apenas a dimensões produzidas pela cultura e pelo sistema capitalista, mas também a matrizes biológicas de seleção dos corpos mais adequados à reprodução da espécie. As categorias estéticas corporais apresentadas pelos dados como valorizadas têm associadas a elas conotações de sensualidade e sexualidade, vinculadas aos padrões produzidos pela cultura articulados aos fenótipos biológicos mais favoráveis à procriação e perpetuação de nossa espécie. Os padrões de beleza podem diferenciar-se no decorrer da história cultural da humanidade, mas as dimensões dadas aos atributos valorizados socialmente possuem em geral um cunho sexual. Essa análise é evidenciada ao percorrermos distintos períodos da história, como o greco-romano, o renascentista e o contemporâneo, períodos em que os atributos da

beleza feminina eram e são exaltados pela arte e/ou no cotidiano e cujos atributos estéticos valorizados nas mulheres confirmam tal enfoque.

As categorias estéticas indicadas pelos sujeitos investigados como as mais importantes na construção de um perfil de beleza feminina recaem nos aspectos relacionados à sexualidade e, em hierarquia de importância, são: o peso corporal, cabelos, pele (etnia) e moda. Na quase totalidade dos enunciados e desenhos produzidos pelas adolescentes sobre essas categorias, nas formas idealizadas, há presença marcante de uma conotação ligada à sedução e o desejo de adequação da auto-imagem a esses ideais estéticos valorizados socialmente.

No atual momento sócio-histórico e cultural em que o respeito à diversidade é ovacionado em nossa sociedade como um valor a ser expresso em diferentes contextos, os resultados da pesquisa indicaram que há por parte das adolescentes uma concepção recorrente de que o padrão “normal”, o médio, o não diferente no que concerne à imagem corporal é o padrão ideal de belo. A imagem corporal não bela é associada ao que se diferencia, aos extremos nas categorias. Evidencia-se o desejo de corpos homogêneos, enquadrados aos padrões estéticos “normatizados”, sócio-culturalmente valorizados, coerentemente com a perspectiva contemporânea de outros sujeitos que na busca desejosa de enquadramento ao padrão “normal”, constroem seus corpos por meio de tecnologias quer seja através de práticas cotidianas no uso de cosméticas e dietas, quer seja no desejo ou na efetiva submissão a técnicas cirúrgicas.

Essa submissão do sujeito do gênero feminino aos valores estéticos não é uma dimensão apenas da contemporaneidade. No entanto, a imagem corporal feminina na

atualidade tem sido explorada com um valor exacerbado. Essa condição atual imposta em especial ao corpo feminino, que é o foco do trabalho, leva os sujeitos, na busca de corpos normais e/ou perfeitos, a um estado de desumanização.

Caracterizamo-nos enquanto humanos pelas nossas diferenças, e ao submetermo-nos a procedimentos que nos igualem e suprimimos uma das mais ricas dimensões humanas, a biodiversidade de fenótipos, as particularidades, as diferenças, as singularidades, nós nos desumanizamos. A identidade corporal humana se perde ao serem instituídos valores estéticos tão homogeneizados. Em função disso, há um comprometimento nos processos identitários dos sujeitos em processo de formação, como é o período da adolescência, ao se apropriarem desse pensamento distorcido e desumanizador.

A sobrevalorização da imagem corpórea pelas diversas esferas mediadoras sociais impele os sujeitos à busca de adequação de seus corpos aos padrões vigentes instituídos. Esses discursos são apropriados pelas adolescentes, como indicam os dados, a partir de uma perspectiva parcialmente reflexiva e ressignificada. Parcialmente porque, apesar de as adolescentes racionalizarem os discursos massificadores dos imperativos categóricos estéticos enunciados pelos mediadores sociais, especialmente a mídia com o seu discurso de “poder” e para o “poder”, ainda assim, se submetem aos padrões estéticos homogeneizados instituídos.

As adolescentes criticam as mulheres que se submetem a sucessivos procedimentos estéticos e cirúrgicos em busca da adequação a esses padrões, principalmente as mulheres com mais idade que, na busca da jovialidade perdida, conferem aos seus corpos feições “anti-naturais”. O uso extremo de tecnologias

estéticas propiciado pela indústria da beleza na promoção do equilíbrio ao “justo meio termo” do belo e não belo se transforma em um espaço de “fio de navalha”. Esse estresse e conflito constante entre o natural e o normal, o anti-natural e o desfigurado, relacionados à adequação aos padrões estéticos femininos, permeiam o universo feminino na atualidade e é um elemento a mais a ser trabalhado na formação da auto-imagem e na imagem ideal, que são imbricadas na formação da subjetividade e identidade.

Dessa forma, conclusões pontuais e específicas sobre esses discursos e mediações se delinearam. Apesar de as adolescentes apontarem a mídia televisiva como o espaço pedagógico em que mais aprendem sobre procedimentos estéticos, pôde-se concluir que o poder hegemônico atribuído pelo senso comum à mídia, sobre a representação social do corpo da mulher, não se configura nesta pesquisa com tanta solidez, como se propaga. O discurso televisivo é interpelado por outros discursos pedagógicos dos mediadores sociais com o poder de solapar ou mesmo corroborar as construções imperativas imagéticas e enunciativas da estética e ética feminina na contemporaneidade, indicando que as ações discursivas e educativas também se pulverizam no contexto social.

Acrescenta-se ainda que o papel da família, mediadora social e educadora, com suas devidas especificidades e mudanças no contexto atual, deve ser considerado não apenas como o de mantenedora da subsistência física, mas sobretudo como um espaço mediador de convivência na construção ética-estética de seus membros. Assim, neste trabalho, através da análise das tessituras discursivas e imagéticas das adolescentes, reforça-se o valor das mediações sociais, sobretudo a família na

formação da subjetividade dos sujeitos e o seu importante papel mediador na busca do “equilíbrio” e “justo meio termo” na formação da auto-imagem.

A auto-imagem e o conceito de um corpo belo idealizado são construídos pelas partícipes da pesquisa a partir de mediações sociais múltiplas e híbridas decorrentes de um processo dialógico constante. Os discursos midiáticos do suporte televisivo, conjuntamente com o discurso familiar e dos (das) amigos (as), evidenciaram-se como referências sociais relevantes na formação das categorias corpóreas femininas valorizadas e desvalorizadas. Entretanto, os dados sinalizaram com maior ênfase a mídia televisiva como formadora dos padrões estéticos idealizados. As adolescentes consideram a televisão como um referencial mediador significativo que influencia as concepções de um corpo feminino idealizado.

Dentro do suporte televisivo o gênero novela apresenta-se com grande força na formação dos valores estéticos corporais, pois, em sua narrativa, faz com que haja uma interpenetração entre o ficcional (imagem ideal) com a realidade (imagem real), apresentando-as como narrativas difusas. A imagem de um corpo não belo é divulgada também pela mídia televisiva, principalmente pelos gêneros novela e programa de auditório, gêneros esses, também divulgadores da imagem do belo. O contraponto do belo e não belo no mesmo gênero viabiliza a clara divulgação dos padrões corporais valorizados e desvalorizados socialmente.

Mesmo com a presença de protagonistas negras, em maior número atualmente em novelas, os traços e padrões raciais estéticos referem-se a uma beleza homogeneizada e hegemônica, traduzida em uma estética imperativa e massificadora

de padrões estéticos eurocêntricos, o que se reafirma ao elegerem negras protagonistas com categorias e feições similares às da raça branca.

As categorias de peso adequado à altura, cabelos lisos, longos e loiros, postura elegante, roupas justas que exaltam o contorno do corpo de dimensões femininas, pele sem evidências de manchas e etnia predominantemente branca, configuram o ideal valorativo de beleza feminina para todos os mediadores sociais apresentados no trabalho, mídia, família, amigos e os próprios sujeitos.

