



**FACULDADE MARIA MILZA
BACHARELADO EM NUTRIÇÃO**

BRUNA MARQUES BRAGA SANTOS

**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NA BUSCA DE UM PADRÃO CORPORAL
POR ADOLESCENTES DO SEXO FEMININO**

GOVERNADOR MANGABEIRA - BA

2018

BRUNA MARQUES BRAGA SANTOS

**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NA BUSCA DE UM PADRÃO CORPORAL
POR ADOLESCENTES DO SEXO FEMININO**

Monografia apresentada na Faculdade Maria Milza – FAMAM, no curso de Nutrição na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, ministrada pela Prof^a Msc. Larissa Tannus Rebouças, como requisito de avaliação parcial para obtenção do grau de Bacharel em Nutrição.

Orientadora

Prof.^a Msc. Larissa Tannus Rebouças

Coorientadora

Prof.^a Msc. Jasilaine Andrade Passos

GOVERNADOR MANGABEIRA - BA

2018

Ficha catalográfica elaborada pela Faculdade Maria Milza, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Bibliotecárias responsáveis pela estrutura de catalogação na publicação:
Marise Nascimento Flores Moreira - CRB-5/1289 / Priscila dos Santos Dias - CRB-5/1824

S237i

Santos, Bruna Marques Braga

Influência das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino / Bruna Marques Braga Santos. - Governador Mangabeira - BA , 2018.

50 f.

Orientadora: Larissa Tannus Rebouças.
Co-orientadora: Jasilaine Andrade Passos.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) - Faculdade Maria Milza, 2018 .

1. Imagem corporal. 2. Adolescência. 3. Culto ao corpo. 4. Padrão Corporal.
I. Rebouças, Larissa Tannus, II. Passos, Jasilaine Andrade, III. Título.

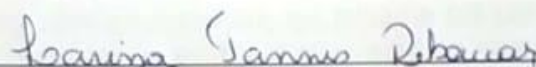
CCD 305.2355

BRUNA MARQUES BRAGA SANTOS

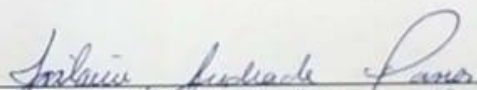
**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NA BUSCA DE UM PADRÃO
CORPORAL POR ADOLESCENTES DO SEXO FEMININO**

Aprovada em 19/12/2018

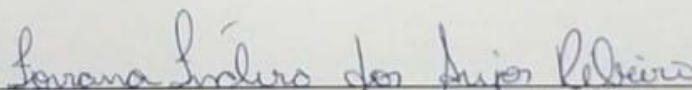
BANCA DE APRESENTAÇÃO:



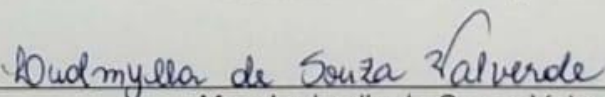
Profª Msc. Larissa Tannus Rebouças (Orientador)
Faculdade Maria Milza (FAMAM)



Profª Msc. Jasilaine Andrade Passos (Coorientador)
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)



Profª. Dr. Iorrana Indira dos Anjos Ribeiro
Faculdade Maria Milza (FAMAM)



Msc. Ludmylla de Souza Valverde
Faculdade Maria Milza (FAMAM)

GOVERNADOR MANGABEIRA - BA

2018

AGRADECIMENTOS

Ao pensar em agradecer, primeiro me vem à cabeça o tão grandioso Deus, pois só ele sabe quantas vezes o busquei, e só no silêncio, quando me calava sentia o conforto, a sensação de que tudo ia ficar bem. Obrigada, meu Deus por me sustentar e me fazer crer que um dia tudo iria dar certo. Aos meus pais, Ana Paula e Clécio por serem os meus pilares, meu refúgio, minha fortaleza, os donos de todo o meu esforço e dedicação, os quais, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse a essa etapa da minha vida, Binhos, vencemos! Aos meus avós maternos Geraldo e Eunice, “in memoriam”, e paternos, Lucia e Claudionor, “in memoriam”, por mesmo não estando mais aqui, me fazerem acreditar que o céu está em festa pela nossa vitória. Aos meus tios, em especial, Paulo, Lia, Rita, Claudia e Silvio por se fazerem o mais presente possível, incentivando e dando as palavras de carinho em cada fase dessa batalha, aos meus primos, à minha madrinha Neide, por todos os conselhos e por orar por mim sempre e por me lembrarem que um sonho que se sonha junto, torna-se realidade. Aos meus amigos Alailson, Lucas e Joyce, vocês são anjos em minha vida. Agradeço também às amizades construídas na graduação, Carol, Ludi, Mirel, Geu, Sthe, Binha, Nanda e Nara. Ao corpo docente da graduação em nutrição, em especial a Jasi e Lari, por tudo, vocês são sensacionais, eu amo vocês, e a todos os outros professores que comungaram conosco do início ao fim. Compartilhar alegria com todas essas pessoas foram a melhor experiência da minha formação acadêmica. Obrigada!

“Acredite nos seus sonhos, insista. Falaram pra mim que era impossível. Se começar foi fácil, difícil vai ser parar. Valeu à pena. Sou pescador de ilusão.”

- Marcelo Falcão (O RAPPÁ)

RESUMO

Do ponto de vista cronológico, a adolescência é o período do ciclo da vida entre os 10 e 19 anos, o qual caracteriza-se por inúmeras adaptações psicológicas e ambientais, bem como alterações corporais, e formação dos conceitos de auto-imagem pelos sujeitos. O conceito de auto-imagem corporal pode ser definido como pensamentos e percepções que um indivíduo tem acerca do seu corpo, especialmente em relação às suas formas e dimensões corporais, o que envolve a insatisfação com o peso, objetivando diminuí-lo ou aumentá-lo. Dentre os fatores que influenciam na percepção da imagem corporal, a mídia, e especialmente as mídias digitais, vem ganhando destaque. Considerando estes pressupostos o objetivo desse trabalho foi analisar a influência das mídias digitais na busca do padrão corporal em adolescentes do sexo feminino. Trata-se de em uma pesquisa de natureza descritiva e analítica, com abordagem qualitativa, realizada com estudantes do sexo feminino, com idade entre 14 e 19 anos, de uma escola particular em um município do Recôncavo da Bahia. A produção de dados foi realizada através de entrevistas semi-estruturadas, norteadas por um roteiro de questões previamente estabelecido que permitiu a análise do perfil socioeconômico, antropométrico (referido pelas adolescentes), de uso das mídias sociais e percepções sobre a imagem corporal. As entrevistas foram gravadas e analisadas a partir das perguntas e informações coletadas nas investigações sendo interpretadas e, definidas acerca de uma descoberta que constituem em uma comunicação sobre o objeto que está sendo analisado, através da análise de conteúdo. Observou-se que as adolescentes entrevistadas, em sua grande maioria apresentam insatisfação corporal, apontando que sentem vontade de modificar algumas coisas em seu corpo. Foi possível observar também, que muitas destas fazem ou já fizeram algum tipo de dieta sem orientação de um profissional nutricionista, apenas tomando como referência influenciadoras digitais e seguindo suas dicas. Desta maneira, é substancial que se promova a educação alimentar e nutricional para os jovens e que seja incentivada a prática de hábitos saudáveis de alimentação, associada a prática de exercício físicos regulares.

.Palavras chave: Imagem corporal. Adolescência. Culto ao corpo. Internet.

ABSTRACT

From the chronological point of view, adolescence is the period of the life cycle between 10 and 19 years, which is characterized by numerous psychological and environmental adaptations, as well as body changes, and the formation of self-image concepts by the subjects. The concept of body self-image can be defined as thoughts and perceptions that an individual has about their body, especially in relation to their body shapes and dimensions, which involves dissatisfaction with weight, aiming to decrease or increase it. Among the factors that influence the perception of body image, the media, and especially the digital media, has been gaining prominence. Considering these assumptions the objective of this work was to analyze the influence of digital media in the search of the body pattern in female adolescents. This is a descriptive and analytical research, with a qualitative approach, carried out with female students, aged 14 to 19 years, from a private school in a municipality in the Recôncavo da Bahia. Data production was performed through semi-structured interviews, guided by a previously established questionnaire that allowed the analysis of socioeconomic profile, anthropometric (referred to by adolescents), use of social media and perceptions about body image. The interviews were recorded and analyzed from the questions and information collected in the investigations being interpreted and defined about a discovery that constitute in a communication about the object that is being analyzed through content analysis. It was observed that the adolescents interviewed, the majority of them are dissatisfied with their bodies, pointing out that they feel like changing some things in their body. It was also possible to observe that many of these do or have already done some type of diet without the advice of a professional nutritionist, only taking as a reference digital influencers and following their tips. In this way, it is important to promote food and nutrition education for young people and encourage the practice of healthy eating habits associated with regular physical exercise.

Keywords: Body image. Adolescence. Body worship. Internet.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	4
2	REVISÃO DE LITERATURA	7
2.1	ADOLESCÊNCIA	7
2.2	CULTO AO CORPO NA ADOLESCÊNCIA	8
2.2.1	Reflexões sobre o culto ao corpo feminino	12
2.3	A INFLUÊNCIA DA MÍDIA DIGITAL NA CONSTRUÇÃO DO PADRÃO CORPORAL	13
3	METODOLOGIA	16
3.1	TIPO DE ESTUDO	16
3.2	LOCAL DE ESTUDO	16
3.3	PARTICIPANTES DO ESTUDO	17
3.4	PRODUÇÃO DE DADOS	17
3.5	ANÁLISE DE DADOS	18
3.6	ASPECTOS ÉTICOS	18
4	RESULTADOS	20
4.1	PERFIL DE ACESSO ÀS MÍDIAS DIGITAIS	20
4.2	MÍDIAS DIGITAIS E ALIMENTAÇÃO	22
4.2.1	Práticas alimentares – adoção de dietas	23
4.3	INSATISFAÇÃO CORPORAL	25
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
	REFERÊNCIAS	30
	APÊNDICES	38
	APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido aos responsáveis:	39
	APÊNDICE B – Termo de assentimento do participante:	42
	APÊNDICE C – Formulário para entrevista semi-estruturada:	43
	APÊNDICE D – Declaração da instituição co-participante:	45

1 INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS) (1986), do ponto de vista cronológico, a adolescência é a fase entre 10 e 19 anos, na qual ocorre a formação biopsicossocial do indivíduo, qual caracteriza-se por inúmeras adaptações psicológicas e ambientais, bem como alterações corporais, e formação dos conceitos de auto-imagem pelos sujeitos. O conceito de auto-imagem corporal pode ser definido como pensamentos e percepções que um indivíduo tem acerca do seu corpo, especialmente em relação à forma e dimensões corporais. Incluindo a insatisfação com o peso desejando diminuí-lo ou aumentá-lo (RIBEIRO; OLIVEIRA, 2011).

Atualmente, a abordagem nutricional também traz reflexões, no contexto mundial, sobre preocupações com a distorção do que seria uma nutrição adequada, visto que a importância dada à imagem corporal pelos jovens vem crescendo juntamente com a obsessão pela beleza e a busca incessante por um corpo ideal, o que nem sempre é alcançado, resultando em frustrações e desconforto àqueles que tanto o busca (COLL; AMORIM; HALLAL, 2010).

O culto ao corpo está ligado à imagem de beleza, poder e status social. Dessa forma, a insatisfação com a aparência vem aumentando exponencialmente com a modificação do padrão estabelecido pela mídia, que, atualmente, vem exigindo perfis antropométricos cada vez mais magros (INAD, 2004).

De acordo com Bosi (2006), jovens do sexo feminino tendem a ceder mais às pressões dos padrões socioculturais e estéticos por apresentarem-se mais vulneráveis, o que implica no aumento do risco de desenvolvimento de transtornos alimentares provocados por múltiplas causas, como fatores socioeconômicos e/ou genéticos, os quais podem ser crônicos e/ou irreversíveis.

A busca por resultados para a “melhoria corporal” acaba por induzir, gradativamente, a utilização de meios capazes de influenciar negativamente a vida dessas pessoas por serem prejudiciais à saúde (VARGAS, 2014). Dentre as práticas que podem implicar em risco para a saúde é possível citar o uso de anabolizantes e inibidores de apetite, dietas restritivas, indução ao vômito, uso de laxativos, jejuns prolongados, bem como procedimentos estéticos a fim de obter resultados imediatos para transformação corporal (VARGAS, 2014).

A construção e busca por determinados padrões corporais sofrem influências de diversos fatores, dentre os quais a mídia ganha destaque, sendo que na sociedade atual, as mídias digitais assumem cada vez mais protagonismo na produção e compartilhamento de informações sobre uma amplitude de temas, em meio aos quais os temas relacionados à alimentação e culto ao corpo se inserem. As mídias digitais, juntamente com as celebridades, exercem um forte papel como formadoras de opiniões, atuando como coadjuvantes no incentivo do culto ao corpo (BICA et al., 2011). Nesse cenário, toma-se como referência dada imagem corporal, a partir da qual se dá início a uma constante guerra particular em busca do objetivo maior - que é encaixar-se ao que está sendo proposto (BICA et al., 2011).

Esse padrão de corpo ideal é cotidianamente apresentado no convívio social entre grupos de diferentes culturas, fomentando a expansão no mercado de produtos e serviços que auxiliem na corrida pelo corpo perfeito – e ao qual as adolescentes muitas vezes estão sujeitas (VARGAS, 2014).

Tendo em vista todas as informações supracitadas, levanta-se o seguinte questionamento: como as mídias digitais podem influenciar adolescentes na busca de um padrão corporal?

A satisfação corporal nem sempre está relacionada a um corpo saudável, entretanto, muitos indivíduos utilizam-se de diversos artifícios para atingi-la, sendo que muitas vezes ignora questões de saúde, deixando de lado a preocupação com a qualidade dos alimentos que serão adotados no “novo estilo de vida”, o que causa preocupação dentro do âmbito nutricional (VARGAS, 2014).

Associado a isso, adolescência é um estágio da vida na qual os indivíduos estão mais suscetíveis aos apelos midiáticos de culto ao corpo, bem como a distúrbios ligados a auto-imagem corporal. Isso implica em fatores de riscos à saúde que podem levar a problemas crônicos e/ou irreversíveis, sendo um objeto de estudo que demanda investigação.

Numa breve revisão de literatura feita neste estudo, observou-se que não há número expressivo de estudos relacionados diretamente à influência de mídias digitais na busca de padrões corporais em adolescentes. Neste cenário, o trabalho ora apresentado tem potencial para contribuir com a produção de conhecimentos sobre o tema de modo que a população em geral e os profissionais de saúde

tenham ferramentas para atuar de modo mais assertivo junto a intervenções ligadas a essa temática.

Desta maneira, o presente trabalho teve como objetivo geral analisar a influência das mídias digitais na busca do padrão corporal em adolescentes do sexo feminino, bem como objetivos específicos identificar o perfil das adolescentes selecionadas no que tange aspectos antropométricos e de acesso as mídias digitais, compreender como funciona a busca por um padrão corporal com o auxílio de mídias digitais, avaliar a satisfação/insatisfação corporal associada(s) ao culto ao corpo perfeito e analisar as práticas alimentares realizadas em prol da construção do corpo idealizado.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 ADOLESCÊNCIA

Para a Organização Pan-Americana de Saúde (OPS) (2010) e a Organização Mundial de Saúde (1986), a adolescência é uma fase entre a infância e a idade adulta, iniciada por mudanças corporais, psicológicas e sociais, descrito como um segmento biológico de vivências orgânicas, na qual é acelerado o sistema cognitivo, bem como estruturação da personalidade. Para Davim et al. (2009), esta fase é dividida em duas etapas: a pré-adolescência, entre os 10 e os 14 anos e a adolescência, que vai dos 15 aos 19 anos. Na esfera legal no Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) (BRASIL, 1990), por sua vez, considera a pessoa entre 12 e 18 anos de idade como adolescente. Diante disso, salienta-se que existem várias definições sobre o que é adolescência. Neste estudo tomar-se-á como base o conceito proposto pela OMS (fase da vida entre os 10 e 19 anos) em função da representatividade dessa instituição no âmbito nacional e internacional, considerando também as possibilidades de discussão dos resultados desse trabalho com outras publicações sobre temas correlatos.

De modo geral, a adolescência trata-se de uma fase marcada por intensas transformações características do desenvolvimento humano, transformações biológicas da puberdade, aquisição de determinadas características físicas, bem como a maturação sexual, formação de conceitos, valores e atitudes comportamentais que designarão sua vida e os capacitem a assumir novos papéis diante a sociedade (DAVIM et al., 2009; GURGEL et al., 2008). Tais fenômenos deixam o indivíduo mais susceptível a crises, que muitas vezes são enfrentadas como patológicas, já que, para esses indivíduos, a adolescência pode representar um distanciamento de comportamentos e privilégios típicos da infância (GURGEL et al., 2008). Sendo assim, os maiores desafios na fase da adolescência é o próprio desenvolvimento, o que envolve as adaptações com as mudanças fisiológicas e anatômicas, bem como as mudanças e adaptações psicológicas (DAVIM et al., 2009). Desta forma, para compreender sobre a temática, deve-se buscar assimilar

como estas transformações características e suas repercussões psicológicas atuam no processo de formação de auto-identidade (MAAKAROUN; SOUZA; CRUZ, 1991).

Algumas dessas mudanças características da adolescência foram poetizadas pelo cantor e compositor Arnaldo Antunes na letra da música “Não vou me adaptar”, conforme pode-se observar no trecho abaixo:

Eu não caibo mais nas roupas que eu cabia, eu não encho mais a casa de alegria. Os anos se passaram enquanto eu dormia, e quem eu queria bem me esquecia [...] Eu não tenho mais a cara que eu tinha, no espelho essa cara já não é minha, é que quando eu me toquei achei tão estranho, a minha barba estava deste tamanho [...] Eu não vou me adaptar, me adaptar (ANTUNES, 1985).

A música faz alusão à dificuldade de adaptação desses sujeitos diante das diversas transformações típicas desta fase da vida. Existem fatores que contribuem para tais crises de identidade, devido à transição entre a infância e a fase adulta. Como motivos destas, apresentam-se: a busca pela autonomia, o início da vida sexual, desestabilização hormonal e formação dos conceitos de auto-imagem corporal, além de uma busca constante pela formação da identidade pessoal (ALVES, 2008).

De algum modo, as informações de promoção do corpo perfeito cotidianamente divulgadas em diversos meios de comunicação contribuem para a excessiva valorização da imagem e muitos jovens acabam demonstrando a cada dia, mais preocupação com a aparência física, tentando, de qualquer maneira, encaixar-se ao modelo que a sociedade vem mostrando que seria o mais correto/aceitável (CRUZ et al., 2008). Cruz e colaboradores, (2008) também salientam que o anseio pelo corpo ideal influencia os jovens a buscarem, de qualquer maneira, o enquadramento ao estilo de corpo que muitas vezes é denominado de “escultural”.

2.2 CULTO AO CORPO NA ADOLESCÊNCIA

De acordo com Freitas et al. (2010), desde os tempos antigos até os dias atuais existe um grande interesse por tudo o que remete ao belo, e, com o desenvolvimento de veiculação de imagem, o corpo perfeito passa a ser visto em escala mundial como um bem, que a qualquer custo deve ser conquistado.

Para Foucault (1999), desde o século XIX a sociedade passou a adotar um corpo e o endeusou, buscando protegê-lo de uma maneira quase médica. Até os rituais sagrados resguardavam a integridade corporal dos monarcas. Pois, já que o corpo remetia relação de poder, desde os princípios era fácil deparar-se com fenômenos de cuidados excessivos ao corpo, exaltando o desenvolvimento muscular e a exaltação do corpo belo, conduzindo, assim ao desejo de seu próprio corpo através de um trabalho e uma busca insistente (FOUCAULT, 1999).

A imposição do padrão de beleza está em diversos lugares de livre acesso, como em revistas, novelas, filmes, séries, redes sociais e até mesmo em desenhos animados, o que alavancou a busca pelo “corpo perfeito” desde a fase da pré-adolescência. Acarretando na insatisfação corporal de muitos ao olhar-se no espelho, e não encaixar-se no padrão imposto, passando a sentir vergonha do próprio corpo (SILVA; TEIXEIRA, 2016).