Esses padrões de categorias europeizadas dominam o imaginário das adolescentes, o que faz com que haja uma dissonância dos padrões estéticos desejados por elas e a representação que fazem de sua auto-imagem. As adolescentes apresentam biótipos característicos da miscigenação brasileira, negro, branco e índio, ou seja, reúnem e emanam categorias estéticas diferenciadas das apresentadas pelo padrão “claro” europeu.

Há uma ressonância do discurso da mídia televisiva frente aos mediadores sociais, família e amigos (as) na formação de um perfil belo ideal. No entanto, apesar da mídia massificar e pasteurizar as informações de imagens corporais femininas, quer seja no sentido de valorização ou desvalorização das categorias estéticas, há mediações significativas dos valores do grupo familiar e de convivência (amigos-as) no processo de recepção dos sujeitos. Esses valores por sua vez, são alicerçados pelas vivências práticas e subjetivadas pelo cotidiano das adolescentes, quer seja na produção e/ou reprodução, ratificação ou retificação dos ideais corpóreos produzidos pela mídia.

Os valores da mediação familiar se apresentaram para o grupo investigado como significativo na formação da auto-imagem, enquanto o suporte televisivo evidenciou-se importante na formação de um perfil ideal de beleza feminina, ou seja, na formação da imagem ideal. Entretanto, mais da metade das adolescentes indicaram que os seus valores estéticos corporais idealizados são semelhantes aos valores de seus familiares. Por outro lado, indicaram que há semelhanças também com os valores dos (das) amigos (as), com menor percentual. Essa indicação sinaliza sobremaneira o valor da interlocução familiar no processo de recepção dos discursos da mídia televisiva na formação da imagem ideal, seguida pelo discurso dos (das) amigos (as).

As apropriações dos discursos televisivos sobre o belo e o não-belo pelos sujeitos, por suas famílias e pelos grupos de convivência, são particularizadas pelas “leituras” que esses grupos e, em particular, cada membro faz no processo de codificação e decodificação dos valores estéticos expressos. Os dados indicam que os valores ético-estéticos são efetivamente apropriados e internalizados no processo de interlocução e recepção dos discursos. Há um limiar discursivo tênue de transitoriedade dos mediadores sociais na formação dessas imagens corporais. A mídia televisiva, a família, e os grupos de convivência –amigos (as) passeiam neste “corredor” estreito.

Apesar dessa pontual distinção dos mediadores sociais na formação da auto-imagem e da imagem corporal idealizada, os dados avultaram o valor e o fluxo pedagógico dinâmico e articulado dos mediadores sociais na formação dos valores estéticos corporais femininos, através de uma apropriação discursiva híbrida por parte dos sujeitos. Essa síntese discursiva ressoa de forma significativa na construção da

identidade e subjetividade dos sujeitos através das múltiplas ressignificações que eles imprimem sobre esses discursos nas suas práticas sociais e na sua realidade cotidiana.

Há uma desvalorização expressiva por parte das adolescentes em relação a sua auto-imagem, quando os seus padrões estéticos não condizem com os veiculados pelo mediador social televisivo. Contudo, pode-se dizer que essa desvalorização é vivenciada de forma mais intensa pelos sujeitos quando os valores estéticos corporais discursados em linguagem verbal ou não-verbal por este suporte midiático entram em consonância com os padrões estéticos valorizados pela família e pelos (as) amigos(as). Isto nos conduz novamente a identificar a hibridização discursiva produzida pelos mediadores sociais. Leva-nos também a compreender os processos de formação da subjetividade, ao vislumbrar como o sujeito percebe a realidade e a identidade como o sujeito se posiciona frente a outros elementos dessa realidade, e além disso, como esses processos são articulados aos discursos proferidos pelos mediadores sociais significativos. Finalmente, constatamos que a formação de um se vincula a formação do outro, intermediadas pelos mediadores sociais.

Aquilo que se vê não é dado real, mas aquilo que se consegue captar, filtrar e interpretar acerca do visto, o que nos é significativo. Assim, as “leituras” dos valores estéticos corporais realizados pelos sujeitos, “inscritas” pelos mediadores sociais, são uma aventura em que a cognição e a sensibilidade se interpenetram na busca de significados, lançando múltiplos olhares sobre o objeto valores estéticos.

A temática beleza feminina propicia um espectro vasto e amplo de investigação. Em decorrência disso, este trabalho de pesquisa se propôs a fazer um recorte, mesmo



que panorâmico nas categorias estéticas femininas valorizadas e desvalorizadas socialmente, a partir dos discursos pedagógicos dos mediadores sociais significativos para os sujeitos. Os dados deste trabalho elucidam de forma mais pontual o papel importante da família no processo pedagógico de interlocução na formação dos valores ético-estéticos dos sujeitos, formação essa que, na atualidade, tem sido delegada em grande escala à escola e à mídia.

Ao direcionar o olhar para esse enfoque, pode-se compreender a amplitude e complexidade de investigação dos processos que se relacionam com a corporeidade. Mesmo assim, acreditamos que a pesquisa conseguiu elucidar a questão que ela se propôs.

Entretanto, em função da amplitude não apenas deste trabalho, mas das possibilidades que a própria temática permite, desdobramentos de outras pesquisas se delinearam a partir desse processo investigativo e vão possivelmente repercutir na continuidade de meus estudos. Como, por exemplo: análises verticalizadas da contribuição específica discursiva de cada um dos mediadores sociais no processo de formação dos valores éticos e estéticos, em especial a mídia televisiva e a família, mediadores que se destacaram neste trabalho. Seus discursos internos, seus jogos de poder, suas práticas sociais são alguns dos enfoques que podem ser explorados de forma mais aprofundada.

Análises mais pontuais da pouca expressividade do discurso dos (as) amigo (as) na formação dos valores ético-estéticos precisam ser melhor confrontados em outros trabalhos, já que a literatura indica os pares como um referencial social importante.

É necessária a realização de trabalhos específicos e aprofundados nas categorias estéticas , especialmente, nas suas práticas e nos dispositivos sociais pedagógicos a elas direcionados, em um dado momento histórico. Também a análise do discurso da indústria da beleza como produtora do mito da felicidade é outra das possibilidades de estudo que se delinearam dentro deste processo investigativo.

Nessa perspectiva, temos uma única certeza, de que o trabalho investigativo realizado não se finda aqui. A pesquisa sinalizou a necessidade de aprofundamento nos múltiplos enfoques discursivos e espaços pedagógicos de reflexão sobre o corpo e a mulher. Longe de produzir respostas e certezas, ao percorrer amplos e complexos horizontes teóricos do conhecimento humano sobre o corpo e a estética, a pesquisa buscou elucidar apenas algumas respostas e tentou sobretudo fazer emergir e ampliar algumas questões, propiciando novos enfoques e olhares à luz da temática.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, Maria A. *Televisão e Educação: A escola e o livro*. Revista comunicação & Educação ECA/ USP. São Paulo: Salesiana, Ano VIII. Mai/ago.v.24.p.7-13.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*.; [tradução feita a partir do francês por Maria Ermantina Galvão ; revisão da tradução Marina Appenzeller].3. ed. São Paulo: Martins Fontes,2000.(Coleção ensino superior). 1.ed.1992.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. *Marxismo e Filosofia da Linguagem: Problemas Fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem*. 9 ed. trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec Annablume,2002.

BASTOS. L. C. “*Histórias de mulheres e homens*. Narrativa, sexo e construção de identidade”. The Specialist,20(1),1999,pp.17-29.

BERGER. John. *Modos de ver.*; trad. de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco,1999-(artemídia).

BERGER, Peter L.LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade : tratado de sociologia do conhecimento*. 20 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

BERLIN, D. Tropiezos de la mujer en el ejercicio da la profesión: visión psicoanalítica y visión de gênero. *Trópicos*, v.6, nº 1, p.28-40,1998.

BOURDIEU, Pierre,1930-2002. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*; tradução Maria Lucia Machado.- São Paulo: Companhia da Letras,1996. Título original: *Less règles de l'art: genèse et structure du champ littéraire*.

CABRAL, Álvaro & NICK, Eva. *Dicionário técnico da psicologia*.12.ed.São Paulo: Cultrix, 2001.

COSTA, Moacir. *Sexualidade na adolescência: Dilemas e crescimento*.11.ed.Porto Alegre, L& PM ,1997.

DENCKER , Ada Freitas Maneti e VIÁ, Sarah Chucid Da . *Pesquisa empírica em ciências humanas* :(com ênfase em comunicação) .São Paulo: Futura,2001.

DOUDLAH, A .M. *The relationship between the self- concept the body´image and the mouvement- concept of college women with low and average motor ability*. Greensboro, 1962.Thesis( Master) – University of North Carolina at Greensboro.

DUARTE, Jr. João Francisco. *O que é beleza?: (experiência estética)*.3.ed.São Paulo:.editora brasiliense ,1991. (Coleção Primeiros Passos nº167)

EDER, Klauss. *A nova política de classes* /tradução Ana Maria Sallum; revisão técnica Brasília Sallum Jr.Bauru, SP: EDUSC,2002. 362p. (Coleção Ciências Sociais)

ETICOFF,Nancy. *A lei do mais belo: A ciência da Beleza*.Tradução; Ana Luíza de Barros. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva:1999.

FAUX, Dorothy Schefer. *et al. Beleza do século*; tradução Paulo Neves.São Paulo:Cosac & Naify ,2000.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão e Educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica,2001.

\_\_\_\_\_.*O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV*.IN: Educação e Pesquisa.São Paulo.v.28.n.1.p.151-162.jan/jun.2002.

FORNA, Aminatta. *Mãe de todos os mitos: como a sociedade modela e reprime as mães*; tradução Ângela Lobo de Andrade. Rio de Janeiro: Ediouro,1999.

FOUCAULT,Michel. *Vigiar e Punir*. Nascimento da prisão, 23 ed.; tradução de Raquel Ramalhte. Petrópolis, Vozes, 2000.

\_\_\_\_\_.*Microfísica do Poder*.17ed.org. e trad. de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2002.

FRANÇA.Júnia Lessa, *et al.* Manual para Normalização de Publicações técnico-científicas. 6.ed.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*- trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Ed.,2002.

GOFFMAN,E. "*Footing*". Formas of talk.Trad. de Beatriz Fontana a partir do original publicado no periódico *Semiótica* (25). Filadélfia, University of Pensilvânia Press, 1981,pp.1-29 ( de 1979)

GOMBRICH. E.H. *A História da Arte*.Tradução; Álvaro Cabral.15. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan,1989.

GUADARRAMA,Rico. *Mídia e família:entre o lucro, os usos e as gratificações*.PCLA-Volume 3- número 3: abril/maio/junho 2002.Acesso em:2004.Disponível em:<http://www.uaemex.mx/pwww>)

GUTHRIE & CASTENUOVO .*The signisicanse of body image in psychossocial development and in embodyng feminist perspectizes*. IN: COSTA,M.; Guthrie,S. ,eds.*Womem and Sport: interdisciplinary perspective* .Champaign, Human Kinetics,1994.p.307/22.

HALL, Stuart. Minimal Selves. In: *Identity: The Real me*. ICA Document 6. Londres: Institute for Contemporary Arts, 1987.

HALL, Stuart. *A identificação cultural*. Rio de Janeiro, DP&A, 1999. pp.10-11

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 7. ed.- Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HARAWAY, Donna. *Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano.org* e trad. de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

HARVEY, Sir Paul. *Dicionário Oxford de literatura clássica grega e latina*; Tradução, Mário da Gama Kury. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

HERSCOVICI, Cecile Rausch e BAY, Luísa. *Anorexia Nervosa e Bulimia: Ameaças à Autonomia*: Porto Alegre, 1997.

HOUAISS, Antônio e VILAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Elaborado no Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

IVANIC, R. *Writing and identity. The discursal construction of identity in academic writing*. Amsterdã/ Filadélfia, John Benjamins, 1998.

JODELET, Denise (org). *As representações sociais*. Trad. Lilian Ulup. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001, 420p.

LAHIRE, B. *Sucesso escolar nos meios populares: as razões do improvável*. São Paulo: Ática, 1997.

LINTON, Ralph. *Cultura e personalidade*. Trad. Oscar Mendes. São Paulo: Mestre Jou, 1967

LIPOVETSKY, G. *A terceira mulher*. Permanência e Revolução no Feminino. São Paulo: Cia. Das Letras, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. BORELLI, Sílvia Helena Simões. RESENDE, Vera da Costa. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepções, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

LOURO, Guacira Lopes NECKEL, Jane Felipe, GOELLNER, Silvana Vilodre Goellner (orgs). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. RJ: Vozes, 2003.

LUKE, Carmen (comp.). *Feminismos y pedagogías en la vida cotidiana*. Madrid: Morata, 1999.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

MAGALDI, Sylvia. *A TV como objeto de Estudo na Educação: Idéias e práticas*. IN: Fischer, Rosa. *Televisão e Educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

MAGALHÃES, Cláudio. *A inter-relação entre criança e TV*. IN: Comunicação & Educação, São Paulo, v.27, p.38-46, maio/ago, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús & MUNHOZ, Sonia (coord.) (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.

\_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações : Comunicação, cultura e hegemonia*. 2.ed. Rio de Janeiro, UFRJ, 2003.

\_\_\_\_\_. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito: o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense, 1995.

MERLEAU-PONTY, M. O metafísico no Homem .In: *Os pensadores*. São Paulo, 1975 v.41, p.369-82.

NOGUEIRA, Maria Alice. ROMANELLI, Geraldo e ZAGO, Nadir (orgs). *Família e Escola: Trajetórias de escolarização em camadas médias e populares*. Petrópolis, RJ : Vozes, 2000.

NOVA, Vila Sebastião. *Introdução à sociologia*. 4.ed.rev.e.aum. São Paulo: Atlas, 1999.

OCHS, E. "Constructing social identity: a language socialization perspective". *Research on Language and Social Interaction*, 26(3), 1993, pp.287-306.

OLIVEIRA, M.C.L. e BASTOS, L.C. . "Saúde, doença e burocracia: pessoas e dramas no atendimento de um seguro-saúde". In: Ribeiro, B.T.; Lima, C.C. Dantas, M.T.L.(orgs) . *Narrativa, identidade e clínica*. Rio de Janeiro, Edições Ipub, Cuca, 2001, pp.161-185.

OUTEIRAL, *Adolescer: Estudos revisados sobre adolescência*. 2.ed. revisada, atualizada e ampliada. Rio de Janeiro: Revinter, 2003

OUTHWAITE, William e BOTTOMORE, Tom. *Dicionário do pensamento social do século XX*; tradução de Eduardo Francisco Alves, Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1996.

PILETTI, Nelson. *Psicologia Educacional*. 15 ed. São Paulo: Atica,1997.(Série Educação)

PINTO, Louis. *Pierre Bourdieu e a Teoria do Mundo Social*. trad.Luiz Alberto Monjardim. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

REVISTA ÉPOCA. Limites da Vaidade: Editora Globo: nº 336, 25 de outubro de 2004, pp.84-91.