Na contemporaneidade, a preocupação com o corpo ideal pode ser compreendida como algo característico do cidadão moderno. A década de 1920 teve um importante papel na formação de um padrão de corpo ideal, adotando as imagens dos personagens cinematográficos como referência para dar início a essa construção. Sendo assim, os mercados de bens e produtos de beleza, juntamente com as empresas de publicidade e propaganda de Hollywood passaram a incorporar o uso das maquiagens como sinônimo de beleza e a enaltecer o corpo mais magro e esguio, o que declarou vitória do corpo “magro” sobre o corpo “gordo” no decorrer dos anos seguintes (CASTRO, 2004).

Devido às mudanças desde os tempos pós-modernos, a definição de auto-identidade social se segmenta, todos os dias. O sexo feminino, em particular, é o mais afetado, visto que, é o que mais sofre a pressão devida inúmeras manifestações que acabam insinuando que só é válido quando a mulher, de uma maneira geral, adéqua-se ao padrão prevalente de beleza feminino (FIGUEIREDO; NASCIMENTO; RODRIGUES, 2017).

Atualmente, a forma com que o corpo vem sendo abordado pelas mídias digitais cresceu de maneira imensurável, deixando o corpo feminino ainda mais em evidência. Aponta-se que os meios de conseguirem o famigerado corpo perfeito encontram-se à frente de qualquer outro objetivo, causando uma adoração desenfreada ao culto ao corpo (CRUZ et al., 2008).

A auto-imagem corporal, segundo Tavares (2003), retrata uma experiência na qual o objeto em foco – o corpo – corresponde ao próprio eu, envolvendo aspectos conscientes e inconscientes. Experimentando, de maneira contínua os impulsos e fantasias que essa formação de auto-imagem corporal é capaz de oferecer.

Existem evidências de que o retorno positivo quanto à imagem corporal em crianças e adolescentes esteja diretamente ligado aos bons níveis de auto-estima, fazendo uma breve comparação que quando esses esse retorno é negativo, provoca, conseqüentemente, problemas como ansiedade e depressão, juntamente com desordens alimentares, desta maneira, o nível de insatisfação corporal é apontado como um dos principais incentivadores ou norteadores para o início de um segmento na atividade física ou, também, seja o responsável por fatos impactos negativos como distúrbios alimentares (DAMASCENO et al., 2006).

Segundo Paladino (2005), é possível ver na sociedade duas vertentes nas quais as adolescentes buscam para obter o reconhecimento, a primeira, ligada às relações amoroso-sexuais e a segunda, ao poder no campo de convivência social. O autor ainda aponta que dentre essas vertentes, existem duas qualidades cruciais perante o corpo perfeito dentro da sociedade: ser desejável e invejável.

Dentro das diversas formas para alcançar a na melhoria corporal, existem artifícios facilmente encontrados, como por exemplo: *piercings* em locais variados (como orelha, umbigo, sobrancelhas, nariz...), tatuagens de diferentes formas e tamanhos, exercícios físicos e até mesmo os procedimentos e cirurgias estéticas, porém, dentro desta abordagem, o foco será a associação entre essa luta diária e a alimentação como coadjuvante ou não para o alcance do objetivo (SILVA; TEIXEIRA, 2016).

Diante destes interesses, dietas mirabolantes com inúmeras restrições, jejuns prolongados, isenção disso e/ou daquilo, exercícios extensos e de tirar o fôlego, são algumas das características do que seria uma vida “saudável” que muitas pessoas realizam, porém desconhecem o seu real significado, origem ou natureza (VALLE, 2017). À vista disso, diariamente nos deparamos a inúmeras situações parecidas de pessoas que são rodeadas desse tipo de informações acreditando na promessa de uma eficácia de conseguir alcançar o corpo ideal (VALLE, 2017).

A imposição da regra da aparência ideal vem sendo diariamente ditada através de revistas e programas de televisão há décadas. Porém, esses meios

adotados pelas pessoas, em geral, para alcançar o dito “corpo bonito” nem sempre são, de fato, saudáveis, mesmo reconhecendo os diversos significados que podem permear as concepções de saúde (RIBEIRO; OLIVEIRA, 2011).

De acordo com a OMS, (1946), a saúde é definida como um estado completo de bem-estar físico, social e mental, e não está relacionado apenas à ausência de doença ou enfermidades. Tal conceito buscou ampliar a ideia de saúde que atualmente é entendida enquanto um fenômeno complexo que envolve dimensões socioculturais, econômicas, sociais, ambientais e biológicas. Entretanto, muitas vezes a ideia do saudável é relacionada essencialmente às formas corporais e dimensões biológicas do indivíduo.

A partir de pesquisas na literatura científica, dentro das construções contemporâneas, é fácil encontrar uma extensa variedade relacionada a discursos advogados entre o corpo – em forma – e ideias de como evitar os riscos à saúde. Assim, as promessas publicadas nos meios digitais vêm configurando uma relação perigosa entre o que é científico e o que não passa de uma suposição. Deixando de lado a preocupação com os reais “comportamentos de risco” (OLIVEIRA et al., 2010).

Assim, meios direcionados ao universo feminino, como *blogs* e revistas *fitness*, por exemplo, tentam há muito tempo explorar a imagem negativa do corpo feminino, como forma de induzi-las a mudarem seus comportamentos – inclusive o consumo de novos produtos, e dentro dessas abordagens, os discursos midiáticos costumam ser ambíguos e enganosos, além disso, a obsessão com a construção do corpo perfeito é, muitas vezes associado a um comportamento obsessivo, o que pode acarretar em problemas associados à imagem corporal, e isso posto, aos distúrbios alimentares (OLIVEIRA et al., 2010). Para Souza e Rodrigues (2014), tais doenças psiquiátricas causam inúmeras preocupações excessivas e persistentes com a forma física e com as práticas alimentares, o que pode implicar em diversos prejuízos severos à saúde dos indivíduos. Souza e Rodrigues (2014) também esclarecem que tais transtornos acometem, especialmente, os indivíduos do sexo feminino, principalmente entre a fase da adolescência e início da fase adulta.

2.2.1 Reflexões sobre o culto ao corpo feminino

Desde as antigas civilizações o corpo feminino é um objeto de culto e de inúmeros estudos (QUERINO; PASCOAL, 2014). Diante disso, a sua representação e percepção sofreram modificações ao longo dos anos, passando por influências socioculturais e econômicas. Caracterizado como o primeiro instrumento de comunicação ente os homens, o corpo possui a capacidade de estabelecer o contato entre o homem e o ambiente desde antes da linguagem oral ser desenvolvida. À vista disso, de acordo com as modificações que aconteceram com o passar dos anos, as mulheres encontraram uma maneira de se expressar por meio da corporalidade, mostrando a sua sensualidade, e ao mesmo tempo tornar-se exemplo ou correr para alcançar aquele exemplo de corpo símbolo em determinada época (QUERINO; PASCOAL, 2014).

Ademais, as associações entre estereótipo e beleza promovem atributos visuais positivos entre as mulheres, independente da idade, desta forma, as providências tomadas para a melhoria da aparência física, tende a diminuir conseqüentemente o descontentamento com o corpo (CUMPIAN - SILVA, 2018). À vista disso, Andrade (2003), salienta que as mídias de uma maneira geral, juntamente com a indústria da beleza tornaram do corpo um acessório disposto em vitrines dentro do mercado econômico, social e cultural, associando-o ao poder, o que acaba distorcendo sentidos de identidade social e cultural.

Desta maneira, conhecer como um determinado grupo pensa sobre o corpo pode contribuir para compreender a hegemonia de uma estética corporal, assim como, esclarecer a amplitude dos significados relativos ao corpo (BRAGA; MOLINA; FIGUEIREDO, 2010).

De acordo com Tonini e Sauerbronn (2012), os investimentos com o corpo também podem ser entendidos como bens de consumo, ou seja, esses comportamentos são adquiridos para melhorar e/ou transformar o corpo, de forma parcial ou total, sejam com roupas, produtos alimentícios e/ou estéticos ou até mesmo serviços de beleza. Pois, a beleza do corpo feminino tem, desde os tempos antigos, uma especial importância para a sociedade que envolve desde aspectos relativos à saúde, higiene pessoal e moda, sendo um objeto – precioso – de transferência entre gerações, já que a mulher sempre foi e vem sendo alvo de

corpolatria (idolatria do corpo), pois sempre foi extremamente importante cuidar da aparência para conseguir um bom casamento, para parecer bem saudável e conseguir um bom emprego (TONINI; SAUERBRONN, 2012).

Nos dias atuais, o corpo vem sendo investigado, invadido, analisado, falado e ressignificado, havendo assim, uma infinidade de exigências a chegar a um padrão estabelecido de exemplo do que seria o ideal de corpo (ANDRADE, 2003). À partir desses parâmetros, criou-se diversas instâncias que contemplam os ideais de pele às vísceras e do físico ao psíquico, fragmentando esse corpo – perfeito – em pequenos pedaços, para entendê-lo e contemplar os seus mínimos detalhes mais íntimos para que assim, o mesmo possa ser adorado e buscado pela maioria dos indivíduos do sexo feminino, principalmente àquelas que estão passando pelo processo de formação identitária. Desta maneira, a mídia, a publicidade, a indústria de cosméticos, moda, do mercado *fitness* entre outros, tornaram do corpo um objeto do mercado cultural, social e econômico (ANDRADE, 2003).

2.3 A INFLUÊNCIA DA MÍDIA DIGITAL NA CONSTRUÇÃO DO PADRÃO CORPORAL

A palavra mídia faz referência a qualquer instrumento ou meio de comunicação social, como a televisão, o jornal, o rádio, entre outros, quais podem ser caracterizados como uma via única, na qual existem poucas possibilidades de participar ou dar sua opinião a respeito. As mídias digitais funcionam como canal de relacionamento na internet, nos quais existem diferentes possibilidades de interação e participação entre os usuários (SOUSA; GOSLING; GODINHO, 2014).