REVISTA VIDA SIMPLES:Para quem quer viver mais e melhor. Descubra sua beleza: Editora Abril: ed.19 de agosto de 2004, pp.20-25.

RÜDIGER, Francisco. *Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação* : Trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo, RS: Ed.UNISINOS, 2002.

SANT'ANNA,Flávia Maria, *et al. Planejamento de Ensino e Avaliação*.11.ed.Porto Alegre:Editora Sagra,2003.

SARACENO, Chiara.*Sociologia da família*. Lisboa: Editorial Stampa,1992.

SCHIFFRIN,D. “*Speaking for another*” in sociolinguistic interviews: alignments, identities and frames”.In: TANNEN,D.(org). Framing in discourse. Nova York/Oxford, Oxford University Press, 1993, pp.231-263.

SCHILDER,Paul. *A imagem do corpo: As energias construtivas da Psique*.São Paulo, Martins Fontes:1994.

SILVA, Ana Maria. *Das práticas corporais ou porque “narciso” se exercita*. Revista brasileira das Ciências do Esporte 17 (3), Maio /96

SETTON, Maria da Graça Jacinto. *Família, escola e mídia: Um campo com novas configurações*. IN:Educação e Pesquisa.São Paulo,V.28.n.1.p.107-116.jan/jun.2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org.), Stuart Hall, Kathryn Woodward. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes,2000.

SOARES, Carmem Lúcia (org.). *Corpo e História*. Campinas,SP: Autores Associados, 2001 (Coleção educação contemporânea)

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes,1999.

\_\_\_\_\_ *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1999.

SPECTOR, Nelson. *Manual para a redação de teses, projetos de pesquisa e artigos científicos*. 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2001.

SOARES, Carmen Lúcia.(org.) *Corpo e História*. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.-(Coleção educação contemporânea).

SOLOMON, Michel R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. Trad. Lene Belon Ribeiro. 5ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

TAVARES, Maria da Consolação G.Cunha F. *Imagem corporal: conceito e desenvolvimento*. Barueri, SP: Manole, 2003.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia / 4 ed.* Trad. Wagner de Oliveira Brandão; ver. de trad. Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_ *Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 6.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VÁSQUEZ, Adolfo Sánchez. *Convite à estética*; tradução Gilson Baptista Soares. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 1999.

VILA NOVA, Sebastião. *Introdução à sociologia*. 4. ed. rev. e aum. São Paulo: Atlas, 1999.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Trad. Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ZAGURY, Tânia. *Encurtando a adolescência*. 7. ed. Rio de Janeiro, 2001.

\_\_\_\_\_ *O adolescente por ele mesmo*. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ZINN, M. *A comparison of body image and motor performance in normal children and children with gross motor dysfunction*. Michigan, 1985. 152p. Thesis (Mater ) Department of Health and Physical Education, Michigan State University.



# **Anexos**

## UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS- PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

### Questionário piloto - Instrumento metodológico de sondagem

#### Questionário Piloto

ESCOLA / COLÉGIO \_\_\_\_\_

Nome da aluna \_\_\_\_\_ TURMA: \_\_\_\_\_ IDADE: \_\_\_\_\_

NATURAL DE: \_\_\_\_\_ RAÇA: \_\_\_\_\_

#### 1-)Aspectos sócio-econômicos e culturais

NÚMERO DE MEMBROS NA FAMÍLIA: \_\_\_\_\_ ( PAI, MÃE E IRMÃOS)

##### **SALÁRIO FAMILIAR:**

- ( ) entre 1 a 5 salários mínimos
- ( ) entre 5 a 10 salários mínimos
- ( ) entre 10 a 15 salários mínimos
- ( ) entre 15 a 20 salários mínimos
- ( ) mais de 20 salários mínimos

**Profissão (sua)** \_\_\_\_\_ **salário:** \_\_\_\_\_

**Profissão do pai:** \_\_\_\_\_ **Profissão da mãe:** \_\_\_\_\_

**grau de escolaridade :**

<b>PAI</b>	<b>MÃE</b>
( ) analfabeto	( ) analfabeto
( ) Fundamental incompleto	( ) Fundamental incompleto
( ) Fundamental completo	( ) Fundamental completo
( ) Ensino Médio incompleto	( ) Ensino Médio incompleto
( ) Ensino Médio completo	( ) Ensino Médio completo
( ) curso superior incompleto	( ) curso superior incompleto
( ) curso superior completo	( ) curso superior completo
( ) pós-graduação	( ) pós-graduação

**2-) Pensando sobre o corpo:****2.a) A imagem-ideal(self-estético)**

Escreva 5 características, em ordem prioritária para você ,o que uma mulher precisa em seu corpo para ser considerada como bonita.( aspectos físicos )

- 1-)-----
- 2-)-----
- 3-)-----
- 4-)-----
- 5-)-----

JUSTIFIQUE POR QUE VOCÊ ESCREVEU PRIORITARIAMENTE TAL CARACTERISTICA:

**2-b) ( AUTO-IMAGEM)**

Procure pensar 5 características ( em ordem crescente) aspectos positivos e negativos que você considera a respeito de seu próprio corpo.Caso você não consiga pensar todas as 5 caracterísitcas, deixe em branco a respectiva linha. Mas tente !!!

POSITIVAS

- 1- \_\_\_\_\_

- 2- \_\_\_\_\_
- 3- \_\_\_\_\_
- 4- \_\_\_\_\_
- 5- \_\_\_\_\_

Por que você escreveu em primeiro lugar o aspecto positivo, acima mencionado?

---

---

---

**NEGATIVOS**

- 1- \_\_\_\_\_
- 2- \_\_\_\_\_
- 3- \_\_\_\_\_
- 4- \_\_\_\_\_
- 5- \_\_\_\_\_

Por que você escreveu em primeiro lugar o aspecto negativo, acima mencionado?

---

---

---

**3-) Mediadores sociais**

**ESCREVA ABAIXO ,O NOME DE UMA PESSOA( MULHER) QUE VOCÊ CONSIDERA QUE TEM UM CORPO IDEAL DE BELEZA**

( \_\_\_\_\_ )

---

---

**3.a) VOCÊ CONHECE ESTA PESSOA DE ONDE?(ESPECIFICAR)**

---

---

**3.b) Por que você considera o corpo dessa pessoa como ideal de beleza?**

---

---

**3-c) Quais das instituições abaixo você considera que tem maior interferência e importância para que você tenha escolhido a pessoa acima? ( escreva o nº1 , em seguida escreva o nº2 e nº3 na ordem decrescente de importância em todas as questões abaixo)**

- ( ) A MÍDIA(TELEVISÃO,REVISTAS,CINEMA,JORNAIS, INTERNET...)
- ( ) A SUA FAMÍLIA
- ( ) OS(AS) SEUS AMIGOS(AS)
- ( ) OUTROS

Porque você elegeu prioritariamente o grupo assinalado acima com o número 1?

---

---

---

**3-d) Qual grupo você considera mais importante para a construção de sua auto-imagem ?**

- ( ) A SUA FAMÍLIA
- ( ) OS SEUS AMIGOS
- ( ) A MÍDIA
- ( ) OUTROS

Porque você elegeu prioritariamente o grupo assinalado acima com o número 1?

---

---

---

**3-e) Qual grupo você considera ter mais influencia na sua forma de pensar a beleza corporal feminina ideal?**

- ( ) OS(AS) AMIGOS (AS)
- ( ) A MÍDIA
- ( ) A SUA FAMÍLIA
- ( ) OUTROS

Por que você elegeu prioritariamente o grupo assinalado acima com o número 1?