Segundo Vargas (2014), a imagem corporal é um meio de revelar a auto-percepção pelo próprio indivíduo, relacionada como uma escolha e/ou opção que caracteriza a sua personalidade e o seu estado emocional, estando intimamente ligada à visão e sentimento de cada indivíduo em relação ao seu corpo, ou seja, é uma maneira como a pessoa se reconhece e se identifica.

Os meios de comunicação refletem além de um mecanismo de lazer, uma maneira de propagar informações que permeiam dentro do caráter social, como o jornal, televisão, rádio, revistas e o mais atual, a Internet, que no Brasil houve um notório crescimento da disponibilidade do seu acesso (VARGAS, 2014;

GERASIMCZUK; KARAGEORGIADIS, 2016). Atualmente, a televisão ainda é o primeiro recurso de difusão de informações, seguido pela Internet onde os usuários podem ter acesso às informações a qualquer momento, independentemente do local, por meio dos celulares, *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, relógios com acesso à mesma, entre outros mecanismos de acesso (VARGAS, 2014).

Segundo uma pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br - a TIC Kids Online Brasil) - 79% dos adolescentes entre 12 a 17 anos faziam o uso da Internet em 2015. Além disso, foi pesquisado sobre as atividades realizadas na Internet, e, entre elas o que mais teve um resultado significativo foi o compartilhamento de imagens e vídeos, o que obteve 56% do resultado dentre todas as atividades citadas pelos sujeitos investigados (GERASIMCZUK; KARAGEORGIADIS, 2016).

Acredita-se que as mídias digitais, sendo, atualmente, uma importante ferramenta de informações direcionada à população como um todo, seja capaz de influenciar tanto positiva quanto negativamente o estilo de vida e a adoção de novas práticas dentro dos grupos de pessoas que buscam atingir o ideal de corpo perfeito (COLL; AMORIM; HALLAL, 2010).

Desta forma, o que é posto na internet, atinge a cada dia mais e mais pessoas, o que acarreta em uma padronização do que é bonito, quebrando tudo aquilo que foi consolidado antes, já que a todo o momento, esse estereótipo alvo de desejo, é transformado em outro, e depois outro, e assim sucessivamente (FREITAS et al., 2010).

A influência exercida pelas mídias sobre o comportamento dos jovens é um fato mundialmente reconhecido. Estudos envolvendo jovens italianos mostraram que 50% dos jovens que possuíam algum aparelho, seja de televisão, rádio ou computador, dentro do quarto, são fortemente influenciados pelas propagandas e publicidades de produtos e estratégias que atuam no resultado ao corpo ideal. Para os jovens australianos, 92% registraram forte influencia das mídias digitais na busca e construção do corpo magro (CONT; BERTOLIN; PERES, 2010).

Caron, Ianni e Lefevre (2018), trás que dentro de um contexto social, é visto que a vida cotidiana é a cada dia mais “mediatizada”, e a percepção sobre quem o sujeito é, é produzida através do consumo, desta forma, a mídia acaba tornando-se

um espaço definido para a produção de maneiras de pensar e de formação de novas condutas.

Existem celebridades como atrizes, cantoras e blogueiras e programas, na maioria das vezes televisivos, que exercem um forte papel dentro do contexto de formação de opinião e ocupam um lugar de extrema importância dentro desta rede de informações, e por isso é fortemente capaz de gerar múltiplas influências aos sujeitos. Neste contexto as apresentações sobre beleza, saúde e cuidados pessoais apresentam temas, discursos, imagens, conteúdos, linguagens e repertório que contribuem fomentando o imaginário da população que assiste a esses programas e/ou acompanham essas celebridades, e assim, através daquelas dicas, ou consumindo determinado produto, o resultado obtido será determinado corpo, que no momento é almejado e intitulado como ideal (CARON; IANNI; LEFEVRE, 2018).

Sobre isso, uma pesquisa realizada por Pinto et al. (2017), mostrou que os adolescentes admitiram que além dos valores e atitudes pessoais, seus ídolos também exercem uma grande influência sobre o físico e a sua aparência, afirmando que as celebridades que seguem, também influenciam na escolha de marcas e no uso de produtos disseminados por essas celebridades, atribuídas como atraentes, e, diante disso, mostra que existe uma significativa relação entre o consumo e a publicidade.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE ESTUDO

O presente trabalho constitui-se em uma pesquisa de natureza descritiva e analítica, com abordagem qualitativa. Algumas características básicas envolvem esse tipo de estudo podendo ser melhor compreendido no contexto que ocorre e deve ser analisado a partir de dados ou fatos colhidos considerando todos os pontos envolvidos tendo em vista a observação de hábitos, atitudes, entre outros (GODOY, 2005). Justifica-se a natureza descritiva e analítica por ser um método que visa observar, registrar e descrever as características de um determinado fenômeno, envolvendo uma avaliação mais profunda das informações coletadas (FONTELLES et al., 2009). Buscando inserir-se e conhecer a realidade do local e identificar algumas atitudes quais permitirão descrever os participantes do estudo e a sua percepção quanto à auto-imagem corporal.

Quanto à abordagem qualitativa, foi escolhida por ser o tipo de pesquisa apropriada para quem busca o entendimento de fenômenos complexos específicos, em profundidade, de natureza social e cultural, mediante descrições, interpretações e comparações, sem considerar os seus aspectos numéricos em termos de regras matemáticas e estatísticas e por estar relacionada ao levantamento de dados sobre um determinado grupo, o qual compreende e interpreta determinados comportamentos que guarda singularidades de interesse ao estudo (FONTELLES et al., 2009).

3.2 LOCAL DE ESTUDO

O presente estudo foi realizado em uma escola particular em um município do Recôncavo da Bahia, o qual, conta com o total de 709 estudantes, sendo eles, 156 adolescentes do sexo feminino. O município compreende uma aérea territorial, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017) de 110,6 Km² e conta com uma população estimada de 30 585 habitantes, na qual conta com

apenas 1 escola particular que atende aos estudantes desde a pré-escola até o terceiro ano do ensino médio.

3.3 PARTICIPANTES DO ESTUDO

Participaram da pesquisa de 25 estudantes do sexo feminino, que, segundo Bauer e Gaskell, 2002, trata-se da quantidade de participantes necessária para uma pesquisa qualitativa, evitando assim, a saturação de amostra, em uma escola particular de um município do recôncavo da Bahia, com idade entre 14 e 19 anos.

Atendendo alguns critérios de inclusão como: ser do sexo feminino, ter idade entre 14 e 19 anos na data de assinatura do termo de consentimento pelos responsáveis (TCLER) (APÊNDICE A) e de realização das entrevistas e aceitação de participação via termos de assentimento pelos adolescentes (APÊNDICE B).

3.4 PRODUÇÃO DE DADOS

A produção dos dados foi realizada através de entrevistas semi-estruturadas realizadas com as adolescentes. As entrevistas foram gravadas com o auxílio de um celular, Samsung Galaxy J5 prime e transcritas para fins de análise. A realização das entrevistas foi norteada por um roteiro de questões previamente estabelecido (APÊNDICE C), buscando direcionar as entrevistas para o atendimento aos objetivos do estudo. Desse modo, o roteiro abordou aspectos relacionados aos dados de identificação das participantes do estudo, com vistas a permitir a análise do perfil socioeconômico e antropométrico das entrevistadas, sendo estas últimas informações as referidas pelas adolescentes. Buscou-se também, informações referentes ao perfil de acesso às mídias digitais, noções de padrão corporal e culto ao corpo, além de questões sobre práticas alimentares relacionadas à construção do corpo idealizado.

3.5 ANÁLISE DE DADOS

Os dados dessa pesquisa foram analisados, a partir das perguntas e informações coletadas nas investigações sendo interpretadas e, definidas acerca de uma descoberta, o que, segundo Minayo (2006), constituem em uma comunicação sobre o objeto que está sendo analisado.

Através dos dados que foram coletados realizou-se uma pré-leitura e pré-escuta dos áudios, para ordenação dos mesmos, esses dados foram classificados, distribuídos baseado nas respostas para uma pré-análise, buscando responder a questão norteadora, de como as mídias digitais podem influenciar as adolescentes na busca de um padrão corporal. Foi utilizada a análise de conteúdo conforme descrita por Minayo (2002). Esta metodologia constitui-se no movimento de observar atentamente para os dados em busca de seus significados, através de procedimentos sistemáticos. A utilização da análise de conteúdo envolve três fases fundamentais, que são a pré-análise, a exploração do material e os resultados. A pré-análise é uma fase de organização. Na fase de exploração do material cabe ao pesquisador ler os documentos selecionados, adotando procedimentos de codificação, classificação e categorização, realizada com base em categorias previamente definidas e orientadoras do roteiro da entrevista. Na fase de resultados, é feita a análise dos dados, a formulação de hipóteses e a elaboração de indicadores e/ou categorias que orientarão a interpretação e a preparação do conteúdo final (GODOY, 2005). Nessa perspectiva, entende-se que o conteúdo proferido pelas adolescentes participantes do estudo atuará como ferramenta de acesso a suas ideias e práticas sobre o culto ao corpo, bem como de que forma as mídias sociais são utilizadas por elas no processo de construção e busca do padrão corporal.

3.6 ASPECTOS ÉTICOS

Para atendimento aos pressupostos éticos em pesquisas envolvendo seres humanos o projeto ora apresentado foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa

(CEP) da Faculdade Maria Milza, por meio da Plataforma Brasil, aprovado pelo parecer número: 2.899.716.

Para tanto, foi enviado um ofício para solicitação de autorização da pesquisa (APÊNDICE D) para instituição co-participante (escola na qual a pesquisa será realizada). Somente após a aprovação do CEP, iniciou-se a coleta de dados. Após apresentar os objetivos da pesquisa, as adolescentes escolhidas assinaram o Termo de Consentimento Livre Esclarecido autorizando a sua participação voluntária.

O estudo respeitou as diretrizes e critérios estabelecidos pelas Resoluções nº 466/12 e nº 510/16 do Conselho Nacional de Saúde, os preceitos éticos estabelecidos no que tange a zelar pela legitimidade das informações, privacidade e sigilo das informações, tornando os resultados desta pesquisa públicos.

4 RESULTADOS

4.1 PERFIL DE ACESSO ÀS MÍDIAS DIGITAIS

O universo empírico do presente estudo foi composta por vinte e cinco meninas, estudantes de uma escola particular de um município do recôncavo da Bahia, com idade entre 14 e 19 anos. O primeiro parâmetro observado foi a frequência de utilização da internet, juntamente com o meio (aparelho) mais utilizado por elas para esse acesso, como pode ser visto no gráfico abaixo:

Gráfico 01: quantitativo de adolescentes



Fonte: O autor (2018)

Foi possível observar que a maioria das adolescentes entrevistadas fazem o uso da internet todos os dias. Uma pesquisa realizada pela Unicef (2013), trouxe que 70% dos adolescentes brasileiros encontram-se inseridos na vida digital, e, entre eles, 64% acessam a internet diariamente. Os jovens estão “hiperconectados”, e o seu início na vida digital é a cada dia mais precoce, em torno dos 9/10 anos de idade, porém, atualmente já é possível observar que crianças ainda menores têm acesso liberado às redes digitais (Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2012). Em

uma pesquisa, realizada em 2016, observou-se que 48% dos usuários de internet de 11 a 17 anos buscaram informações sobre marcas ou produtos na internet, o que foi um crescimento de dezenove pontos percentuais em relação a 2013, quando essa proporção era de 19%. A pesquisa ainda trás que 37% das crianças e adolescentes usuários de internet, acessam a rede exclusivamente por meio de telefone celular, o que equivale a 8,9 milhões de indivíduos (Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2017).

Quando questionadas sobre o uso da internet, a maioria das entrevistadas (24 meninas) referiram que fazem esse uso diariamente, sem uma organização de horários e/ou limitação de conteúdos, conforme falas das participantes:

“A frequência com que eu uso internet? Sempre! A maioria do tempo que eu tenho, acredito que o dia todo, na verdade, sempre que eu consigo pegar o celular.” M. R. S. S. G., 14 anos.

“Bom, eu utilizo à internet a maior parte do dia. Atualmente, como as coisas estando tão rápidas e tem tanta pressa, que a gente acaba resolvendo a nossa vida toda só com dois cliques na internet, principalmente nos aplicativos de conversa.” A. D. S. B., 18 anos.

Com essa aceleração da inserção dos jovens nas mídias digitais, acabou surgindo uma nova compulsão às mesmas. O que, por este motivo, começaram a aparecer questionamentos sobre o termo “dependência”, principalmente pelos comportamentos relacionados à falta da internet. Proporcionando a agregação desta internet a novos aparelhos tecnológicos, como por exemplo, celulares, *tablets* e relógios (DELLA MÉA; BIFFE; FERREIRA, 2016).

Ao serem questionadas por qual aparelho era mais utilizado para esse acesso à internet, o celular e o computador foram os mais utilizados, sendo o aparelho de celular unanimidade entre as entrevistadas. Isso se dá porque o celular é um simples aparelho de comunicação, de acesso facilitado e com inúmeras possibilidades de utilização, o que diante da modernidade, favorece os jovens de diferentes maneiras. Dentre as entrevistas, destacaram-se respostas como:

“Eu acesso mais pelo celular, na verdade, com o que estiver ao meu alcance, não posso me limitar a um aparelho só. Se eu não tiver um celular fácil, o que é muito difícil, eu vou acessar com o que eu achar.” N.S.M., 16 anos.

Straub (2014) aponta que as características de dependência desse acesso a internet, se destacam na ausência, seja do aparelho ou do acesso à internet,

demonstrando-se por fatores físicos e psicológicos, como comportamentos compulsivos, sintomas de abstinência, depressão, irritabilidade e insônia.

Complementar a isso, é válido ressaltar que alguns fatores situacionais favorecem o desenvolvimento da dependência da internet, tais como problemas pessoais, mudanças de vida e problemas escolares. Para Abdrbo e Hassanein (2017), tais situações são consideradas de riscos e capazes de favorecer o uso da internet como um método de fuga psicológica. Ou seja, quando *online*, as pessoas acabam se desligando da vida real (*offline*), o que tem uma influência direta sobre relacionamento pessoal, sono e principalmente, alimentação.

4.2 MÍDIAS DIGITAIS E ALIMENTAÇÃO

Ao segundo bloco da pesquisa, a primeira pergunta foi sobre o que as adolescentes entrevistadas costumam buscar na internet, e o que pôde-se observar foi que há uma busca por tudo o que “soluciona” os problemas rotineiros, como buscas por entretenimento, vídeos engraçados, dicas de moda e alimentação saudável.

Quando o assunto abordado foi se já fizeram buscas na internet sobre temas relacionados à alimentação e/ou dietas, e quais tipo de informações eram as mais procuradas, a maioria das entrevistadas afirmaram fazer pesquisas frequentes ou já terem realizado alguma vez na vida pesquisas de como modificar a alimentação para obter um resultado, seja ele de emagrecimento ou hipertrofia muscular.

“Sim, porque eu tenho muito problemas, por me achar muito magra, aí eu sempre busco alguma alternativa para ganhar peso de maneira saudável.”

B. S. S., 14 anos.

A alimentação saudável, a nutrição e a prática de atividade física fazem parte de um grupo de ações e atitudes que favorecem o modo de viver saudável, destacando-se na atualidade, entre os determinantes condicionantes de saúde, ocupando um lugar de grande destaque no calendário da saúde no Brasil e no mundo inteiro, e vem ganhando mais força nas políticas de Promoção à Saúde (BRASIL, 2006).

Porém, a atual situação alimentar e nutricional caracteriza-se por uma alimentação não saudável, pois diariamente é facilmente demonstrado o consumo excessivo de alimentos ricos em gorduras e carboidratos simples. A internet, por sua agilidade e acesso facilitado, tem forte potencial para promover intervenções nutricionais de forma interativa ou coadjuvante. O que preocupa é que as informações veiculadas na internet sobre alimentos saudáveis ou perigosos, muitas vezes, acabam se difundindo, dificultando a seleção do que é realmente confiável do não confiável, o bom do ruim. (RANGEL; LAMEGO; GOMES, 2012).

Quando questionadas sobre o que despertou o interesse das mesmas a fazerem essas buscas na internet sobre alimentação, a maioria das respostas foram associadas a insatisfação corporal, influência de um familiar ou diretamente à mídia, citando blogueiras e digitais *influêncers*:

“Minha irmã começou a fazer dieta, o corpo dela começou a mudar pra melhor, à partir daí, eu fiquei com interesse também.” M. R. S. S. G., 14 anos.

“O fato de eu não estar satisfeita com o meu corpo, eu busco receitas e dicas pra tentar melhorar o meu corpo e ficar mais próxima do padrão de beleza atual.” C.V.B.L., 14 anos.

As mídias podem ser consideradas como um dos principais fatores envolvidos na construção da identidade dos adolescentes, pois são capazes de produzir modelos de vida, de consumo e de comportamento. Divulgando conhecimentos e debatendo temas que certamente influenciam a vida de todos que procuram (CIAMPO; CIAMPO, 2010).

4.2.1 Práticas alimentares – adoção de dietas

Durante a entrevista, quando a pergunta foi sobre dietas, foi nítido que muitas das entrevistadas se sentiram envergonhadas, algumas suspiraram e outras sorriram com o ar de decepção, e as respostas foram bem variadas como:

“Sim, porque eu estava muito incomodada com o meu corpo. Eu queria muito emagrecer, fui até a uma nutricionista, mas a pressão que as pessoas

colocavam, dizendo que eu estava gorda, me fez parar. Tinha 13 anos.” N. M. E., 14 anos.

“Sim, eu sempre faço dietas, digo que foram boas porque eu sempre tive resultados com elas, e, no momento eu estou fazendo. A minha dieta é basicamente à base de vinagre. Eu tomo uma colher de sopa de vinagre de maçã antes de cada refeição. E estou perdendo peso com isso.” A. P. R. S., 17 anos

Muitas vezes, os adolescentes buscam uma imagem corporal idealizada, e, quando isso vêm associado à alimentação inadequada, pode causar desequilíbrios, quais possuem potencial a interferir tanto na saúde, como no desenvolvimento dos mesmos. No período da adolescência os hábitos alimentares refletem os valores da família, amigos e mídia. Ademais, alguns outros importantes fatores interferem no consumo alimentar, como cultura, estética, aspectos socioeconômicos, alimentos semi-preparados, consumo fora de casa, preço, prestígio do alimento, região, conveniência, entre outros. O consumo excessivo e inadequado de alimentos pode favorecer o surgimento do sobrepeso e, como consequência maior, o aumento para riscos à saúde (CARAM; LOMAZI, 2012).

Oliveira, Costa e Laus (2012), trazem que em um estudo, onde foram entrevistadas 43 adolescentes do sexo feminino, 81,4% das entrevistadas afirmaram fazer ou já terem feito dieta. A prevalência de adolescentes que faz restrições alimentares por conta própria é de 32,7%, observando que a mídia foi a maior influenciadora para tal mecanismo para a obtenção dos resultados esperados para a melhoria corporal, citam também que à partir da aplicação do Questionário de Frequência Alimentar (QFA), observou-se que a alimentação habitual do adolescente brasileiro sofre de carência de ingestão de produtos lácteos, frutas, hortaliças, fontes de proteína e excesso de açúcares.

A partir das respostas obtidas, surgiu um maior interesse por saber se as jovens já tinham procurado um nutricionista, já que a maioria já tinha buscado de artifícios na internet para manterem uma alimentação que condissesse com os objetivos, os quais eram bem variados, mas as respostas obtidas foram de acordo com o que se era esperado.

Quando o questionamento foi sobre ter realizado uma consulta com um nutricionista, com exceção daquelas que estão fazendo acompanhamento, todas as outras, sejam que já tenham ido ou não, queriam voltar ou uma primeira consulta. Salientando que a ausência dos pais durante essa consulta seria algo necessário, já que os mesmos, muitas vezes acabavam influenciando os filhos durante a anamnese nutricional, favorecendo que as respostas obtidas não fossem verdadeiras.