---

---

---

**3-f) Os seus valores estéticos de beleza corporal feminina são semelhantes , prioritariamente , a qual grupo?**

- ( ) AOS DA MÍDIA
- ( ) AOS DA SUA FAMÍLIA
- ( ) AOS DOS SEUS AMIGOS E AMIGAS
- ( ) OUTROS

Por que você elegeu prioritariamente o grupo assinalado acima com o número 1?

---

---

---

---

**MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO.**

**Primeiro procedimento metodológico- Questionário semi-estruturado**

**(Aplicado aos sujeitos do universo investigativo específico)**

**Convite realizado para a participação do trabalho de pesquisa**

**PESQUISA EM EDUCAÇÃO: Adolescência e beleza corporal**

**Prezada aluna , \_\_\_\_\_**

**O questionário que você irá responder faz parte de um trabalho de pesquisa do programa de pós-graduação em educação da UFMG e tem como objetivo investigar a imagem corporal em adolescentes do sexo feminino. Peço que você se identifique, pois haverá um segundo momento da pesquisa, com trocas de idéias, por apenas algumas das participantes, em um grupo menor. Os critérios para a escolha do grupo serão definidos depois de examinar os questionários respondidos.**

**Ao responder às questões, procure ser sincera ao máximo. As respostas serão usadas para fins acadêmicos e científicos, com a sua permissão.**

**Sua contribuição é extremamente importante e valiosa.**

**Muito Obrigada!!!**

**Madeleine Piana de Miranda Queiroz**



**Dados pessoais:**

**ESCOLA :** \_\_\_\_\_ **Turma:** \_\_\_\_\_ **Turno:** \_\_\_\_\_

Nome de aluna: \_\_\_\_\_

**RESIDE COM:** \_\_\_\_\_ (MEMBROS DA FAMÍLIA)

**RUA** \_\_\_\_\_ **NÚMERO** \_\_\_\_\_ **BAIRRO** \_\_\_\_\_

**CEP** \_\_\_\_\_ **TELEFONE DE CONTATO:** \_\_\_\_\_

**NATURAL DA CIDADE DE:** \_\_\_\_\_

**PROFISSÃO** \_\_\_\_\_ **SALÁRIO:** \_\_\_\_\_

**IDADE:** \_\_\_\_\_ **PESO:** \_\_\_\_\_ **ALTURA:** \_\_\_\_\_ **RAÇA:** \_\_\_\_\_

(Branca, negra, parda)

**Sobre o Contexto sócio-econômico e cultural familiar:****1-) FAIXA SALARIAL FAMILIAR:**

- ( ) entre 1 a 5 salários mínimos
- ( ) entre 5 a 10 salários mínimos
- ( ) entre 10 a 15 salários mínimos
- ( ) entre 15 a 20 salários mínimos
- ( ) mais de 20 salários mínimos

**2-) Profissão do pai:** \_\_\_\_\_ **Profissão da mãe:** \_\_\_\_\_

**3-) Qual(is) são as pessoas que sempre foram reponsáveis pelas despesas de sua casa ?**

---

**4-) grau de escolaridade dos pais:**

<b>PAI</b>	<b>MÃE</b>
<input type="checkbox"/> analfabeto	<input type="checkbox"/> analfabeto
<input type="checkbox"/> Fundamental incompleto	<input type="checkbox"/> Fundamental incompleto
<input type="checkbox"/> Fundamental completo	<input type="checkbox"/> Fundamental completo
<input type="checkbox"/> Ensino Médio incompleto	<input type="checkbox"/> Ensino Médio incompleto
<input type="checkbox"/> Ensino Médio completo	<input type="checkbox"/> Ensino Médio completo
<input type="checkbox"/> curso superior incompleto	<input type="checkbox"/> curso superior incompleto
<input type="checkbox"/> curso superior completo	<input type="checkbox"/> curso superior completo
<input type="checkbox"/> pós-graduação	<input type="checkbox"/> pós-graduação

**5-) NÚMERO DE MEMBROS NA FAMÍLIA:** \_\_\_\_\_ ( PAI, MÃE E IRMÃOS)

**Sobre os grupos :**

**6-) A forma como você pensa a imagem corporal ideal em relação ao peso é semelhante a qual grupo?**

família  amigo(as)  a mídia ( televisão, revistas etc.)  outros.

Qual? \_\_\_\_\_

**7-) A forma como você pensa a imagem corporal ideal em relação ao peso é diferente de qual grupo?**

família  amigo(as)  a mídia ( televisão, revistas etc.)  outros.

Qual? \_\_\_\_\_

**8-) Você tem idéias semelhantes aos membros de sua família(pais, mãe , irmãos) sobre a imagem corporal ideal – beleza/peso ?**

( ) sim

( ) não

( ) às vezes

( ) outras. Qual? \_\_\_\_\_

**Quem são essas pessoas e quais são essas idéias semelhantes, suas e de sua família, sobre beleza e peso corporal**

? \_\_\_\_\_

**9-) Suas idéias sobre a imagem corporal ideal na relação beleza/peso são diferentes das idéias de sua família?**

( ) sim

( ) não

( ) às vezes

( ) outras. Qual(is)? \_\_\_\_\_

**Quem são essas pessoas e quais são as idéias diferentes, suas e de sua família, sobre beleza e peso corporal?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

—

**10-) Qual o meio de comunicação é mais utilizado por você**

( ) rádio

( ) televisão

**E pelos membros de sua família**

( ) rádio

( ) televisão

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> revistas                | <input type="checkbox"/> revistas                |
| <input type="checkbox"/> internet                | <input type="checkbox"/> internet                |
| <input type="checkbox"/> jornais                 | <input type="checkbox"/> jornais                 |
| <input type="checkbox"/> outros. Qual(is)? _____ | <input type="checkbox"/> outros. Qual(is)? _____ |

**11-) Como os membros de sua família utilizam esse meio de comunicação?**

- em momentos diferentes, sem troca de idéia
- juntos, com troca de idéias
- outros. De que maneira? \_\_\_\_\_

**11 a-) Caso tenha marcado juntos, quanto tempo por dia vocês compartilham esse meio de comunicação?**

- menos de uma hora
- de 1 à 3 horas/por dia
- de 3 à 6 horas
- mais de 6 horas/por dia
- \_\_\_\_\_ ) outros. Quanto tempo? \_\_\_\_\_

**12-) Quais são seus programas favoritos na televisão? ( marque o número 1 na programação que você mais gosta e assiste . Enumere também os demais programas em ordem numérica de acordo com sua preferência.**

- novela
- telejornais
- filmes
- programas de auditório
- seriados
- outros. Qual(is)? \_\_\_\_\_

**13-) E os programas de televisão favoritos de seus familiares quais são? ( enumere também, em ordem numérica de preferência.**

- novela
- telejornais
- filmes
- programas de auditório
- seriados
- outros. Qual(is)? \_\_\_\_\_

**14-) A sua família tem interesse sobre programas que falam sobre beleza?**

- sim  não  às vezes  nunca  outros .Qual? \_\_\_\_\_

**15-) Normalmente, o assunto sobre beleza que sua família costuma discutir encontra-se em qual meio de comunicação?**

- revista
- televisão
- internet

- ( ) rádio  
 ( ) jornal impresso  
 ( ) outros. Qual? \_\_\_\_\_

**16-) Qual o assunto sobre beleza que mais interessa a sua família?( escreva em ordem numérica de importância)**

- ( ) sobre dietas para emagrecer  
 ( ) sobre moda  
 ( ) sobre cabelos  
 ( ) sobre pele  
 ( ) outros . Quais? \_\_\_\_\_

**17-) Qual a pessoa de sua família tem mais interesse no assunto da questão de número 13 , que você marcou com número 1?**

\_\_\_\_\_

**18-) Qual o programa sobre beleza que sua família mais gosta de assistir? ( caso tenha \_\_\_\_\_ algum.)**

\_\_\_\_\_

***Pensando sobre o corpo:***

**A imagem-ideal**

**19-) Para uma mulher ter um corpo bonito ela precisa ...**

- ( ) ser muito magra  
 ( ) ser magra  
 ( ) ser normal ( caso você marque esse item, escreva o que é ter um peso normal para você \_\_\_\_\_)

- ( ) ser gordinha  
 ( ) ser gorda  
 ( ) ser obesa  
 ( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_

---

Explique com detalhes por que você marcou o item anterior?

---



---



---



---

**20-) O que você considera que as pessoas pensam sobre o que é um corpo ideal, na relação beleza e peso?**

- ( ) ser muito magra  
 ( ) ser magra  
 ( ) ser normal ( caso você marque esse item, escreva o que é ter um peso normal para você) \_\_\_\_\_  
 ( ) ser gordinha  
 ( ) ser gorda  
 ( ) ser obesa  
 ( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_

**Quem são essas pessoas em que você pensou ,ao marcar o item acima?**

---

**Por que você considera que elas pesam dessa forma?**

---



---

---

---

**21-) Como para você seria um corpo belo e ideal em relação ao peso corporal?**

---

---

**Explique por que você descreveu como belo e ideal ,o corpo com as características de peso corporal na questão anterior?**

---

---

---

---

**22-) E como seria um corpo não-belo em relação ao peso corporal?**

---

Explique por que você descreveu como não-belo o corpo com as características de peso acima mencionadas?

---

---

---

---

---

---

---

**Pensando sobre os discursos:**

---

---



**23-) Escreva no espaço abaixo o nome de uma mulher que tem o corpo que você gostaria de ter( um corpo semelhante ao dela) no que se refere ao peso corporal.**

---



---

A pessoa mencionada acima , de onde você a conhece?( especificar)

---

**24-) Quais dos grupos abaixo você considera ter maior interferência e importância para que você tenha escolhido a pessoa acima? ( escreva o nº1 , em seguida escreva o nº2 e nº3 na ordem decrescente de importância em todas as questões seguintes)**

(  ) A MÍDIA (  ) A SUA FAMÍLIA (  ) OS(AS) SEUS AMIGOS(AS) (  ) OUTROS. QUAIS?\_\_\_\_\_

**25-) Porque você elegeu prioritariamente o grupo assinalado anteriormente como o número 1 de importância?**

---



---

**26-) Por que você considera o corpo da pessoa anteriormente mencionado , como ideal na relação beleza e peso corporal?**

---



---



---

**27-) Escreva em ordem decrescente as pessoas que também concordam ou concordariam com a sua opinião a respeito dessa pessoa que você mencionou**

anteriormente , como deveria ser um corpo ideal na relação beleza/peso.(  
especifique quem são essas pessoas, pai , mãe , amigas, tias...)

- 1- \_\_\_\_\_
- 2- \_\_\_\_\_
- 3- \_\_\_\_\_
- 4- \_\_\_\_\_

**28-) Qual o meio de comunicação você considera ter maior importância na sua  
concepção sobre a imagem corporal , na relação beleza/peso?**

- ( ) jornal impresso
- ( ) revistas
- ( ) televisão
- ( ) cinema
- ( ) internet
- ( ) rádio
- ( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_

**Por que você marcou o item anterior?**

---



---



---

**29-) Qual grupo você considera ter maior influencia na sua forma de pensar a  
beleza e peso corporal feminina ideal?(escreva em ordem numérica de  
importância)**

- ( ) OS(AS) AMIGOS (AS)
- ( ) A MÍDIA

( ) A SUA FAMÍLIA

( ) OUTROS. Quais? \_\_\_\_\_

**Porque você elegeu prioritariamente o grupo assinalado acima com o número 1?**

---



---



---

**30-) Os seus valores estéticos de beleza corporal feminina são semelhantes , prioritariamente , a qual grupo?**

( ) AOS DA MÍDIA

( ) AOS DA SUA FAMÍLIA

( ) AOS DOS SEUS AMIGOS E AMIGAS

( ) OUTROS.QUAIS? \_\_\_\_\_

**Porque você elegeu prioritariamente o grupo assinalado acima com o número 1?**

---



---



---

**( AUTO-IMAGEM)**

**31-) Você considera o seu corpo em relação ao seu peso:**

---

( ) muito magro

( ) magro

( ) normal

( ) gordinho

( ) gordo

( ) obeso

---

( ) outros.Quais?\_\_\_\_\_

**O que faz com que você pense dessa maneira a respeito de seu corpo?**

**32-) Você está satisfeita em relação a sua auto-imagem , na relação beleza/peso corporal?**

( ) não

( ) sim

( ) às vezes

( ) nunca

( ) outras. Qual?\_\_\_\_\_

**Cite e explique quais são os fatores que fazem com que você se sinta da forma que você marcou no item anterior.**

**33-) Qual grupo você considera mais importante para a construção de sua auto-imagem corporal em relação ao peso?( escreva em ordem numérica de importância)**

( ) A SUA FAMÍLIA

( ) OS SEUS AMIGOS

( ) A MÍDIA

( ) OUTROS

Por que você elegeu o grupo assinalado com o número 1, como o mais importante?

---

---

---

**34-) Você pensa em fazer alguma coisa para modificar o seu peso atual ?**

( ) sim

( ) não

( ) às vezes

( ) nunca

( ) outros. Qual? \_\_\_\_\_

**35-) O que você pensa em fazer para mudar o seu peso corporal?**

---

---

**36-) O que você já fez? ( explique )**

---

---

---

**37-) Em qual lugar você aprendeu que se fizer dessa forma o seu peso corporal pode se modificar?**

( ) na família

( ) na televisão

( ) na revista

( ) no rádio

( ) no jornal

( ) outros. Qual? \_\_\_\_\_

**38-) E para que e para quem você quer modificar o seu peso corporal?**

---

**Sobre o questionário utilizado:**

**Qual a sua opinião a respeito do questionário:**

- ( ) agradável e tranquilo de responder
  - ( ) um pouco grande , mas tranquilo de responder
  - ( ) grande e cansativo de responder
  - ( ) muito grande e muito cansativo de responder
  - ( ) outros. Caso não tenha a opção que você deseja ,escreva o que você pensou sobre responder ao questionário.
- 
- 

Você considera que foram feitas essas perguntas com qual objetivo?

---

---

Caso queira fazer qualquer outro comentário sobre o tema da pesquisa , utilize o espaço em branco. Caso não deseje, deixe o espaço sem preencher.

**MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO!!!**

## **Segundo procedimento metodológico**

### **Produção de desenhos e textos explicativos sobre à auto-imagem e a imagem corporal ideal**

Entrega de 1 folha A4 em branco para as adolescentes , a qual esses sujeitos deveriam dividir em duas partes e em cada uma produzir, de forma representativa, a auto-imagem e a imagem ideal, com textos explicativos das categorias e dos mediadores sociais que interferem nessa formação.