Na adolescência, as práticas alimentares refletem valores aprendidos na família e entre amigos, além da influência da mídia, nessa fase, o indivíduo está mudando o corpo e buscando a imagem corporal idealizada, portanto, a alimentação inadequada pode levar a desequilíbrios nutricionais que podem interferir no crescimento e no estado de saúde, desta forma, a adesão de dietas, muitas vezes impostas sem o acompanhamento de um profissional habilitado predispõe de uma gama de complicações orgânicas e comportamentais. No caso dos adolescentes, o estado nutricional pode estar comprometido, pois como a adolescência é a última fase do período de crescimento e desenvolvimento, uma alimentação nutricionalmente adequada é importante (SANTOS et al., 2005).

Os pais exercem um importante papel na formação do hábito alimentar de crianças e adolescentes, e, as escolhas alimentares parentais, em relação à quantidade e qualidade dos alimentos, podem determinar o comportamento alimentar dos filhos, dessa forma, é importante observar que, há uma forte influência exercida pelos pais quando os filhos são questionados sobre sua alimentação, o que promove interferências negativas aos profissionais (MELO et al., 2017).

4.3 INSATISFAÇÃO CORPORAL

Ao serem questionadas sobre os corpos que são considerados bonitos no cenário digital e como são esses corpos, a maioria das entrevistadas foram claras e diretas:

“Sempre, na internet, eu vejo aquelas mulheres que tem o peito grande, cintura fina, quadril largo, glúteos e coxas grandes, sempre bem definidas e bem bonitas.” T. S. S., 16 anos.

“As blogueiras sempre tem cintura fina, quadril largo, peito grande, “bunda” grande e coxas definidas, sem contar a barriga, você já viu? Como elas conseguem aquele tanquinho?” A. L. C., 16 anos.

A busca da imagem corporal é um dos fenômenos mais impressionantes na sociedade contemporânea, que acarreta custos exorbitantes e inúmeros riscos à saúde, visto que os modelos de referência corporal impostos pelas mídias atuais são quase inatingíveis, distantes da realidade da maioria das pessoas, e geram um grande estresse, ansiedade e insatisfação com o corpo, principalmente em adolescentes, que estão em fase de construção mental e corporal (CIAMPO; CIAMPO, 2010).

Quando a pergunta foi sobre satisfação/ insatisfação corporal, a maioria das jovens entrevistadas afirmaram estarem insatisfeitas com o corpo, e que tem vontade de mudar alguma coisa. E, entre as que afirmaram estarem satisfeitas, a maioria, também, tem vontade de mudar alguma parte do corpo:

“Não estou satisfeita, eu mudaria tudo. Eu me acho muito gorda, e mudaria isso. Até ano passado, muitas pessoas me chamavam de baleia e feia por causa disso. E eu acho que isso ficou enraizado em mim, tanto que a única coisa que eu gosto em mim são os meus cílios e o meu cabelo.” Z. R. N. S., 17 anos.

“Eu estou satisfeita em partes, mas queria mudar algumas coisas, principalmente porque eu não estou satisfeita com minha barriga, e queria ter, talvez, coxas mais grossas e definidas.” N. S. M., 16 anos.

A vida atual dos adolescentes está pautada por uma vertiginosa mudança pelo insaciável e imutável desejo de superação e pela constante insatisfação corporal. Sendo assim, os indivíduos vivem confrontando-se com a constante necessidade de se adaptar ao contexto social. O corpo desejado torna-se então virtual, objeto de consumo e moldável. Como uma boneca, que o comprador tem a capacidade de escolher as peças que quer encaixar, para que então consiga formar o brinquedo perfeito (SOUSA; ARAÚJO; NASCIMENTO, 2016).

Levando em consideração o parâmetro de IMC, à partir do peso e altura referido pelas entrevistadas, foi possível observar que a maioria das entrevistadas encontram-se com sobrepeso, tomando como referência o IMC para idade, o que corrobora para essa insatisfação corporal citada pelas mesmas.

Quando questionadas se já fizeram algo para mudar o corpo, a maioria apontaram que já buscaram algum artifício com o objetivo de modificação corporal, sendo eles desde os mais simples, àquelas que responderam estarem “aguardando a idade” para realizarem a tão sonhada, cirurgia plástica:

“Uso sutiãs que aumentam e levantam os seios e cinta modeladora, mas assim que eu tiver idade, eu coloco meu silicone.” I.D., 16 anos.

“Eu faço uso de suplementos alimentares, faço aeróbicos e musculação, faço aulas de dança e uso cinta modeladora e gel redutor.” M. C. F., 17 anos

Existem alguns artifícios eficientes e eficazes e sem qualquer prejuízo, permitindo pequenas alterações temporárias. Mas, com o objetivo de alcançar uma efetiva satisfação com a imagem corporal, é cada vez mais evidente que os indivíduos estão recorrendo ao exercício físico exagerado, restrição alimentar, entre outros recursos, o que podem causar danos irreversíveis à saúde (SOUSA; ARAÚJO; NASCIMENTO, 2016).

Dentro do cenário da representação corporal, além da ênfase psicológica e individual, há uma ênfase coletiva, relacionada à opinião do senso comum. E, esse pensamento coletivo implica em um compartilhamento de uma identidade, onde os indivíduos possuem um mesmo objetivo comum. É à partir daí que surge o culto ao corpo e a busca incessante pelo corpo perfeito, onde autores vêm revelando recorrências de distorções e percepções negativas sobre o corpo, mesmo em adolescentes que se encaixam dentro do perfil de eutrofia (CIAMPO; CIAMPO, 2010).

Para Tavares (2003) o corpo possui memória e também uma identidade própria, denominada de imagem corporal. Desta maneira, é válido salientar que a auto-imagem corporal é uma vertente muito importante de identidade pessoal, tomando como base que as questões relacionadas à imagem corporal real e a ideal

traçada pelo (a) adolescente, contribuem para a investigação sobre a visão que estes possuem de si mesmo.

Complementar a isso, a imagem corporal é um conceito multidimensional que compreende os processos fisiológicos, cognitivos, psicológicos, emocionais e sociais em constante troca mútua que podem ser influenciados pela idade, sexo, meios de comunicação entre diversos outros fatores associados, bem como crenças e valores comportamentais pertencentes à cultura. Posto que, a expressão “imagem corporal” envolve um desenho criado pela mente no qual evidencia-se o tamanho e a forma do corpo, todos eles sendo alimentados pela aceitação social e pelos sentimentos (MARTINS; NUNES; NORONHA, 2008).

Quando questionadas se seguem algumas blogueiras que dão dicas de alimentação nas redes sociais, a maioria afirmaram que sim e trouxeram alguns nomes, tais como: Lorena Improta, Japanese, Maíra Cardy, Pugliesi, entre outras, que através de pesquisas realizadas na internet, foi possível observar que nenhuma delas possui capacidade técnica para tal feito.

Isso se dá porque as celebridades possuem um poder significativo por meio da mídia, por divulgar seu estilo de vida, desde o que faz, com quem faz e como faz. Ao acompanhar essas informações passam a ter um estilo de vida desejado, tornando-se assim exemplos ou modelos a serem seguidos, já que a vida das blogueiras é caracterizada pela glamourização e acaba por despertar nos seus seguidores o desejo de se assemelharem a elas tanto em aparência, vestuário ou comportamento (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

Complementar a isso, o roteiro trazia um questionamento sobre qual celebridade elas achavam que atende a essa expectativa de corpo ideal e se elas gostariam de parecer-se com essas celebridades, onde as respostas obtidas foram:

“Japanese, pra mim, é quem tem o corpo mais bonito. Sim, eu gostaria de me parecer com ela, porque eu a acho muito bonita.” C.S.S., 14 anos.

“*Marina Rui Barbosa ou Lore Improta. Qualquer uma das duas pra mim estava bom, porque elas são lindas.*” TS.S., 16 anos

É possível evidenciar que a mídia se tornou uma grande loja de departamentos, onde as empresas investem pesado em blogueiras para que estas

levem o seu produto a um maior número de pessoas, passando a imagem de serem pessoas comuns utilizando de artifícios que podem ser usados por qualquer pessoa para atingir aquele ideal, exercendo assim, uma forte influência sobre aquelas que se destacam como as mais vulneráveis a ceder a essa apelação, as adolescentes (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a influência das mídias digitais na busca do padrão corporal em adolescentes do sexo feminino, e obter-se então, através da pesquisa um caminho para tratar o tema nas escolas, relacionando-o com a saúde, mudanças corporais, atentando à importância da alimentação saudável nessa fase, tão importante, da vida.

Foi possível observar que a maioria das entrevistadas referiram estar insatisfeitas com o corpo, o que é preocupante, assim como, tentam resolver tal problema, buscando, nas mídias digitais, mecanismos para atingirem esse ideal de corpo desejado. E, a internet, de uma forma geral, oferece subsídios para preencher essa lacuna, com o auxílio das influenciadoras digitais, dando dicas de alimentação, estilo de vida, exercícios físicos e até medicamentos e suplementos alimentares.

Complementar a isso, foi possível observar que muitas entrevistadas tentavam por em prática essas dicas, e na maioria das vezes, sem um suporte profissional de um nutricionista, ou seja, seguiam dicas que poderiam provocar danos tanto a sua saúde mental como à saúde física.

Desta maneira, é substancial que se promova a educação alimentar e nutricional para os jovens e que seja incentivada a prática de hábitos saudáveis de alimentação, associada a prática de exercício físicos regulares, tanto para uma melhor qualidade de vida, como uma forma de evitar o surgimento da insatisfação corporal, salientando, principalmente a importância da auto-aceitação e levantando questões sobre auto-estima.

Assim, promover práticas de educação em saúde envolvendo estudantes e pais é uma alternativa tanto para melhorar esses resultados, como para combater os agravos à saúde e à vida ofertados aos jovens diariamente através dessa imposição e disseminação de padrões de beleza.

REFERÊNCIAS

ABDRBO, A. A.; HASSANEIN, S. Effect of internet use for health information and internet addiction on adolescents female high school' health lifestyle. **Journal Of Nursing Education And Practice**, Cairo, Egypt, v. 7, n. 12, p.10-19, 10 jul. 2017.

ALVES, G. M. **A construção da identidade do adolescente e a influência dos rótulos na mesma**. 2008. 50 f. TCC (Graduação) - Curso de Psicologia, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2008

ANDRADE, S.S. Saúde e beleza do corpo feminino – algumas representações no Brasil do Século XX. **Movimento**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p.119-143, abr. 2003.