Segue exemplo de como as adolescentes dispuserem na folha em branco a produção dos desenhos:



<b>Auto-imagem</b>	<b>Imagem ideal</b>

--	--

### **Terceiro procedimento metodológico - grupo focal**

#### **1º momento**

#### **Questionário preenchido pelas adolescentes antes da realização do grupo focal**

NOME:	SALA:
<b><u>1º CENA ( SOZINHO) -BONITA</u></b>	
1)NOME DA MULHER: _____	
2)PROGRAMAÇÃO: _____	
3)ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER:	
_____	
_____	
<b><u>2º CENA ( SOZINHO)- FEIA</u></b>	
1) NOME DA MULHER _____	
2) PROGRAMAÇÃO _____	
3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER:	
_____	
_____	
<b><u>3º CENA ( FAMÍLIA) BONITA</u></b>	
1) NOME DA MULHER _____	
2) PROGRAMAÇÃO _____	
3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES:	
_____	
_____	

**4º CENA (FAMÍLIA) FEIA**

- 1) NOME DA MULHER \_\_\_\_\_
- 2) PROGRAMAÇÃO \_\_\_\_\_
- 3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER :

---

---

**5º CENA (AMIGOS) BONITA**

- 1) NOME DA MULHER \_\_\_\_\_
- 2) PROGRAMAÇÃO \_\_\_\_\_
- 3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER:

---

---

**6º CENA (AMIGOS) FEIA**

- 1) NOME DA MULHER \_\_\_\_\_
- 2) PROGRAMAÇÃO \_\_\_\_\_
- 3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER:

---

---

**7º CENA (MÍDIA TELEVISIVA) BONITA**

- 1) NOME DESSA MULHER : \_\_\_\_\_
- 2) PROGRAMAÇÃO : \_\_\_\_\_
- 3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER:

---

---

---

**8º CENA (MÍDIA TELEVISIVA) FEIA**

- 1) NOME DESSA MULHER : \_\_\_\_\_
- 2) PROGRAMAÇÃO: \_\_\_\_\_
- 3) ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS MAIS MARCANTES DESSA MULHER:

---

---

---

--

## **2º momento da realização do grupo focal**

**Roteiro utilizado, pela pesquisadora, na orientação da realização do grupo focal.**

### **Roteiro para o grupo focal – Corpo de Vênus**

AUTO-APRESENTAÇÃO , APRESENTAÇÃO DA TEMÁTICA E APRESENTAÇÃO DO GRUPO.

- AGRADECIMENTOS AS PARTICIPANTES . EXPÔR QUE A UTILIZAÇÃO DAS IMAGENS REALIZADAS SERÃO UTILIZADAS APENAS, NO CONTEXTO ACADÊMICO.
  
- PEDIR AS PARTICIPANTES QUE FAÇAM UMA BREVE AUTO- APRESENTAÇÃO , EXPONDO PARA AS DEMAIS:
  - NOME
  - IDADE
  - PROFISSÃO
  - QUEM SÃO AS PESSOAS COM A QUAL RESIDE
  - SE ELA E A FAMÍLIA GOSTAM MUITO OU POUCO DE VER TELEVISÃO

\*As perguntas realizadas a seguir foram formuladas para atender os objetivos e verificar as hipóteses propostas no projeto de trabalho.

### CENA 1

VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO SOZINHA. NA TELA APARECE UMA MULHER QUE VOCÊ CONSIDERA SER O IDEAL DE BELEZA CORPORAL .

- 1) QUEM É ESSA MULHER?
- 2) QUAL A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊ ESTA VENDO?
- 3) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER ?
- 4) POR QUE VOCÊ CONSIDERA QUE ESSAS CARACTERÍSTICAS CORPORAIS SÃO COMO AS MAIS IMPORTANTES PARA UMA MULHER SER CONSIDERADA COMO REFERÊNCIA DE BELEZA CORPORAL IDEAL?

### CENA 2

EM UM OUTRO MOMENTO APARECE NA TELA UMA MULHER QUE VOCÊ CONSIDERA SER FEIA.

- 1) QUEM É ESSA MULHER?
- 4) QUAL A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊ ESTA ASSISTINDO?
- 5) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER?

**6) POR QUE VOCÊ CONSIDERA QUE ESSAS CARACTERÍSTICAS CORPORAIS FAZEM UMA MULHER SER OU SE TORNAR FEIA?**

### **CENA 3**

**VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO JUNTO AOS SEUS FAMILIARES. NA TELA APARECE UMA MULHER QUE, SEGUNDO VOCÊ , ELES CONSIDERAM SER O IDEAL DE BELEZA CORPORAL .**

**1) QUEM É ESSA MULHER?**

**2) QUAL A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊS ESTÃO VENDO?**

**3) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS CORPORAIS DESTA MULHER ?**

**4) QUAIS OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM A RESPEITO DESTA MULHER? 5) POR QUE VOCÊ ACHA QUE ELES CONSIDERAM ESSAS CARACTERÍSTICAS CORPORAIS COMO AS MAIS IMPORTANTES PARA UMA MULHER SER CONSIDERADA COMO REFERÊNCIA DE BELEZA CORPORAL IDEAL?**

**6) GERALMENTE VOCÊ CONCORDA COM OS COMENTÁRIOS FEITOS POR ELES A RESPEITO DESSA MULHER?CASO DISCORDO ESCREVA PORQUE DISCORDA.**

**7) VOCÊ CONSIDERA QUE OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM INFLUÊNCIAM DE ALGUMA FORMA O JEITO DE VOCÊ PENSAR A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL IDEAL . POR QUE?**

#### **CENA 4**

**VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO JUNTO AOS SEUS FAMILIARES. NA TELA APARECE UMA MULHER QUE, SEGUNDO VOCÊ , ELES CONSIDERAM SER FEIA.**

**1) QUEM É ESSA MULHER?**

**2) QUAL A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊ ESTA ASSISTINDO?**

**3) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER?**

**4) POR QUE VOCÊ CONSIDERA QUE ESSAS CARACTERÍSTICAS FAZEM UMA MULHER SER OU SE TORNAR FEIA?**

**5) QUAL OS COMENTÁRIOS DE SEUS FAMILIARES SOBRE ESSAS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS?**

**6) VOCÊ GERALMENTE CONCORDA COM AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS QUE ELES APRECIAM E COMENTAM ?**

**(CASO DISCORDE ESCREVA PORQUE DESCORDA E SE CONCORDA O PORQUE CONCORDA.)**

**7) VOCÊ CONSIDERA QUE OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM INFLUÊNCIA DE ALGUMA FORMA O JEITO DE VOCÊ PENSAR SOBRE A MULHER QUE SÃO E TÊM ESSAS CARACTERÍSTICAS COMO FEIAS?**

**COMO VOCÊ CONSIDERA QUE INFLUÊNCIA OU NÃO?**

**CENA 5**

VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO JUNTO AOS SEUS AMIGOS(AS). NA TELA APARECE UMA MULHER QUE, SEGUNDO VOCÊ , ELES CONSIDERAM SER O IDEAL DE BELEZA CORPORAL .

- 1) QUEM É ESSA MULHER?
  - 2) QUAL A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊS ESTÃO VENDO?
  - 3) QUAIS OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM A RESPEITO DESSA MULHER? ELES?
  - 4) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER ?
  - 5) POR QUE VOCÊ ACHA QUE ELES CONSIDERAM ESSAS CARACTERÍSTICAS COMO AS MAIS IMPORTANTES PARA UMA MULHER SER CONSIDERADA COMO REFERÊNCIA DE BELEZA CORPORAL IDEAL?
  - 7) GERALMENTE VOCÊ CONCORDA COM OS COMENTÁRIOS FEITOS POR ELES A RESPEITO DESSA MULHER?
  - 8) VOCÊ CONSIDERA QUE OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM INFLUÊNCIAM DE ALGUMA FORMA O JEITO DE VOCÊ PENSAR A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL IDEAL ?
- COMO VOCÊ CONSIDERA QUE INFLUÊNCIA OU NÃO INFLUÊNCIA A SUA FORMA DE PENSAR A ESTÉTICA CORPORAL FEMININA?