ANTUNES, A. **Não vou me adaptar**. Intérpretes: Nando Reis e Arnaldo Antunes: Televisão, c1985.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis; Vozes, 2002.

BICA, I., et al. Percepção e Satisfação Corporal em Adolescentes e a Relação com a sua Saúde Oral. **Millenium**, Lisboa, Portugal, v. 40, p.115-130, 2011.

BRAGA, P. D; MOLINA, M. C. B; FIGUEIREDO, T. A. M. Representações do corpo: com a palavra um grupo de adolescentes de classes populares. **Ciência e Saúde Coletiva**, Espírito Santo, v. 15, n. 1, p.87-95, 2010.

BOSI, M. L. M., et al. Autopercepção da imagem corporal entre estudantes de nutrição: um estudo no município do Rio de Janeiro. **Núcleo de Estudos em Saúde Coletiva da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, p.1-6, 30 jun. 2006.

BRASIL. **Lei Nº 8.069, de 13 de Julho de 1990**. Brasília, DF, 13 jul. 1990.

_____. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana. Brasília, **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 07 abr. 2016.

_____. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Aprova diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília, **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 12 dez. 2012.

_____. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Política Nacional de Promoção da Saúde. Brasília, DF, 2006 (Série B. Textos Básicos em Saúde).

_____. Ministério Público do Estado do Espírito Santo. Centro de Apoio Operacional da infância e Juventude. Estatuto da criança e do adolescente. Lei Federal 8.069 de 1990. In: **Estatuto da Criança edo Adolescente & Legislação Congênere**. 4ª ed. Vitória: Editora do Ministério Público do Espírito Santo; 2002.

CARAM, A.L. A; LOMAZI, E. A. Hábito alimentar, estado nutricional e percepção da imagem corporal de adolescentes. **Adolescência & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p.21-29, jun. 2012.

CARON, E.; IANNI, A. M. Z.; LEFEVRE, F. A saúde como ciência e o corpo biológico como artefato: o caso do Jornal Nacional. **Ciência & Saúde Coletiva**, São Paulo, v. 23, n. 4, p.1333-1342, abr. 2018.

CASTRO, A. L. Culto ao corpo: identidades e estilos de vida. IN: VIII Congresso Luso-AfroBrasileiro de Ciências Sociais, 8, 2004, Coimbra. Anais... Coimbra: CLABCS, 2004

CIAMPO, L. A; CIAMPO, I. R. L. Adolescência e imagem corporal. **Adolescência e Saúde**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p.55-59, dez. 2010

COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL. (2012). TIC Kids Online Brasil: **Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes**. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro. Acesso em 02 de novembro, 2018, de <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kidsonline-2013.pdf>

_____. **Cresce o percentual de crianças e adolescentes que procuraram informações sobre marcas ou produtos na Internet**: TIC Kids Online Brasil. 2017. Disponível em: <<https://www.cgi.br/noticia/releases/cresce-o-percentual-de-criancas-e-adolescentes-que-procuraram-informacoes-sobre-marcas-ou-produtos-na-internet/>>.

CONT, M. A; BERTOLIN, M. N. T; PERES, S. V. A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? **Ciência e Saúde Coletiva**, São Paulo, p.2095-2103, 2010.

COLL, C.V.N; AMORIM, T.C; HALLAL, P.C. Percepção de adolescentes e adultos referente à influência da mídia sobre o estilo de vida. **Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde**, Pelotas – RS, v.15, n.2, p.105 – 110, mar. 2010.

CRUZ, P. P., et al. Culto ao corpo: as influências da mídia contemporânea marcando a juventude. **Fazendo Gênero - Corpo, Violência e Poder**, Florianópolis, p.1-8, 28 ago. 2008.

CUMPIAN-SILVA, J., et al. Fenótipos corporais na adolescência e a maturação sexual. **Cadernos de Saúde Pública**, [s.l.], v. 34, n. 3, p.1-12, 12 mar. 2018.

DAMASCENO, V.O. et al. Imagem corporal e corpo ideal. **R. bras. Ci e Mov.** Juiz de Fora2006; v.14, n.1, p. 87- 96, 2006.

DAVIM, R. M. B. et al. Adolescente/ Adolescência: Revisão teórica sobre uma fase crítica da vida. **Rene**, Fortaleza, v. 10, n. 2, p.131-140, abr - jun. 2009.

DELLA MÉA, C. P; BIFFE, E. M; FERREIRA, V. R. T. Padrão de uso de internet por adolescentes e sua relação com sintomas depressivos e de ansiedade. **Revista de Psicologia**, São Paulo, v. 25, n. 2, p.243-264, 2016.

FIGUEIREDO, D. C; NASCIMENTO, F. S; RODRIGUES, M. E. Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras*. **Linguagem em (dis)curso**, Santa Catarina, v. 17, n. 1, p.67-88, abr. 2017.

FONTELLES, M. J. et al. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Ciência e Saúde**, Belém, p.1-8, 28 ago. 2009. Disponível em:
<https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C8_NONAME.pdf>. Acesso em: 09 maio 2018.

FOUCAULT, M. Microfísica do Poder. **Sabotagem**, Rio de Janeiro, p.1-174, 1999

FREITAS, C. M. S. M., et al. O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **Rev. Bras. Educ. Fís. Esporte**, São Paulo, v. 24, n. 3, p.389-404, set. 2010.

FUNDAÇÃO ESTADUAL DO BEM-ESTAR DO MENOR (MG). **Estatuto da criança e do adolescente** [1990]. Belo Horizonte: Secretaria de Estado do Trabalho e Ação Social.

FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A Infância (UNICEF). (2011). **O direito de ser adolescente: Oportunidade para reduzir vulnerabilidades e superar desigualdades**. Brasília: DF. Recuperado em 02 de novembro, 2018, de http://www.unicef.org/brazil/pt/resources_22246.htm

GERASIMCZUK, L. C; KARAGEORGIADIS, E. Publicidade dirigida à criança na rede: ilegalidades nos canais de youtubers mirins. **TicKids Online Brasil**, São Paulo, p.39-46, 2016.

GODOY, A. S. Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, v. 3, n. 2, p. 8189, mai./ago. 2005.

GURGEL, M. G. I. et al. Gravidez na adolescência: tendência na produção científica de Enfermagem. **Revista de Enfermagem**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 12, p.1-8, dez. 2008.

HARGREAVES, D.A.; TIGGEMAN, M. **Idealized media images and adolescents body image: “comparing” boys and girls**. *BodyImage*, v.1, n.4, p.351-361. 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**, 2000. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 01 mai. 2018.

Instituto de Nutrição Annes Dias (INAD). **Obesidade e Desnutrição: Projeto Com Gosto de Saúde**. [online]. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.saude.rio.rj.gov.br>>. Acesso em: mar 2018.

MAAKAROUN, M. F; SOUZA, R. P; CRUZ, A. R. **Tratado de adolescencia: um estudo multidisciplinar**. Rio de Janeiro: Cultura Medica, 1991.

MAGALHÃES, L. M.; BERNARDES, A. C. B.; TIENGO, A.. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 11, n. 68, p.685-692, dez. 2017.

MARTINS, D. F.; NUNES, M. F. O.; NORONHA, A. P. P.. Satisfação com a imagem corporal e autoconceito em adolescentes. **Psicologia: Teoria e Prática**, São Francisco, v. 10, n. 2, p.94-105, 2008.

MELO, K. M. et al. Influence of parents' behavior during the meal and on overweight in childhood. **Escola Anna Nery**, Minas Gerais, v. 21, n. 4, p.1-6, 28 set. 2017.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

_____, M. C. S. **O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 2006. 406 p.

_____, M. C. S. (org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 29. ed. **Petrópolis**, RJ: Vozes, 2010.

OLIVEIRA, A. P. et al. Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde. **Red de Revistas Científicas de América Latina**, Porto Alegre, v. 16, n. 1, p.31-51, 2010.

OLIVEIRA, C. C; COSTA, T. M. B; LAUS, M. F. Hábitos alimentares e comportamentos inadequados para controle de peso em adolescentes frequentadores de academias de ginástica. **Adolescência & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p.47-55, set. 2012.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **Earthquake in Haiti: PAHO/WHO situation report on health activities post earthquake**. Washington, D.C.: PAHO, maio de 2010, p. 2, 7

ORLANDI, E. P. Análise de discurso: **Princípios e Procedimentos**. 5 ed. Campinas: Pontes, 2003.

PALADINO, E. **O adolescente e o conflito de gerações na sociedade contemporânea**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

- PINTO, M. R. et al. Investigating the Influencers of Materialism in Adolescence. **Tourism & Management Studies**, [s.l.], v. 13, n. 1, p.66-74, 31 jan. 2017.
- QUERINO, A. G; PASCOAL, L. S. A presença e a erotização do corpo feminino nas propagandas de cerveja no Brasil. **Encoi**, Londrina, v. 1, n. 1, p.1-16, 25 dez. 2014.
- RANGEL, M. L; LAMEGO, G; GOMES, A. L. C. Alimentação saudável: acesso à informação. **Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 22, p.919-939, 19 ago. 2012.
- RIBEIRO, P. C. P.; OLIVEIRA, P. B. R. Culto ao Corpo: beleza ou doença? **Adolescência e Saúde**, Minas Gerais, v. 3, n. 8, p.63-69, set. 2011.
- SANTOS, J. S. et al. Perfil antropométrico e consumo alimentar de adolescentes de Teixeira de Freitas - Bahia1. **Revista de Nutrição**, Campinas, p.623-633, 2005.
- SILVA, G.; TEIXEIRA, R. **Os riscos da geração malhação**. 2016. Disponível em: <<http://paisemapuros.com.br/mito-do-corpo-perfeito/>>. Acesso em: 11 abr. 2018.
- SOUSA, A. G.; GOSLING, M.; GODINHO, L. A. C.. USO DA INTERNET COMO CANAL DE COMUNICAÇÃO E DE RELACIONAMENTO: ANÁLISE DE FORMULÁRIOS “FALE CONOSCO” EM UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS. **Revista Eletrônica de Administração**, Belo Horizonte, v. 13, n. 2, p.247-262, dez. 2014.
- SOUSA, A. R; ARAÚJO, J. L; NASCIMENTO, E. G. C. Imagem corporal e percepção dos adolescentes. **Adolescência & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, p.104-117, dez. 2016

SOUZA, Q. J. O. V; RODRIGUES, A. M. Comportamento de risco para ortorexia nervosa em estudantes de nutrição. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Taubaté, v. 63, n. 3, p.200-204, set. 2014

STRAUB, R. O. **Psicologia da saúde: Uma abordagem biopsicossocial**. 3ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2014.