**CENA 6**



**VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO JUNTO AOS SEUS AMIGOS(AS). NA TELA APARECE UMA MULHER QUE, SEGUNDO VOCÊ , ELES CONSIDERAM SER O IDEAL DE BELEZA CORPORAL .**

**1) QUEM É ESSA MULHER?**

**2) QUAL A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊS ESTÃO VENDO?**

**3) QUAIS OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM A RESPEITO DESSA MULHER?  
ELES**

**4) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER ?**

**5) POR QUE VOCÊ ACHA QUE ELES CONSIDERAM ESSAS CARACTERÍSTICAS COMO AS MAIS IMPORTANTES PARA UMA MULHER SER CONSIDERADA COMO REFERÊNCIA DE BELEZA CORPORAL IDEAL?**

**6) GERALMENTE VOCÊ CONCORDA COM OS COMENTÁRIOS FEITOS POR ELES A RESPEITO DESSA MULHER?**

**7) VOCÊ CONSIDERA QUE OS COMENTÁRIOS QUE ELES FAZEM INFLUÊNCIAM DE ALGUMA FORMA O JEITO DE VOCÊ PENSAR A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL IDEAL ?**

**COMO VOCÊ CONSIDERA QUE INFLUÊNCIA OU NÃO INFLUÊNCIA A SUA FORMA DE PENSAR A ESTÉTICA CORPORAL FEMININA?**

**CENA 7**

**VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO NA TELA APARECE UMA MULHER QUE, SEGUNDO VOCÊ , A MÍDIA TELEVISIVA CONSIDERA SER O IDEAL DE BELEZA CORPORAL FEMININA.**

**1) QUEM É ESSA MULHER?**

**2) QUAL A PROGRAMAÇÃO EM QUE ELAS MAIS APARECEM?**

**3) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER ?**

**4) POR QUE VOCÊ ACHA QUE ELES ELEGERAM ESSAS CARACTERÍSTICAS COMO AS MAIS IMPORTANTES PARA UMA MULHER SER CONSIDERADA COMO REFERÊNCIA DE BELEZA CORPORAL IDEAL?**

**5) GERALMENTE VOCÊ CONCORDA COM OS MODELOS DE BELEZA CORPORAL FEMININA EXPOSTO PELA MÍDIA TELEVISIVA?**

**6) VOCÊ CONSIDERA QUE ESSES MODELOS CORPORAIS INFLUÊNCIAM DE ALGUMA FORMA O JEITO DE VOCÊ PENSAR A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL IDEAL?**

**COMO VOCÊ CONSIDERA QUE INFLUÊNCIA OU NÃO INFLUÊNCIA A SUA FORMA DE PENSAR A ESTÉTICA CORPORAL FEMININA?**

### **CENA 8**

**VOCÊ ESTA ASSISTINDO TELEVISÃO NA TELA APARECE UMA MULHER QUE, SEGUNDO VOCÊ , A MÍDIA TELEVISIVA CONSIDERA SER UMA MULHER FEIA .**

**1 ) QUEM É ESSA MULHER?**

- 2) QUAL A PROGRAMAÇÃO EM QUE ELAS MAIS APARECEM?
- 3) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DESTA MULHER ?
- 4) POR QUE VOCÊ ACHA QUE ELES ELEGERAM , ESCOLHERAM ESSAS CARACTERÍSTICAS COMO AS MAIS IMPORTANTES PARA UMA MULHER SER CONSIDERADA COMO REFERÊNCIA DE BELEZA CORPORAL IDEAL?
- 5) GERALMENTE VOCÊ CONCORDA COM OS MODELOS DE BELEZA CORPORAL FEMININA EXPOSTO PELA MÍDIA TELEVISIVA?
- 6) VOCÊ CONSIDERA QUE ESSES MODELOS CORPORAIS INFLUÊNCIAM DE ALGUMA FORMA O JEITO DE VOCÊ PENSAR A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL IDEAL ?
- 7) COMO VOCÊ CONSIDERA QUE A MÍDIA INFLUÊNCIA OU NÃO INFLUÊNCIA A SUA FORMA DE PENSAR A ESTÉTICA CORPORAL FEMININA?
- 8) O QUE E QUEM É A MÍDIA?

### CENA FINAL

PASSAMOS POR 8 CENAS, VOCÊ SEMPRE ASSISTINDO A TELEVISÃO .

- 1) EM QUAIS DAS CENAS VIVIDAS AS IDÉIAS SOBRE A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL FEMININA IDEAL TEVE MAIS PONTOS EM COMUM, COM SUAS IDÉIAS?

**UM X NA MAIS IMPORTANTE**

**UM CÍRCULO, NA MAIS OU MENOS IMPORTANTE**

**E UM QUADRADO NA MENOS IMPORTANTE**

**( ) 3 e 4 ( família )      ( ) 5 e 6 ( amigos )      ( ) 7 e 8 ( mídia televisiva)**

**VOCÊ CONSIDERA QUE AS IDÉIAS (GRUPOS)\_\_\_\_\_TÊM MAIS PONTOS EM COMUM COM SUAS IDÉIAS SOBRE A IMAGEM DE BELEZA CORPORAL FEMININA IDEAL . POR QUE?**

**2) EM QUAIS DAS CENAS VIVIDAS AS IDÉIAS SOBRE A IMAGEM DE FEIÚRA CORPORAL FEMININA TEVE MAIS PONTOS EM COMUM, COM SUAS IDÉIAS.**

**UM X NA MAIS IMPORTANTE**

**UM CÍRCULO NA MAIS OU MENOS IMPORTANTE**

**E UM QUADRADO NA MENOS IMPÓRTANTE**

**( ) 3e 4 ( família)      ( ) 5e 6( amigos)      ( ) 7e 8( mídia)**

**VOCÊ CONSIDERA QUE AS IDÉIAS SOBRE A IMAGEM DE FEIÚRA CORPORAL TÊM MAIS INFLUÊNCIA EM VOCÊ. POR QUE?**

**O GRUPO ELEITO POR VOCÊ, NA PENÚLTIMA QUESTÃO, COMO O QUE TEM MAIS PONTOS EM COMUM COM SUAS IDÉIAS, TÊM IDÉIAS PRINCIPAIS SEMELHANTES AOS DA MÍDIA TELEVISIVA?**

**VIVENCIADA TODAS ESSAS CENAS ANTERIORES, COMO VOCÊ SE SENTE A RESPEITO DE VOCÊ MESMO SOBRE A SUA AUTO- IMAGEM CORPORAL?**

**QUAIS DOS GRUPOS, PREDOMINANTEMENTE, FAZ COM QUE VOCÊ SINTA DESSA FORMA A RESPEITO DO SEU CORPO ?**

NOME:

SALA:

CENA 1

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

4) \_\_\_\_\_

CENA 2

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

4) \_\_\_\_\_

5) \_\_\_\_\_

6) \_\_\_\_\_

7) \_\_\_\_\_

CENA 3

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

4) \_\_\_\_\_

5) \_\_\_\_\_

6) \_\_\_\_\_

7) \_\_\_\_\_

CENA 4

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_
- 6) \_\_\_\_\_
- 7) \_\_\_\_\_

#### CENA 5

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_
- 6) \_\_\_\_\_
- 7) \_\_\_\_\_
- 8) \_\_\_\_\_

#### CENA 6

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_
- 6) \_\_\_\_\_
- 7) \_\_\_\_\_

#### CENA 7

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_
- 6) \_\_\_\_\_

CENA 8

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_
- 6) \_\_\_\_\_
- 7) \_\_\_\_\_

CENA FINAL



# Documentação

(Cópias das documentações originais, exemplificativas, da produção da auto-imagem e da imagem ideal, pelas adolescentes da pesquisa)