TAVARES, M.C.G.C.F. **Imagem corporal: conceito e desenvolvimento**. Barueri: Manole, 2003.

TONINI, K. A. D; SAUERBRONN, J. F. R. Mulheres e Corpo: uma Investigação acerca dos Valores de Consumo do Corpo Feminino. **Ema**, Curitiba, p.1-4, maio 2012.

UNICEFF. Participação cidadã dos adolescentes. **Plataforma dos centros urbanos**. Rio de Janeiro, 2013.

VALLE, L. **Qual é a Alimentação Ideal para Conquistar o Corpo Perfeito?** 2017. Disponível em: <<http://www.a1fitness.com.br/alimentacao-ideal-corpo-perfeito/>>. Acesso em: 08 maio 2018.

VARGAS, E. G. A. A influência da mídia na construção da imagem corporal. **Revista Brasileira de Nutrição Clínica**, Laranjal (mg), p.73-75, 28 jan. 2014.

WESTERFELD, S. Feios: Em um mundo de extrema perfeição, o normal é feio. Rio de Janeiro: **Ed. Record**.2010

WHO – WORLD HEALTH ORGANISATION (WHO). **Constitution of the World Health Organization** - 1946. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/OMS-Organiza%C3%A7%C3%A3o-Mundial-da-Sa%C3%BAde/constituicao-da-organizacao-mundial-da-saude-omswho.html>>. Acesso em: 18 março de 2018

_____. **Young People's Health – a Challenge for Society. Report of a WHO Study Group on Young People and Health for All.** Technical Report Series 731. Geneva: WHO, 1986

APÊNDICES

APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido aos responsáveis:



**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO AOS RESPONSÁVEIS
(Conforme Resoluções CNS nº 466/2012 e 510/2016)**

Caro Responsável/Representante Legal:

Gostaríamos de obter o seu consentimento para o menor _____, participar como voluntário da pesquisa intitulada: Influências das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino, que se refere a um projeto de trabalho de conclusão de curso.

Os objetivos deste estudo consistem em analisar a influência da mídia digital na busca do padrão corporal em adolescentes do sexo feminino. Bem como, identificar o perfil das adolescentes selecionadas no que tange aspectos socioeconômicos, antropométricos e de acesso as mídias digitais; compreender como funciona a busca por um padrão corporal com o auxílio de mídias digitais; avaliar a satisfação/insatisfação corporal associada(s) ao culto ao corpo perfeito e analisar as práticas alimentares realizadas em prol da construção do corpo idealizado.

Os resultados contribuirão para favorecer novas reflexões quanto à temática, contribuindo com a literatura quanto às lacunas ainda existentes, o que poderá favorecer tanto a sociedade em geral como os profissionais de saúde com reflexões e uma nova visão para atuar de maneira mais assertiva sobre a problemática.

A forma de participação consiste em responder a uma entrevista na qual abordará aspectos culturais, sociais e percepção de culto ao corpo e auto-imagem corporal.

O nome não será utilizado em qualquer fase da pesquisa o que garante o anonimato e a divulgação dos resultados será feita de forma a não identificar os voluntários.

Não será cobrado nada, não haverá gastos decorrentes de sua participação, se houver algum dano decorrente da pesquisa, o participante será indenizado nos termos da Lei.

Considerando que toda pesquisa oferece algum tipo de risco, nesta pesquisa o risco pode ser avaliado como desconfortos, estresse e constrangimentos durante os questionamentos. Quando isso ocorrer, será permitido que o (a) participante faça pausas para descanso e recomposição do estado emocional. Para minimizar tais efeitos, se for do interesse do (a) participante, a participação do mesmo ou da mesma poderá ser interrompida.

Gostaríamos de deixar claro que a participação é voluntária e que poderá deixar de participar ou retirar o consentimento, ou ainda descontinuar a participação se assim o preferir, sem penalização alguma ou sem prejuízo de qualquer natureza.

Esses dados serão guardados pelo pesquisador responsável por essa pesquisa em local seguro e por um período de cinco anos.

Desde já, agradecemos a atenção e a participação e colocamo-nos à disposição para maiores informações. O (A) senhor (a) poderá manter contato com os pesquisadores pelos telefones (75) 99269-5483, (75) 98896-2921 ou (75) 98854-9357. Dúvidas também poderão ser esclarecidas junto ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da FAMAM, pelo telefone (75) 3638-2549, localizado na Rodovia BR 101. Km 215- Zona Rural Sungaia, no município de Governador Mangabeira – Ba.

Esse termo terá suas páginas rubricadas pelo pesquisador principal e será assinado em duas vias, das quais uma ficará com o participante e a outra com pesquisador principal. Larissa Tannus Rebouças.

Eu, _____ (nome do responsável ou representante legal), portador do RG nº: _____, confirmo que Bruna Marques Braga Santos

explicou-me os objetivos desta pesquisa, bem como, a forma de participação. As alternativas para participação do menor _____ (nome do participante da pesquisa menor de idade) também foram discutidas. Eu li e compreendi este Termo de Consentimento, portanto, eu concordo em dar meu consentimento para o menor participar como voluntário desta pesquisa.

Local e data: ____/____/2018.

(Assinatura responsável ou representante legal)

Eu, _____ obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido do sujeito da pesquisa ou representante legal para a participação na pesquisa.

Bruna Marques Braga Santos

Larissa Tannus Rebouças

APÊNDICE B – Termo de assentimento do participante:



TERMO DE ASSENTIMENTO DO PARTICIPANTE

Eu, _____ aluna da instituição particular, aceito participar da pesquisa intitulada “Influencias das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino”, a ser realizada pela aluna da graduação Bruna Marques Braga Santos e que a mim foi apresentada. Declaro também estar ciente que não receberei nenhum benefício em participar desta pesquisa e nenhum prejuízo será a mim concedido.

Muritiba _____ de _____ de 2018.

Nome e assinatura da participante da pesquisa

Bruna Marques Braga Santos
Acadêmica Pesquisadora

APÊNDICE C –Formulário para entrevista semi-estruturada:



**ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADA ÀS ADOLESCENTES DA ESCOLA
SÃO LUÍS – MURITIBA – BA**

BLOCO I: DADOS DE IDENTIFICAÇÃO E INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS

Nome (iniciais) _____

Idade/ data de nascimento: _____

Religião: _____

Cor/raça: _____

Escolaridade/série:

Renda mensal: Renda: <1 salário mínimo () 1 -2 salários mínimos () 3 – 4 salários mínimos () >5 salários mínimos ()

BLOCO II: PERFIL DE ACESSO ÀS MÍDIAS DIGITAIS

1- Com qual frequência você usa a internet?

2- Geralmente você acessa a internet por meio de computador, celular, relógio, televisão, outros?

3- O que você busca na internet?

4- Você encontra muitas informações sobre isso?

BLOCO III: MÍDIAS DIGITAIS E ALIMENTAÇÃO

5- Você já fez buscas na internet sobre temas relacionados à alimentação e/ou dietas? Que tipo de informações?

6- Que tipo de informações você encontrou sobre alimentação/dieta?

7- O que despertou sua curiosidade sobre esse tema?

8- Você tentou e/ou conseguiu colocar em prática estes conhecimentos? Como foi esse processo?

- 9 - Você já fez algum tipo de dieta? Porque? Como foi essa experiência? Quantos anos você tinha?
- 10 - Como era essa dieta?
- 11 - Nesse período foi algum/a nutricionista? Pensou em ir? Porque?
- 12 - Se sim, tem vontade de ir novamente? Porque?
- 13 - Se não, tem vontade de ir? Porque?
- 14 - Você realiza algum tipo de atividade física? Qual? Você gosta?

BLOCO IV: CULTO AO CORPO

- 15 - Nas suas buscas na internet você observa informações sobre corpos que são considerados bonitos? Como são esses corpos?
- 16 - Você considera esses corpos bonitos?
- 17 - Você está satisfeito com o seu corpo? Mudaria algo nele? O que?
- 18 - Para você como seria o corpo ideal?
- 19 - Há alguma celebridade que você considera ter o corpo ideal? Qual?
- 20 - Você gostaria de se parecer com essa celebridade? Porque?
- 21 - Você segue alguma (s) celebridades na qual fala sobre dicas de alimentação? Quais?
- 22 - Você já fez algo para mudar seu corpo? O que?
- 23 - Você já sofreu *bullying* por causa do seu corpo? Como foi essa experiência?
- 24 - Qual o seu peso? _____ E a sua altura? _____

APÊNDICE D – Declaração da instituição co-participante:



DECLARAÇÃO DA(S) INSTITUIÇÃO (OES) CO-PARTICIPANTE (S)

Através do presente instrumento, solicito ao (s) representante (s) legal (s) da Escola São Luís Muritiba – BA, autorização para realização da pesquisa intitulada: **“Influências das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino.”**, cujo objetivo geral é: Analisar a influência da mídia digital na busca do padrão corporal em adolescentes do sexo feminino. A produção de dados será realizada através de entrevista com estudantes do 9º ano do ensino fundamental ao 3º ano do ensino médio. Vale ressaltar, que as informações aqui prestadas não serão divulgadas sem a autorização final da instituição coparticipante. A instituição coparticipante deve estar ciente e concordar com o parecer ético emitido pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CEP) da instituição proponente, conhecer e cumprir as Resoluções Éticas Brasileiras, em especial a Resolução do Conselho Nacional de Saúde 466/2012 e 510/2016. Esta instituição está informada de suas co-responsabilidades enquanto instituição coparticipante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no sigilo da segurança e bem-estar dos participantes do estudo nela recrutados, dispondo de infraestrutura adequada para a garantia de tal conforto.

Governador Mangabeira – BA, ___/___/___

Larissa Tannus Rebouças

Pesquisadora responsável

Bruna Marques Braga Santos

Pesquisadora participante